

**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE HORTOLÂNDIA
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

Fernanda Almeida

Mariana Mauricio

Giovana Zaguini

Gabriel Pereira

Yngrid Cristina

A arte indígena no meio urbano

**Hortolândia
2022**

Fernanda Almeida

Mariana Mauricio

Giovana Zaguini

Gabriel Pereira

Yngrid Cristina

A arte indígena no meio urbano

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à Escola Técnica Estadual de Hortolândia como exigência parcial para obtenção do título de Técnico em Administração sob a orientação da Prof.^a Amanda Rodrigues da Silva e Prof. Wagner Gomes Sebastião.

**Hortolândia
2022**

A arte indígena no meio urbano

RESUMO

Este trabalho se configurou a partir da falta de visibilidade que presenciamos a respeito das artes e culturas de povos indígenas. O presente estudo tem como objetivo pesquisar e analisar as dificuldades encontradas a respeito da divulgação dos trabalhos e contribuir, por meio do marketing, com a propagação de informações e de suas produções. Nesse sentido, foi realizado algumas entrevistas com diferentes artistas que vivem nessa realidade e com estudantes, para compreender e identificar os problemas enfrentados. Diante do conjunto de dados coletados e analisados, pôde-se perceber que as barreiras da acessibilidade e da inclusão social são ainda mais graves do que esperado.

Palavras-chave: inclusão social; marketing; sociedade; visibilidade; indígenas.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. DESENVOLVIMENTO	Erro! Indicador não definido.
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS	12
4. REFERÊNCIAS	14

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, a população indígena autodeclarada corresponde a mais de 896 mil brasileiros (0,4% da população) em todo o território nacional. Segundo o IBGE, 36,2% desse total vivem em áreas urbanas. De acordo com o Instituto Ethos, dentre as 500 maiores empresas para se trabalhar no Brasil, nos quadros de Conselho Administrativo e Executivo, a população indígena não consta com nenhum representante. Nos cargos de Gerência e Supervisão, encontramos apenas 0,1% de indígenas representados. O maior índice de inserção está na faixa de jovens aprendizes, com 0,4%. Ao todo, os indígenas representam 1% dos trabalhadores alocados nas maiores corporações do país.

Para que os povos nativos fossem incorporados à sociedade “civilizada” precisaram passar por um processo de apagamento étnico, por meio do abandono de suas tradições, pela conversão ao catolicismo, pela entrada forçada em um sistema de trabalho e de produção completamente distintos daqueles aos quais originalmente pertenciam.

Diante disso, o presente trabalho consiste em propagar informações de maneira objetiva às pessoas que não tem nenhum, ou pouco conhecimento sobre a importância desses povos e suas obras. O trabalho está relacionado com a área de Marketing, o qual influencia o mundo e suas tecnologias. Será efetuado a divulgação do trabalho de diferentes artistas indígenas através das mídias sociais como um meio de alavancar suas vendas, divulgarem suas marcas, produtos e serviços.

E como resultado, entender como as mídias sociais podem ajudar a expandir no processo de vendas, trazendo novos clientes e colaboradores, e utilizando esse meio para divulgações.

1.1. OS POVOS ORIGINÁRIOS

Nesse tópico se discute a perspectiva histórica das consequências da colonização da América Latina, como esse processo reflete nos dias de hoje e como ele foi responsável por todo um encobrimento de identidade.

1.1.1. O COLONIALISMO E COMO ELE PERMANECE NOS DIAS DE HOJE

O colonialismo é um processo de dominação político-militar de um povo sobre outro baseado no processo de exploração de saque das riquezas, de desumanização, de negação da identidade e de várias formas de domínio político-militar. É um processo de muita exploração de terras e povos, tendo como sua cultura, religião, história e política desrespeitadas e ditadas por outros. Além de todo o extermínio daqueles que não aceitavam tal dominação por parte dos colonizadores, que acreditavam que todos esses feitos eram necessários para um bem maior, trazendo a modernidade para tais povos. Este processo resultou em profundas mudanças, já que os indígenas não perderam apenas suas terras/território, perderam muitos aspectos culturais e costumes tradicionais. A base de sua economia foi alterada. As comunidades que permaneceram, ou que recentemente estão voltando para os seus antigos territórios, passam a sofrer diariamente preconceito da comunidade em geral, que além de terem roubado suas terras ainda possuem atualmente uma visão discriminatória.

Na contemporaneidade eles continuam a lutar por recuperar seu bem mais precioso, a terra:

“A terra (motivo dos conflitos) possui significado diferente para os indígenas, pois, é a base para a existência, mantém viva a cultura, tradição, sustento e a manutenção da identidade indígena” (INÉIA, 2014, p. 07). Assim que a terra não possui apenas características de produzir alimentos ou bens econômicos, como conhecemos no sistema capitalista, para os indígenas a terra faz parte dos seus usos e costumes, sua cultura se concretiza a partir deste espaço.

O processo de colonização vem se reatualizando permanentemente sobre novas formas, como: bloqueios econômicos, golpes de estado, ameaças de guerra, invasões militares etc.

Ana Paula Xongani (2020) fala um pouco sobre isso em um debate aberto, juntamente com Gabriela Prioli, Ailton Krenak e Cristian Wariu, onde discutem a situação dos povos indígenas a importância de uma revisão sobre a forma como a história é contada:

“O processo de colonização que é um processo de racismo, além de ter sido estruturado no nosso país ele é estruturante, isso significa que ele não acabou na colonização, em 1500, ele vem se reestruturando diariamente no nosso cotidiano. Então, todas as vivências da colonização, tudo o que os indígenas passaram com a chegada violenta dos escravizadores, igualmente os povos negros, além de ter marcas e resultados que se refletem até hoje são reestruturados”.

Ailton Krenak é um escritor, jornalista, ambientalista e líder indígena. Ele critica o sistema capitalista e a permanência eurocêntrica do que significa ser uma civilização. Em julho de 2022, na 26ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo, Krenak debate o papel do capitalismo e do colonialismo no processo de formação do povo brasileiro.

A história colonial do Brasil não terminou com a declaração da independência, ainda estamos imersos na colonialidade do nosso modo de reproduzir e mimetizar a chamada civilização. Se não tivermos a capacidade de entender que estamos em um colonialismo, vamos reproduzir isso infinitamente. O nosso cotidiano é a reprodução de toda essa narrativa patriarcal, colonialista e hierarquizante. Ninguém tem disposição de fato para intervir a pirâmide.

1.1.2. OS ESTERÍÓTIPOS

Os indígenas são sempre identificados por meio de estereótipos ligados aos seus corpos, que os produzem e os posicionam socialmente. Geralmente, nas imagens, eles aparecem portando um “estojo de identidade indígena”, ou seja, usando adereços como arco, flecha e cocar (BONIN, 2007, p. 156). Os estereótipos utilizados como estratégia discursiva, ao longo do tempo, vão marcando corpos e produzindo os sujeitos (BONIN, 2007). Ao longo do tempo, as fontes de informação foram criando estereótipos dos indígenas que perduram até os dias atuais.

Os livros didáticos são outras fontes de informação onde perduram estereótipos sobre os indígenas. Barros (2000), ao estudar como as imagens dos indígenas se constroem

em livros de História, verificou que a maioria das obras analisadas na sua pesquisa mostra os povos indígenas como pré-históricos, não civilizados, preguiçosos. Ela percebe que apenas alguns poucos livros mais recentes “apresentam o índio como anti-sujeito duplamente espoliado pelos portugueses, pois perde terras e liberdade, e que lutou para não ser privado desses valores ou para recuperá-los” (BARROS, 2000, p. 152). A autora revela que os papéis históricos dos indígenas são apagados nos livros didáticos. O apagamento ou silenciamento foi outra estratégia discursiva utilizada pelos colonizadores para exterminar os povos indígenas. Os estereótipos dos indígenas permanecem até os dias atuais e expõem os discursos de uma suposta superioridade dos colonizadores, que pretendiam submeter esses povos visando concretizar o seu projeto de expansão colonial. Para executar o projeto de conquista das terras brasileiras, os colonizadores não hesitaram em atribuir aos indígenas diferenças raciais que os rebaixavam e excluía. Eles os taxavam de selvagens e diziam que não tinham alma.

Xongani, no mesmo debate aberto sobre os povos indígenas, discute sobre a má desinformação nas escolas e nos livros didáticos:

“Então quando a gente fala, por exemplo, sobre os livros didáticos sobre as histórias que são contadas, elas são contadas até hoje, é importante a gente marcar e demarcar essa informação. Essa história ela é mal contada com objetivo político muito demarcado de manutenção da branquitude, de manutenção do poder, existem benefícios de ter uma história mal contada”.

Para Cristine Takuá (2022), autora da BEI Educação e especialista em cultura indígena, uma das formas de combater o racismo contra povos indígenas é por meio da visibilidade. Ela reforça que, atualmente, os povos indígenas representam mais de trezentas etnias diferentes em todo o país, povos que resistem há mais de 500 anos no território brasileiro e, ainda sim, são grupos marginalizados nos espaços sociais. “Para que não haja mais preconceito é preciso ter conhecimento. O contato com a cultura indígena no ambiente escolar sensibiliza os estudantes, e é da sensibilização que surge a conscientização”, explica a autora.

1.2. AS PLATAFORMAS DIGITAIS COMO MEIO DE PROPAGAR INFORMAÇÕES CULTURAIS E AUXÍLIO NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ARTESANAIS.

Neste tópico pretende – se compreender a importância dos meios digitais para a propagação da verdade dos povos indígenas, que tiveram as suas histórias de vida distorcidas durante muito tempo. Também aborda questões de visibilidade aos seus trabalhos, e como o marketing contribui para a comercialização de artesanatos.

1.2.1. TRANSMITINDO SEUS CONHECIMENTOS

A criação de conteúdo é uma estratégia de marketing que está cada vez mais presente em empresas e organizações de todo tamanho e segmento de mercado, como em comunidades menores, que estão elaborando conteúdos em plataformas e redes sociais digitais a fim de mostrar sua cultura e tradição à sociedade em que estão inseridas.

Os povos indígenas possuem conhecimentos acerca dos bens naturais e dos processos ecológicos que proporcionam condições para realizar atividades em consonância com a conservação ambiental. Nesse sentido, é possível dizer, que a aproximação entre esses povos e os cidadãos em geral, pode servir como uma oportunidade para conscientizar a população sobre a relação harmoniosa e equilibrada que os indígenas possuem com o meio ambiente, proporcionando trocas de saberes. Essa atitude pode ser um meio de aprender com os povos indígenas, rever conceitos e paradigmas, para ter uma relação benéfica com o meio ambiente (Pensamento Verde 2013). A divulgação da cultura indígena pode sensibilizar a população para a importância de viver de forma sustentável e, assim, utilizar práticas conservacionistas e transmitir para as futuras gerações o conhecimento adquirido por esses povos. A valorização da cultura indígena é um dever de todos os países do mundo. Nesse sentido, a UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, indica que o conhecimento adquirido pelos povos indígenas é útil para o desenvolvimento sustentável, pois afirma que “o respeito aos conhecimentos, às culturas e às práticas tradicionais indígenas contribui para o desenvolvimento sustentável e equitativo e para a gestão adequada do meio ambiente” (FUNAI 2008, UNESCO 2020, São Paulo 2020).

1.1.1. PLATAFORMAS DIGITAIS COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO DOS TRABALHOS INDÍGENAS

As plataformas digitais têm sido um instrumento de grande força para essas populações que usufruem dela para publicar seus trabalhos. Vemos muitos criadores de conteúdo, que além de usarem esse espaço para informar, também o utiliza para comercializar. Um exemplo disso é o Time formado por Indígenas do povo terena-MS, que possui uma marca de camisas chamada Grafismo Indígena. Entrando em contato com eles e perguntando um pouco sobre as dificuldades enfrentadas nesse meio empreendedor, eles afirmam:

“A nossa marca é uma ferramenta de luta, e de resistência. Ela também é política, é social e coletivo. Mesmo com poucos recursos, superamos os desafios, e buscamos da melhor forma, trabalhar com muito amor e qualidade. Como empreendedorismo indígena, tudo isso é desafiador. Mas não desistimos e não desistiremos. Temos caminhos longos pela frente, usando essa ferramenta de luta para combater o racismo e preconceito, contra o nosso povo.”

O artesanato tem sido uma opção de fonte de renda entre as mulheres indígenas onde unem a sabedoria tradicional ao empreendedorismo. Segundo os dados do Observatório Interativo da População Indígena do Fluxo Venezuelano para o Brasil, do Governo brasileiro e da Organização Internacional para as Migrações (OIM), indicam que o artesanato é a principal tarefa realizada por mulheres indígenas para geração de renda (64,8%). Há ainda quem peça dinheiro na rua (19,8%), trabalhe como costureira (8,8%), agricultora (6,6%) e com cuidados e afazeres domésticos (4,4%). A Indígena warao, a artesã Alejandrina Gonzalez vive desde 2018 no Brasil, onde colocou em prática a arte que aprendeu com a avó e a mãe. “É o único sustento que tenho aqui no Brasil. Produzo sombreros, pratos, cofres... Meus produtos não são tão baratos porque valorizo o nosso trabalho. Não vendo todos os dias, mas, quando acontece, [o dinheiro] ajuda em casa”, contou.

O uso da do meio digital, as mídias sociais, principalmente, tem sido um apoio à divulgação cultural, étnica e comercial de povos indígenas, como também representa um meio de integração e atualização política, social e ambiental na internet. Esse uso não menospreza a essência dos índios, pois oferece mais possibilidades comunicacionais.

“Cresci ouvindo de minha mãe que meus antepassados usavam bodurna [arma indígena] para serem ouvidos e mostrarem que estavam lutando. Com

o tempo, usamos a caneta. Hoje estamos descolonizando as telas do computador e falando com o mundo inteiro do celular. A gente mostra que nos adaptamos e não esquecemos de quem somos, não importa se usamos um celular, computador ou se moramos na cidade. Isso não nos torna menos indígena”, (Alice Pataxó, 2020).

1.1. RELATOS

Neste capítulo, é relatado algumas entrevistas feitas em um Evento Gastronômico e Cultural em Campinas, com diferentes povos indígenas a respeito das dificuldades que eles encontram nesse meio de empreender sendo indígena. Também é apontado alguns dados de uma pesquisa em campo, feita na Escola Técnica Estadual de Hortolândia, onde foi realizado a montagem de um questionário online com perguntas a respeito dos conhecimentos dos alunos sobre essas culturas.

1.1.1. UM HOMEM FORTE E DESTEMIDO

Pedro, da etnia Pankararé na Bahia, é um Agente indígena de saúde. Ele vive atualmente em São Paulo, desenvolvendo as políticas públicas dos povos indígenas. Ao conversarmos com ele, Pedro desabafa sobre a luta constante que ele e os povos enfrentam diariamente:

“A gente tem que estar sempre lutando e debatendo, deis de 500 anos, e ainda somos alvos dos não-indígenas. A gente está em um processo de luta diariamente. O que estamos fazendo aqui é demarcando território que era indígena.”

Ao ser questionado sobre as dificuldades encontrada em vender suas artes, Pedro afirma:

"A questão que a gente sempre vem falando, a gente tem que proteger a nossa família, a nossa comunidade. O artesanato não é só um artesanato, é um pouco da nossa tradição, cultura, um pouco da sabedoria natural e tradicional da mãe Terra, nós somos a semente, se a raiz for cortada nós somos cortados. Se a mãe terra sofre, nós também sofreremos. Estamos tentando sobreviver."

1.1.2. UMA FOTÓGRAFA GUERREIRA

Mayara estudante do Senac, trabalha com fotografia e projetos sociais. Filha de pais de aldeias diferentes, a mãe de tupi-guarani o pai do karirixocó.

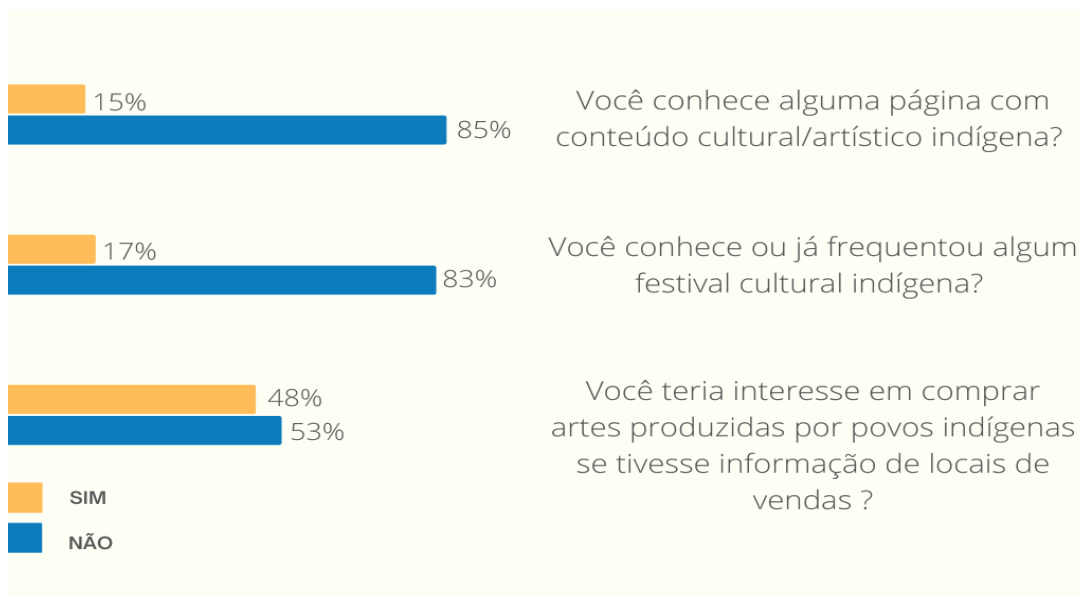
Ao dizer que trabalha muito com projetos sociais e um pouco do seu trabalho fotográfico, nós questionamos sobre como é ser mulher e indígena e trabalhar nessas áreas. Mayara se emociona com a pergunta e afirma que:

"Como mulher a gente já encontra um grande problema trabalhando na fotografia, mesmo ela sendo um meio fotográfico feminino, e mesmo assim a gente encontra dificuldades nesse sentido. Ai quando a gente coloca um cocar na cabeça, faz pinturas no rosto e é indígena, a gente recebe um olhar um pouco mais turvo. Existem pessoas que olham sim com uma curiosidade boa, de perguntar e querer conhecer, mas ainda, infelizmente, existe muito preconceito simplesmente pelo fato de a gente usar um cocado, as pinturas e ser simplesmente quem a gente é. Então assim, as dificuldades existem, mas eu acredito que somos um povo muito raçudo, porque apesar de tudo que a gente viveu nesses 500 anos de Brasil, a gente ainda está aqui, podendo mostrar no espaço urbano a nossa arte, não tem palavras."

1.1.3. PESQUISA EM CAMPO

No dia 02 de junho de 2022, foi realizada uma pesquisa em campo com os alunos da Escola Técnica Estadual de Hortolândia com questões a respeito se eles conhecem criadores de conteúdo indígena, locais que vendem artesanatos dessas culturas e se teriam interesse em obter de certos produtos. A pesquisa conta com a participação de alunos de 15 salas diferentes.

Foi montado um gráfico que expõe os resultados dessa pesquisa.



Fonte:Autores

O gráfico nos mostra a grande falta de conhecimento dos alunos a respeito dessa cultura e de seus produtos. Também nos mostra a falta de interesse deles em conhecer sobre esses povos. A pesquisa nos faz entender a importância de se ter uma boa divulgação a respeito desses povos e de seus trabalhos, para que se possa trazer o público jovem mais para perto dessa cultura e reconhecer sua importância.

1. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo nos possibilitou a análise das dificuldades encontradas a respeito da divulgação dos trabalhos indígenas e como podemos contribuir, por meio do marketing, com a propagação de informações e de suas produções. Além disso, foi realizado uma pesquisa em campo para obter dados mais consistentes sobre o conhecimento e o interesse das pessoas a respeito dessas culturas.

Também foi realizado algumas entrevistas com diferentes artistas que vivem nessa realidade e com estudantes, para compreender e identificar os problemas enfrentados. Diante do conjunto de dados coletados e analisados, pôde-se perceber que as barreiras da acessibilidade e da inclusão social são ainda mais graves do que esperado.

Ao fazer um questionário online com alunos da Escola Técnica Estadual de Hortolândia, foi possível verificar a grande falta de conhecimento e de interesse dos alunos a respeito desses povos. A pesquisa também nos faz entender a importância de se ter uma boa divulgação, para que se possa trazer o público jovem mais para perto dessas culturas.

Dada à importância do assunto, a criação do AIMU contribuiu e contribuirá com a divulgação de diferentes trabalhos e informações culturais e artísticas indígenas. A plataforma digital Instagram do projeto chegou a 200 seguidores e se comunica com grandes nomes, trabalhando na propagação de informação e visando a sua importância.

Nesse sentido, espera-se que esse projeto possa contribuir ainda mais para a sociedade, continuando com a obtenção de resultados efetivos e motivando as duas partes envolvidas no evento, a cultura e as mídias sociais.

2. REFERÊNCIAS

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6001.htm

<https://www.politize.com.br/estatuto-do-indio/>

Sebastião, Wagner. Colonialidade e Decolonialidade na Educação Profissional. Ano da edição: 2021.

Editora: Lopes