

Etnografando a comercialização do artesanato Kaingang em Balneário Camboriú (SC)*

*Bruno de Carvalho Pezzotti**
Neusa Maria Sens Bloemer****

Resumo

O presente texto trata da organização e comercialização do artesanato produzido na aldeia Kaingang de Iraí, cujo processo de transporte dos produtos para os centros urbanos apresenta facilidades e dificuldades, bem como trata da comercialização propriamente dita realizada no Município de Balneário Camboriú. Aborda a identificação e a caracterização das relações comerciais que se estabelecem neste município, cujo centro urbano recebe mais de um milhão de turistas no período do veraneio. Para tal caracterização, elaborou-se um trabalho de caráter etnográfico, tal como recomenda Oliveira (1998), constando de relato empírico descritivo, que trata das concepções dos índios sobre o espaço no qual executam a comercialização do artesanato, bem como busca compreender os significados-significantes (Geertz, 1978) das ações empreendidas neste processo. Constatou-se que os Kaingang superam parte de suas dificuldades por iniciativas que tomam junto ao poder público municipal e junto à FUNAI. Entretanto, não há, por parte do poder municipal, iniciativas para atender às necessidades dos Kaingang, que apresentam cultura diversa daqueles que costumeiramente frequentam essa cidade do litoral catarinense.

Palavras Chave: Artesanato. Comercialização. Kaingang.

Introdução

A transformação ambiental, aliada às mudanças socioculturais impostas pelo contato ininterrupto com os “brancos”, deixou os povos indígenas em situação de penúria do ponto de vista da sua sobrevivência, modificando, paralelamente, parte de sua visão de mundo.

Evidentemente, não se quer aqui pensar na imutabilidade das condições socioambientais, mas ressaltar que estas alterações se deram muito mais por influência de fatores externos, ou seja, pela presença dos não-indígenas que exploraram exaustivamente os seus territórios, do que por fatores internos, próprios da dinâmica cultural¹ dessa sociedade.

Ao longo desse processo de re-ocupação territorial, os indígenas foram perdendo parte do seu modo de vida nos espaços previamente determinados pelo Estado brasileiro², embora em muitos casos, permaneçam vivendo em terras identificadas como terras tradicionais necessárias à sua autoidentificação, à sua manutenção e à sua reprodução, como reconhece a Constituição Brasileira.

Muito embora a legislação brasileira lhes garanta alguma área territorial para o seu sustento, os indígenas do sul do Brasil buscam em outros espaços recursos que complementem o necessário à manutenção de suas famílias. Nesses espaços, deparam-se com a inexistência das matas ou a escassez da caça e da pesca, restando-lhes, muitas vezes, a mendicância ou a venda de seu artesanato como alternativas de sobrevivência.

Assim, ainda que tenham suas terras demarcadas, os indígenas necessitam, pela pobreza das mesmas e pela assistência parcial ou insuficiente por parte da Fundação Nacional do Índio (FUNAI), buscar o seu sustento, produzindo e vendendo artesanato às margens das rodovias ou em centros urbanos³ em que há presença de turistas. Em Santa Catarina, além dos Guarani, os Kaingang⁴ também se deslocam de suas aldeias para vender seu artesanato, especialmente em Florianópolis e Balneário Camboriú, cidades de grande fluxo de turistas.

Em Balneário Camboriú detectamos a presença de famílias indígenas Guarani⁵ e Kaingang que se estabelecem principalmente na estação do verão, para comercializar os seus produtos em locais próximos ao *Shopping Center*, localizado na Avenida Brasil, espaços de circulação intensa de turistas e residentes.

O presente texto trata da organização da comercialização do artesanato pelos Kaingang, identificando-se suas facilidades e dificuldades neste processo, bem como as formas utilizadas para transportar o artesanato de suas aldeias para os centros urbanos. Assim, o artigo abordará a identificação e a caracterização das relações comerciais que se estabelecem na área urbana do Município de Balneário Camboriú pelo grupo indígena Kaingang. Para tal, elaborou-se um trabalho de caráter etnográfico, tal como recomenda Oliveira (1998), no qual a “observação participante” (BRANDÃO, 1984) é fundamental para que se estabeleça uma inter-relação entre pesquisador e nativo.

A coleta das informações se deu por meio da pesquisa de campo, realizada em diversas etapas no Município de Balneário Camboriú, entre os meses de dezembro de 2007 a março de 2008 e dezembro de 2008 a março de 2009, períodos estes em que tanto os Guarani quanto os Kaingang são vistos em maior número em diversos pontos da cidade, realizando a comercialização do seu artesanato. A pesquisa de caráter qualitativo propôs-se a coletar as informações por meio de entrevistas semiestruturadas (MINAYO, 1998). Nestas, buscou-se identificar as concepções dos próprios indígenas sobre o processo de comercialização do artesanato, respaldando-se no conceito de “representações sociais”, tal como preconiza Moscovici (2003), cujos procedimentos teórico-metodológicos foram referendados por Jodelet (2001), entre outros autores.

Para Moscovici (2003, p. 21), representações sociais se tratam de um sistema de valores, ideias e práticas, cuja função é estabelecer uma ordem, possibilitando às pessoas orientar-se em seu mundo material e social e, também, comunicar-se com os membros de uma comunidade, fornecendo-lhes um código para nomear e classificar, sem ambiguidade, os vários aspectos de seu mundo e da sua história

individual e social. Com esta perspectiva, conferiu-se o que pensam e quais os significados atribuídos pelos indígenas sobre as práticas da comercialização do artesanato em Balneário Camboriú, o que valorizam e o que repudiam nessa atividade.

O diagnóstico da situação dos grupos indígenas que comercializam seus produtos no Município de Balneário Camboriú é fundamental, considerando que há poucos estudos em Santa Catarina sobre essa problemática e, ainda, por se tratar de uma população cujas características etnoculturais demandam compreensão em suas especificidades.

Neste sentido, o presente estudo poderá contribuir para que as reivindicações dos indígenas, ao serem identificadas, possam orientar o poder público com o propósito de minimizar as possíveis dificuldades vividas e experienciadas por estes grupos que circulam no espaço urbano de Balneário Camboriú. Além disso, poderá contribuir para a elaboração e a implementação de políticas públicas voltadas para o atendimento dessa população que apresenta a especificidade da identidade étnica e da diversidade da cultura, como suas particularidades. Diferenciada, portanto, em sua organização social e política, em suas características culturais, valores simbólicos, os grupos indígenas apresentam demandas ao poder público municipal, os quais exigem atividades e programas em que sejam respeitadas as suas especificidades socioculturais.

Balneário Camboriú: especificidades do contexto da pesquisa

Balneário Camboriú tem seus limites marcados ao norte pelo Município de Itajaí, ao sul pelo Município de Itapema, ao leste encontra-se o Oceano Atlântico e ao oeste o Município de Camboriú. Por se tratar de um município essencialmente urbano, está recortado por ruas e avenidas, destacando-se como as duas principais avenidas da cidade: Avenida Atlântica e Avenida Brasil.

Balneário Camboriú, assim como todo o litoral brasileiro, foi preliminarmente ocupado por grupos indígenas, ocupação esta

comprovada pelos inúmeros sambaquis, cujos sítios arqueológicos remontam há, pelo menos, cinco mil anos (REIS, 2004). Tais sítios são constituídos por conchas de moluscos, restos de outros animais e por artefatos que serviam para a produção dos alimentos desses grupos.

Entretanto, há que se considerar que novas levas de populações habitaram a região em tempos diversos, até que os primeiros viajantes e colonizadores de origem europeia também se fizeram presentes na localidade, conforme registra Santos (2004). Assim, o espaço territorial que hoje compõe o Município de Balneário Camboriú foi, no passado, ocupado por grupos pré-colombianos que viviam nos arredores da Praia de Laranjeiras, da qual extraíam os pescados e os moluscos que compuseram os sambaquis registrados por Rohr (1984).

O povoamento pelo europeu colonizador do município teve início por volta de 1758, (IBGE, 2010), cujas famílias procedentes de Porto Belo foram atraídas pela fertilidade do solo e pelo clima agradável da região.

Balneário Camboriú manteve uma vida pacata até meados do século passado, com uma população que vivia da atividade pesqueira e da agricultura, atividades essas voltadas quase que exclusivamente para o sustento de suas famílias (FUCHS, 2000).

A partir do século XX, mais especificamente na década de 1930, essa realidade começou a mudar com a presença de famílias que, na condição de veranistas, foram atraídas pelas belezas naturais apresentadas pela localidade. Entre os anos de 1950 e 1960, famílias procedentes do Vale do Itajaí também acorreram para Balneário Camboriú, ao descobrirem a balneabilidade de suas águas quentes, que se destacam por esta característica na região litorânea catarinense.

Localizada na faixa central do litoral catarinense, é considerada uma das praias mais famosas do sul do Brasil, apresentando, na atualidade, intenso movimento de turistas durante todo o ano. O fluxo de turistas intensifica-se principalmente no fim do ano, período em que coincidem as férias escolares com a estação do verão. Em outros períodos do ano o volume de turistas é também considerável, dado ao turismo da terceira idade, centradamente sul-americanos, principalmente argentinos e visitantes de diversas procedências do

nosso país.

A população local, segundo dados do IBGE (2010), é de aproximadamente 108.000 habitantes, variando no período de veraneio para um milhão de pessoas. Considerando que o potencial urbano se encontra restrito ao espaço territorial de 46 km², esse aumento populacional altera significativamente o uso dos espaços que compõem o Município de Balneário Camboriú, cuja área territorial não apresenta características de ocupação rural, uma vez que todo o município encontra-se dentro das configurações urbanas.

O exíguo espaço territorial e a atraente orla marítima estimularam o processo de verticalização de suas edificações com o propósito de atender à demanda turística, tornando essa cidade uma das maiores do estado catarinense em número de prédios para o restrito espaço territorial municipal.

A excessiva verticalização de suas edificações, aliada à falta de planejamento urbano, revela que não houve, por parte do poder público, uma preocupação com a grande presença de veranistas, permitindo, assim, a sua ocupação territorial de forma desordenada, com prédios que sombreiam a orla marítima ou com pequenas ruelas que impedem o bom andamento do trânsito. Além disso, do ponto de vista ambiental, também não houve empenho no sentido de dar um destino adequado à produção de lixo de seus moradores e também da população que, anualmente, passa suas férias nesta cidade⁶.

As principais avenidas supracitadas se apresentam como espaços voltados para o consumo, seus transeuntes são estimulados a consumir pelas vitrines que esbanjam luxo, produtos requintados, vistos comumente nos *shopping centers*, mas que em Balneário Camboriú estão em lojas dispostas ao longo das avenidas da cidade. A exposição de produtos estimula a possibilidade de compra por parte de qualquer transeunte que circula por essas avenidas, considerando que há produtos para todas as classes sociais expostos por toda a cidade.

Enquanto a Avenida Brasil apresenta produtos e bens duráveis; a Avenida Atlântica, que circunda toda a orla marítima, concentra grande número de restaurantes, bares, lanchonetes, quiosques, casas

noturnas, viabilizando a qualquer visitante a possibilidade de se alimentar e divertir-se, independente de sua condição financeira. Confirmando o que disse Macedo (1986) a despeito das praias, é um espaço que “promove uma relativa igualdade” como espaço público, contudo, “[...] há um reconhecimento mútuo das distinções” entre os frequentadores das diferentes classes sociais, dos membros das diversas culturas. É um espaço que revela as hierarquias da sociedade em seus diversos aspectos, sejam eles culturais ou socioeconômicos.

Em decorrência da infinidade de produtos oferecidos, há, também, demanda de mão-de-obra para a execução de inúmeros serviços ofertados pelos hotéis, restaurantes, casas noturnas, passeios turísticos etc. Por esta razão atrai, além dos turistas, trabalhadores não só de cidades do estado catarinense, mas, principalmente, dos estados vizinhos: Paraná e Rio Grande do Sul. Esses migrantes trabalhadores têm se estabelecido em bairros periféricos. Muitos deles foram atraídos pela possibilidade de executar serviços temporários no período do verão, mas acabaram se estabelecendo definitivamente, o que demanda do poder público municipal a ampliação de investimentos em educação, saúde, infraestrutura etc.

Os bairros periféricos, diferentemente do centro urbano, apresentam uma relativa tranquilidade, mas também alguma degradação social, dada a presença do tráfico de drogas. Registre-se, ainda, que essa dinâmica populacional, ao transformar a localidade em um conglomerado de turistas e trabalhadores de outras regiões, descaracteriza a localidade em termos de traços culturais tradicionais, tal como foi registrado por Reinert (2005) referente às práticas de pescadores tradicionais.

Balneário Camboriú é considerada uma ótima cidade para se viver, como indica o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), que a colocou entre as dez melhores cidades do Brasil, ocupando a sétima colocação, segundo o censo de 2000, o que a torna um grande atrativo para investidores e para a fixação de moradores.

E é para esta cidade movimentada por turistas durante todo o ano que os Kaingang se dirigem para comercializar seu artesanato. Provenientes de diversas aldeias de Santa Catarina, Paraná, mas

principalmente do Rio Grande do Sul⁷, permanecem em suas ruas durante todo o período de veraneio.

O território: história, conceitos e significados

Os Kaingang habitavam toda a região centro oeste dos estados que correspondem a São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, mas, atualmente, estão restritos em sua maioria a exíguos espaços de terra, identificados como Terras Indígenas, embora numericamente se constituam em um dos maiores povos indígenas do país. Sua população, segundo Nacke (2007, p. 33), é de vinte e cinco mil habitantes, que se encontram localizados em espaços urbanos ou em áreas indígenas que apresentam situação legal diferenciada nos referidos estados⁸. Aqueles que vivem em centros urbanos não recebem a mesma assistência dos órgãos responsáveis, sendo considerados “índios desaldeados”, denominação esta atribuída pela FUNAI para caracterizar aqueles indígenas que não vivem dentro das Terras Indígenas demarcadas pelo Estado brasileiro.

A denominação Kaingang, conforme Nacke (2007), foi atribuída por Telêmaco Morocines Borba em 1822, a fim de diferenciá-los dos Guarani. Na língua dos próprios Kaingang esse nome significa “povo do mato”. A língua deste povo é uma das características mais importantes dentro de sua cultura, a qual é mantida na atualidade em praticamente todas as Terras Indígenas.

O contato interétnico ocorre entre diferentes grupos ou pessoas que diferem dos seus. Entre os grupos indígenas brasileiros, esse contato ocorreu por meio da modernização dos transportes e das expansões das civilizações, sendo, portanto, um movimento identificado entre grupos distantes do “mundo civilizado” (OLIVEIRA, 1976). O conceito de grupo étnico nos auxilia na compreensão de diversos aspectos por meio dos quais as pessoas partilham de uma mesma cultura, tal como define Barth:

Grupo étnico é todo aquele que: en gran medida se autoperpetúa biológicamente; comparte valores culturales fundamentales realizados con unidad

manifiesta en formas culturales; integra un campo de comunicación e interacción; cuenta con miembros que se identifican a si mismos y son identificados por otros y que constituyen una categoría distinguible de otras categorías del mismo orden (BARTH, 1976. p. 11).

A noção de identidade contrastiva está na essência da identidade étnica e esta se define na forma pela qual nos afirmamos uns diante dos outros, ou seja, essa é marcada pela contrastividade e pela diferenciação que estabelecemos em relação a alguma pessoa ou grupo com o qual/ou os quais nos defrontamos, como ressalta Oliveira (1976).

O processo de autoidentificação pode ser marcado por tipos de situações de contato, como caracterizou Oliveira (1976). A primeira delas são as relações intertribais que, segundo o próprio autor, talvez permaneçam apenas como figura teórica. A segunda “corresponde à emergência de sistemas de estratificação, ou seja, o status, tendo como o diferencial a categoria étnica dos indivíduos ou grupos de contato” (1976, p. 24) e, o terceiro tipo é o contato interétnico, que se dá por meio do contato entre índios e “brancos”.

Os primeiros relatos sobre o contato entre os “brancos” e os Kaingang são datados da época de 1626 e 1630, estabelecidos pela instalação das “reduções jesuíticas” que se estabeleceram no oeste do Paraná (ALMEIDA, 2004, p. 25).

Os jesuítas, por meio do trabalho de catequização dos indígenas, acreditavam que os tornariam “pessoas pacíficas”. Para além desse propósito, não se pode deixar de mencionar que a catequização realizada pelos jesuítas era também de interesse do governo central, uma estratégia que via na pacificação desses povos um projeto de ocupação territorial para o qual recomendava a entrada de europeus, principalmente, na região sul do país.

Outra estratégia utilizada pelo governo central para a pacificação dos indígenas e para abrir caminho para a colonização estrangeira foi colocar um grupo indígena contra o outro grupo, como descreveu Renk:

Os paulistas utilizaram-se da estratégia de dividir para

governar. Jogavam uma fração indígena contra a outra. Uma fração foi aliciada, a dos índios catequizados, estimulando o confronto da população indígena entre si, ou seja, os mansos versus os arredios, e coroados (Kaingang) versus Xoklens (Botocudos). Como resultado ocorreu a expropriação de terras indígenas, e parte dessa população foi dizimada (RENK, 2007, p. 19-20).

O governo, ao utilizar essa estratégia, proporcionou um vazio demográfico neste espaço, que, posteriormente, foi ocupado pelos imigrantes europeus, restando aos sobreviventes indígenas poucas terras.

Neste contexto, o conceito de território, ainda que visto por diferentes perspectivas teóricas, nos permite compreender o processo de constituição dos mesmos, bem como os seus significados atribuídos pelos Kaingang ao longo do processo histórico. Assim, para a Geografia, mais especificamente por meio das ideias de Milton Santos, tem-se que:

O território em que vivemos é mais que um simples conjunto de objetos, mediante aos quais, trabalhamos, circulamos, moramos, é também um dado simbólico [...]. A territorialidade não provém do simples fato de viver num lugar, mas da comunhão que com ele mantemos. (SANTOS, 2000, p. 61-62).

Sobre o conceito de território, Haesbaert ressalta que:

A começar pelo simples fato de que o próprio conceito de sociedade implica, de qualquer modo, sua espacialização ou, num sentido mais restrito, sua territorialização. Sociedade e espaço social são dimensões gêmeas. Não há como definir o indivíduo, o grupo, a comunidade, a sociedade sem ao mesmo tempo inseri-los num determinado contexto geográfico, territorial (HAESBAERT, 2004, p. 20).

Haesbaert aprofunda sua análise, identificando as três vertentes do conceito de território, que seriam:

- política [...] a mais difundida, onde o território é visto

como um espaço delimitado e controlado, através do qual se exerce um determinado poder, na maioria das vezes – mas não exclusivamente – relacionado ao poder político do Estado.

- cultural [...] prioriza a dimensão simbólica e mais subjetiva em que o território é visto, sobretudo, como o produto da apropriação/valorização simbólica de um grupo em relação ao seu espaço vivido.

- econômica [...] menos difundida, enfatiza a dimensão espacial das relações econômicas, o território como fonte de recursos e/ou incorporado no embate entre classes sociais e na relação capital-trabalho, como produto da divisão “territorial” do trabalho, por exemplo (HAESBAERT, 2004, p. 40).

Paul Little, em uma perspectiva antropológica, definiu território aos seguintes termos:

Defino a territorialidade como o esforço coletivo de um grupo social para ocupar, usar, controlar e se identificar como uma parcela específica de seu ambiente biofísico, convertendo-a assim em seu ‘território’ [...]. O fato de que um território surge diretamente das condutas de territorialidade de um grupo social implica que qualquer território é um produto histórico de processos sociais e políticos (LITTLE apud RENK, 2007, p. 16-17).

Assim, o que se constata é que os limites territoriais demarcados pelos “brancos”, – cuja resistência cultural por parte dos indígenas incorpora, na perspectiva de Bourdieu (1989), um significado signifiante, ou seja, o espaço territorial indígena é concebido, cosmologicamente, por seus mitos de origem e, concretamente, por suas perambulações e migrações – são impostos desconsiderando aspectos culturais estruturantes da cultura Guarani. Nessa perspectiva, ainda, fazem sentido os significados compartilhados socialmente (GEERTZ, 1978) na significação dos contextos e das práticas de ocupação de áreas que se refletem na sustentação da própria cultura.

O território, para os Kaingang, como ressalta Aresi, “não representa apenas uma porção do espaço politicamente delimitado e com fronteiras estanques, mas um espaço permeado de símbolos e significados pertinentes ao grupo como, por exemplo, os cemitérios

onde estão enterrados seus antepassados” (2008, p. 265). Os Kaingang, semelhantes a outros grupos indígenas, possuem uma forte identidade com a terra, o que a torna sagrada. Entendem que onde nasceram e estão inseridos deve ser mantido e preservado, porque é neste espaço que seus ancestrais enterraram seus umbigos e seus mortos, da mesma forma que eles um dia o farão. Portanto, a terra apresenta significados simbólicos que possibilitam manter e reproduzir os laços sociais que compõem a sua organização social.

Para Nacke (2007, p. 38), as Terras Indígenas Kaingang viabilizam a manutenção de uma rede de sociabilidade, nas quais os indivíduos circulam e constituem relações. Estas andanças entre as TIs Kaingang muitas vezes são motivadas por visitas a parentes, busca de trabalho, casamento, refúgio, ou então, quando alguma situação política ou econômica se torna insustentável na terra de origem. A circulação ocorre também quando esses indivíduos saem para comercializar seu artesanato e acabam, desta maneira, acampando em terrenos baldios, em acampamentos improvisados, em prédios abandonados, ou, ainda, alojados precariamente nas rodoviárias das cidades.

No passado, o extenso território que os Kaingang dispunham estava repleto de recursos naturais variados e abundantes que garantia a subsistência do grupo (NACKE, 2007), em cujas terras desenvolviam as atividades agrícolas organizadas em torno do grupo doméstico⁹ e realizadas por todas as famílias Kaingang.

Nacke analisa a constituição das reservas indígenas Kaingang, destacando que:

Num primeiro momento, a criação das reservas indígenas permitiu, em parte, a continuidade do modelo de subsistência tradicional Kaingang. Muito rapidamente, entretanto, seu modo de vida tradicional foi inviabilizado pela redução significativa das terras e recursos naturais a que tinham acesso tanto nas áreas oficialmente a eles reservadas quanto nos espaços que conseguiram assegurar nos interstícios das terras adquiridas pelos colonos. A destruição da mata implicou no desaparecimento da fauna e flora a ela associada, assim como a poluição dos rios, tornou escassos os peixes. Os Kaingang continuaram a cultivar o milho, e os outros produtos da sua tradição, usando

a tecnologia tradicional (NACKE, 2007, p. 39).

Atualmente, as condições de sobrevivência das famílias indígenas localizadas nas áreas indígenas são bastante difíceis, em decorrência da profunda alteração do ecossistema local. A exploração levada a efeito muitas vezes pelo próprio órgão de assistência teve como consequência a extinção praticamente total dos recursos naturais que a área apresentava, o que provocou mudanças profundas no modo de vida Kaingang. Mas os indígenas não assistiram passivamente à destruição de seu patrimônio florestal, manifestaram em diferentes ocasiões sua indignação e seu inconformismo pela exploração desenvolvida pelo órgão de assistência (NACKE; BLOEMER, 2007).

Não se pode deixar de mencionar, portanto, que a alteração ambiental afetou diretamente o modo de subsistência tradicional desse povo, que se encontrava baseado na coleta e na caça, enquanto a horticultura era considerada uma atividade secundária. De acordo com Meliá:

Não parece haver no sistema atual Kaingang quase nenhuma continuidade com o sistema tradicional. Talvez por dois motivos: o primeiro é ecológico, fruto da redução das áreas de coleta e caça; e o segundo, é fruto da pressão da ideologia envolvente que não reconhece a coleta e a caça como importantes no processo produtivo. Conseqüentemente ocorreu o avanço da dependência da agricultura¹⁰.

Desaparecida quase totalmente a possibilidade da prática da caça e da coleta, restou aos Kaingang, além da prática agrícola para o sustento das famílias, a venda da sua força de trabalho, executando serviços para os regionais como diaristas ou comercializando seu artesanato em centros urbanos (NACKE; BLOEMER, 2007). Não é, portanto, sem razão, que, segundo Aresi, “é no território que os povos indígenas possuem seu maior campo de lutas e de resistência” (2008, p. 265).

Os Kaingang têm a concepção de que o território também ultrapassa as fronteiras das terras a eles destinadas pelo Estado Brasileiro. Como ressalta Tommasino, o território Kaingang:

comporta vários grupos locais onde se distribuem parentes e afins. Nesse espaço físico, grupos familiares (extensos ou não) e pessoas se movem constantemente, formando uma ampla rede de sociabilidade cujos indivíduos compartilham uma experiência histórica e se consideram partícipes da mesma cultura. Unificados, portanto, uma consciência mítica, histórica e étnica. Essa rede configura o todo social que expressa a unidade sócio-política mais ampla (TOMMASINO, 1995, p. 290).

A rede de sociabilidade se estende por territórios diversos, por motivos já apontados, entre os quais a comercialização do artesanato e, neste caso, inclusive para outros estados, chegando os Kaingang de aldeias do Estado do Rio Grande do Sul até Santa Catarina, principalmente aos municípios de Florianópolis e Balneário Camboriú.

Os significados, a produção e a comercialização do artesanato Kaingang

A maior parte dos Kaingang que se dirige a Balneário Camboriú é oriunda da aldeia do Iraí, localizada no noroeste do Rio Grande do Sul. Além de Balneário Camboriú, os Kaingang também se dirigem para algumas cidades litorâneas dos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Em Balneário Camboriú, os Kaingang realizam a comercialização do artesanato há, aproximadamente, dez anos. Entretanto, no presente trabalho, apresentamos dados etnográficos referentes apenas às temporadas de veraneio de 2008 e 2009.

Não se pode deixar de mencionar, entretanto, que em situação de contato permanente os indígenas desenvolveram estratégias e formas de expressar a sua autoidentificação, como destaca Vidal (1992):

Que o contato intenso com outras culturas pode resultar num estímulo para o desenvolvimento das manifestações culturais (grafismos, pintura corporal, artesanato) por parte dos indígenas e o surgimento de uma necessidade de afirmação de sua identidade cultural. Desta forma, a cultura vista como capital simbólico permite a resistência de determinado grupo

às tentativas de dominação impostas pela sociedade dominante (VIDAL apud ARESI, 2008, p. 271).

Do ponto de vista de Vidal (1992), pode-se inferir que o artesanato traz no seu bojo uma forma de resistência das culturas indígenas, por meio do qual reafirmam sua identidade perante o grupo dominante, no caso, os “brancos”.

O artesanato, por sua vez, pode ser concebido como: “Quase tudo que é produzido à mão, de modo rudimentar, pelos indígenas, mas também por outros, com formas que evocam a iconografia pré-colombiana ou que simplesmente sugerem ‘antiguidade’ ou ‘primitivismo’” (CANCLINI, 1983, p. 53).

Nesta mesma perspectiva, quase tudo o que os indígenas produzem pode ser identificado como artesanato, cumprindo as “[...] três funções: diferenciar o mundo dos homens [...] dos bichos; aquela comunidade étnica de todas as outras e dar aos homens coragem e alegria de viver” (RIBEIRO, 1987, p. 31). Assim, a confecção de utensílios para a manutenção de suas roças de subsistência, a confecção de materiais para efetuarem a caça e a pesca dentro de seus territórios, ou ainda, os ornamentos utilizados nos ritos estão repletos de elementos que identificam, internamente, os membros de uma dada aldeia e, externamente, diferenciam-se dos demais grupos étnicos. De outro modo, independente do caráter utilitário ou ritualístico, o artesanato está repleto de significados significantes (BOURDIEU, 1989) presentes na vida de grande parte dos grupos indígenas.

Concordando com Vives:

[...] o papel fundamental do artesanato – seu valor absoluto: testemunhar a vida, dar peso, importância, felicidade ao cotidiano, seja ela eficácia mágica atribuída aos objetos rituais e de adorno, seja pela própria utilidade intrínseca das peças destinadas à facilitação do existir. Tais objetos devem continuar sendo mágicos, belos e úteis, vivos existentes. [...] é imprescindível que mantenham integralmente uma reunião de signos, que [...] possam seguir prestando o serviço de representarem referências identificadoras. (VIVES, 1983, p. 147).

Portanto, o artesanato compõe um dos sinais diacríticos que marca a identidade de um determinado grupo, cujos elementos culturais materiais ou simbólicos possibilitam marcar a autoidentificação diante do outro. Assume significados em seus contextos específicos, ou seja, seguem normas e regras de produção que diferem de acordo com os destinos que terão. Por exemplo, um ornamento produzido para a comercialização recebe tratamento diferenciado daquele que se destina ao uso ritual do grupo. Mas isso não impede que as peças destinadas à comercialização tragam no seu bojo a organização da produção tal qual as destinadas ao ritual.

No ano de 2008, os Kaingang realizaram a comercialização de seu artesanato em uma “Feira de Arte e Artesanato”, que se localiza na Avenida Alvin Bauer, especificamente na “Praça Higino Pio”, também denominada de “Praça da Cultura”. Neste ano, o comércio de artesanato foi realizado por doze famílias Kaingang, todas oriundas da Aldeia do Iraí.

O espaço na “Feira de Arte e Artesanato” localizada na Praça Higino Pio, na qual os Kaingang comercializaram seu artesanato, foi cedido, segundo os próprios Kaingang, pela Prefeitura Municipal de Balneário Camboriú. Para obter tal concessão, os Kaingang se deslocam, previamente, da aldeia por volta do mês de agosto, a fim de negociar junto à Prefeitura de Balneário Camboriú um local onde podem comercializar seu artesanato. Esse espaço vinha sendo cedido na Praça Higino Pio, mas no ano de 2009 houve algumas modificações, como veremos a seguir.

Nesta praça existiam teoricamente duas feiras de artesanato: uma composta por artesãos da região, que comercializam produtos que não se assemelham ao artesanato dos Kaingang, e a outra feira compunha-se do artesanato confeccionado e comercializado pelos Kaingang. Embora os artesãos estivessem juntos, ainda assim se podia conferir uma separação espacial entre ambos, ou seja, as “barracas” dos Kaingang estavam distribuídas em ambos os lados de um espaço que se configurava uma “rua”, possibilitando ao transeunte observar todas as barracas Kaingang em seu percurso, e, em outra rua, os demais artesãos.

No ano de 2009, diferentemente dos anos anteriores, a administração municipal instalou a Feira de Arte e Artesanato, mas não promoveu eventos turísticos semanais naquela praça, o que diminuiu a circulação de pessoas no local destinado à feira. Isso se deveu às chuvas de novembro de 2008 que atingiram o Estado de Santa Catarina, provocando a grande enchente, reduzindo drasticamente o número de turistas nas ruas de Balneário Camboriú. A falta de atrações culturais na Feira de Arte e Artesanato repercutiu, diretamente, na falta de movimento de turistas naquele espaço, ocasionando a indignação de alguns Kaingang, como expressou um indígena Kaingang: *“Aqui na praça esse ano só tem movimento de ‘madame’ passeando com o cachorrinho”*, referindo-se ao fraco movimento na feira da Praça Higino Pio.

O precário movimento na feira da Praça Higino Pio acarretou a mudança do local de comercialização dos Kaingang, que vendo o movimento e o fluxo de pessoas que circulavam pela Avenida Brasil, reivindicaram junto à prefeitura a autorização para comercializar seu artesanato em frente ao Shopping Atlântico. Assim, no espaço da Praça Higino Pio, em 2009, só permaneceu um Kaingang que afirmou: *“Só fico aqui porque sou teimoso”*, referindo-se ao pouco movimento de turistas naquele local.

Ao iniciarem a comercialização em 2009 em frente ao Shopping Atlântico, a Prefeitura Municipal de Balneário Camboriú interferiu e negociou com os Kaingang para que realizassem um revezamento entre as famílias. Neste acordo, regia-se que somente cinco famílias¹¹ por dia poderiam comercializar seus produtos naquele local. As famílias, impedidas de comercializar o seu artesanato em frente ao shopping, buscaram em outros municípios a possibilidade de comercializarem seus produtos, transportando-se para os municípios de Bombinhas, Porto Belo e Itapema, todos próximos à Balneário Camboriú. Ressalte-se que nestes municípios há grande presença de turistas estrangeiros que chegam ao local por meio de “cruzeiros marítimos”. Os próprios indígenas registraram o quanto o seu artesanato é apreciado por este público, o que facilita a sua comercialização.

Mesmo com o número de turistas reduzido na cidade em 2009 em relação ao ano anterior, as expectativas dos Kaingang relativas à venda do artesanato eram as melhores possíveis. A esperança em relação à temporada de 2009 estava justamente na data do carnaval, que se deu tardiamente, no final de fevereiro e começo de março, dando aos Kaingang praticamente mais um mês de comercialização, considerando que costumam regressar à aldeia ao término do carnaval. Esta também é a data que, em geral, marca o fim do movimento intenso de turistas e o início das aulas escolares para grande parte das crianças e jovens brasileiros.

As famílias Kaingang que se fizeram presentes em ambos os anos em que realizamos as entrevistas eram constituídas por mães, pais e filhos, todos presentes no ato da comercialização. Enquanto as crianças brincavam entre si, os mais jovens ajudavam seus pais e suas mães na confecção de algumas peças de artesanato. As mulheres, por sua vez, faziam as tranças do “*tererê*”, uma espécie de adorno colocado no cabelo. A presença do grupo familiar servia, também, de estratégia para chamar a atenção dos transeuntes. Aos homens cabia a execução de todo o ato da comercialização; eram eles que lidavam com o dinheiro e com as negociações dos compradores que circulavam pela feira.

As famílias Kaingang possuíam sua própria “barraca” e estas eram semelhantes entre si, constituídas por uma mesa, na qual os Kaingang estendiam um pano e colocavam seu artesanato à mostra. A barraca, estruturada em uma armação coberta com uma lona branca, lhes abrigava do sol, fornecendo a sombra e protegendo-os das eventuais chuvas. Sob estas barracas também havia cadeiras de praia, nas quais permaneciam sentados descansando, quando o movimento de transeuntes na feira era pequeno; ou adornando os cabelos com o “*tererê*”, cujo custo era de dez reais.

As “barracas” apresentavam o artesanato aparentemente de forma padronizada. Compunha-se de “colares” produzidos com sementes nativas de sua Terra Indígena, mas também se podiam identificar colares confeccionados com sementes trocadas com outros povos indígenas¹² e colares produzidos com materiais industrializados, que

são adquiridos pelos Kaingang.

As pulseiras são produzidas com sementes de plantas nativas das TIs e também com taquara. Os Kaingang expõem, ainda, zarabatanas; arcos e flechas; cestos; leques, produzidos em taquara; anéis, produzidos em coco e em taquara e também algumas ocarinas¹³, as quais foram trocadas com os povos Quéchuas do Peru, que passaram por Balneário Camboriú no ano de 2009.

A troca de sementes e de materiais para a confecção do artesanato ocorre com frequência com indígenas de outras etnias, cujas permutas propiciam o uso de matérias-primas ou peças confeccionadas com materiais que não existem em suas aldeias ou região. Entre as peças, os Kaingang trocam os braceletes confeccionados em taquara, por matérias com as quais eles criam e confeccionam novas peças. Exemplo dessa prática pode ser constatada no uso de sementes de açaí, trocadas principalmente com os povos do Mato Grosso e Tocantins. Os Kaingang não conseguiram lembrar os nomes dos povos indígenas com os quais haviam efetuado as trocas, mas detalharam como se sucederam as trocas.

Para os Kaingang, a troca de produtos com outros grupos indígenas de regiões distantes torna-se um atrativo para os compradores, por se tratar de um produto diferente, que nunca fora visto na localidade ou região, ou seja, trata-se de uma novidade que é valorizada, quando confeccionam suas peças com-matérias primas que eram desconhecidas pelos compradores de seu artesanato. A permuta de peças ou a troca de técnicas e conhecimentos sobre a apropriação e o domínio de matérias-primas entre os povos indígenas já foram registradas por pesquisadores, não sendo, portanto, uma novidade para estes povos (RAMOS, 1980; DORTA, 1981; VIVES, 1983; RIBEIRO, 1987).

Na apresentação do artesanato, os Kaingang exploram de forma bastante apropriada o contraste da cor do pano no qual expõem as peças artesanais. Em geral, o pano sobre o qual são colocadas as peças é de cor escura e forte, como preto e vermelho, ressaltando e assim valorizando a multicoloração das peças.

As peças artesanais Kaingang também apresentam variação em

seus preços de acordo com o tamanho e com a complexidade na elaboração. Os colares variam seus preços entre dez e vinte reais, dependendo do tamanho; enquanto os braceletes são comercializados a um preço que varia de oito a quinze reais, dependendo da dificuldade da trama. Os arcos e flechas são comercializados juntos e variam de cinco a vinte reais, dependendo de seu tamanho; as zarabatanas, por sua vez, custam em média dez reais. Os anéis de coco e de taquara são comercializados a dois reais cada um. Os cestos variam de vinte a trinta e cinco reais, dependendo do tamanho e da dificuldade da trama. Os colares confeccionados com matérias-primas compradas em centros urbanos variam de cinco a dez reais, as pulseiras confeccionadas com os mesmos materiais custam dois reais em média.

Alguns dos materiais utilizados na confecção dessas peças ornamentais são adquiridos, segundo os Kaingang, em casas comerciais próximas da aldeia do Iraí. Adquirem grandes quantidades de miçangas, sementes, elásticos etc., a preço de atacado, devido ao grande número de peças que eles confeccionam no decorrer de todo o ano. Não revelaram, entretanto, o custo desse material, mas foram insistentes em afirmar que se trata de um material barato e que: *“Compramos de quilo, por isso é barato”*.

Os Kaingang optam por comercializar o artesanato em Balneário Camboriú, na temporada de verão, pois, segundo eles, é nesta época que há maior fluxo de turistas em todas as praias. Além disso, suas crianças também se encontram em férias e podem acompanhá-los.

Na informação de uma liderança Kaingang que se fazia presente no Município de Balneário Camboriú no ano anterior, em 2008, o dinheiro arrecadado com a venda do artesanato, em parte, seria destinado para as crianças frequentarem a escola¹⁴.

Além da perspectiva de arrecadar recursos para as necessidades do grupo, esta mesma liderança também atribui à comercialização do artesanato uma significação especial na medida em que a relaciona com a possibilidade de divulgar a cultura Kaingang. Para um dos Kaingang entrevistados, os “brancos” não sabem diferenciar um índio Guarani de um Kaingang ou ainda de um Xokleng, ressaltando que a

nossa educação é simplesmente genérica sobre índio, desconhecendo toda a diversidade cultural existente no Brasil, que é também indígena. Esse desconhecimento, em sua opinião, acarreta preconceito em relação aos indígenas, já que, para os “brancos”, índio é aquele que “vive na mata, anda nu e mora em ocas”. Este pensamento é responsável pelo estranhamento que se faz presente entre os não-indígenas, quando se deparam com os indígenas em centros urbanos.

Os Kaingang saem da aldeia do Iraí para comercializar seu artesanato desde a década de 1970, à época deixando a aldeia na carroceria de um caminhão e se dirigindo às cidades do litoral de Rio Grande do Sul para realizar essa atividade. Para os próprios Kaingang, as primeiras comercializações foram ruins, porque desconheciam o período de maior presença de turistas nas cidades litorâneas. Com o passar dos anos, entretanto, como dizem: *“Nós fomos aprendendo qual a melhor época para comercializar o artesanato”*.

A organização da comercialização do artesanato pelos Kaingang do Iraí obedece a alguns procedimentos preliminares. Assim, organizam, ainda no interior da aldeia, a “excursão”¹⁵, que se compõe por várias famílias Kaingang, cujo objetivo é comercializar o artesanato em determinado centro urbano. Estas excursões têm como destino os seguintes municípios: Cassino (RS), Torres (RS), Florianópolis (SC) e Balneário Camboriú (SC). Trata-se de municípios que, por sua balneabilidade, apresentam o fluxo de grande número de turistas durante a temporada de verão. O preço pago individualmente para o transporte até Balneário Camboriú é de setenta e cinco reais de ida e o mesmo preço para a viagem de volta, ambas com uma duração de quinze horas, segundo os próprios Kaingang.

Os indígenas responsáveis pela organização das “excursões” são também responsáveis pela organização do acampamento onde deverão residir durante a permanência no centro urbano no qual comercializarão seu artesanato. Com tal perspectiva, entram em contato com os gestores públicos dos respectivos municípios, com o intuito de firmar acordos e obter autorizações para acampar e realizar a comercialização do artesanato. Esses acordos podem ser identificados como um traço típico das relações políticas na

organização social dos Kaingang¹⁶, por meio dos quais obtêm condições menos desfavoráveis no interior do centro urbano, se comparado com os Guarani, que também comercializam artesanato neste mesmo centro urbano.

Além disso, os organizadores são responsáveis também por todos os indígenas que estão no acampamento, porque *“se alguém aprontar, não vem mais”*, afirma um dos entrevistados referindo-se aos próprios Kaingang em relação a possíveis problemas que possam ocorrer com os indígenas no período em que estão nos centros urbanos. Por isso são controlados no embarque da excursão, para a qual necessitam de autorização do responsável para realizar a viagem no ônibus fretado. Alguns referiram-se a problemas relacionados, em geral, ao consumo de bebidas alcoólicas e sobre eventuais roubos de artesanato.

No ano de 2008, os Kaingang estiveram acampados às margens da rodovia BR 101 no Município de Balneário Camboriú, em um terreno cujo local fora uma churrascaria conhecida por *“Ataliba”* e que se encontrava abandonada. No espaço que se constituía a parte interna da churrascaria, alguns Kaingang estenderam seus colchões, enquanto no espaço destinado anteriormente ao estacionamento os indígenas fizeram o seu fogo de chão para cozer os seus alimentos. Neste mesmo espaço montaram duas barracas apoiadas em madeira e as cobriram com uma lona preta. Ao redor desdas barracas alguns Kaingang confeccionavam peças de artesanato a serem comercializadas no centro urbano de Balneário Camboriú. No dia da nossa visita ao acampamento, os Kaingang receberam um telefonema da Fundação Nacional da Saúde (Funasa), que havia lhes prometido colocar banheiros móveis. Segundo um representante dos Kaingang, já haviam se passado vinte dias de seu acampamento no local e só agora a Funasa providenciaria a colocação dos banheiros.

No ano de 2009, não conseguimos visitar o acampamento Kaingang, mas fomos informados de que estiveram acampados no Bairro Monte Alegre, localizado no Município de Camboriú, aproximadamente a 15 km de Balneário Camboriú. Segundo informações dos Kaingang, o local era um terreno desocupado, no qual armaram suas barracas e montaram o seu acampamento. Na instalação dos acampamentos,

cada família é responsável por trazer o seu fogão, o botijão de gás, a sua barraca e os utensílios necessários à sua estadia durante os meses que permanecem nesses centros urbanos.

Para a locação do terreno onde fora instalado o acampamento, os Kaingang conseguiram recursos fornecidos pela FUNAI, mediante a apresentação de um projeto que fora enviado para o órgão, solicitando verba para o aluguel do terreno em determinada cidade. No caso da aprovação do projeto, o dinheiro é remetido aos indígenas e eles próprios fazem a locação do local onde será montado o acampamento.

Durante o período em que comercializam o artesanato, o trajeto realizado pelos indígenas do acampamento ao centro de Balneário Camboriú e seu retorno ao acampamento é percorrido diariamente de táxi. Realizam um acordo com um taxista, cujo valor é previamente estipulado para que o mesmo se comprometa a realizar o transporte durante todo o período em que os Kaingang se encontram na localidade. Segundo informações de um dos Kaingang, *“Só de nós o taxista ganhou quatorze mil reais”* durante os dois meses e meio de temporada, cujo custo fora rateado entre todas as famílias. Assim, o preço pago por família Kaingang foi de mil e duzentos reais, conforme informou um Kaingang.

Ao serem questionados sobre o quanto ganham com a comercialização do artesanato, o Kaingang afirmou que varia entre setenta a cem reais por dia, mas esclareceu que: *“Na frente do shopping tira umas dez vezes mais que isso”*. Consideram que o artesanato Kaingang é bem aceito em Balneário Camboriú e, a seu ver, *“Isso deve ser porque vem turista de todo lugar”*.

Por outro lado, a boa venda, ao que tudo indica, é decorrente da visibilidade que este grupo adquiriu ao comercializar seus produtos em uma Feira de Artesanato, cuja concentração de barracas reúne homens, mulheres e seus filhos, chamando a atenção dos visitantes; bem como ao espaço em frente ao *Shopping Center*, que também é de grande visibilidade para os que circulam por Balneário Camboriú.

Nas observações cotidianas realizadas durante as etapas de campo, constatou-se que os transeuntes apreciam o artesanato Kaingang. Por vezes, vimos e ouvimos pessoas encantadas com a beleza das peças

artesanais, fazendo comentários como: *“Nunca vi nada parecido, este tipo de colar não se acha em qualquer lugar”*, revelando admiração pela beleza estética das peças.

Quanto à produção artesanal, segundo os próprios Kaingang, cada indígena produz grande quantidade de peças em suas Terras Indígenas durante o inverno, época em que não saem para comercializar os seus produtos. Essa produção pode ser organizada por grupo familiar ou individual. Entre o grupo Kaingang, há aqueles indígenas que não produzem muitas peças artesanais devido a outros afazeres, como, por exemplo, os que atuam como professores, agentes de saúde etc. Ou, ainda, os jovens que vendem sua força de trabalho em frigoríficos em Chapecó, ou trabalham em outras atividades fora da aldeia. Esses indígenas, por vezes, compram o artesanato produzido pelos que dispõem de tempo para a produção do mesmo e assim também podem comercializar as peças artesanais nos centros urbanos, revertendo-se em mais uma fonte de renda.

A sustentabilidade da aldeia Kaingang do Iraí não está diretamente relacionada à comercialização do artesanato, segundo os próprios Kaingang. A aldeia é composta por quinhentos e setenta pessoas, distribuídas em uma área de aproximadamente 300 hectares. Ela possui em seu interior quatro lagos, nos quais criam peixes, destinados à comercialização no centro urbano de Iraí, gerando recursos para todo o grupo. Assim, obtêm recursos com o artesanato para a manutenção da aldeia, muito embora a maior parte desses recursos seja destinada às respectivas famílias que comercializaram o artesanato, tendo cada indígena ou grupo familiar liberdade e autonomia para dar destino ao recurso arrecadado com a comercialização.

O processo de elaboração e comercialização do artesanato expressa a identidade do Kaingang, além da cultura que passa a ser divulgada por meio das peças artesanais repletas de cores e símbolos próprios desse grupo étnico.

No processo de comercialização, há que se considerar que se estabelece uma relação entre aquele que oferece um produto e quem o adquire. Assim, os indígenas que comercializam o artesanato para além das diferenças étnicas percebem também diferenças no

comportamento dos não-índios. Questionados sobre quem são os melhores compradores de seu artesanato em Balneário Camboriú, afirmaram que é o turista estrangeiro, especialmente o argentino. Isto provavelmente se deve ao que destacou Canclini:

Os motivos que levam os turistas a comprarem peças de artesanato: atestar sua viagem ao estrangeiro (devido ao status sócio-econômico e o tempo livre que ela implica) demonstrar a 'amplitude' de seu gosto, que não se restringe ao seu próprio contexto e é suficientemente 'cultivado' para abranger 'inclusive o que há de mais primitivo', expressar a recusa diante de uma sociedade mecanizada e a capacidade de dela 'escapar' mediante a aquisição de peças singulares elaboradas a mão (CANCLINI, 1983, p. 66).

Para os Kaingang, não há grandes dificuldades em estabelecer relações comerciais com os argentinos, uma vez que compreendem o idioma castelhano, o que facilita o intercâmbio com todos os sul-americanos que frequentam a Cidade de Balneário Camboriú.

Os Kaingang, ao que tudo indica, buscam nestes contatos a possibilidade de ampliar "ganhos" para a reprodução social do seu grupo. Ainda que superficialmente, evidencia-se que são as diferentes visões de mundo e as experiências históricas de contato que determinam os comportamentos diversos destes grupos étnicos para a comercialização do seu artesanato.

Considerações finais

A comercialização do artesanato realizada pelos Kaingang no centro urbano de Balneário Camboriú revelou a difícil situação em que este grupo se encontra no interior de suas aldeias. Isso se deve à destruição das matas e da fauna, ocasionada pela exploração ininterrupta da sociedade "branca" sobre o território tradicional dos Kaingang, ocasionando não só a destruição dos recursos para a sua subsistência, mas também interferindo no seu modo de vida tradicional.

Os recursos obtidos por meio da comercialização do artesanato para a etnia Kaingang além de auxiliar individualmente as famílias

daqueles que realizam a comercialização, são distribuídos para todo o grupo, constatação esta feita em relação à aldeia do Iraí, local de onde se originam grande parte dos indígenas entrevistados.

No local da comercialização, constatou-se que os Kaingang apresentam maior visibilidade quando estão locados em uma Feira de Arte e Artesanato organizada pela prefeitura municipal, ou em frente ao *Shopping Atlântico*, ambos os espaços considerados de grande circulação de turistas. Essa visibilidade, acrescida da união que o grupo apresenta em meio à comercialização do artesanato e, ainda, aos “acordos políticos” previamente estabelecidos por eles tanto com a prefeitura do município quanto com a FUNAI, auxilia no sucesso da comercialização do artesanato.

Não há, por parte dos gestores públicos de Balneário Camboriú, o reconhecimento da presença da diversidade étnica expressa pelos Kaingang e de outros grupos indígenas que circulam por este município. Mas, independente desse reconhecimento, o que se constata é que a comercialização do artesanato como recurso importante para a subsistência indígena continuará a ocorrer, pois, como ressaltou um dos entrevistados: “*O artesanato é a nova caça dos grupos indígenas*”.

Embora identifiquem algumas dificuldades no processo de comercialização, ainda assim os Kaingang veem nesta atividade a perspectiva de se fazerem conhecer como grupo étnico, que apresenta uma cultura diversa do “branco” e, nesta perspectiva, dá sentido à autoidentificação positiva, respaldada na prática pela aceitação do artesanato adquirido pelos não-indígenas. Assim, essas práticas comerciais também têm significado de re-elaboração de elementos da sua identidade, muito embora estejam conscientes do preconceito e da discriminação dispensados a eles pelos transeuntes que circulam pelas ruas de Balneário Camboriú.

No processo de comercialização do artesanato, pode-se conferir que realizam esta atividade por iniciativa própria, com restrito apoio da FUNAI e dos gestores públicos, constatando-se que os Kaingang necessitam reivindicar direitos frente à prefeitura, ainda que estejam, teoricamente, amparados pela Constituição Federal. Neste sentido,

é preciso lembrar que todos são cidadãos de direitos, independente da sua origem étnica ou da sua forma de reivindicar direitos.

Cabe aos gestores municipais estar atentos às necessidades e às demandas das etnias, lembrando que os indígenas devem ter condições dignas por direito constitucional. Além disso, o ato da comercialização do artesanato é uma atividade que pode atrair turistas que se encantam com a diversidade cultural que o município apresenta. Neste caso, os gestores municipais poderiam incluir a comercialização do artesanato indígena como um dos seus atrativos turísticos em seus fôlderes de divulgação do município, apoiando os indígenas nesta iniciativa, que até o presente momento realizam de forma individualizada e particular. Este reconhecimento estabeleceria uma relação simétrica entre os não-indígenas e os indígenas no processo de comercialização, divulgando a diversidade cultural do Estado de Santa Catarina, que muitas vezes é ressaltada apenas pela presença das culturas europeias que colonizaram o estado, desconsiderando aqueles com os quais temos uma dívida histórica.

Notas

* O presente artigo foi elaborado a partir de uma pesquisa de Iniciação Científica realizada por meio do projeto PIBIC, financiado pelo Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq) no ano de 2007 e 2008. Posteriormente, a mesma pesquisa teve continuidade com o propósito de elaborar um Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Sociais da Universidade do Vale do Itajaí (Univali), desenvolvido em 2009.

** Possui graduação em Ciências Sociais - Ênfase em Gestão Pública pela Universidade do Vale do Itajaí (Univali). Coordenador de Pesquisa de Campo - IPS da Universidade do Vale do Itajaí.

*** Mestrado em Ciência Social (Antropologia Social) e doutorado em Ciência Social (Antropologia Social) pela Universidade de São Paulo. Professora Colaboradora da Universidade Federal de Santa Catarina, Professora da Universidade do Vale do Itajaí.

¹ Durhan (1977, p. 34), ao analisar esse conceito, lembra que “toda análise de fenômenos culturais é necessariamente análise da dinâmica cultural, isto é, do processo permanente de reorganização das representações na prática social, representações estas que são simultaneamente condição e produto desta prática”.

² Não se pode deixar de mencionar que o Estado Brasileiro se propunha a proteger os colonizadores contra os ataques dos indígenas, como indicam Santos (1973), Mota (2000), entre outros.

³ A prática da comercialização de artesanato por parte de grupos indígenas em espaços urbanos vem se tornando bastante comum no território brasileiro. Em alguns casos, os indígenas recebem o apoio de gestores públicos ou de entidades civis e religiosas. Por exemplo, em Manaus, os indígenas têm autorização e apoio para comercializar na Praça da Saudade. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/blogs/indios-em-manaus-uma-face-pouco-conhecida-da-cidade>. Em Campo Grande (Mato Grosso), a prefeitura municipal construiu um Centro de Comercialização de Artesanato Indígena para atender à solicitação das etnias Guarani, Caiuwá, Terena. Disponível em: <http://pib.socioambiental.org/c/noticias?id=53520>. Ainda em Campo Grande, há os quiosques permanentes nos quais os Terena vendem frutas, legumes e cerâmicas

no centro da cidade, cuja renda é revertida para 90 famílias Terena. Disponível em: <http://www.reporterbrasil.com.br/exibe.php?id=1014>. Acesso em: 04.dez..2008.

⁴ Além da busca pela sobrevivência, Fernandes (2000) identifica, também, razões da ordem da organização política dos Kaingang para se deslocarem para os centros urbanos.

⁵ O presente artigo, entretanto, trata apenas a comercialização do artesanato realizada pelos Kaingang.

⁶ O lixo de Balneário Camboriú é transportado para o município de Itajaí e processado neste município, conforme apresenta Laham (2006).

⁷ A pesquisa foi realizada, centradamente, com famílias Kaingang procedentes da Aldeia de Iraí, localizada no Rio Grande do Sul.

⁸ Embora os registros sobre a população Kaingang sejam ainda bastante precários, há que se mencionar, “que há uma estimativa de uma população Kaingang de 25.875 pessoas vivendo em 32 Terras Indígenas”. No entanto se verifica a presença de famílias vivendo nas zonas urbanas e rurais próximas às TIs. Na grande Porto Alegre-RS, surgiram três grupos Kaingang que passaram a viver na cidade e um já conseguiu local para construir a aldeia. São grupos formados por uma família extensa inteira ou parte da que permaneceu na TI de origem. Na zona rural, a presença Kaingang se dá por unidades familiares ou individualmente, que, pela impossibilidade (econômica ou política) de viverem nas TIs, passaram a viver como trabalhadores não qualificados em fazendas e sítios das regiões próximas às aldeias. Se computadas todas essas famílias, o contingente populacional Kaingang poderá chegar a 30 mil.”(TOMAZZINO, Kimiye; FERNANDES, Ricardo Cid, (2001). Disponível em: <http://pib.socioambiental.org/pt/povo/kaingang/print>. Acesso em: 29 out. 2010).

⁹ Grupo doméstico é essencialmente uma unidade de família e de economia doméstica, organizada para prover recursos materiais e culturais necessários para manter e criar seus membros (FORTES, 1974, p. 87).

¹⁰ Palestra intitulada “Economia Tradicional Guarani e Kaingang”, proferida no Encontro sobre Agricultura Indígena, realizado nos dias 11 a 14 de agosto de 1988, em Curitiba/PR, promovido pelo CIMI Regional Sul.

¹¹ O sentido de família aqui expressa o grupo de pessoas que assume uma banca como espaço destinado à comercialização do artesanato, podendo este grupo compor-se de parentes afins.

¹² Sobre estas trocas, Gallois registrou entre os povos indígenas da Amazônia que estes “[...] consideram que a maior parte de seus itens culturais foram adquiridos ‘de fora’, concebendo sua cultura como resultado de apropriações, de empréstimos. E é por terem sido apropriadas de ‘outros’, que esses elementos são valorizados” (2008, p. 35).

¹³ Ocarina é um instrumento de sopro, um tipo de flauta comercializado em Balneário Camboriú pelos descendentes indígenas do Peru.

¹⁴ Na aldeia do “Iraí”, o ensino se estende até a oitava série. Após esta série, os adolescentes deixam suas casas na aldeia na parte da manhã para estudar dirigindo-se a uma cidade vizinha e retornando apenas no final da tarde ou começo da noite. Um homem Kaingang informou também que, a partir do ano de 2010, haverá no interior da aldeia do “Iraí” até o Ensino Médio. Esta extensão do ensino para o interior da aldeia foi uma reivindicação dos próprios Kaingang, que também obtiveram a doação de quinze computadores, por meio de um acordo coma a Receita Federal, que se comprometeu, na apreensão de computadores contrabandeados, a doá-los aos indígenas da aldeia do “Iraí”.

¹⁵ Termo utilizado pelos Kaingang para definir o ato da saída em grupos de famílias de sua aldeia para comercializar artesanato em algum município.

¹⁶ Sobre a organização sociopolítica dos Kaingang, veja-se do trabalho de Fernandes (2006), entre outros.

Referências

ALMEIDA, Ledson. **Análise Antropológica das Igrejas Cristãs entre os Kaingang baseada na Etnografia, na Cosmologia e Dualismo**. 2004. 278 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em

Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

ARESI, Cláudia. O Território como Suporte Identitário para a cultura Kaingang. Campo-Território. **Revista de Geografia Agrária**, v.3, n. 5, p. 264-279, fev. 2008.

BARTH, Fredrik. **Los Grupos Étnicos y sus Fronteras**. México. Fondo de cultura económica. 1976.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues (Org.). **Repensando a Pesquisa Participante**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. 18. ed. Brasília (DF): Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2002.

CANCLINI, Nestor Garcia. **As Culturas Populares no Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

DORTA, Sonia Ferraro. Pariko, etnografia de um artefato plumário. **Coleção Museu Paulista**. Série Etnologia, São Paulo, v.4, n.1, 1981.

DURHAN, Eunice Ribeiro. A dinâmica cultural na sociedade moderna. **Ensaio de Opinião**. Rio de Janeiro: Enúbia, 1977.

FERNANDES, Ricardo Cid. O "15" e o "23": políticos e políticas Kaingang. **Campos**, v.7, n.2, p. 27-47, 2006.

_____. "Índios Urbanos": uma extensão da Organização Social Kaingang. In: DARELLA, Maria Dorothea Post; GARLET, Ivori José; ASSIS, Valéria Soares de. **Estudo de Impacto: as populações indígenas e a duplicação da BR 101, Trecho Palhoça/SC – Osório/RS**. Florianópolis/São Leopoldo, 2000.

FORTES, Meyer. O ciclo de desenvolvimento do grupo doméstico. **Cadernos de Antropologia**, Brasília, Editora da UNB, n. 6, 1974.

FUCHS, Anna Corrêa. **Sete Minutos: memórias de Balneário Camboriú na minha infância.** Balneário Camboriú: Ed. da autora, 2000.

GALLOIS, Dominique Tilkin. Por que valorizar patrimônios culturais indígenas? **Ciência e Cultura**, v. 60, n. 4, p. 34-36, out. 2008.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: Do fim dos territórios à multiterritorialidade.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/censo/>>. Acesso em: 10 jun. 2010.

_____. **IBGE Cidades.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 17 mar. 2011.

JODELET, Denise. **As representações sociais.** Rio de Janeiro: Ed UERJ, 2001.

LAHAM, Maysa Nogara. **A Problemática dos Resíduos Sólidos em Balneário Camboriú e suas Interfaces Socioambientais.** 2006. Dissertação de Mestrado – Universidade do Vale do Itají, 2006.

MACEDO, Carmem Cinira. O contexto cultural do verão. **Folhetim**, Maio, 1986.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.** 5. ed. São Paulo: Hucitec; 1998.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais.** Petrópolis (RJ): Vozes, 2003.

MOTA, Lúcio Tadeu. (Org.) **As cidades e os povos indígenas: mitologias e visões.** Maringá (PR): EDUEM, 2000.

NACKE, Aneliese; BLOEMER, Neusa Maria Sens. As áreas indígenas

Kaingang no oeste catarinense. In: NACKE, A. *et al.* **Os Kaingang no Oeste Catarinense: tradição e atualidade.** Chapecó: Argos, 2007.

NACKE, Aneliese. Os Kaingang: passado e presente. In: NACKE, A., A. *et al.* **Os Kaingang no Oeste Catarinense: tradição e atualidade.** Chapecó: Argos, 2007.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso. **Identidade Etnia e Estrutura Social.** São Paulo: Pioneira, 1976.

_____. **O Trabalho do Antropólogo.** Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora UNESP, 1998.

RAMOS, Alcida Rita. **Hierarquia e Simbiose: relações intertribais no Brasil.** São Paulo: Hucitec/Brasília: INL, 1980.

REINERT, Eliane. **Impactos socioambientais sobre a pesca artesanal em Balneário Camboriú e as políticas públicas voltadas para a sua reprodução.** 2005. 78 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Ciências Sociais, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2005.

REIS, Maria José. Uma história bem mais antiga: a ocupação pré-colonial. In: SANTOS, Silvio Coelho; NACKE, Aneliese; REIS, Maria José (Org.). **São Francisco do Sul: muito além da viagem de Gonneville.** Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2004.

RENK, Arlene. Território e alteridade: construções sociais do oeste catarinense. In: NACKE, A. *et al.* **Os Kaingang do Oeste Catarinense: Tradição e atualidade.** Chapecó: Argos, 2007.

RIBEIRO, Berta. Arte Índia. In: RIBEIRO, Darcy *et al.* **Suma Etnológica Brasileira.** 2. ed. Tecnologia Indígena 2, Petrópolis (RJ): Vozes/FINEP, 1987.

ROHR, João Alfredo. O sítio arqueológico da Praia de Laranjeiras - Balneário Camboriú. **Anais do Museu de Antropologia,** Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, v. 16 e 17, p. 05-76, 1984.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão.** 5. ed. São Paulo: Nobel, 2000.

SANTOS, Silvio Coelho dos. **Índios e Brancos no Sul do Brasil: a dramática experiência dos Xokleng**. Florianópolis: Movimento, 1973.

_____. **Nova História de Santa Catarina**. 5. ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2004.

TOMMASINO, Kimiye. **A história dos Kaingang da Bacia do Tibagi: uma sociedade Jê Meridional em movimento**. São Paulo, 1995. 340p. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

TOMAZZINO, Kimiye; FERNANDES, Ricardo Cid. **Kaingang** (2001). Disponível em: <<http://pib.socioambiental.org/pt/povo/kaingang/print>>. Acesso em: 29 out. 2010.

VIDAL, Lux. (Org.) **Grafismo Indígena: estudos de antropologia estética**. São Paulo: Edusp/Fapesp, 1992.

VIVES, Vera de. A beleza do cotidiano. In: RIBEIRO, Berta *et al.* **O artesanato tradicional e seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Funarte/Instituto Nacional de Folclore, 1983.

Abstract

This article focuses on the organization and sale of handicrafts produced in Kaingang village of Iraí and the process of transporting the products to the urban centers, which presents some aspects that are straightforward and others less so. It also focuses on the actual commercialization of these products in the Municipality of Balneário Camboriú. It addresses the identification of the commercial relations that are established in this municipality, the urban center of which receives more than a million tourists during the summer months. For this characterization, an ethnographic study was carried out, as recommended by Oliveira (1998), consisting of an empirical descriptive report that focuses on the Indians' concepts of the space in which they sell their handicrafts, and seeks to understand the significant meanings (Geertz, 1978) of the actions undertaken as part of this process. It is observed that the Kaingang manage to overcome some of their difficulties through initiatives carried out in conjunction with the municipal public authorities and with the FUNAI. However, there are no initiatives by the municipal authorities to meet the needs of the Kaingang, which have a very different culture from those who generally frequent this city of the Santa Catarina coast.

Keywords: Handicrafts, Sale, Kaingang.

