



FORMAÇÃO 2025

PONTÃO DE
CULTURAS INDÍGENAS

DESIGN E DIAGRAMAÇÃO:
JP ÎASANÃ TUPINAMBÁ

PONTÃO DE CULTURAS INDÍGENAS

REALIZAÇÃO



CASA DE CULTURA
CAVALEIRO DE JORGE



MINISTÉRIO DA
CULTURA





 FORMAÇÃO EM
ECONOMIA SUSTENTÁVEL E
EMPREENDEDORISMO SOCIAL
 COM A REDE MULTIÉTNICA



REDE MULTIÉTNICA

A Rede Multiétnica é um projeto de desenvolvimento da economia produtiva de povos indígenas, contribuindo com a comercialização dos produtos da sociobiodiversidade e com a formação de capacidades para artesãos e artesãs.

RESUMO



O QUE É ECONOMIA SUSTENTÁVEL?

➤ Economia sustentável é um jeito de **fazer a economia funcionar sem destruir o meio ambiente** e cuidando das pessoas ao mesmo tempo.

É como pensar no futuro enquanto vivemos o presente, utilizando os recursos como água e energia com cuidado, **garantindo que as pessoas tenham trabalho justo e boas condições de vida**, evitando o desperdício e o descarte incorreto de resíduos, além de gerar dinheiro sem prejudicar o planeta ou explorar as pessoas.

Nesse sentido, a economia sustentável relaciona três pilares: **econômico, social e o ambiental.**

POVOS INDÍGENAS E SUSTENTABILIDADE

- Quando falamos de sustentabilidade **é fundamental analisar a importância do papel que os Povos Indígenas desempenham.** As práticas sustentáveis têm sido parte da organização social e econômica dos povos indígenas muito antes do conceito ganhar visibilidade global. Em seus modos de vida, há uma relação direta entre uso dos recursos naturais e manutenção dos ciclos ambientais. Isso se expressa em práticas como o manejo coletivo da terra, o uso rotativo de áreas de cultivo e o aproveitamento integral de materiais naturais.
- Esses conhecimentos **são resultado de observações e experiências** acumuladas ao longo de gerações, e estão diretamente ligados à preservação da biodiversidade e à gestão territorial. Para os povos indígenas, sustentabilidade não é uma meta externa, mas uma condição para a continuidade da vida comunitária.

POVOS INDÍGENAS E SUSTENTABILIDADE

- No contexto do empreendedorismo, é importante reconhecer que os saberes tradicionais indígenas oferecem modelos de produção e consumo baseados na relação equilibrada com o ambiente, no compartilhamento de recursos e na valorização de saberes locais. Esses princípios podem orientar a criação de negócios que integrem geração de renda, fortalecimento cultural e respeito aos territórios.
- Neste curso, a sustentabilidade é tratada a partir dessa perspectiva: como algo que não pode ser separado da cultura, do território e das relações sociais. Por isso, os empreendimentos discutidos aqui consideram o contexto coletivo como parte fundamental de seu planejamento e gestão.

POVOS INDÍGENAS E SUSTENTABILIDADE

- Assim, na criação de um negócio social entre comunidades indígenas, um primeiro passo possível é pensar quais ações já existem na comunidade e que poderiam ser potencializadas através do empreendedorismo social.

Por exemplo: Mulheres indígenas que transformam sementes da floresta em adornos, artesãos que utilizam técnicas ancestrais e recursos naturais para criação de produtos.

INDICAÇÃO DE LIVROS: XINGU. HISTÓRIA DOS PRODUTOS DA FLORESTA.

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

➤ Assim, podemos começar a pensar sobre Empreendedorismo Sustentável. Mas antes, vamos entender o que significa essa palavra, o empreendedorismo nada mais é do que a capacidade de identificar oportunidades, criar novos negócios existentes, assumindo riscos buscando soluções criativas para problemas existentes.

Com isso, o primeiro passo passa pela identificação de oportunidades que pode se dar das seguintes formas:

01 Escute a comunidade: O que as pessoas mais sabem fazer? Exemplo: Artesanato, contação de histórias, culinária tradicional.

02 Perceba o padrão que vem de fora: o que chama atenção dos clientes? o que mais eles compram?

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

03 Observe o ambiente: quais recursos estão presentes no território?

04 Note os problemas: muitas vezes nas dificuldades presentes se encontram as melhores oportunidades.

Quando pensamos em Economia Sustentável vem à mente uma série de conceitos-chave que podem ser utilizados no seu negócio, tanto para estruturação, como recursos de estratégia de comunicação e vendas, por exemplo:

Economia Circular, que basicamente é produzir a partir do reaproveitamento de resíduos;

Comércio Justo: busca garantir condições de trabalho dignas, remunerações adequadas e preços justos.

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Responsabilidade Social Corporativa: Busca assegurar que as empresas se engajem em promover impacto positivo nas comunidades, que produza de forma responsável e equilibre a geração de lucro com o uso consciente e responsável dos recursos naturais.

Estes princípios são úteis tanto para estruturar um novo negócio de impacto social como para orientá-lo estrategicamente para o alcance dos resultados almejados.



ECONOMIA CIRCULAR E REGENERATIVA

O modelo tradicional de produção, inaugurado pelo sistema capitalista foi criado com base em um princípio linear, de extração, produção, consumo e descarte. Este modelo, se baseou no uso intensivo dos recursos naturais, focando no lucro imediato e desconsiderando o impacto ambiental e o desperdício.

Exemplo: Um celular, produzido de metais e plástico, e que após utilizado até ficar obsoleto é descartado.

EXTRAIR



PRODUZIR



DESCARTAR

ECONOMIA CIRCULAR E REGENERATIVA

Contudo, existe a proposta o modelo de Economia Circular. Este modelo busca prolongar o ciclo de vida dos produtos, minimizando a produção e descarte de resíduos, otimizando recursos, e recuperando materiais. Este modelo, prevê um modelo de ciclo fechado, baseado na redução, reutilização e reciclagem. Exemplo: Um jeans feito de algodão reciclado, que pode ser reutilizado como tecido ou transformado em novos produtos.



Este modelo propõe uma relação harmoniosa com a natureza, onde o impacto das atividades humanas seja positivo para o meio ambiente. Valoriza culturas locais, práticas ancestrais e conhecimento tradicional.

EMPREENDEDORISMO E NEGÓCIO DE IMPACTO SOCIAL

Considerando todo esse cenário, podemos então pensar em empreendedorismo e negócios de impacto social.

Um negócio de impacto social é **um tipo de empreendedorismo que busca resolver um problema social ou ambiental, ao mesmo tempo** em que gera receita para se manter financeiramente. Diferente de um negócio convencional, seu objetivo principal não é o lucro pessoal, mas o impacto positivo para a comunidade ou o ambiente.

No contexto de comunidades indígenas e tradicionais, um negócio social pode, por exemplo: Valorizar saberes locais (como artesanato, culinária, ervas medicinais, narrativas)

Iniciar um negócio de impacto social pode surgir a partir da resposta e reflexão de alguns temas, como por exemplo:

01

Observar os desafios em sua comunidade ou em contextos próximos, por trás de um desafio pode haver uma oportunidade de solução criativa e lucrativa.

02

Conversar com pessoas afetadas para entender suas necessidades reais.

03

Pesquisar dados, estudos ou relatórios para aprofundar seu conhecimento sobre este problema.

04

Tendo tido uma ideia, você pode começar a esboçar um planejamento inicial, se perguntando:

- O que eu preciso para começar?
- Quem pode me apoiar?
- Quais habilidades preciso desenvolver?

Ou seja, após ter uma ideia é necessário planejar. O Planejamento de um negócio é **fundamental, pois ajuda a evitar o desperdício de tempo** e recursos, permite entender melhor os desafios e encontrar soluções, facilita o acesso a apoio financeiro e parcerias.

Uma ferramenta simples e bastante útil é o **Modelo Canvas de Negócio**, uma maneira de ter uma visão geral de diversos pontos relevantes de um negócio de maneira simplificada e rápida:

Exemplo de modelo Canva
aplicado para uma cooperativa
de artesanato



- Em **Proposta de Valor**, descreve-se os diferenciais do negócio, qual problema ele soluciona e o impacto positivo que ele gera.
- Em **Atividades-Principais**, elege-se o que é fundamental para tirar o negócio do papel, sem se prender a demandas que não são prioritárias, aqui a ideia é elencar o que é de fato necessário.
- Já em **Recursos necessários**, a ideia é já mapear o que é preciso para esse negócio existir, e isso varia de acordo com a forma de atuação, por exemplo, se for uma atuação digital, você precisaria de um computador ou smartphone, já se for em um local físico há de se considerar aluguéis, água, luz etc.

- Em **Estrutura de custos** você descreve todos os cursos necessários para esse projeto iniciar.
- Do lado direito do modelo canva, estão as colunas de relacionamento, venda e prospecção. Em **segmento de clientes**, a ideia é você entender quem o seu negócio beneficia. Já em **relacionamento com clientes** você mapeia possibilidades de se relacionar com este cliente, manter contato, fidelizar, adquirir outros. **Canais** são os meios para isso acontecer. E em **fontes de receitas** a maneira pela qual você irá vender o seu produto e monetizar.

O processo de preenchimento desta ferramenta é rico, e ao fim você tem uma visão ampla e mais aprofundada do negócio, permitindo tomar decisões estratégicas com mais assertividade.

Uma outra ferramenta que você também pode utilizar nessa fase de planejamento do negócio é a **Análise F.O.F.A**, um diagrama que permite identificar os pontos fortes e fracos, as ameaças e as oportunidades de um negócio.



Exemplo de Análise F.O.F.A
aplicada a uma cooperativa
de artesanato

COMÉRCIO JUSTO

Tratando-se de um negócio de impacto social, é fundamental que ele seja estruturado por princípios de comércio justo, mas o que é isso?

O comércio justo é um modelo econômico que busca garantir que produtores e trabalhadores recebam uma remuneração justa, tenham boas condições de trabalho e respeitem práticas sustentáveis na produção e comercialização de bens e serviços. Isso é possível a partir de algumas práticas:

- Preço Justo: os produtores recebem um valor adequado pelo trabalho.
- Parcerias duradouras: relações comerciais que fortalecem comunidades e garantem estabilidade.
- Sustentabilidade ambiental: Incentiva práticas ecológicas e combate o desmatamento e o desperdício.

COMÉRCIO JUSTO

- Empoderamento dos produtores: comunidades têm mais autonomia e controle sobre seus negócios;
- Apoio à cultura local: preservação de conhecimentos tradicionais e técnicas artesanais;

PRECIFICAÇÃO PARA O COMÉRCIO JUSTO

Após estruturar o modelo de negócio, incorporar princípios como o comércio justo e a sustentabilidade, é necessário entender a precificação. Ela é importante porque contribui em diversos fatores como:

- **Sustentabilidade do negócio:** sem uma precificação correta, o empreendimento pode ter dificuldades para cobrir custos e crescer.

PRECIFICAÇÃO PARA O COMÉRCIO JUSTO

- **Sustentabilidade do negócio:** sem uma precificação correta, o empreendimento pode ter dificuldades para cobrir custos e crescer.
- **Valorização do trabalho:** Preços justos garantem que artesãos, produtores e comunidades sejam devidamente remunerados.
- **Concorrência e mercado:** Precificar corretamente ajuda a competir de forma justa sem desvalorizar os produtos.

Muitos empreendedores iniciantes têm medo de cobrar preços mais altos por acharem que afastarão os clientes. No entanto, um preço baixo demais pode prejudicar a sustentabilidade do negócio e desvalorizar o trabalho artesanal ou sustentável.

PRECIFICAÇÃO PARA O COMÉRCIO JUSTO

Para definir o preço correto, é preciso considerar três fatores:

CUSTO DO PRODUTO OU SERVIÇO

VALOR DO TEMPO DE TRABALHO

MARGEM DE LUCRO

FÓRMULA BÁSICA DA PRECIFICAÇÃO:

PREÇO FINAL = [CUSTO DOS MATERIAIS + CUSTO DA MÃO DE OBRA + CUSTOS OPERACIONAIS] + MARGEM DE LUCRO [%]

Exemplo prático simplificado: » Caso: Produção de uma pulseira artesanal

CUSTO DOS MATERIAIS:

Miçangas: R\$14,00

Linha + embalagem: R\$5,00

CUSTO DA MÃO DE OBRA:

Tempo de produção: 2,6h

Valor do trabalho por hora: R\$20,00 =

Valor do trabalho em cada miçanga -
 $R\$30 \times 2,6h = R\$ 52$ para fazer uma
pulseira de miçangas

CUSTOS OPERACIONAIS

Taxa de venda: R\$5,00

MARGEM DE LUCRO DESEJADA: 20%

Agora, aplicamos a fórmula:
 $(14 + 5 + 52 + 5) = R\$76,00$

PREÇO FINAL RECOMENDADO:

R\$120,00

Se a pulseira for vendida por menos que esse valor, pode haver prejuízo. Se for vendida por muito mais, pode perder competitividade.

VOCÊ TAMBÉM PODE SE APROFUNDAR NA PRECIFICAÇÃO COM BASE EM OUTROS FATORES COMO:

➤ PESQUISA DE MERCADO:

- » Quanto os outros produtos semelhantes custam?
- » O que diferencia o seu produto (materiais, design, impacto social?)

➤ CONHECER O PÚBLICO-ALVO

- » Quem compra o seu produto?
- » Quanto eles estão dispostos a pagar?

➤ CRIAR DIFERENCIAÇÃO DE VALOR

- » Contar a história por trás do produto (origem, cultura, sustentabilidade) contribui para um aumento da percepção de valor sobre o produto e por isso permite cobrar um preço maior;
- » Oferecer uma experiência especial (embalagem diferenciada, personalização);
- » Construir uma marca forte e bem posicionada;

➤ ADAPTAR PARA DIFERENTES CANAIS DE VENDA

- » Vendas diretas podem ter preços menores, pois não há;
- » Lojas físicas ou marketplaces cobram comissões, exigindo um preço maior.

COMUNICAÇÃO, MARKETING E REDES SOCIAIS

Após falar sobre precificação, podemos nos aprofundar agora em como vender mais! Para isso, é fundamental desenvolvermos algumas técnicas de comunicação. As pessoas, compram histórias, não apenas produtos. Quando você compartilha a origem do seu produto, o impacto ambiental ou social, cria uma conexão emocional com o cliente.

Comunicar é uma forma de fortalecer a visibilidade de produtos e projetos, de valorizar a identidade cultural e expor positivamente. Inspirar respeito, empatia e reconhecimento, criando conexões reais com quem compra ou apoia, e claro vender mais. Para construir uma boa narrativa você pode seguir um roteiro simplificado, demonstrado a seguir:

- **Origem:** onde e como o produto é feito?
- **Processo:** Há um diferencial na produção? Quem são os envolvidos?
- **Impacto:** O que o cliente apoia ao comprar esse produto?

Juntos, esses elementos estruturam uma narrativa que comunica o produto como um todo, conectando sua história, seu processo criativo, seu diferencial e o impacto positivo que ele gera no mundo. Mas claro, a comunicação funciona melhor quando é constante (não postar somente uma vez e sumir); Coerente (a mensagem combina com a identidade do projeto); Criativa (usa imagem, vídeo, som, texto)

Marketing é a arte de contar, com verdade e sensibilidade, a história de um produto, de uma pessoa ou de uma comunidade, criando conexão entre quem produz e quem consome. É uma ferramenta que pode ser utilizada para valorizar culturas, fortalecer identidades, compartilhar saberes e gerar renda de forma justa, sempre respeitando o território, o tempo e os modos de vida de quem está envolvido na produção.

As redes sociais são ótimas plataformas de comunicação com os diferentes públicos, por ela é possível divulgar, relacionar e vender os produtos. Para cada uma delas existe um potencial e uma especificidade que deve ser observada ao criar conteúdos:

YOUTUBE:

Ideal para contar histórias mais longas, mostrar o processo de criação de produtos e documentar ações culturais ou projetos sociais. Excelente para educar, inspirar e emocionar

➤ O formato ideal são vídeos entre 3 e 10 minutos com introdução clara, imagens bonitas e som limpo. Pode ser um diário de produção, uma entrevista com mais velhos ou artesão, ou o registro de uma oficina.

INSTAGRAM

Ótimo canal para criar conexão visual com o público. Funciona muito bem para mostrar o dia a dia do projeto, produtos, bastidores e a beleza do território. Fortalece a identidade e cria comunidade.

➤ Os formatos principais são feed, em que é possível usar fotos, vídeos e imagens, de forma única ou em carrossel (formato que permite até 10 cards em sequência). Os stories, são ótimo para momentos espontâneos, bastidores e mensagens rápidas. Já o reels, é um espaço voltado para vídeos curtos e criativos. As lives, por sua vez, são aparições ao vivo, em que é possível apresentar um novo produto, ou conversar com um parceiro.

TIKTOK:

Excelentes para alcançar um público jovem e diverso, com vídeos curtos, criativos e envolventes já é hoje a segunda maior rede de pesquisa da internet, atrás apenas do Google.

É ideal para mostrar curiosidades culturais, saberes tradicionais, receitas, oficinas, danças, etc.

- O formato ideal são vídeos verticais de 15s a 60s, com música, humor leve ou mensagens tocantes. Pode usar tendências (trends), mas sempre com identidade própria. Ser espontâneo e verdadeiro funciona nessa rede social mais do que criar um conteúdo “perfeito”, o Tik Tok valoriza a autenticidade.

LINKEDIN:

É uma rede voltada para o ambiente profissional e institucional, você pode utilizá-la para atrair parceiros, financiadores, ONGs, projetos e editais. O formato de conteúdo que predomina são textos mais densos, acompanhado de boas fotos ou vídeos curtos. Você pode, por exemplo, compartilhar cases de sucesso, histórias de transformação/superação, parcerias, atividades realizadas e valores do projeto.

Dica: Use uma linguagem mais profissional, mas mantendo a essência de quem você é!

GOOGLE:

Apesar de não ser uma rede social, estar no Google é essencial para ser encontrado na internet. Ideal para quem quer vender, ser localizado ou contar a história da marca.

➤ O Google Meu Negócio é uma ferramenta gratuita, em que é possível anexar as principais informações do seu negócio e assim ser encontrado na rede de pesquisa

O site ou blog simples é um local em que você pode contar a história do seu projeto, mostrar e vender produtos, e colocar os depoimentos positivos de seus clientes.

Já rede de pesquisa é um mecanismo de ser encontrado através de palavras-chave por pessoa com intenção de compra semelhante ao que você vende.



BOAS PRÁTICAS NA CRIAÇÃO DE CONTEÚDOS PARA REDES SOCIAIS

- Produtos e projetos com fotos bem feitas atraem mais atenção e vendem mais. Fotos ruins podem desvalorizar até o trabalho mais bonito. Para criar boas imagens é importante preocupar-se com a luz. Fotografar com luz natural, próximo a uma janela ou ao ar livre pode ser um bom caminho. Evite a luz direta do sol, que pode estourar a imagem.
- Atente-se também para o fundo, é importante que o fundo seja limpo e sem poluição visual atrás do objeto.
- Após encontrar uma boa luz, atente-se para o enquadramento, centralize o objeto ao centro da tela. Você também pode explorar diferentes ângulos, de cima, lado de frente, focar nos detalhes, na textura.
- Além disso, mostre o uso real, uma pessoa vestindo a peça usando o objeto, preparando o alimento caso esse seja o produto. Isso ajuda o público a imaginar as sensações e o que o seu produto provoca.