



ISIR Journal of Multidisciplinary (ISIRJM)

ISSN: 3049-3080 (Online)

Frequency: Bimonthly

Published By ISIR Publisher

Journal Homepage Link- <https://isirpublisher.com/isirjm/>



RECONHECIMENTO DOS PRODUTOS INDÍGENAS NO MERCADO DE BOA VISTA – RR

By

Daniel Sampaio Alves¹; Adriane Melo de Castro Menezes²; Marcos Vieira Araujo³

¹ Acadêmico do Curso Gestão Territorial Indígena

² Professora do Curso Gestão Territorial Indígena

³ Professor Colaborador



Article History

Received: 15/11/2025

Accepted: 28/11/2025

Published: 01/12/2025

Vol – 1 Issue – 6

PP: -42-48

Abstract

O trabalho aborda o reconhecimento dos produtos indígenas no mercado de Boa Vista, Roraima, com o objetivo de analisar a inserção e valorização desses produtos na economia local. A temática explora como as comunidades indígenas da região produzem e comercializam itens artesanais e agrícolas, que são carregados de significados culturais e representam uma forma de sustento e autonomia econômica para os povos indígenas. O conteúdo do trabalho destaca os desafios enfrentados pelos produtores indígenas, como o preconceito cultural, a falta de acesso ao mercado formal, e as barreiras logísticas para a comercialização dos produtos. Também são apresentadas as ações de valorização e reconhecimento que buscam ampliar a visibilidade desses produtos no mercado local, como feiras de produtos indígenas, cooperativas e a busca por certificação de origem e comércio justo. O trabalho analisa como essas iniciativas têm contribuído para o fortalecimento da identidade cultural e a geração de renda nas comunidades. A metodologia utilizada incluiu entrevistas com produtores indígenas, pesquisas de campo e a observação de feiras e eventos que promovem os produtos indígenas na cidade de Boa Vista. Além disso, foi realizada uma análise das políticas públicas locais que incentivam a comercialização desses produtos. Os resultados esperados incluem uma maior visibilidade e reconhecimento dos produtos indígenas, promovendo não apenas o fortalecimento da economia local, mas também o respeito e valorização da cultura indígena no contexto urbano de Boa Vista.

Palavras-chave: Produtos indígenas; Economia local; Valorização cultural; Comercialização; Autonomia econômica.

Linha temática: Movimento Indígena e Territorialidade

INTRODUCTION

A valorização dos produtos tradicionais produzidos por comunidades indígenas vem ganhando destaque em discussões acadêmicas e políticas, sobretudo diante das demandas contemporâneas por práticas econômicas mais justas, sustentáveis e inclusivas (Toledo & Barrera-Bassols, 2018). No contexto amazônico, especificamente em Boa Vista, capital de Roraima, observa-se uma crescente inserção de produtos indígenas no mercado local, o que suscita reflexões sobre identidade cultural, soberania econômica e resistência sociopolítica (Cunha, 2019).

O presente trabalho propõe-se a analisar o reconhecimento dos produtos indígenas no mercado de Boa Vista – RR,

investigando como esses itens, carregados de significados culturais, são produzidos, comercializados e valorizados no contexto urbano. Os produtos em questão incluem artesanato, alimentos tradicionais e remédios naturais, entre outros, sendo resultado do saber ancestral e das práticas sustentáveis das comunidades indígenas locais (Almeida, 2020).

Apesar do crescente interesse por práticas de consumo mais conscientes e do reconhecimento da importância dos saberes tradicionais, os produtos indígenas ainda enfrentam diversos obstáculos para sua inserção plena no mercado formal. Entre os principais desafios estão o preconceito cultural, a escassa visibilidade nas cadeias comerciais convencionais, a ausência de políticas públicas efetivas e as limitações logísticas para transporte e comercialização (Silva & Rodrigues, 2021).



Neste contexto, o problema de pesquisa pode ser formulado da seguinte maneira: *Quais são os principais entraves e estratégias para o reconhecimento e valorização dos produtos indígenas no mercado de Boa Vista – RR?*

O objetivo geral deste estudo é compreender os mecanismos que favorecem ou dificultam a inserção dos produtos indígenas no mercado de Boa Vista. Os objetivos específicos incluem: (1) Identificar os principais produtos indígenas comercializados na cidade; (2) Analisar as estratégias utilizadas pelas comunidades indígenas para a comercialização desses produtos; (3) Avaliar o impacto das políticas públicas e iniciativas locais de valorização cultural e comercial; (4) Compreender como essas práticas influenciam na identidade cultural e na economia das comunidades indígenas.

A metodologia adotada neste trabalho foi qualitativa e exploratória, com base em entrevistas semiestruturadas realizadas com produtores indígenas, observação participante em feiras e eventos culturais, e análise documental de políticas públicas locais. A pesquisa de campo foi essencial para captar a complexidade das dinâmicas socioculturais envolvidas e os desafios enfrentados pelas comunidades indígenas (Minayo, 2017). Complementarmente, a análise de conteúdo foi utilizada para interpretar os dados obtidos nas entrevistas e documentos.

Este estudo insere-se na perspectiva de valorização da diversidade cultural e do desenvolvimento sustentável, propondo uma reflexão crítica sobre os limites e possibilidades da economia indígena no contexto urbano. Acredita-se que, ao visibilizar estas práticas, contribui-se para a construção de políticas mais sensíveis às especificidades socioculturais dos povos indígenas da região.

A VALORIZAÇÃO E RECONHECIMENTO DOS PRODUTOS INDÍGENAS NO MERCADO LOCAL: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

A valorização dos produtos indígenas no mercado local é um tema que se insere no debate mais amplo sobre a autonomia e o reconhecimento dos povos indígenas dentro da sociedade contemporânea. Os produtos indígenas são considerados por muitos como manifestações culturais autênticas e fundamentais para a preservação das identidades desses povos. No entanto, a inserção desses produtos no mercado local enfrenta desafios estruturais, sociais e econômicos, que dificultam sua plena valorização e reconhecimento (Gomes, 2019). O mercado local, por sua vez, oferece oportunidades de fortalecimento das economias locais e de promoção de práticas comerciais mais inclusivas e sustentáveis.

Um dos principais desafios para o reconhecimento dos produtos indígenas no mercado local está relacionado ao preconceito cultural e à falta de compreensão sobre o valor simbólico e econômico desses produtos. Segundo Silva e Santos (2020), as comunidades indígenas enfrentam estigmatizações que associam seus produtos a uma visão

estereotipada e reducionista, desconsiderando a complexidade cultural que está por trás da produção artesanal, dos alimentos tradicionais e dos remédios naturais. Esse preconceito impede que esses produtos sejam vistos como itens de valor agregado e que possam competir em pé de igualdade com produtos convencionais no mercado.

Outro desafio significativo é a falta de acesso ao mercado formal. Muitos produtores indígenas enfrentam barreiras logísticas e administrativas para a comercialização de seus produtos, o que dificulta a sua inserção em redes de distribuição mais amplas e em feiras comerciais que alcançam um público mais diversificado (Pereira & Lima, 2021). A dificuldade no acesso a informações sobre como formalizar e regulamentar a produção e venda de seus produtos também é uma limitação enfrentada por muitas dessas comunidades (Cavalcante, 2018).

Além disso, as políticas públicas voltadas para o fortalecimento da economia indígena ainda são incipientes e não têm alcançado a eficácia desejada. Embora existam algumas iniciativas que visam a certificação de origem e o comércio justo, elas ainda são limitadas e muitas vezes não têm alcance nas regiões mais remotas onde as comunidades indígenas estão localizadas (Almeida, 2020).

Apesar dos desafios, o mercado local também apresenta diversas oportunidades para a valorização e o reconhecimento dos produtos indígenas. Uma das maiores oportunidades está na crescente valorização da diversidade cultural e do consumo responsável, que vem ganhando força no cenário global (Leite & Souza, 2022). Os consumidores urbanos, cada vez mais conscientes do impacto ambiental e social de suas escolhas de consumo, têm demonstrado interesse em produtos que representem práticas sustentáveis e que possuam uma história de origem genuína. Os produtos indígenas, com suas práticas de produção sustentável e uso de recursos naturais de maneira responsável, se encaixam perfeitamente nessa tendência (Fernandes, 2019).

Além disso, as feiras e eventos culturais têm se mostrado um importante ponto de encontro para a promoção e comercialização dos produtos indígenas, proporcionando visibilidade e reconhecimento às suas produções. Essas iniciativas não apenas ajudam a aumentar a conscientização sobre os produtos, mas também geram um canal de escoamento direto para as comunidades, fortalecendo a economia local e garantindo uma fonte de renda para os produtores (Oliveira & Costa, 2020).

Outro ponto importante é a possibilidade de uma maior integração entre os produtos indígenas e o mercado de turismo cultural. O turismo de base comunitária, que inclui visitas a aldeias e a vivência da cultura indígena, tem se mostrado uma fonte crescente de receita para as comunidades indígenas e, ao mesmo tempo, uma forma de valorização de suas tradições e saberes (Lopes & Oliveira, 2019). Esse tipo de turismo permite que os produtos indígenas sejam comercializados diretamente para turistas que buscam autenticidade e experiências culturais genuínas, ampliando as oportunidades de mercado.

As políticas públicas desempenham um papel fundamental na promoção da valorização dos produtos indígenas. No Brasil, por exemplo, iniciativas como o Selo de Produto Indígena, que certifica a origem e as práticas comerciais dos produtos indígenas, têm sido um passo importante para garantir o reconhecimento e a valorização desses produtos no mercado. A certificação assegura que os consumidores estejam adquirindo produtos de origem genuína e com práticas comerciais que respeitam os direitos dos povos indígenas, o que pode aumentar o valor agregado desses produtos (Freitas & Silva, 2021).

Além disso, o fortalecimento de cooperativas indígenas e a criação de redes de comercialização local e regional são estratégias que têm mostrado resultados positivos. Tais iniciativas permitem que as comunidades indígenas se organizem e fortaleçam sua presença no mercado, superando, em parte, as limitações estruturais e logísticas para a comercialização de seus produtos (Costa & Almeida, 2020). A busca por certificação de comércio justo também é uma estratégia que, embora ainda incipiente, vem se expandindo, proporcionando um maior reconhecimento dos produtos indígenas e incentivando o consumo consciente (Cavalcante, 2020).

A valorização e o reconhecimento dos produtos indígenas no mercado local representam uma oportunidade tanto para o fortalecimento da identidade cultural quanto para a promoção da autonomia econômica das comunidades indígenas. No entanto, para que essa valorização seja efetiva, é necessário enfrentar os desafios do preconceito cultural, das barreiras logísticas e da falta de políticas públicas eficazes. As oportunidades, por sua vez, surgem da crescente demanda por práticas de consumo sustentável, da ampliação das feiras e eventos culturais e da implementação de políticas públicas voltadas para a certificação de origem e o comércio justo. O apoio contínuo à organização comunitária e à formalização do mercado indígena será fundamental para que esses produtos alcancem maior visibilidade e reconhecimento, promovendo, assim, uma economia mais inclusiva e respeitosa com as culturas originárias.

PRÁTICAS CULTURAIS E SUSTENTABILIDADE: O IMPACTO DO COMÉRCIO DE PRODUTOS INDÍGENAS NAS COMUNIDADES DE BOA VISTA

A relação entre práticas culturais indígenas e sustentabilidade é um tema crucial para a compreensão dos modos de vida e das dinâmicas econômicas dessas comunidades. No contexto de Boa Vista, Roraima, a comercialização de produtos indígenas, como artesanato, alimentos tradicionais e remédios naturais, representa uma interseção entre preservação cultural e sustentabilidade ambiental. Ao mesmo tempo em que possibilita o fortalecimento econômico das comunidades indígenas, o comércio desses produtos se insere em um cenário onde as práticas culturais desempenham um papel vital na construção de uma identidade coletiva e na resistência

frente aos desafios da urbanização e da globalização (Gomes, 2020).

O conceito de sustentabilidade, quando aplicado às comunidades indígenas, vai além de práticas ecológicas, englobando também a manutenção de saberes tradicionais e a preservação das identidades culturais. De acordo com Ribeiro e Souza (2021), a sustentabilidade para os povos indígenas é indissociável da manutenção de suas práticas culturais, que incluem o uso sustentável dos recursos naturais, a transmissão de conhecimentos ancestrais e a prática de uma economia que respeita os limites do meio ambiente. Essas práticas têm sido fundamentais para a sobrevivência das comunidades e para a conservação dos ecossistemas em que vivem. No entanto, a inserção dos produtos indígenas no mercado local muitas vezes ameaça essa sustentabilidade, uma vez que exige adaptações às demandas comerciais e às dinâmicas do mercado urbano (Almeida, 2019).

A produção de bens culturais, como o artesanato indígena, por exemplo, carrega consigo o peso da tradição e a representação simbólica dos povos indígenas. O uso de materiais naturais e a manutenção de técnicas artesanais transmitidas por gerações não são apenas expressões culturais, mas também estratégias de preservação ambiental, que garantem a utilização racional dos recursos naturais (Costa & Silva, 2020). Porém, como aponta Lima (2022), o mercado local, muitas vezes, exige que esses produtos sejam produzidos em larga escala e com maior uniformidade, o que pode levar à perda da autenticidade e à exploração excessiva de recursos naturais.

O comércio de produtos indígenas tem proporcionado uma fonte significativa de renda para muitas comunidades. Segundo Pimentel e Oliveira (2020), a comercialização de artesanato e produtos agrícolas tradicionais tem ajudado a gerar autonomia econômica para os povos indígenas de Boa Vista, permitindo-lhes uma maior independência financeira em relação ao mercado formal e às políticas públicas. A atividade econômica ligada ao artesanato, por exemplo, além de ser uma forma de gerar renda, também permite que as comunidades preservem suas práticas culturais, visto que os produtos comercializados estão intrinsecamente ligados à identidade e à história dos povos indígenas.

No entanto, o comércio de produtos indígenas também enfrenta desafios significativos, principalmente no que diz respeito à valorização desses produtos no mercado local. A falta de reconhecimento dos consumidores urbanos sobre o valor cultural e ambiental desses produtos pode limitar suas vendas e seu impacto econômico. Como afirmam Silva e Costa (2021), os produtores indígenas muitas vezes enfrentam uma desvalorização de seus produtos, que são vistos como itens artesanais de menor valor, em comparação com produtos industrializados. Essa percepção leva a uma dificuldade de acesso ao mercado formal e a uma menor competitividade dentro de um mercado que privilegia a produção em massa e a padronização.

Além disso, a falta de políticas públicas efetivas para apoiar o comércio indígena e a ausência de uma rede de distribuição eficiente limitam o alcance dos produtos indígenas no

mercado formal. Segundo Alves e Rocha (2019), apesar de algumas iniciativas isoladas, como feiras de produtos indígenas, ainda é necessário um maior apoio institucional e governamental para garantir a visibilidade desses produtos e a criação de canais de comercialização mais robustos.

O mercado local representa tanto desafios quanto oportunidades para os produtos indígenas. Por um lado, o aumento da demanda por produtos sustentáveis e o crescimento do interesse por consumo consciente no Brasil e no mundo oferecem uma janela de oportunidade para os produtos indígenas. O mercado de produtos naturais, orgânicos e sustentáveis tem se expandido nos últimos anos, com consumidores cada vez mais preocupados com a origem e os impactos ambientais dos produtos que compram (Pereira, 2021). Nesse contexto, os produtos indígenas, que frequentemente atendem a esses critérios, podem encontrar um nicho de mercado disposto a valorizar sua origem e autenticidade.

Por outro lado, as práticas de comercialização precisam ser ajustadas para garantir que o comércio desses produtos não comprometa a sustentabilidade ambiental e cultural das comunidades. Como alerta Rocha (2020), a busca por certificações de comércio justo e de produtos orgânicos pode ser uma alternativa viável, mas exige um controle rigoroso sobre as condições de produção e comercialização, para que as comunidades indígenas não sejam exploradas ou forçadas a adaptar suas práticas culturais de maneira prejudicial à sua sustentabilidade.

A sustentabilidade cultural, nesse sentido, não se refere apenas à preservação dos saberes tradicionais, mas também à criação de uma rede de comércio que respeite as especificidades das práticas indígenas. O fortalecimento das cooperativas indígenas e a criação de circuitos de comercialização locais podem ser alternativas eficazes para garantir que os produtos indígenas sejam valorizados e vendidos em condições justas, sem comprometer sua autenticidade cultural (Oliveira, 2021).

A implementação de políticas públicas voltadas para a valorização dos produtos indígenas é essencial para que essas práticas culturais não sejam apenas preservadas, mas também reconhecidas e respeitadas no mercado. O incentivo à criação de cooperativas indígenas, como observam Costa e Almeida (2020), pode ser uma estratégia eficaz para organizar a produção e a comercialização, garantindo que as comunidades tenham maior controle sobre o processo e possam negociar de forma mais justa com os compradores. Além disso, a certificação de origem, como o Selo de Produto Indígena, pode aumentar a confiança dos consumidores e garantir que os produtos sejam reconhecidos como genuínos, respeitando as práticas sustentáveis de produção (Freitas & Silva, 2021).

No entanto, como destacam Lima e Souza (2020), as políticas públicas ainda são insuficientes para garantir que as comunidades indígenas tenham acesso pleno ao mercado formal. A criação de incentivos fiscais, programas de capacitação para o empreendedorismo indígena e a expansão das redes de comercialização são medidas necessárias para

garantir que o mercado local se torne um espaço inclusivo e favorável à sustentabilidade cultural e econômica das comunidades indígenas.

O comércio de produtos indígenas nas comunidades de Boa Vista representa uma oportunidade significativa para o fortalecimento da autonomia econômica e a valorização da identidade cultural dos povos indígenas. No entanto, para que essa valorização seja efetiva e sustentável, é essencial enfrentar os desafios relacionados à desvalorização dos produtos, ao preconceito cultural e à falta de políticas públicas eficazes. A promoção da sustentabilidade cultural, aliada ao apoio institucional e à criação de redes de comercialização justas, pode garantir que as práticas culturais indígenas sejam preservadas e valorizadas, ao mesmo tempo em que contribuem para o desenvolvimento econômico das comunidades.

POLÍTICAS PÚBLICAS E INCLUSÃO SOCIAL: A INSERÇÃO DOS PRODUTOS INDÍGENAS NO MERCADO FORMAL

A inserção dos produtos indígenas no mercado formal representa um desafio significativo, mas também uma oportunidade importante para o fortalecimento das economias locais e a valorização da cultura indígena. No Brasil, a história de exclusão social dos povos indígenas é longa e marcada por desigualdades econômicas, políticas e sociais. Contudo, nas últimas décadas, algumas políticas públicas têm sido implementadas com o objetivo de promover a inclusão social dessas comunidades e a integração de seus produtos no mercado formal (Santos & Lima, 2021). O papel das políticas públicas é crucial para garantir que as comunidades indígenas tenham acesso a mercados mais amplos e justos, ao mesmo tempo em que preservam suas tradições culturais e suas formas de produção.

As políticas públicas voltadas para a inclusão social dos povos indígenas têm avançado nos últimos anos, mas ainda enfrentam desafios significativos, principalmente em relação ao acesso ao mercado formal. De acordo com Lima e Souza (2020), as políticas de inclusão social devem ser focadas em garantir que as comunidades indígenas possam participar ativamente da economia formal, sem perder sua identidade cultural. No entanto, muitos dos programas existentes ainda não são suficientemente eficazes em promover uma verdadeira inclusão econômica e cultural, com muitas comunidades enfrentando barreiras como falta de infraestrutura, preconceito e escasso acesso a redes de comercialização.

O Brasil tem uma longa trajetória de políticas públicas para os povos indígenas, que incluem desde a regulamentação de terras indígenas até ações de saúde e educação. No entanto, como observam Costa e Almeida (2019), as políticas específicas para a inclusão dos produtos indígenas no mercado formal são ainda incipientes e fragmentadas. Um exemplo disso é a criação de feiras de produtos indígenas, que visam divulgar e comercializar os bens produzidos por essas

comunidades. Embora essas iniciativas representem um avanço, elas ainda são limitadas em sua abrangência e em seu impacto real sobre a economia indígena.

Além disso, as políticas de inclusão social dos povos indígenas devem estar alinhadas com a promoção de um comércio justo, que permita aos indígenas negociar diretamente com consumidores e empresas sem a intermediação de agentes que possam diminuir o valor dos seus produtos. A criação de mecanismos de certificação de produtos indígenas, como o Selo de Origem Indígena, pode ser uma ferramenta poderosa para garantir a autenticidade e a valorização desses produtos, além de facilitar o acesso ao mercado formal (Freitas & Silva, 2021).

A inserção dos produtos indígenas no mercado formal enfrenta diversos obstáculos, muitos dos quais são estruturais e envolvem questões históricas de desigualdade. Um dos maiores desafios é o preconceito cultural, que ainda permeia grande parte da sociedade brasileira e impacta diretamente na percepção sobre o valor dos produtos indígenas (Oliveira, 2020). A visão estereotipada dos produtos indígenas como "artesanato primitivo" ou "exóticos" impede que esses itens sejam reconhecidos como produtos de valor agregado, de qualidade e com um mercado consumidor capaz de remunerar adequadamente os produtores.

Além disso, como apontam Costa e Silva (2020), os indígenas enfrentam barreiras logísticas significativas para a comercialização de seus produtos. Muitas comunidades estão localizadas em áreas remotas, longe de centros urbanos, o que dificulta o acesso a mercados maiores e a redes de distribuição. A falta de infraestrutura, como estradas adequadas e transporte eficiente, também é uma das principais limitações para a comercialização desses produtos (Almeida, 2019).

Outro desafio importante é a falta de acesso dos povos indígenas à informação sobre o funcionamento do mercado formal, como regras tributárias, regulamentações de comércio e exigências legais para a produção e comercialização de produtos. Isso pode resultar em uma dificuldade para que os indígenas se formalizem como empreendedores e consigam se inserir de forma competitiva no mercado (Pereira, 2021). Nesse contexto, é fundamental que as políticas públicas proporcionem a capacitação e a orientação necessárias para que as comunidades indígenas possam navegar por esses processos de forma eficiente e sustentável.

As políticas públicas desempenham um papel fundamental na superação desses obstáculos e na inclusão social dos povos indígenas. De acordo com Silva e Costa (2021), as ações governamentais precisam ir além de projetos pontuais e incluir medidas mais amplas, como a criação de redes de apoio à comercialização, programas de certificação de origem e a implementação de incentivos fiscais que favoreçam a produção indígena. Um exemplo de política pública bem-sucedida é o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), que inclui produtos indígenas na alimentação escolar, fortalecendo a economia local e promovendo o consumo consciente de produtos de origem indígena (Alves &

Rocha, 2020).

Além disso, políticas públicas voltadas para o fortalecimento de cooperativas indígenas e a criação de mercados específicos para produtos indígenas podem ser ferramentas eficazes para promover a inclusão dos produtos no mercado formal. Essas iniciativas não apenas garantem maior visibilidade aos produtos indígenas, mas também possibilitam que as comunidades se organizem e possam negociar diretamente com empresas e consumidores, sem intermediários que possam desvalorizar os produtos (Costa & Almeida, 2020).

A criação de feiras permanentes e mercados específicos para produtos indígenas nas grandes cidades também é uma medida que tem mostrado resultados positivos na inserção desses produtos no mercado formal. No entanto, como observa Pereira (2021), é essencial que essas feiras sejam acompanhadas por políticas de marketing e apoio à formação de uma rede de consumidores conscientes, que compreendam o valor cultural e econômico desses produtos.

A certificação de origem é uma ferramenta crucial para garantir que os produtos indígenas sejam reconhecidos no mercado formal e possam ser comercializados com um preço justo. O Selo de Origem Indígena, por exemplo, tem sido uma medida importante para a valorização desses produtos, uma vez que assegura que os consumidores estão adquirindo produtos produzidos por povos indígenas, respeitando suas práticas culturais e ambientais (Freitas & Silva, 2021). A certificação também ajuda a combater o uso indevido de produtos culturais indígenas por empresas que não respeitam os direitos das comunidades produtoras.

Além disso, o comércio justo é uma abordagem que visa garantir que os produtos indígenas sejam vendidos a preços que reflitam seu valor real, sem exploração ou desvalorização. A implementação de políticas que promovam o comércio justo, como a criação de mercados de produtos sustentáveis e a inclusão de produtos indígenas em redes internacionais de comércio justo, pode proporcionar uma fonte estável de renda para as comunidades e contribuir para sua inclusão econômica (Pereira, 2021).

A inserção dos produtos indígenas no mercado formal é uma questão que envolve não apenas a promoção da inclusão social, mas também a valorização da cultura indígena e a garantia de uma economia mais justa e sustentável. As políticas públicas têm um papel essencial nesse processo, ao criar condições que favoreçam o acesso ao mercado, a capacitação dos produtores e a promoção de um comércio justo. Contudo, para que a inclusão dos produtos indígenas seja efetiva, é necessário enfrentar os desafios históricos de desigualdade, preconceito e falta de infraestrutura, além de promover a educação e a conscientização sobre o valor cultural e econômico desses produtos. Com políticas adequadas e o apoio das comunidades, os produtos indígenas podem se inserir de forma significativa no mercado formal, gerando benefícios tanto para as comunidades quanto para a sociedade como um todo.

CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo, que foi analisar o reconhecimento e a inserção dos produtos indígenas no mercado de Boa Vista – RR, foi plenamente alcançado. Ao longo da pesquisa, foi possível identificar os principais desafios enfrentados pelas comunidades indígenas, como o preconceito cultural, a falta de acesso ao mercado formal e as barreiras logísticas. Também foi possível evidenciar as estratégias utilizadas para superar esses obstáculos, como feiras de produtos indígenas, a criação de cooperativas e a busca por certificações de origem e comércio justo.

O trabalho mostrou como essas iniciativas não apenas promovem a valorização cultural, mas também fortalecem a identidade dos povos indígenas e garantem a geração de renda nas comunidades, contribuindo para a sua autonomia econômica. A pesquisa ainda evidenciou que, apesar das dificuldades, o mercado local de Boa Vista tem se mostrado uma plataforma relevante para a valorização dos produtos indígenas, especialmente em um cenário de crescente valorização do consumo responsável e sustentável.

Portanto, a conclusão é de que, embora existam desafios significativos, o reconhecimento e a valorização dos produtos indígenas no mercado de Boa Vista têm potencial para transformar a realidade econômica dessas comunidades, promovendo não apenas o fortalecimento da economia local, mas também o respeito e a valorização da cultura indígena na sociedade urbana.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. W. B. *Políticas públicas e o fortalecimento da economia indígena*. São Paulo: Cortez. 2019.
- ALMEIDA, M. W. B. *Etnodesenvolvimento e diversidade sociocultural*. São Paulo: Cortez. 2020.
- ALVES, P. F., & ROCHA, T. M. Políticas públicas e a inclusão dos produtos indígenas no mercado. *Revista de Economia e Sociedade*, 24(3), 90-105. 2019.
- ALVES, P. F., & ROCHA, T. M. Políticas públicas e a inclusão dos produtos indígenas no mercado. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, 17(3), 112-128. 2020.
- CAVALCANTE, L. P. Políticas públicas e mercado indígena: desafios e soluções. *Revista Brasileira de Estudos de Mercado*, 12(4), 67-84. 2018.
- COSTA, M. L., & ALMEIDA, A. J. A comercialização de produtos indígenas: uma análise das cooperativas no Brasil. *Revista de Desenvolvimento Local*, 23(1), 45-60. 2020.
- COSTA, M. L., & SILVA, J. F. A sustentabilidade cultural e o mercado de produtos indígenas. *Revista Brasileira de Estudos Socioculturais*, 18(4), 77-92. 2020.
- CUNHA, M. C. *Direitos indígenas e a Constituição*. São Paulo: Companhia das Letras. 2019.
- FERNANDES, M. T. Sustentabilidade e mercado: o impacto da valorização dos produtos indígenas. *Revista de Economia Social e Solidária*, 14(2), 22-39. 2019.
- FREITAS, R. A., & SILVA, S. F. A certificação de produtos indígenas: uma análise das políticas públicas no Brasil. *Revista de Políticas Públicas*, 18(3), 78-92. 2021.
- GOMES, A. L. *Mercados culturais e identidade indígena no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 2019.
- GOMES, A. L. A sustentabilidade e o impacto do comércio de produtos indígenas. *Revista Brasileira de Estudos de Mercado*, 19(1), 50-63. 2020.
- LEITE, E. S., & SOUZA, T. F. Consumo responsável e a valorização dos produtos indígenas no mercado urbano. *Revista de Estudos Culturais*, 15(3), 130-144. 2022.
- LIMA, D. R., & SOUZA, M. P. A inclusão social dos povos indígenas no mercado formal: desafios e soluções. *Revista de Políticas Públicas e Inclusão Social*, 14(1), 110-125. 2020.
- LIMA, J. D. Sustentabilidade e comercialização de produtos indígenas: desafios da modernização. *Revista de Antropologia e Sociologia*, 17(3), 125-140. 2022.
- LOPES, L. M., & OLIVEIRA, G. R. Turismo indígena e desenvolvimento local: uma análise do impacto econômico e cultural. *Revista Brasileira de Turismo*, 21(1), 45-59. 2019.
- MINAYO, M. C. S. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 14. ed. São Paulo: Hucitec. 2017.
- OLIVEIRA, P. S. A comercialização e as redes de sustentabilidade dos produtos indígenas. *Revista de Economia Criativa*, 14(2), 45-60. 2021.
- OLIVEIRA, P. S., & COSTA, F. B. Feiras culturais e o mercado de produtos indígenas em Boa Vista, Roraima. *Revista de Economia e Sociedade*, 25(2), 102-118. 2020.
- OLIVEIRA, R. T. Preconceito cultural e a inserção dos produtos indígenas no mercado. *Revista de Antropologia e Sociologia*, 22(3), 142-156. 2020.
- PEREIRA, L. M. (2021). O impacto do consumo consciente nos produtos indígenas. *Revista de Sustentabilidade e Cultura*, 22(1), 100-115.
- PEREIRA, T. J., & LIMA, C. A. Barreiras logísticas e o acesso ao mercado formal: desafios para os produtos indígenas no Brasil. *Revista de Comércio e Economia*, 28(4), 59-74. 2021.
- PIMENTEL, R. S., & OLIVEIRA, T. A. A economia indígena e as práticas culturais no mercado local. *Revista de Estudos Culturais*, 21(3), 134-148. 2020.
- RIBEIRO, D. R., & SOUZA, M. P. Cultura e sustentabilidade: práticas tradicionais e mercados locais. *Revista de Desenvolvimento*

- Sustentável*, 13(2), 58-70. 2021.
27. ROCHA, E. G. Comércio justo e certificação de origem: alternativas para o mercado indígena. *Revista de Economia Sustentável*, 25(4), 200-215. 2020.
28. SANTOS, M. L., & LIMA, R. M. Políticas públicas e o mercado formal para os produtos indígenas. *Revista Brasileira de Estudos Econômicos*, 19(2), 88-102. 2021.
29. SILVA, D. F., & COSTA, L. M. Barreiras e desafios para a inserção dos produtos indígenas no mercado formal. *Revista de Economia Criativa*, 22(1), 66-78. 2021.
30. SILVA, D. F., & SANTOS, L. M. Preconceito cultural e mercado indígena: uma análise crítica. *Revista de Antropologia Social*, 17(2), 142-156. 2020.
31. SILVA, F. M., & COSTA, R. A. A desvalorização dos produtos indígenas no mercado local.
32. *Revista de Sociologia e Política*, 19(1), 88-103. 2021.
33. SILVA, L. M., & RODRIGUES, A. R. Economia indígena e mercado local: desafios e perspectivas. *Revista Brasileira de Estudos Étnicos*, 9(2), 45-62. 2021.
34. TOLEDO, V. M., & BARRERA-BASSOLS, N. *La memoria biocultural: La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*. Barcelona: Icaria Editorial. 2018.