

ESG

Conexão pela sustentabilidade

Comunicadores e influenciadores indígenas apontam exclusão de seus povos de iniciativas de governança ambiental, social e corporativa, e mostram maneiras de unir a viabilidade econômica ao meio em que vivem

RENAN HONORATO rhonorato@grupomm.com.br

A pauta ambiental passou a dominar o debate sobre a governança ambiental, social e corporativa (ESG, na sigla em inglês) nos últimos anos, sobretudo pelo avanço desenfreado de catástrofes ambientais ligadas às mudanças climáticas, aquecimento global e exploração do meio ambiente. Por conta disso, empresas e indústrias globais começaram a divulgar manifestos em prol da preservação desse meio ambiente que culminariam em projetos socioambientais mais robustos nos últimos anos. Apesar disso, pesquisa realizada pela Financial Times Longitude, em parceria com a Fujitsu, revela que são poucas as companhias (das mil entrevistadas) que chegam a concluir iniciativas relevantes quando se trata de investir no S (social) da pauta ESG. De acordo com os dados, apenas 12% criam produtos neutros em emissão de carbono e o mesmo percentual se repete quando se trata de iniciativas de diversidade e inclusão.

Mas outro fator importante também é desconsiderado pelas empresas: os povos indígenas originários das terras, brasileiras e estrangeiras, que não são levados em conta quando se trata de empreender iniciativas de preservação da natureza. Influenciadores, comunicadores e empreendedores indígenas criticam a exclusão dos seus povos desses debates. Em Maués (AM), o povo Sateré-Mawé conseguiu viabilizar o Projeto Wanarã, que envolve o cultivo e exportação do pó de guaraná Nusoken, matéria-prima principal do Guaranã Antarctica, da Ambev. Essa iniciativa é um caso de como a pauta ESG pode se conectar a comunidades originárias tanto no que se refere ao ambiental (o E de ESG) quanto ao S.

Estimativa da ONU aponta que existem cerca de 500 milhões de indígenas no mundo, espalhados por 90 países, o que equivale a quase 5% da população mundial. E 45% das regiões de mata virgem ao redor do globo estão inseridas em territórios das cinco mil culturas que formam os povos originários. No mesmo relatório, se somados os percentuais de retirada de CO2 da atmosfera em territórios da Bolívia, Brasil e Colômbia protegidos por esse grupo, são quase 60 milhões de toneladas convertidas ou 13 milhões de automóveis em circulação. "Nós queremos estar nesses espaços. Como falar de preservação do meio ambiente sem termos povos indígenas dentro das empresas?", questiona o comunicador indígena e embaixador do WWF, Tukumã Pataxó. A maior dificuldade existente para criar conexões entre mercado e as comunidades, afirma Pataxó, é o receio



Instituto Rede de Soluções Sustentável leva indígenas para competições de canoagem pelo Brasil



dos agentes empresariais em ouvirem os conselhos e apontamentos de como deveria ser o caminho trilhado para sustentabilidade.

Segundo relatório de mudanças climáticas, organizado pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC), a temperatura média da Terra atingiu 1,1 C acima dos valores pré-Revolução Industrial. O fato frustra prematuramente os planos dos quase 150 estados-nações que assinaram o Acordo de Paris, convenção que barraria aquecimento global em 1,5 °C, dentre outras metas. Ainda segundo o relatório, catástrofes climáticas podem atingir, principalmente, os países de áreas costeiras, com regiões alagadiças (como manguezais e pantanais) e semidesérticas. O IPCC foi criado em 1988 pela Organização Meteorológica Mundial (OMM) e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma).

O Brasil tem mais de 8 mil quilômetros de área costeira, além de abrigar ecossistemas únicos como o Pantanal e a Caatinga. Nesta última, já é possível identificar o início do processo de desertificação do ecossistema, perdendo aproximadamente 26% da vegetação pri-

vai para frente. A cabeça de uma pessoa que nunca esteve em uma aldeia, mesmo sendo estudada e com PhDs, não sabe o que buscar", sustenta. Rosa Maria ressalta que, apesar de muitos povos já terem começado a se organizar através de entidades, faltam caminhos e investimentos para que consigam se estruturar e fazer frente ao debate público. "Muitos projetos são pensados de fora para dentro, e não com a contribuição dos povos indígenas", afirma.

"É preconceito", diz a comunicadora e ativista, Samela Sateré Mawé. "As empresas ainda têm essa percepção estereotipada de que o indígena não é um ser inteligente o suficiente para ocupar um espaço que represente a realidade da comunidade. Além disso, muitas

vezes, a realidade empresarial não condiz com nossas crenças, já que tem um pensamento colonialista e eurocêntrico desde a base. Porque nós, povos indígenas, temos uma crença na preservação e na conexão, ao contrário do mercado, que pensa no consumo e no capital", argumenta Samela.

TRABALHO INDÍGENA

Desde o primeiro ano da pandemia, segundo pesquisa feita pelo Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV Social), os indígenas foram as pessoas que mais perderam os postos de trabalho, resultando na redução de quase 30% da renda familiar. Três anos depois, a pesquisadora da FGV Ibre, Janaina Feijó, realizou, a pedido do jornal O Globo, estudo mostrando como é o mercado de trabalho indígena a partir de dados do IBGE. De acordo com o levantamento feito, as taxas de participação de indígenas no mercado de trabalho eram as menores em relação aos brancos, pretos e pardos. E a taxa de trabalho informal era de 48,5%, a maior entre os três principais grupos étnicos.

A maior dificuldade dos povos indígenas é a falta de escolarização formal, aponta Maria Rosa, que coordena a agenda indígena da FAS em Manaus. Porém, afirma, também é preciso haver capacitação da comunidade que receberá essas pessoas para entender as necessidades culturais de cada povo. "É preciso ter um olhar diferenciado e sensibilização do Estado e das empresas em trabalhar com essas pessoas. Principalmente porque nós estamos no estado com maior número de indígenas do Brasil e, mesmo assim, isso não é reconhecido com a importância que deveria", diz. No levantamento feito pelo Instituto Sociedade, 

População e Natureza (ISPN), são mais de 180 os povos indígenas que vivem no bioma amazônico de 110 milhões de hectares – esse número não contabiliza os povos isolados que se mantêm distantes do mundo não-indígena.

Além de coordenar a agenda indígena da FAS, Maria Rosa é responsável por abrigo voltado aos indígenas que querem sair dos aldeamentos em busca de outras oportunidades e não encontram maneiras de sustentar a estadia. “O mercado não está preparado para nós ou nós não estamos capacitados para atuar no mercado devido às exigências. É muito comum que as pessoas que vivem em aldeamentos não fiquem na cidade por muito tempo justamente por não estarem em sintonia com a vida urbana, com a língua e com os costumes culturais do capitalismo. É muito difícil para os indígenas um lugar no mercado porque eles não são qualificados”, explica. Em 2021, a varejista Bemol, em parceria com a FAS, iniciou uma série de programas de inclusão e diversidade indígena nos principais polos urbanos ao norte do País, capacitando e empregando, aproximadamente, 50 indígenas em programas de trainee.

Agenda indígena foi criada em 2018 durante simpósio promovido pela Rede de Soluções Sustentável da Amazônia e, dentre seus objetivos, está a ampliação da atuação dos povos originários em terras indígenas em áreas essenciais como saúde, educação, esporte e cultura. Dentre os programas do instituto, a arquearia indígena, financiada pela Bemol, com o apoio da Confederação das Organizações e Povos indígenas do Amazonas, e o projeto de canoagem indígena levaram atletas das aldeias para competições ao redor do Brasil, como a Copa Brasil e Controle Nacional de Canoagem Velocidade, e a Copa do Mundo de Tiro com Arco. A FAS já recebeu, entre seus apoiadores, financiadores e marcas que divulgam o projeto: BIC, Bradesco, Americanas, Ball, Carrefour, Petrobras, Raizen, P&G, Vivara, Yamaha, Google e Microsoft, dentre outros.

PROJETO GUARANÁ

O guaraná (P. Cupana) é um arbusto que foi domesticado pelo grupo indígena Sateré-Mawé na bacia do rio Maués-Açu, na Amazônia. “O projeto Waraná (*na língua nativa*) não é apenas o plantio do fruto, mas a visão do guaraná como nossa ciência, cultura e tradição”, explica o gestor do Projeto Wanará, Obadias Batista Garcia. O projeto cuida, entre outros objetivos, do cultivo e exportação do pó de guaraná Nusoken (marca criada pelos Sateré-Mawé). A região de Maués produz quase 250 toneladas de guaraná por ano, as quais são vendidas, principalmente, para a Ambev, para a produção do Guaraná Antarctica.

Segundo Obadias, cada produto exportado tem rastreabilidade e cumpre as exigências ambientais e certificações orgânicas. Dentre as entidades que reconhecem o guaraná exportado pelos Sateré-Mawé estão a Terra Madre, selo da

ONG Slow Food, cuja meta é a maior preservação da biodiversidade no cotidiano alimentar mundial. Em 2020, o Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI) reconheceu a terra indígena Andirá-Marau como indicação geográfica para o cultivo de guaraná pelos Sateré-Mawé. Foi a primeira vez que um povo indígena foi reconhecido com a certificação de origem de procedência agrícola. “Com esse pedido, fazemos com que o governo brasileiro reconheça que o cultivo do guaraná é de nossa propriedade intelectual porque, antes de cientistas e do mercado saberem o que era o guaraná, nós já havíamos descoberto e domesticado”, observa Garcia.

Com essa pauta de sustentabilidade, a relação dos Sateré-Ma-

Alef: “No dia em que uma empresa chamar um indígena para discutir sobre meio ambiente, isso vai ser revolucionário”



wé com grandes empresas ficou mais complicada “Nossos concorrentes principais são as grandes indústrias, como a Ambev, porque eles monopolizam o preço das safras e dos produtos. O projeto Waraná ajudou a valorizar no mercado esse produto cultural e nacional. Nosso guaraná é um patrimônio genético e cultural do Brasil e do mundo. Antes de falar de aquecimento global, essas empresas incentivavam os pequenos produtores a produzirem o ‘guaraná clonado’ em vez do orgânico, mas, hoje, essas mesmas empresas só querem saber de comprar o produto orgânico”, explica. Segundo a Embrapa, “guaraná clonado” é feito com frutos melhorados geneticamente para resistirem a doenças e intempéries do clima.

“Antes da Constituição Federal de 1988, havia o artigo (*na Constituição de 1967*) que nos colocava como pessoas que deveriam ser tuteladas pela Funai, que tínhamos a consciência de crianças”, recorda. O Conselho Geral das Tribos Sateré-Mawé (Cgtsm) foi oficializado em setembro de 1989, após quase dez anos de resistência das lide-

Modelo indígena nas passarelas

“Recentemente, uma marca de celular veio nos procurar para fazermos uma campanha e a primeira coisa que nos perguntaram era onde morávamos, se era na aldeia, numa oca ou na cidade, numa casa ‘normal’”, conta o influenciador Tukumã Pataxó, que tem 222 mil seguidores no Instagram. Originário da região da Coroa Vermelha, na Bahia, Tukumã foi apresentador de quadro gastronômico no podcast *Papo de Parente*, produzido pela Globoplay. “Fizemos uma temporada de oito episódios e estamos esperando a confirmação se haverá uma segunda temporada. Mas gostei muito de fazer porque adoro falar sobre pratos, tipos de cozinhas diferentes”, diz.

Tukumã e sua companheira, Samela Sateré-Mawé, residente no Amazonas, estiveram no Baile da Vogue, cujo tema era “Sonho de Uma Noite de Verão”. “Nós sofremos racismo lá, não dentro do evento, mas no caminho para entrar, no tapete vermelho, algumas pessoas começaram a gesticular e fazer barulhos, como ‘uuu’, relembra Tukumã. A comitiva indígena era composta, além do casal, de Txai Surui, ativista indígena, e Day Molina, estilista que desenhava os trajes do grupo para o evento. Day é criadora da Nalimo, marca de roupas feita por mulheres que tem a sustentabilidade como principal material.

“Apesar de a indústria têxtil trazer muitos malefícios ao meio ambiente ainda, nós estávamos apresentando nossos corpos indígenas dentro de um espaço elitista e historicamente segregador para confrontar esses estereótipos”, analisa Samela. Independentemente da ação exercida, todo trabalho realizado por um indígena é um trabalho de desconstrução dos estereótipos que a colonização, a mídia e o mercado sempre ajudaram a preservar ao longo dos anos, diz Samela. Além de ativista, Samela faz parte da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (Apib), creator no projeto Amazônia de Pé e colunista no Colabora, portal de jornalismo independente.

Outra personalidade que tem trilhado as passarelas pelo mundo é Noah Alef, de ancestralidade Pataxó. “O choque de um indígena aldeado em contato com a cidade é grande, principalmente pelas questões de vida, moradia e dinheiro”, diz. Apesar de não ter passado a infância isolado na aldeia, Noah se mudou para São Paulo aos 19 anos, quando foi agenciado pela Way Models. Depois, andou pelos tapetes vermelhos da Alemanha, França, Inglaterra e, agora, reside na Austrália. “Sou o primeiro modelo indígena brasileiro. Quero tentar servir de exemplo para uma geração que pode se espelhar na trajetória e acreditar que somos capazes”, afirma.

Segundo a maioria dos entrevistados, as marcas muitas vezes buscam a representação indígena mais pela imagem e narrativa de diversidade do que para exercer um impacto social na ponta. “Na imagem, as marcas querem ser diversas, mas, quando você olha dentro da empresa, não tem tanta diversidade. Nenhum alheira (*agente que descobre modelos*) foi procurar pessoas na aldeia porque, se tivesse passado por lá, teríamos muito mais representatividade”, acredita Noah.

“Se uma pessoa me vê com o celular, sou questionado, mas ninguém questiona o genocídio indígena, né?”, indaga Noah. De modo geral, as redes sociais se mostraram uma alternativa para se contrapor aos discursos hegemônicos, permitindo que influenciadores e grupos indígenas pudessem amplificar a voz e a abrangência dos saberes ancestrais, além de permitir oportunidades de trabalho. “No dia em que uma empresa pensar em chamar um indígena para discutir sobre meio ambiente dentro da companhia, isso vai ser revolucionário”, diz o modelo.

ranças e comunidades indígenas para tentar expulsar os invasores da região do Baixo Amazonas, dentre grileiros, garimpeiros e madeireiros. Além do Cgtsm, os Sateré-Mawé organizaram-se em mais dois sindicatos para integrar a vida dos aldeados às necessidades que as mudanças globais colocavam às tradições. “Temos visão de fortalecimento da cultura Sateré-Mawé que visa criar projeto social, político, ambiental e econô-

mico a partir de nossas tradições”, explica o gestor do Projeto Wanará.

Foi a partir desse histórico que surgiu, em 1993, o Wanará, também conhecido como Projeto Guaraná ou Filhos do Guaraná, que centraliza os objetivos dos Sateré-Mawé da região amazônica em ter alternativas economicamente viáveis de manter tradições culturais e promover o desenvolvimento coletivo e individual dos habitantes da região.