

# Mulher indígena cria marca na pandemia e ganha o mundo com suas estampas

*Sol Terena colocou em prática a ideia que teve durante o período de isolamento, criou a loja virtual Grafismos Indígenas e com ajuda de conterrâneos confecciona camisetas com temas da cultura local. Suas peças tem compradores nos EUA, França e Alemanha*

Sol Terena é uma mulher, indígena, empreendedora e ativista. Essas são algumas das palavras que podemos começar a usar para descrever Sol. Ela nasceu e foi criada na terra indígena Tererê no Mato Grosso do Sul e é da etnia Terena. Na terra indígena, nunca teve emprego remunerado, mas isso não quer dizer que ela nunca tenha trabalhado, muito pelo contrário.

Há cinco anos, se mudou para Campinas, no interior de São Paulo, para estudar Direito em uma faculdade particular que ela pagava com seu trabalho na própria instituição. Sol tem curso técnico de Biblioteconomia e era assim que conseguia sua renda. Com a chegada da pandemia em março de 2020 a crise financeira que atingiu milhões de brasileiros e não poupou Sol.

A indígena precisou trancar seu curso e pausar os estudos e viu a necessidade de voltar à Tererê, sua terra natal. Durante essa revolução em seus projetos, Sol teve a ideia de

começar uma linha de camisetas com estampas que simbolizam a luta e a história indígena, e nasceu a marca Grafismos Indígenas que atualmente ela conta com a colaboração de outros índios na confecção.

Com a ajuda do projeto de Campinas chamado Agbara, aprendeu como utilizar as ferramentas online e melhorar as vendas pela internet, as peças passaram a ser vendidas em um perfil nas redes sociais (@grafismoindigena). "Se a página Grafismos Indígenas tivesse a oportunidade de trabalhar com grandes marcas, se expandiria ainda mais", analisa Sol. Ela que utiliza o perfil nas redes sociais da marca para divulgar trabalhos de outros indígenas empreendedores e trazer para o conhecimento de mais pessoas as pautas da luta indígena.

A boa notícia é que Sol não é a única nova empreendedora, somente em 2020, o empreendedorismo feminino cresceu em 40%, segundo dados da Rede Mulher Empre-

dedora, e representam 48,7% do mercado, de acordo com a Global Entrepreneurship Monitor, órgão de monitoramento do empreendedorismo global. E há um crescimento na confiança do empreendedorismo feminino, como denota o estudo feito pelo FMI (Fundo Monetário Internacional) cujos resultados mostram que uma maior participação de mulheres em instituições financeiras leva a mais estabilidade, com menos endividamentos, decisões corporativas mais cautelosas, mais eficiência e menos chances de crises.

Contudo, apesar dos avanços, toda uma cultura de discriminação, salários inferiores e comentários misóginos e desconfiança ainda incide sobre a atuação feminina no mercado. Sol relata que tem dificuldade de se enxergar como uma mulher empreendedora, mesmo que sua linha de camisetas já esteja com projeção internacional e clientes nos Estados Unidos, França e Alemanha, só para citar alguns. Ela nunca teve exemplos de mulhe-

res indígenas que fossem empreendedoras, mas afirma com convicção: "eu não tive referências, mas quero ser referência". Sem exemplo e sem ajuda inicial para começar sua marca, Sol espera que mais mulheres indígenas vejam o exemplo dela e comecem sua trajetória empreendendo.

#### "FALTA OPORTUNIDADE"

Sol explica que no mercado de trabalho não existem tantas oportunidades de emprego e crescimento para uma mulher indígena. Isso fica nítido em momentos de crise econômica como o que estamos passando e os indígenas são os mais afetados por ela. De acordo com estudo do FGV Social (Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas), os indígenas foram os mais afetados pelos impactos da pan-

demia no mercado de trabalho. Por isso, Sol espera que as empresas ofereçam isso, mas não somente quando alguém se ferir e um grande movimento começar, como foi o caso de grandes empresas abrirem vagas de emprego para negros após o movimento black lives matter que aconteceu ano passado. "Precisa que ter esse espaço para a população indígena e negra sem ser obrigado pelas circunstâncias". Agora, Sol pretende expandir sua marca, fazer novas estampas e melhorar a ferramenta de compra. E espalhar pelo mundo a mensagem nas estampas de suas camisas: "Lute como uma mulher indígena".

ALICE RESENDE  
ESTAGIÁRIA

(SUPERVISÃO PATRÍCIA MARIA  
ALVES/EDITORIA)





*Marca quer dar visibilidade para a causa indígena no Brasil e exterior*



Arquivo pessoal



*Sol Terena - "Eu quero ser uma referência  
para as outras mulheres indígenas"*