

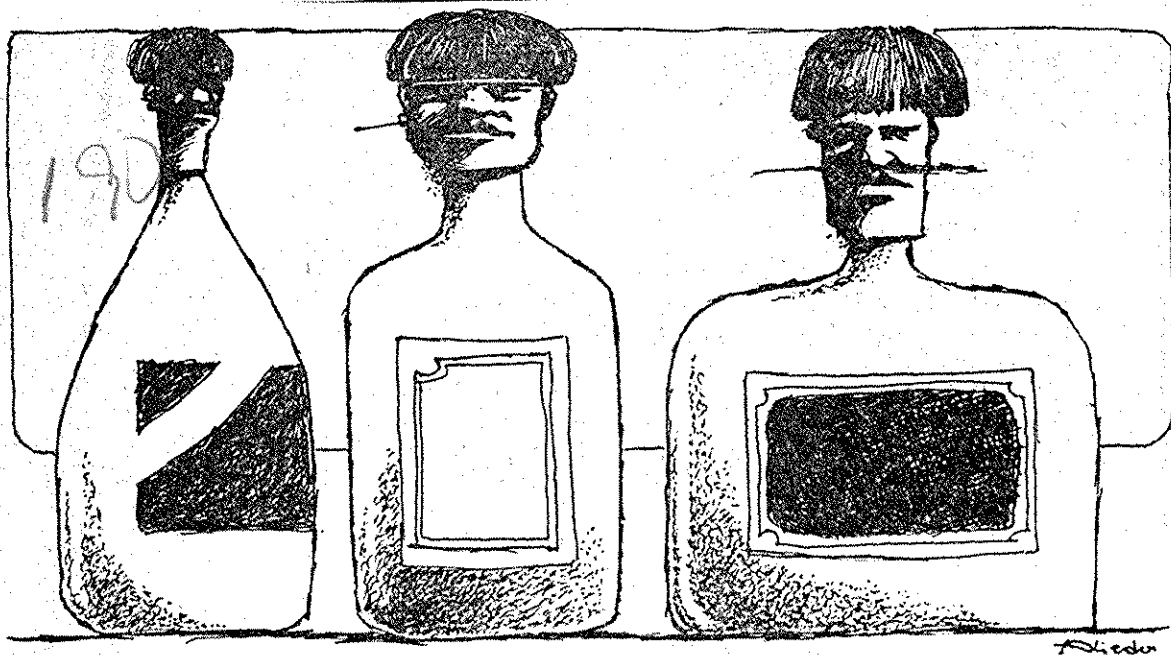
# Povos Indígenas no Brasil

Fonte: *Jornal do Brasil*

Class.: 32

Data: 10.04.92

Pg.:



## Da floresta à 'city' londrina

### Caiapós defendem o fornecimento de óleo de castanha-do-pará

Franklin Martins  
Correspondente

**L**ONDRES — Numa corridíssima entrevista coletiva, com a presença dos mais importantes jornais e televisões inglesas, os índios caiapós Paulinho Paiakan e Pukatire disseram que o acordo comercial assinado entre suas tribos para fornecer óleo de castanha-do-pará à Body Shop, uma cadeia de lojas de cosméticos naturais que possui mais de 700 pontos de venda em todo o mundo, não se choca com a cultura indígena e vai ajudar sua gente a manter as tradições.

"A coleta da castanha faz parte dos nossos costumes. Quando o índio trabalha numa madeira ou no garimpo, o que ele traz de volta para a aldeia? Doença e malária. No trabalho da castanha, ele traz peixe, caça, frutas e castanha para comer", disse Paiakan que, de cocar na cabeça, falou em português, num dos escritórios da Body Shop.

O acordo entre a aldeia de A-Ukre, à qual pertence Paiakan, e a empresa inglesa, foi assinado no ano passado. Na pri-

meira colheita, os caiapós conseguiram 22 toneladas de castanha, das quais foram extraídos 1,5 mil quilos de óleo, em prensas localizadas na própria aldeia, no sul do Pará. O óleo é exportado para a Inglaterra, onde é usado como matéria-prima básica do condicionador de cabelos Brazil Nut, um dos maiores sucessos de venda da Body Shop. Em função dos bons resultados, a aldeia de Pukanu, cujo chefe é Pukatire, também aderiu ao projeto.

A diretora-presidente da Body Shop, Anita Roddick, uma empresária que apóia campanhas ambientalistas, lembrou que a cooperação com os caiapós começou quando ela e sua filha conheceram Paiakan no Encontro de Nações Indígenas, em Altamira, no Pará. Depois de visitarem a aldeia de A-Ukre, veio a idéia de desenvolver com os caiapós um projeto dentro do programa Trade not Aid da empresa (Comércio sim, ajuda não.)

"Foram os índios que definiram a quantidade de castanhas que desejam colher anualmente", disse ela. Cada aldeia formou sua própria trading company, cuja direção é integrada apenas por indígenas. O lucro pertence à toda comunidade e é basicamente aplicado em servi-

ços sociais, especialmente na área de saúde.

A empresa inglesa emprestou, sem juros e com cinco anos de carência, o capital necessário para a compra dos equipamentos rudimentares necessários à produção do óleo. Há uma semana lançou uma revista em quadrinho a cores sobre a luta dos povos da Amazônia, chamada *Fight for the forest (Luta pela floresta)*, que está sendo vendida em todas as suas lojas. De cada revista vendida, 20 pences (cerca de Cr\$ 800) vão para um fundo destinado a financiar a compra de um avião para os índios caiapós transportarem o óleo.

Paiakan disse que a venda de castanhas não vai deixar sem alimento os bichos da floresta, como apregoam alguns cientistas. Recorrendo a uma lenda indígena, ele explicou que apenas a cotia se alimenta da castanha. "Antes, todos os bichos comiam castanha. Mas um dia a cotia fingiu que a castanha era um alimento envenenado. Os outros bichos acreditaram e, a partir daí, nunca mais comeram", disse, arrancando risadas e conquistando os jornalistas britânicos. Ele poderia ter citado números: a produção de sua aldeia pode chegar a 30 toneladas ao ano, quando o mercado de castanha-do-pará é, pelo menos, cinco mil vezes maior do que isso.