



Amazônia Oriental

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA – UFRA
EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA
CURSO DE DOUTORADO EM CIÊNCIAS AGRÁRIAS**

RUTH HELENA CRISTO ALMEIDA

**EMPRESA NATURA S.A, COMUNIDADES RURAIS E O USO DE
RECURSOS NATURAIS NA AMAZÔNIA: UMA ANÁLISE “DO CASO
PRIPRIOCA” (*Cyperus articulatus* L.) NO ESTADO DO PARÁ**

Belém /Pará
2013



Amazônia Oriental

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA – UFRA
EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA
CURSO DE DOUTORADO EM CIÊNCIAS AGRÁRIAS**

RUTH HELENA CRISTO ALMEIDA

**EMPRESA NATURA S.A, COMUNIDADES RURAIS E O USO DE
RECURSOS NATURAIS NA AMAZÔNIA: UMA ANÁLISE “DO CASO
PRIPRIOCA” (*Cyperus articulatus* L.) NO ESTADO DO PARÁ**

Orientador Prof. Dr. Manoel Malheiros Tourinho

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências Agrárias, da Universidade Federal Rural da Amazônia – UFRA, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutora em Ciências Agrárias.

Belém /Pará
2013

Almeida, Ruth Helena Cristo

Empresa Natura S.A, comunidades rurais e o uso de recursos naturais na Amazônia: uma análise “do caso priprioca” (*Cyperus articulatus* L.) no Estado do Pará / Ruth Helena Cristo Almeida. - Belém, 2013.
208 f.

Tese (Doutorado em Ciências Agrárias) – Universidade Federal Rural da Amazônia, 2013.

1. Empresa Natura – Relações comerciais – Amazônia 2. Biodiversidade 3. Recursos Naturais – Uso - Amazônia 4. Priprioca – Amazônia I. Título.

CDD – 584.84098115

**EMPRESA NATURA S.A, COMUNIDADES RURAIS E O USO DE
RECURSOS NATURAIS NA AMAZÔNIA: UMA ANÁLISE “DO CASO
PRIPRIOCA” (*Cyperus articulatus* L.) NO ESTADO DO PARÁ**

RUTH HELENA CRISTO ALMEIDA

Sob orientação do Prof. Dr. Manoel Malheiros Tourinho

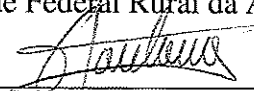
Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências Agrárias, da Universidade Federal Rural da Amazônia – UFRA, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutora em Ciências Agrárias.

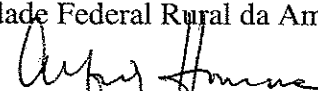
Data da defesa: _____

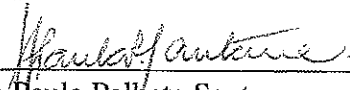
Conceito: _____

BANCA EXAMINADORA


Prof. Dr. Manoel Malheiros Tourinho - Orientador
Universidade Federal Rural da Amazônia


Prof. Dr. Antônio Cordeiro de Santana
Universidade Federal Rural da Amazônia


Prof. Dr. Alfredo Kingo Oyama Homma
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA Amazônia Oriental


Profa. Dra. Ana Paula Pálheta Santana
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará – IFPA


Prof. Dr. Rodrigo Corrêa Diniz Peixoto
Museu Paraense Emílio Goeldi – MPEG

Prof. Dr. Oswaldo Ryohei Kato (Suplente)
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA Amazônia Oriental

Profª Dra. Regina Oliveira da Silva (Suplente)
Museu Paraense Emílio Goeldi - MPEG

À memória de um grande homem e pesquisador que me
ensinou e incentivou a enxergar para além das montanhas,
Samuel Soares de Almeida, meu pai.

Aos meus filhos, Helen e Tiago, razão de tudo que faço.

AGRADECIMENTOS

Considero a chegada a este momento como um *rito de passagem*. Os ritos de passagem marcam pontos de desprendimento, servem para marcar o fim de um ciclo e o início de um novo momento no tempo presente, um tempo diferente, com outras características e consequentemente novos desafios. Os ritos de passagem revelam que as coisas têm início e fim. São os momentos que todos passamos, são as grandes mudanças em nossas vidas.

Pensando então como um rito, o mesmo pode vir acompanhado de “traumas”, rupturas necessárias que irão marcar a mudança de *status*. Não sendo diferente, esta tese foi concebida entre muitas idas e vindas, foi marcada pelo ciclo da vida entre chegada e partida, elaborada em muitos lugares e com o apoio de muitos amigos. Gerando grandes transformações.

Assim, é no desenrolar de uma *passagem* que a participação de muitas pessoas e instituições são importantes.

Agradeço imensamente ao meu orientador, prof. Dr. Manoel Malheiros Tourinho, entusiasta deste trabalho, por sua orientação e “paciência pedagógica”; pelas conversas acadêmicas e pessoais, que também fazem parte da construção de qualquer saber em nossa vida. E, principalmente, por acreditar e incentivar que este sonho viraria realidade.

Aos professores da banca, que desde a qualificação vem contribuindo imensamente para a construção, reconstrução, avaliação e pensamento crítico deste trabalho.

Agradeço aos meus companheiros e amigos de trabalho, sem aqui nomeá-los, pois seria até uma injustiça fazê-lo. Meu muito obrigada pela paciência, conversas, choros, confiança e torcida na certeza que este momento seria concretizado.

Agradeço muito imensamente aos meus alunos e alunas da UFRA. Iniciantes na vida acadêmica, mas já entendedores da importância do *habitus científico*, foram torcedores para que este trabalho pudesse dar certo. Vendo minha aflição e ansiedade (que não foram poucas)

escutei em vários momentos “professora se eu puder ajudar em alguma coisa pode falar”. Meu muito obrigada! Vocês me ajudaram muito, sabem disso.

Aos meus interlocutores de trabalho de campo, moradores das comunidades de Campo Limpo, Boa Vista do Acará e Cotijuba. Sem a receptividade e paciência em receber-me para horas e horas de conversas, este trabalho não seria possível. Afinal, era mais uma “querendo tanta informação”.

Aos professores e professoras do Curso de Doutorado em Ciências Agrárias (UFRA) e Ciências Sociais (UFPA) onde eu circulava em busca de um olhar mais interdisciplinar.

Aos amigos de curso de doutorado obrigada pelo apoio e companheirismo. Aos amigos do Museu Paraense Emílio Goeldi gratidão eterna por compartilharem deste momento com tanto carinho e confiança.

À Universidade Federal Rural da Amazônia e Instituto Socioambiental e dos Recursos Hídricos (ISARH) e seus órgãos colegiados, pela liberação, importantíssima, para a finalização desta tese.

Agradeço também à Fundação Amazônia Paraense de Amparo à Pesquisa pela concessão de bolsa de estudos, quando servidora da Secretaria de Estado de Educação do Pará.

E, finalizando, agradeço à minha família. Meus avós Ercília e Nazildo (*In memoriam*). Pessoas de fé, onde há muito sua neta já era “dotorinha” (coisa de vó). Aos meus pais, Samuel Almeida e Dinair Almeida. Minha mãe, torcedora incondicional, encorajando-me nas horas mais difíceis. Meu pai, que desencarnou no período da realização deste trabalho. Foi duro. Mas onde, paradoxalmente, fui buscar forças para que esta tese fosse concluída. Ambos me ensinaram as lições mais importantes e bases para toda minha vida. Aos meus irmãos, Jorge, Éverton e Samuel perto ou longe confiantes na concretização deste momento. E, aos meus filhos Helen e Tiago....obrigada meus amores pela paciência e pela compreensão na falta de tempo da mamãe.....professora, pesquisadora.....

Meu muito obrigada....

Realmente, a Amazônia é a última página, ainda por se escrever do Gênesis. Euclides da Cunha (1908).

Parceria eu entendo como a gente tá trabalhando aqui, comunidade, a gente fornece a matéria prima pra eles, ai a Beraca que compra e paga pra gente e de lá vai pra Givaudan que é a perfumista e de lá vai pra Natura. Pra mim parceria começa por ai. (Agricultor familiar, 53 anos, comunidade de Boa Vista do Acará, 2012).

Ser um vetor na criação de Negócios Sustentáveis a partir de Ciência, Tecnologia e Inovação com foco na Sociobiodiversidade e na valorização do conhecimento tradicional e cultura da região. Colocaremos, assim, a marca Natura a serviço da criação de propostas de desenvolvimento sustentável para a região Amazônica, que acolham seus habitantes e conservem a floresta em pé (Visão do Programa Amazônia, www.naturacecta.com.br).

A produção de mercadorias tende a ser dominado por prescrições de fabricação culturalmente padronizadas. É a padronização do conhecimento técnico (APPADURAI, 2008).

O trabalhador se torna tanto mais pobre quanto mais riqueza produz, quanto mais a sua produção aumenta em poder e extensão. O trabalhador se torna uma mercadoria tão mais barata quanto mais mercadorias cria. Com a *valorização* do mundo das coisas aumenta em proporção direta a *desvalorização do mundo dos homens* (MARX, 2008).

RESUMO

EMPRESA NATURA S.A, COMUNIDADES RURAIS E O USO DE RECURSOS NATURAIS NA AMAZÔNIA: UMA ANÁLISE “DO CASO PRIPRIOCA” (*Cyperus articulatus* L.) NO ESTADO DO PARÁ.

O objetivo geral do presente trabalho é discutir e analisar os possíveis impactos sociais, ambientais e econômicos decorrentes da relação comercial/parceria entre empresa de biocosméticos e comunidades rurais que cultivam a priprioca (*Cyperus articulatus* L.) no estado do Pará com base na construção discursiva dos agricultores que estão envolvidos no projeto e com base na análise de conteúdo contido nos relatórios institucionais anuais da empresa Natura. Para isso, buscou-se também, através de objetivos específicos expor o histórico da empresa de biocosmético e sua relação com a biodiversidade Amazônica; além de caracterizar as comunidades que comercializam a priprioca, analisar as relações comerciais entre empresa de biocosméticos e comunidades rurais e como estas discursam/operacionalizam conceitos chave como o de desenvolvimento sustentável, capital social, mercado justo; e por fim, averiguar o papel dos mediadores na relação empresa/comunidade, a saber: o Estado, as Universidades/instituições de pesquisa e Organizações não governamentais. A metodologia consistiu em uso de questionário com os *atores-chave* nas comunidades que possuem relação com as empresas de biocosméticos, em especial que comercializam a priprioca no estado do Pará. Além da utilização de dados secundários, e observação direta. A pesquisa utilizou análise de conteúdo, estudo de caso, técnicas como análise documental e fundamentação teórica através de uma extensa revisão da literatura que abordem o tema em questão de modo a proporcionar a construção de um arcabouço teórico para viabilizar a discussão do assunto. Os resultados demonstram que a empresa organizou-se internamente, através da construção de visão, metas e, torno do desenvolvimento sustentável, porém verificou-se uma série de paradoxos entre o discurso da empresa e sua prática comercial, que em muitos momentos foi unilateral. O projeto priprioca também não fomentou o capital social nas comunidades. Enfim, as comunidades estão abandonando atividades que garantem sua segurança alimentar e a empresa, apesar do discurso não consegue operacionalizar o conceito de desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Relações comerciais; Biodiversidade; Amazônia.

ABSTRACT

COMPANIES NATURA S.A, RURAL COMMUNITIES AND THE USE OF NATURAL RESOURCES OF THE AMAZON: AN ANALYSIS "PRIPRIOCA CASE" (*Cyperus articulatus* L.) IN THE STATE OF PARÁ.

The overall goal of this paper is to discuss and analyze the social, environmental and economic potential impacts of the commercial relationship/partnership between biocosmetic company and rural communities that cultivate priprioca (*Cyperus articulatus* L.) in the state of Pará. The analysis is based on a discursive construction of agriculturists involved in the project and on content analysis of Company Natura's annual institutional reports too. For this, it was also necessary, through specific objectives, show the biocosmetic company's history, its relationship with the Amazonian biodiversity, characterize the communities that trade priprioca, analyze trade relations between biocosmetic company and rural communities and to expose how these discourse / operationalize key concepts such as sustainable development, social equity, fair trade, and ultimately, investigate the role of mediators in the relationship between company / community, namely the State, universities / research institutions and non-governmental organizations. The methodology consisted in the use of a questionnaire with *key actors* in the communities that are related with biocosmetic companies, especially those which trade priprioca in the state of Pará. In addition, secondary data and direct observation were used too. The research used content analysis, case study, techniques such as documental analysis and theoretical framework through an extensive literature review about the topic in question, aiming to provide the construction of a theoretical framework to enable the discussion of the subject. The results demonstrate that the company was organized internally in its vision and goals, around the theme of sustainable development, but one verified a lot of paradoxes between the company discourse and its business practice, which in many instances was unilateral. The project priprioca also did not encourage social capital in communities. Finally, communities are giving up activities that ensure their food security and the company, despite the discourse can not operationalize the concept of sustainable development.

Keywords: Trade, Biodiversity, Amazon.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABEVD	Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta
ABIHPEC	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.
ABIQUIM	Associação Brasileira da Indústria Química
AC	Análise de Conteúdo
ACS	Agentes Comunitários de Saúde
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
APBV	Associação dos Produtores de Boa Vista
APROCAMP	Associação de Pequenos Produtores e Produtoras de Campo Limpo
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CBA	Centro de Biotecnologia da Amazônia
CDB	Convenção da Biodiversidade
CEBS	Comunidades Eclesiais de Base
CGEN	Conselho de Gestão do Patrimônio Genético
CODEM	Companhia de Desenvolvimento Municipal
COMARU	Cooperativa Mista dos Produtores Extrativistas da Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Rio Iratapuru
COMEX	Comitê Executivo
COMOP	Comitê de Operações
CURB	Contrato de utilização e Repartição de Benefícios
CNS	Consultoras e Consultores Natura
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
ENCTI	Estratégia Nacional de Ciência Tecnologia e Inovação
FAPEAM	Fundação Estadual de Amparo e Pesquisa no Amazonas
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
FSC	Forest Stewardship Council (Conselho de Manejo Florestal)
GENAMAZ	Rede para Conservação e Uso dos Recursos Genéticos Amazônicos
IBD	Instituto Biodinâmico
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IMAFLOA	Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola
IEB	Instituto Internacional de Educação do Brasil
INPA	Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia
MMIB	Movimento das Mulheres das Ilhas de Belém

MEB	Movimento Empresarial pela Conservação e Uso Sustentável da Biodiversidade
MP	Medida Provisória
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PDA	Projetos Demonstrativos
POEMA	Programa Pobreza e Meio Ambiente na Amazônia
PP/G7	Programa Piloto para a Proteção das Florestas Tropicais do Brasil
PROBEM	Programa Brasileiro de Ecologia Molecular para o uso Sustentável da Biodiversidade da Amazônia
PRONABIO	Programa Nacional para Conservação e uso da Diversidade Biológica
RDS	Reserva de Desenvolvimento Sustentável
RLA	Rede de Laboratórios Associados
SAN	Sustainable Agriculture Network
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEMA	Secretaria de Estado de Meio Ambiente
SNUC	Sistema Nacional de Unidades de Conservação
SEMA	Secretaria de Estado do Meio Ambiente
SUFRAMA	Superintendência da Zona Franca de Manaus
UFAM	Universidade Federal do Amazonas
UFPA	Universidade Federal do Pará
UFRA	Universidade Federal Rural da Amazônia
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
PRODETAB	Projeto de Apoio ao Desenvolvimento de Tecnologia Agropecuária para o Brasil
TAB	Termo de Anuência Prévia

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Impacto do lançamento da linha Ekos e da abertura de capital sobre o lucro líquido da Natura, 1998-2012.

Tabela 2 - Tamanho das famílias dos produtores de priprioca entrevistados, 2012.

Tabela 3 - Faixa etária de idade dos produtores de priprioca entrevistados, 2012.

Tabela 4 - Tempo de moradia nas comunidades

Tabela 5 - Tipo de documento de comprovação da propriedade

Tabela 6 - Naturalidade produtores priprioca, 2012

Tabela 7 - Escolaridade produtores priprioca entrevistados, 2012.

Tabela 8 - Religião dos produtores de priprioca, 2012

Tabela 9 - Origem da água consumida, 2012

Tabela 10 - Formas de tratamento da água

Tabela 11 - Localização do banheiro e destinação final do esgoto das residências dos produtores de priprioca, 2012

Tabela 12 - Destinação final do esgoto das residências dos produtores de priprioca, 2012

Tabela 13 - Destinação do lixo dos produtores de priprioca, 2012

Tabela 14 - Locais procurados para tratamento, 2012

Tabela 15 - Formas de tratamento realizados pelos entrevistados, 2011

Tabela 16 - Disponibilidade de bens de consumo duráveis nas residências dos produtores de priprioca entrevistados, 2012

Tabela 17 - Tipo de material da casa dos produtores priprioca entrevistados, 2012.

Tabela 18 - Benefício em fazer parte de uma organização social

Tabela 19 - Produtos cultivados no roçado pelos entrevistados, 2012.

Tabela 20 - Renda das famílias dos produtores de priprioca, 2012

Tabela 21 - Pessoas da família que trabalham fora da unidade de produção rural

Tabela 22 - Percepção da participação da priprioca na composição da renda das famílias.

Tabela 23 – Valores pagos pelo quilo da priprioca

Tabela 24 - Formas de locomoção utilizadas fora das comunidades

Tabela 25 - Formas de locomoção utilizadas fora das comunidades

Tabela 26 - Ajuda Financeira recebida do Governo (R\$ milhões)

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Lista de documentos levantados durante pesquisa de campo

Quadro 2 - Total de entrevistados em Campo Limpo, Boa Vista do Acará e Cotijuba

Quadro 3 - Resumo histórico da empresa Natura

Quadro 4 - Usos comprovando eficácia da pripioca

Quadro 5 - Comunidades e famílias fornecedoras de ativos da biodiversidade

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa da distribuição de empresas no Brasil de Indústria de Produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

Figura 2 - Mapa da Amazônia Legal

Figura 3 – Localização geográfica dos municípios que cultivam a priprioca

Figura 4 - Crescimento do Setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos

Figura 5 - Mercado verde em relação ao mercado convencional

Figura 6 - Organograma do Conselho de Administração da Natura

Figura 7 - Cadeia de valor da Natura, dividida em etapas

Figura 8 - Ciclo do extrativismo vegetal na Amazônia.

Figura 9 – Investimento em inovação 2001-2012

Figura 10 - Produtos lançamentos entre 2000-2012

Figura 11 - Lucro líquido empresa Natura

Figura 12 - Dedução frequencial de conceitos chave utilizados pela Natura

Figura 13 - Croqui da comunidade de Campo Limpo

Figura 14 - Práticas e insumos agrícolas utilizados, 2012

Figura 15 - Principais fontes de renda das famílias dos produtores de priprioca, 2012

Figura 16 – Processo de comercialização da priprioca

Figura 17 - Fluxo e canais de comercialização dos produtos comercializados pelas comunidades

Figura 18 - Esquema de trabalho cooperado – Empresas/comunidades

Figura 19 – Dimensões exógenas e percepção diferenciadas dos agricultores familiares

Figura 20 – Grupo de Instituições do qual a Natura se relaciona

LISTA DE FOTOS

Foto 1 - Trapiche de acesso à Comunidades de Boa Vista/Acará

Foto 2 - Plantio de Priprioca

Foto 3 - Órgãos vegetativos subterrâneos da priprioca

Foto 4 - Fachada da escola municipal em Campo Limpo

Foto 5 - Vista frontal de algumas residências de produtores de priprioca

Foto 6 - Produção de farinha em Boa Vista do Acará.

Foto 7 - Leira ou canteiro preparado para plantio da priprioca

Foto 8 - Plantio da priprioca

Foto 9 - Trato cultural – Capina

Foto 10 – Priprioca sendo transportada para lavagem

Foto 11 - Priprioca depois do arranquio

Foto 12 - Priprioca sendo ensacada

Foto 13 – Processo de comercialização da priprioca

Foto 14 – Sacas de priprioca no caminhão da Beraca

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	18
2. CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMÁTICA	23
3. OBJETIVOS DA TESE	31
4. ORGANIZAÇÃO DA TESE	32
5. REVISÃO DE LITERATURA	34
5.1. DELIMITANDO O OBJETO: O CENÁRIO E OS ATORES SOCIAIS	34
5.1.1 <i>O cenário</i> - A “construção” das várias Amazôniaas e a narrativa sobre sua “mega” biodiversidade – discurso apropriado pelas empresas	34
5.1.2 <i>Os Atores</i> – Aproximação entre empresas, comunidades, Estado, universidades/institutos de pesquisa e organizações não governamentais	43
6. REFERENCIAL TEÓRICO	48
6.1. TEORIA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	48
6.1.1. O Estado e as Políticas Públicas de Investimentos nos Estudos sobre a Biodiversidade Amazônica	53
6.2. TEORIA DO CAPITAL SOCIAL	62
7. METODOLOGIA	66
7.1 SELEÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	66
7.2. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	68
7.3. MÉTODOS DA PESQUISA	70
7.4. TÉCNICAS E COLETA DE DADOS	73
7.4.1. Ferramentas utilizadas	73
7.4.2. Escolha dos atores sociais-chave/Sujeitos da pesquisa	76
7.5. SISTEMATIZAÇÃO E TRATAMENTO DOS DADOS	77
8. OS RESULTADOS - O PAPEL DA EMPRESA NATURA S.A NA BIOPROSPECÇÃO PARA USO COMERCIAL DE PRODUTOS DA BIODIVERSIDADE AMAZÔNICA	78
8.1. BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA NATURA COSMÉTICOS S. A.	

E DA LINHA EKOS	78
8.1.1 Investimento em Inovação e <i>Marketing</i> – a criação da Linha EKOS	90
8.2. PROJETO PRIPRIOCA: DE “BANHO DE CHEIRO” A COMPONENTE DE PRODUTO DE HIGIENE E LIMPEZA	100
8.2.1 Histórico do Acordo Comercial instalado nas Comunidades de Campo Limpo, Boa Vista do Acará e Cotijuba	100
8.2.2. Quem são os Agricultores Familiares que comercializam a priprioca no estado do Pará?	108
8.2.3. Da estrutura social e organização comunitária	118
8.2.4. Usos da terra - processos de mudança	124
8.2.5. Principais atividades e fontes de renda	127
8.2.6. Etapas do processo de produção da priprioca	129
8.2.7. Processo de comercialização e “parceiros secundários” – Beraca e Givaudan	136
8.2.8. Assistência técnica e crédito rural	142
 9. RELAÇÃO EMPRESA/COMUNIDADE: INSTITUCIONALIZANDO AS RELAÇÕES DE PARCERIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL? OU RELAÇÕES DE TRABALHO ALIENADO?	 145
9.1 A PARCERIA VIA CONTRATO – “ELOS” E CONSTRUÇÃO DO CAPITAL SOCIAL	146
9.2 EM BUSCA DA QUALIDADE: PROGRAMA “BiQlicar” – QUALIDADE, LOGÍSTICA, INOVAÇÃO, CUSTO, CONDIÇÕES CONTRATUAIS, ATENDIMENTO E RASTREABILIDADE – PROCESSO DE ALIENAÇÃO DO AGRICULTOR FAMILIAR?	155
9.3. CULTIVANDO A “TRADIÇÃO” - CONHECIMENTO TRADICIONAL ASSOCIADO E REPARTIÇÃO DE BENEFÍCIOS	162
 10. O PAPEL DOS MEDIADORES: ESTADO, UNIVERSIDADES/INSTITUTOS DE PESQUISA E ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS – ONG’S	 173
 CONSIDERAÇÕES FINAIS	 185
REFERÊNCIAS	190
APÊNDICES	202

1. INTRODUÇÃO

A Amazônia, considerada a maior floresta tropical do planeta e a principal fonte de biodiversidade mundial, encerra em si mesma uma grande dualidade discursiva. Se por um lado, ela já foi vista como um lugar de *desgraças, inferno verde*¹, do *desconhecido que ameaça, vazio demográfico*; de outro, e não menos *espetaculoso*, é representada como um recurso extremamente importante à escala planetária. Para este último, faz-se necessário lembrar algumas construções de Amazônia como: o *pulmão do mundo, celeiro do mundo, santuário ecológico, região do futuro*, a Amazônia como *El Dourado*², representando assim uma oportunidade imensa para o crescimento econômico, tendo com base uma biodiversidade considerada “salvadora”. Este cenário, porém, está hoje imbuído de uma roupagem denominada de desenvolvimento sustentável³ concebida como a esperança ainda resguardada e cujo principal mote seria a união entre o econômico, o social, o ambiental, o cultural, o político e o ético, elementos antes considerados contraditórios entre si.

Deste modo, existe um cenário, entremeado por debates políticos, sociais, econômicos e simbólicos em torno da construção de uma polaridade criada pelos atores sociais envolvidos, seja pelo Estado, pela sociedade civil ou por empresas, relativa a questões de uso dos recursos Naturais na Amazônia que são tratadas dicotomicamente, considerando o recurso como aquele que precisa ser *preservado a qualquer custo* ou como aquele que precisa ser *aberto ao “progresso”*.

¹ A obra *Inferno Verde* (1908), de Alberto Rangel, representa literariamente a Amazônia Brasileira do século XX. O autor trata elementos díspares tendem a representar simultaneamente o passado mais distante e o futuro não muito longínquo, mesclando-se uns nos outros para configurar um presente sempre em construção caótica.

² No século XVI exploradores se aventuraram pelo interior da Amazônia, buscando a todo custo, aquilo que chamavam de Eldorado. passaram a acreditar que havia um local na Amazônia onde o ouro era farto. Para uns, havia uma lagoa no centro do continente, *Manoa*, ou *Lago Douro*; para outros era a *Casa do Sol*, o *Rio do Ouro* ou o *Ouro de Pacajá*. Os espanhóis colonizadores das Américas assim acreditavam. E em consequência muitas expedições dirigiram-se a região, destacando-se a de Gonzalo, Pizarro e Francisco de Orellana. Como muitos objetos de ouro foram encontrados durante a conquista, os espanhóis achavam que ainda faltava encontrar o lugar de onde vinha o ouro (MEIRELLES FILHO, 2006).

³ No texto o conceito de desenvolvimento sustentável será tratado de forma crítica com a ajuda de autores como: ACSELRAD, Henri e LEROY, Jean; SACHS, Ignacy; LAYARARGUES, Phillipi; DIEGUES, Carlos; entre outros e com base em nas discussões do “Nosso Futuro Comum”.

Estes discursos são ressaltados na Amazônia, sobretudo a partir do final da década de 1980, com o assassinato do seringueiro Chico Mendes, quando a mesma passou a ser alvo da atenção tanto nacional como internacional com a intensificação de políticas públicas, ações não governamentais e atuação maior de empresas (HOMMA, 2000). Desde então, é destacada a necessidade de proteção da nossa *exuberante biodiversidade* e de controle dos conflitos sociais que, na maioria das vezes, apresentam-se de forma violenta.

É nesse contexto, que empresas, consideradas “verdes”⁴, especificamente as que utilizam em seus produtos de higiene e limpeza ativos da biodiversidade Amazônica, vêm investindo intensamente recursos em projetos e pesquisas que almejam unir crescimento econômico ao desenvolvimento socioambiental das comunidades que fornecem estes ativos. Segundo Alves et al. (2011), o aumento das preocupações com o meio ambiente despertou o interesse das pessoas por produtos fabricados de forma ecologicamente responsável, cujo objetivo é atender a um incipiente, mas crescente mercado, que vem se mostrando extremamente lucrativo. Nesta relação há a busca por agregação de valor aos produtos fabricados por estas empresas, cabendo bem a afirmação encontrada em Appadurai (extraída de Simmel, 1978) – “o valor jamais é uma propriedade inerente aos objetos, mas um julgamento que os sujeitos fazem sobre ele”. Ou seja, busca-se nos cosméticos que utilizam ativos da biodiversidade agregar um valor que a princípio, ainda não estão inerentes nos mesmos; mas que será criado depois que sujeitos fizerem julgamento sobre ele – quando forem identificados pelos consumidores como **verdes**. No caso das empresas de biocosméticos a agregação de valor aos produtos está atrelada a termos como Amazônia, Biodiversidade, Tradicional, Parceria, Desenvolvimento Sustentável, entre outros.

A participação do setor empresarial, a princípio, era o de minimizar os impactos decorrentes de suas ações e a comercialização de produtos da biodiversidade como estratégia capaz de promover a conservação ambiental e melhorar o “padrão de vida”⁵ de comunidades. Baseando-se nesse argumento, e induzidas por grupos conservacionistas, iniciativas de

⁴ “É um segmento específico (sub mercado) dentro dos demais, que valoriza produtos e serviços em cuja produção e comercializações, respectivamente, são consideradas as questões sociais e ambientais” (ALVES et al., 2011).

⁵ A grande discussão está em torno de qual seria este padrão. Referência dos países mais ricos? Dos em desenvolvimento?

comercialização começaram, principalmente pós Eco-92⁶, a serem implementadas em vários locais do mundo, inclusive na Amazônia (COUNSELL; RICE, 1992).

E pelo menos, no aspecto econômico, esta agregação de valor tem funcionado. Segundo informações da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) existem no Brasil cerca de 2.342 empresas atuando no mercado, sendo que destas, 20 empresas de grande porte possuem um faturamento líquido acima dos R\$ 100 milhões, representando 73% do faturamento total (ABIHPEC, 2013). Este setor apresentou um crescimento médio deflacionado composto de 10% aa nos últimos 17 anos, ou seja, enquanto a indústria em geral cresceu cerca de 45,5%, a Indústria de Produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos cresceu cerca de 401,5%⁷.

Neste trabalho há um interesse específico por empresas que utilizam ativos da biodiversidade Amazônica em seus produtos, que aqui denominarei de empresas de biocosméticos. Porém, os dados da ABIHPEC não estão desagregados, ou seja, das empresas totalizadas e dos valores expostos não se sabe ao certo se são empresas de cosméticos consideradas convencionais ou verdes⁸. No caso do Brasil, as empresas estão distribuídas por região da seguinte forma: 45 empresas na região Norte, 163 na região Centro Oeste, 231 na região Nordeste, 1.454 na região Sudeste e 449 na região Sul. Destaco especificamente, o estado do Pará, com atuações de empresas como a Natura, Beraca, Granado, Erva Ativa, Orion, Juruá, Chamma da Amazônia, Amazon Dreamns, que possuem sede no estado e algumas delas atuam há mais de meio século utilizando de ativos da biodiversidade (Figura 1).

⁶ A II Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Humano, realizada em 1992 no Rio de Janeiro, teve como principal tema a discussão sobre o desenvolvimento sustentável e sobre como reverter o atual processo de degradação ambiental. Conhecida mundialmente como Rio 92, a conferência foi a maior reunião de chefes de Estado da história da humanidade com a presença de cerca de 117 governantes de países tentando buscar soluções para o desenvolvimento sustentável das populações mais carentes do planeta.

⁷ Em relação ao mercado mundial de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, conforme dados do Euromonitor de 2012, o Brasil ocupa a terceira posição. É o primeiro mercado em perfumaria e desodorantes; segundo mercado em produtos para cabelos, masculinos, infantil, produtos para banho, depilatórios e proteção solar; terceiro em produtos cosmético cores, produtos para higiene oral; quarto em pele. Ficando atrás dos Estados Unidos e do Japão. Os produtos do setor são distribuídos através de três canais básicos: a) distribuição tradicional, incluindo o atacado e as lojas de varejo; b) venda direta, evolução do conceito de vendas domiciliares; c) franquia, lojas especializadas e personalizadas.

⁸ O que vai diferenciar uma empresa verde de uma convencional será a forma de agir da primeira em relação a processos e insumos menos agressivos a natureza, como energias limpas, a busca por certificação florestal e ainda consideração em relação a questões sociais.

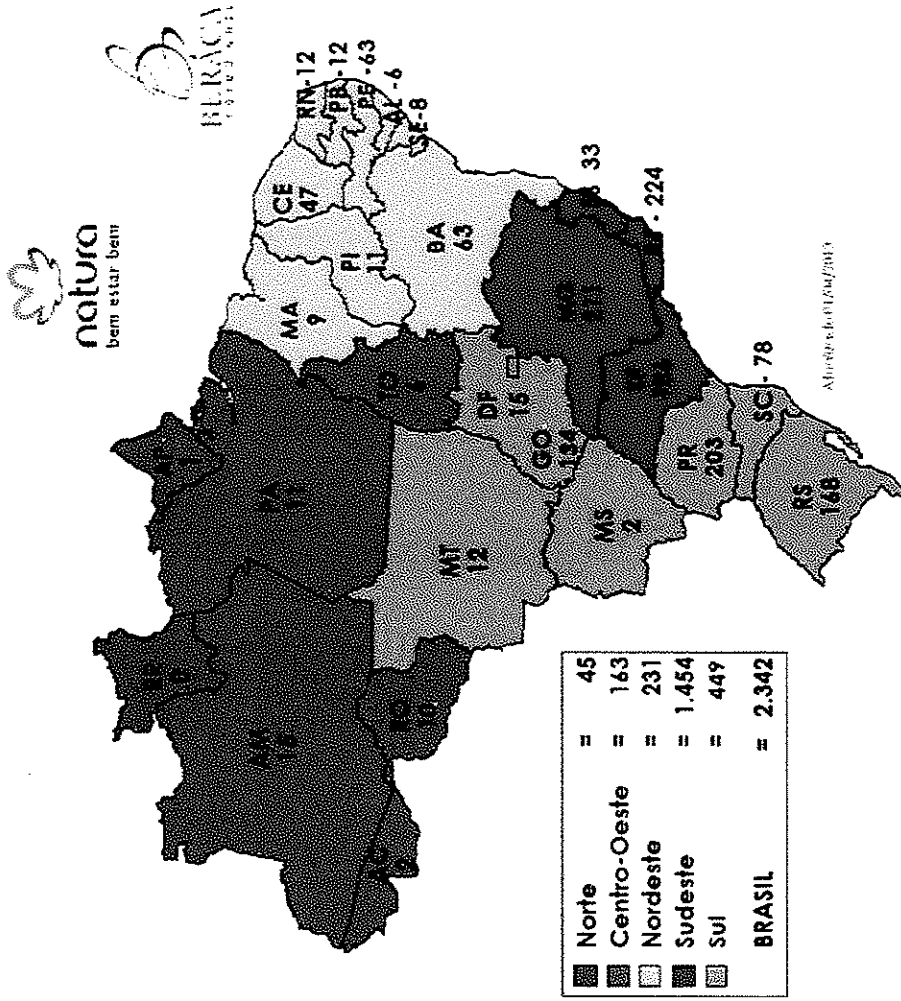


Figura 1 - Mapa da distribuição de empresas no Brasil de Indústria de Produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

Fonte: ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

Mas a que se deu tanto crescimento? Segundo a ABIHPEC, este aumento ocorreu precipuamente devido a fatores de ordem social, cultural e econômica, a saber: aumento da expectativa de vida da população mundial, mudanças paradigmáticas relacionadas à “medicina preventiva”, aumento no ingresso das mulheres no mercado de trabalho, acesso de outras classes sociais a produtos de higiene e limpeza devido ao aumento de renda, maior investimento das empresas em inovação e tecnologia (300 milhões de reais em média – ABIHPEC, 2013), aumento do uso de tecnologia de ponta na fabricação dos cosméticos, lançamentos constantes de novos produtos atendendo cada vez mais às necessidades do mercado.

As questões acima serão consideradas, porém a análise que será desenvolvida no decorrer do texto relaciona o impulsionador deste crescimento ao seguinte cenário: a) a apropriação por parte das empresas de uma construção de “Amazônia” e sua “mega” biodiversidade, agregando valor aos seus produtos; b) as empresas constroem um discurso imbuído de um contexto interessante cujo principal mote seria aliar crescimento econômico ao desenvolvimento social e ambiental (desenvolvimento sustentável) de forma justa e solidária; c) há o interesse na construção de uma engrenagem de cooperação com atores sociais locais (agricultores familiares, extrativistas, populações tradicionais) que passaram a denominar de *parceria*.

Neste sentido, para melhor entendimento destas questões, faz-se necessário tecer algumas considerações iniciais, que dizem respeito às motivações que levaram a escolha do tema, inseridos num contexto sócio-político específico, de sujeitos históricos que vivenciam certa “invisibilidade” de seus modos de vida, além do recorte teórico e metodológico que fazem parte das preocupações, “de certa forma, condicionadas pela realidade histórica na qual vive o sociólogo”. (HAGUETTE, 1999, p. 68)

2. CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMÁTICA

A proposta de tese traz desde o início a preocupação em compreender os possíveis impactos sociais, ambientais, econômicos e políticos decorrentes das relações comerciais, doravante denominadas de parceria, entre empresa de biocosméticos e comunidades rurais fornecedoras de ativos da biodiversidade da Amazônica para a fabricação de produtos de higiene e limpeza. Nestes termos, tal problemática já assume relevância em função das imbricadas relações de ordem social, econômica, ambiental, tecnológica e simbólica e porque envolvem diferentes atores sociais, numa região considerada complexa como a Amazônia.

Mais especificamente se quer saber como a empresa agrega valor aos seus produtos com uso do simbolismo⁹ existente em torno da Amazônia e sua biodiversidade, através do seu histórico, visão, missão, metas e estratégias de ação. Além disso, faz-se necessário caracterizar as comunidades que comercializam a *priprioca* nos seus aspectos: sociais, culturais, econômicos, ambientais, políticos e sua relação com o uso da terra. Saber se tais relações sociais estavam, de fato, inseridas num contexto tão propagado pela empresa, o chamado **desenvolvimento sustentável**, nos moldes do relatório “Nosso Futuro Comum” (1987), qual seja, “o desenvolvimento sustentável é aquele que satisfaz as necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades” ou seguia os critérios de sustentabilidade sugeridos por Sachs (2009) nos aspectos social, cultural, ambiental, ecológico, territorial, econômico e político. Além disso, se a empresa de biocosmético, de fato, consegue operacionalizar conceitos-chave como parceria e mercado justo; e por fim, como atuavam os chamados mediadores na relação empresa/comunidade.

Destarte, tais objetivos possibilitaram a reflexão se os diferentes atores sociais sejam eles a empresa, os agricultores familiares, as organizações não governamentais ou instituições de pesquisa e ensino *discursavam* e *interpretavam* a mesma relação econômica de forma imbricada, partilhada e articulada (LIMA, 2008).

⁹ Instrumentos de conhecimento e de construção do mundo dos objetos. Instrumento de comunicação que podem levar a possíveis consensos a cerca do sentido do mundo social (BOURDIEU, 2001).

Marcava estes questionamentos certa “desconfiança sociológica” em relação aos objetivos das empresas de biocosméticos, suas metas, seus *discursos socioambientais* que se multiplicavam num contexto de um mercado denominado “verde”. Essa desconfiança ocorria em função, principalmente, de que, o fim imperativo de uma empresa é a obtenção *de lucro via mais-valia e alienação*¹⁰ (MARX, 2004) e de que a formação de arenas políticas, a chamada de esfera pública Habermasiana (2003) tem sido construída em torno de uma participação oferecida “de cima”, sem muitas possibilidades de decisão “de baixo”.

Nestes termos cabia a pergunta: será que na relação entre empresas de biocosméticos e comunidades seria diferente? Além do mais, legitimavam-se num contexto marcado pelas campanhas voltadas para a proteção da biodiversidade Amazônica e de um desenvolvimento sustentável conotado como a “última esperança” para as empresas e para as comunidades, cuja aceitação deste conceito “elástico” de desenvolvimento sustentável, nos termos de Guimarães (2001), foi introjetado, sem muita crítica, por diferentes atores sociais anteriormente díspares entre si como empresas, governos, organizações não governamentais e a própria academia.

Mas tais inquietações e a construção do objeto deste estudo só foram possíveis graças a uma formação acadêmica interdisciplinar¹¹ voltada para a realidade social, unindo experiências vividas em campo seja no âmbito acadêmico, seja no âmbito profissional. O trabalho em projetos de pesquisa desenvolvido na Amazônia me proporcionou um contato com experiências, ainda incipientes, de relacionamento entre empresas de biocosméticos e comunidades, onde pairava a ideia, depois da chamada “parceria”, numa “esperança em dias melhores”.

Neste percurso tive a oportunidade de trabalhar na Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Rio Iratapuru (RDS Iratapuru) que possui uma área total de 806.184ha, estado do Amapá, onde a empresa Natura comprava castanha-do-pará (*Bertholletia excelsa*), copaíba

¹⁰ Mais-valia é utilizado para referir-se a diferença existente entre o valor da mercadoria produzida, a soma do valor de seus meios de produção e o valor do trabalho, que apresenta-se como a base do lucro no sistema capitalista. A Alienação trata-se de uma condição onde o trabalho ao invés de ser instrumento para a realização plena do homem e de sua condição de humano torna-se pelo contrário, um instrumento de subordinação, acabando por desumanizá-lo, tendo sua vida e seu próprio valor medidos pelo seu poder de acumular e possuir.

¹¹ Fui orientada desde a graduação e depois na pós-graduação por uma bióloga atuante na área da ecologia humana, por sociólogos políticos, economistas e por um agrônomo sociólogo proporcionado uma visão ampla e sistêmica da sociedade como partes interagentes e interdependentes.

(*Copaifera langsdorffii*) e breu-branco (*Protium pallidum*). A inserção da empresa nesta unidade de conservação¹², desde o ano de 2000, fazia parte de uma ação da mesma, denominada de *experiência piloto*, cujo objetivo era colocar em prática a estratégia de utilizar ativos da biodiversidade brasileira como plataforma tecnológica para seus produtos, sendo acompanhados pela Organização Não Governamental (ONG) Amigos da Terra e pelo Forest Stewardship Council (FSC) em busca da certificação dos três produtos acessados, que posteriormente foram concretizados (Relatório Natura, 2006).

O acesso ao componente do patrimônio genético do breu branco ocorreu em 2002¹³. Neste período tive a oportunidade de realizar trabalhos junto a Secretaria Estadual do Meio Ambiente (SEMA) do estado do Amapá e ter acesso a Lei nº 0388 de 10 de dezembro de 1997 e ao Decreto Regulamentador nº 1.624, de 25 de junho de 1999 que versam sobre a proteção ao acesso aos recursos da biodiversidade do Amapá e incumbe o Poder Executivo de “preservar a diversidade, a integridade e a utilização sustentável dos recursos genéticos localizados no Estado, além de fiscalizar as entidades dedicadas à pesquisa e manipulação de material genético”, obedecendo-se, ainda, aos seguintes princípios: a) a inalienabilidade dos direitos sobre a diversidade biogenética do Estado do Amapá; b) a participação das comunidades locais e dos povos indígenas, no acesso e nos benefícios econômicos e sociais decorrentes dos recursos biogenéticos; e c) a proteção e o incentivo à diversidade cultural, valorizando-se as práticas das comunidades locais (COSTA, 2005).

Porém, as relações entre a SEMA/AP e a empresa Natura nem sempre se deu de forma pacífica.

A SEMA entendeu que a empresa Natura adquiriu resina de breu branco e desenvolveu pesquisas sem o seu devido conhecimento e autorização, bem como sem o referendo da Comissão de Acesso aos Recursos da Biodiversidade do Estado. Para tentar dirimir tal situação reuniões foram entre os representantes da empresa Natura e técnicos da SEMA, houve dissenso com relação a dois pontos: quanto à repartição de benefícios e quanto à localização do acesso do

¹² O Sistema Nacional de Unidades de Conservação – SNUC (Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000), define Unidade de Conservação como: “Espaço territorial e seus recursos ambientais, incluindo as águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, legalmente instituído pelo Poder Público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, ao qual se aplicam garantias adequadas de proteção.”

¹³ O breu branco (*Protium pallidum*) sempre foi usado nestas comunidades para perfumação de ambientes, repelência de insetos, calafetação de barcos entre outros.

patrimônio genético. Com relação ao primeiro, a empresa não admitia ter se utilizado de conhecimentos tradicionais, por entender que as informações da comunidade utilizada no processo seriam tão somente em relação ao manejo e à bioprospecção do recurso acessado e que, neste caso, não caracterizava utilização de conhecimento tradicional. Quanto ao segundo ponto, a empresa Natura alegou ter acessado o patrimônio genético no entorno da RDS, pelo qual se propôs a pagar respectiva repartição de benefícios apenas à Comunidade São Francisco do Iratapuru, excluindo-se daí o Estado (COSTA, 2005).

As interpretações da empresa e da SEMA/AP eram díspares e divergiam no ponto de acesso ao patrimônio genético e a repartição de benefícios¹⁴. Em consequência, várias reuniões foram realizadas para tentar chegar a um consenso, resultando em julho de 2004 com a formalização do contrato de acesso de utilização do patrimônio genético e repartição de benefícios junto ao Conselho de Gestão do Patrimônio Genético (CGEN), tendo como contratantes, num primeiro momento, apenas a empresa Natura e a Cooperativa Mista dos Produtores Extrativistas da Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Rio Iratapuru (COMARU). Neste contrato foi autorizando o acesso ao patrimônio genético do Estado, a saber, *Protium pallidum*, breu branco, para fins de bioprospecção e desenvolvimento tecnológico¹⁵. Porém, após mais discussões, foi incluído por parte da empresa, o governo do Estado do Amapá como parte integrante do contrato e beneficiário da repartição de benefícios.

Estas relações comerciais entre empresas e comunidades eram no início, usualmente praticadas com o auxílio de ONG que intermediavam as relações comerciais. Com o tempo, no entanto, a comercialização passou a ocorrer por meio do estabelecimento de “parcerias” diretas entre comunidades e empresas (CLAY, 1997). Esse crescimento se deu, principalmente, devido à demanda crescente por produtos “sustentáveis” e “socialmente responsáveis” baseada em abordagens ligadas ao comércio “verde” ou “solidário” então em curso na região, abrangendo diversos setores e produtos, como óleos essenciais, plantas medicinais, fibras, resinas e, até mesmo, insumos para a indústria automotiva (MORSELLO, 2006). Embora inicialmente lideradas por empresas internacionais, os acordos comerciais passaram a se conectar a comunidades rurais a empresas nacionais.

¹⁴. Obtenção de amostra de componente do patrimônio genético para fins de pesquisa científica, desenvolvimento tecnológico ou bioprospecção, visando a sua aplicação industrial ou de outra natureza. Medida Provisória nº 2.186-16, DE 23 de agosto de 2001.

¹⁵ Atividade exploratória que visa identificar componente do patrimônio genético e informação sobre conhecimento tradicional associado, com potencial de uso comercial. Medida Provisória nº 2.186-16, de 23 de agosto de 2001.

As chamadas parcerias se ampliam pelas razões citadas por Morsello (2006, p.15):

[...] oportunidades e ameaças criadas pela globalização, pois as empresas atuam em ambiente mais competitivo e, dessa forma, devem utilizar diversos meios para ampliar e diversificar mercados [...]. A segunda grande tendência são as novas práticas de governança; parcerias são também reflexo de mudanças nas relações de poder. Formas tradicionais de poder estão sendo substituídas por relações múltiplas e mais equilibradas. Outra força que explicaria o crescimento das parcerias é o domínio do neoliberalismo, que enfatiza a liberdade de mercado, a redução no papel regulador do Estado e as privatizações. Muitas vezes, enquanto propriedade estatal, empresas também cumpriam o papel de fornecer serviços a comunidades onde estavam instaladas [...].

Outro caso em evidência e do qual, de fato, inspirou esta tese, foi o chamado “Caso das Erveiras do Ver-o-Peso”, setor das ervas¹⁶. No ano de 2004 as vendedoras de ervas do mercado Ver-o-Peso¹⁷ (Belém), acusaram a empresa Natura de se apropriar de conhecimentos tradicionais para a fabricação de perfume, em especial o Perfume da Priprioca (*Cyperus articulatus* L.). Tal fato teria derivado de outras conversas, entrevistas realizadas desde 2003 entre as erveiras e a empresa. (ISA, 2013). Segundo as mesmas – seis delas haviam assinado um termo de cessão de imagens com a empresa e esta utilizou as informações sobre a prática tradicional, “modo de fazer” o perfume artesanal para uso industrial.

O impasse começou a ganhar forma em outubro de 2005 quando pesquisas realizadas pela companhia foram questionadas junto a Ordem dos Advogados do Brasil/Seção do Pará e, logo a seguir, ganhou a mídia, na forma de denúncias quanto aos procedimentos dos trabalhos levados à prática.

¹⁶ Já o Setor de Ervas é frequentemente lembrado como tradicional quando se refere ao Ver-o-Peso e possui uma representativa participação e presença na mídia local quando o assunto é “conhecimento tradicional”. No setor, as heranças culturais permanecem vivas e são reafirmadas pelos seus integrantes, inclusive como forma de marcar a singularidade do local em relação à modernidade e à rotina da cidade grande que hoje Belém possui. E, dessa forma, esse saber tradicional se torna valor estratégico para a sobrevivência financeira desse grupo (que está inserido em uma feira, portanto regida por regras de compra e venda) e para a legitimação da identidade do grupo (CARVALHO et al., 2011).

¹⁷ É um mercado a céu aberto, com aproximadamente 26.500 m², onde trabalham cerca de cinco mil pessoas, e que se estende ao longo da Baía do Guajará, do prédio do Mercado de Peixe até as proximidades da Estação das Docas. É representativo tanto econômica como culturalmente para a cidade de Belém (LIMA, 2008, p. 82).

Este caso demonstrou à época, as dificuldades no trato dos conhecimentos ditos tradicionais, em especial ao conhecimento difuso¹⁸. A polêmica revela a inadequação da legislação que protege os conhecimentos tradicionais e o longo caminho ainda a percorrer para a construção de uma relação entre o setor privado e comunidades tradicionais que são garantidas, mas ainda de forma não muito objetiva, na Convenção da Biodiversidade (CDB) Conforme antecipado, o artigo 15 da CDB que

estabelece dois pilares básicos sobre os quais os países devem construir seus sistemas de acesso e repartição de benefícios, que regerão não apenas as relações entre Estados, mas também entre outros atores sociais envolvidos, como universidades, instituições de pesquisa, empresas de biotecnologia, povos indígenas e comunidades locais. São eles o consentimento prévio e informado e os termos mutuamente acordados (BAPTISTA, 2003, p.5).

A empresa defendeu-se, na época, dizendo que não se aproveitou das vendedoras e que

[...] o uso de conhecimento difuso, isto é, sem fonte determinada, não é regulado por lei no País. Além de discutível, a remuneração ao conhecimento tradicional difuso, da forma como o assunto é abordado pela legislação existente, pode trazer riscos ou inviabilizar iniciativas que busquem a promoção de negócios sustentáveis. Além disso, a Natura sustentava, portanto, que a legislação sobre acesso a conhecimentos tradicionais associados à biodiversidade (Medida Provisória 2.186-16, de agosto de 2001) não se aplica ao caso comissão de bioética da Ordem dos Advogados do Brasil (www.socioambiental.org.br).

No Brasil, em 2001 foi promulgada uma medida provisória, MP no. 2.186/01, que criou o Conselho de Gestão do Patrimônio Genérico (CGEN) com função normativa e deliberativa sobre as autorizações de acesso e remessa de bens materiais dessas populações e também de acesso e uso dos conhecimentos tradicionais delas. Ou seja, **todas as pesquisas que tenham obtido informações junto às comunidades tradicionais e todos os produtos criados a partir desses saberes, sejam alimentos, fármacos ou cosméticos, devem ter sido previamente aprovados pelo órgão e reconhece que as comunidades têm direito a parte**

¹⁸ Conhecimentos difusos são aqueles que não podem ser identificados com um grupo de pessoas específico (CEBRAP, 2010).

dos lucros advindos de produtos elaborados a partir de materiais ou conhecimentos tradicionalmente utilizados ou desenvolvidos por elas, a chamada repartição dos benefícios desde que acompanhado de uma anuência prévia para a utilização deste “patrimônio sociocultural”.

Como consequência deste processo a empresa Natura teve que assinar contrato de repartição de benefício com a associação das Erveiras e Erveiros do Ver-o-Peso decorrente do uso do conhecimento tradicional difuso, onde as mesmas foram reconhecidas como detentoras do conhecimento popular do banho-de-cheiro¹⁹, sendo esse benefício investido em cursos de capacitação, construção da sede da associação e compra de material permanente para a estruturação da sede.

Nestes termos, faz-se necessário maior estudo desta engrenagem de relações que envolvem diferentes instituições, organizações, atores sociais, com interesses aparentemente, díspares. Estes aspectos motivaram o desenvolvimento deste trabalho, cuja discussão buscará responder:

- 1) Quais os impactos sociais, ambientais e econômicos decorrentes das relações comerciais entre a Natura e as comunidades rurais do estado do Pará?
- 2) Qual o perfil da empresa Natura, seu histórico, visão, missão, metas e suas estratégias?
- 3) Como a empresa percebe a Amazônia, sua biodiversidade e como se utilizam deste discurso para atribuir valor a seus produtos?
- 4) Quais as principais características das comunidades que comercializam a priprioca no estado do Pará?
- 5) Como é construída a chamada relação de parceria entre a empresa e as comunidades?
- 6) Como a empresa consegue operacionalizar conceitos como desenvolvimento sustentável, capital social e parceria?
- 7) Como se dá o papel dos mediadores na relação empresa/comunidade?

¹⁹ Segundo Meirelles Filho (2006) as origens do “banho-de-cheiro remonta ao século XII na Europa onde se festavam as datas de São João e São Pedro com banhos. Os jesuítas trouxeram a tradição para as Américas, relacionando-as as festas juninas. Os banhos-de-cheiro são adequados a cada situação: tristeza, esperança, amor, contra “olho ordo”, descarrego, pedir emprego, afastar enguiços, afrodisíaco, pega-marido, quebra-pedra, encantamento, desencantamento, dor de corpo, mal estar, entre outras.

As premissas defendidas são de que:

- 1) Existem estilos de vida e práticas sociais contrastantes e discursos contraditórios, tanto do lado da empresa privada (com interesses próprios e objetivos), como das populações rurais tradicionais;
- 2) A empresa Natura organizou-se numa estrutura buscando incluir em suas metas, objetivos e visão uma postura que coadunasse com a fala do desenvolvimento sustentável, porém na prática o que se percebe é o seguimento de modelos convencionais de uma cadeia de valor, que não é inclusiva;
- 3) As relações comerciais entre empresas de biocosméticos e comunidades na Amazônia que nem sempre ocorrem de forma participativa colaborativa ou equitativa como deve ser, no chamado desenvolvimento sustentável, onde a empresa insere procedimentos organizacionais, de gestão entre outros exógenos às comunidades;
- 4) As relações são pautadas em marcos regulatórias com a passagem da informalidade de relações para a formalidade contratual, pois para os chamados “produtos verdes” ou certificados é improvável a sua manutenção, sem acordo formais e fechados que atendam quesitos de qualidade e quantidade pela impossibilidade de atender ao crescimento da demanda;
- 5) As principais mudanças na agricultura tradicional e no uso de recursos Naturais das comunidades tem se configurado na substituição de produtos da agricultura que provem a segurança alimentar para o interesse por culturas comercializáveis;
- 6) Incorporação de instituições e atores sociais como instituições de ensino e pesquisa e organizações não governamentais não mais como intermediário de negociações, mas sim como “legitimadores” de um processo considerado sustentável pelas empresas.

Estas são as principais premissas que este trabalho procura analisar, ressaltando que este estudo não tratou da expansão de empresas de biocosméticos na Amazônia de forma geral e propriamente dita. Para as respostas, utilizou-se de dados da literatura em geral e específica sobre Amazônia, além de trabalho de campo, levando em consideração que a representação de uma dada região não está única e estritamente atrelada aos elementos Naturais a compor a sua paisagem, mas sim ao contexto histórico e sócio-político envolvido, aos atores sociais e a produção de simbolismos (BOURDIEU, 1989).

3. OBJETIVOS DA TESE

O objetivo geral desta tese foi o de analisar os possíveis impactos sociais, ambientais e econômicos decorrentes da relação comercial/parceria entre empresa de biocosméticos e comunidades rurais que cultivam a priprioca (*Cyperus articulatus* L.) no estado do Pará com base na construção discursiva dos agricultores que estão envolvidos no projeto e com base na análise de conteúdo contido nos relatórios institucionais anuais da empresa Natura. Para isso, buscou-se também, através de objetivos específicos:

- Expor o histórico, visão, missão, metas e estratégias da empresa e sua relação com a Biodiversidade Amazônica;
- Caracterizar as comunidades que comercializam a priprioca nos seus aspectos: sociais, culturais, econômicos, ambientais, políticos e sua relação com o uso da terra;
- Analisar as relações comerciais entre empresa de biocosméticos e comunidades rurais como estas discursam/operacionalizam conceitos chave como o de Desenvolvimento Sustentável, Capital Social, Parceria;
- Averiguar o papel dos mediadores na relação empresa/comunidade, a saber: o Estado, as Universidades/instituições de pesquisa e Organizações não Governamentais.

O processo de consolidação desta relação comercial/parceria deu-se inserida num contexto de busca de novos ativos da biodiversidade para uso em produtos de limpeza e higiene. A compreensão da base das engrenagens do relacionamento entre empresas de biocosméticos e comunidades rurais amazônicas e o contexto sócio-político e histórico levará ao fortalecimento do entendimento dos processos que de fato, se configuram nestas relações e a possibilidade de empoderamento das comunidades na busca por equidade como preconiza o desenvolvimento sustentável.

4. ORGANIZAÇÃO DA TESE

A tese foi organizada em seis seções, além da **introdução** e da presente **contextualização e problematização** onde, de forma sucinta, demonstra-se o início da construção deste objeto de pesquisa, quais os objetivos do mesmo, quais as perguntas norteadoras e premissas. Além disso, para maior entendimento, foi feito um breve histórico da empresa Natura e da linha Ekos que utiliza ativos da biodiversidade na sua formulação. Na segunda seção, intitulada como **revisão da literatura** foi feito um levantamento para contextualizar o que foi denominado de “**o cenário e os atores sociais**” que servem de base para a construção das chamadas parcerias entre empresas e comunidades. No item *cenário*, são discutidas as várias construções de Amazônia e a narrativa sobre sua “mega” biodiversidade, discursos estes apropriados pela empresa. No componente *os atores*, buscou-se na literatura como ocorre a aproximação entre empresas, o Estado, universidades/institutos de pesquisa e organizações não governamentais e comunidades rurais na Amazônia.

Nos **marcos teóricos e metodológicos** houve a preocupação de delimitar quais os referenciais teóricos que estariam dando base para esta pesquisa. Nele foram reunidos autores que discutem a teoria do desenvolvimento sustentável, teoria do capital social (parceria). Os referenciais justificam-se pela necessidade de problematização da existência ou não de impactos nessa relação comercial. Além do mais, possibilitou a verificação ou não da operacionalização dos conceitos supracitados por parte da empresa através da análise dos seus relatórios anuais.

Em consonância com estes referenciais, foram utilizados na **metodologia** métodos de pesquisa como análise de conteúdo, estudo de caso em três comunidades que fornecem a *priprioca* para a empresa Natura, técnicas como análise documental, observação direta, a escolha dos atores sociais considerados chave e como os dados foram sistematizados.

Nos **resultados e discussões**, a primeira sessão retrata o papel das empresas na bioprospecção para uso comercial de produtos da biodiversidade, com destaque para o “Projeto Priprioca”, elencando os atores envolvidos nesta cadeia, o papel da certificação e o marketing empregado. Na segunda sessão é apresentada uma caracterização socioeconômica das comunidades, no que elas se assemelham com destaque para escolaridade, saúde,

ocupação, tempo na área, principais atividades entre outros e no que elas se diferenciam. Além disso, foi destacado os aspectos como conhecimento tradicional associado e repartição de benefícios e como a empresa operacionaliza conceitos como parceria, capital social e desenvolvimento sustentável. E por último, destacou-se qual o papel dos mediadores: estado, universidades/institutos de pesquisa e organizações não governamentais nesta relação.

Nas **Considerações finais**, faz-se um apanhado geral sobre as relações entre empresas e comunidades na Amazônia, com ênfase num projeto específico “Projeto Priprioca” numa espécie de retrospecto do que foi abordado no trabalho, demonstrando o distanciamento que ainda existe entre os diferentes atores sociais envolvidos, que nem sempre é percebido, mas que representa grandes mudanças.

5. REVISÃO DE LITERATURA

5.1. DELIMITANDO O OBJETO: *O CENÁRIO E OS ATORES SOCIAIS*

A propósito da discussão sobre a relação entre empresas e comunidades e os possíveis impactos decorrentes dessa relação, faz-se necessário uma exposição sobre o que aqui denominaremos de “*O Cenário*” e “*Os Atores*” e como estes são importantes para a delimitação do objeto de estudo. Em relação ao primeiro, a revisão da literatura foi com o intuito de desvelar as “várias Amazôniaas” construídas que serve de palco para diferentes atores sociais e suas implicações na formulação das políticas públicas e, mais recentemente na atuação das empresas. Além disso, buscou-se destacar a narrativa existente sobre sua “mega” biodiversidade no qual a empresa se apropriou para imbuir valor aos seus produtos. Em relação aos “*Atores*” destaca-se a aproximação entre empresas, comunidades, Estado, universidades/institutos de pesquisa e organizações não governamentais como *elos* importantes para a empresa.

5.1.1 *O cenário* - A “construção” das várias Amazôniaas e a narrativa sobre sua “mega” biodiversidade – discurso apropriado pelas empresas

Segundo Adams et al., 2006 a visão construída sobre a Amazônia tem sido tradicionalmente enfatizada nos seus aspectos naturais, ou seja, como uma floresta tropical de dimensões continentais, com predominância do domínio do natural sobre o social/cultural/histórico. Segundo os autores a Amazônia e, principalmente, sua população vivem “uma relativa invisibilidade sócio-política”, mesmo que vivenciem relações sociais complexas.

Ao falarmos de Amazônia iremos dividi-la, com fins exclusivamente didáticos, nos seguintes aspectos: **Amazônia biológica**, **Amazônia como Região Norte**, **como Amazônia Legal** e **Amazônia “fantástica” ou “mitológica”** segundo Meirelles Filho (2006). Ressalta-se que esta última construção, que aqui será dado ênfase, remete-nos aos viajantes expedicionários e romancista cujas falas marcaram profundamente o modo de ver e viver a Amazônia e seu povo como elucida Chaves et al., (2007). Ressalto, todavia, que o objetivo desta sessão não foi o de fazer uma longa arguição sobre este assunto, mas sim em ratificar a

premissa de que estas construções sobre Amazônia, sejam nos seus aspectos sociopolíticos ou imaginário, irão refletir diretamente na construção “real” da Amazônia e seus atores sociais.

[...] a visibilidade em torno das questões socioambientais e a necessidade de se repensar as ações do homem sobre o ambiente conduzem pesquisadores, cientistas e estudiosos, de um modo geral, a refletirem sobre as várias formas de interpretações que serviram para a constituição do pensamento difundido sobre a Amazônia e sua população. (CHAVES *et al.*, 2007, p. 14)

Nestes termos, Meirelles Filho (2006) descreveu a Amazônia biológica como aquela de domínio ecológico conhecido como bioma amazônico e que possui 3,64 milhões de km², constituindo o maior conjunto contínuo de florestas tropicais do planeta; se somado as zonas de transição (ecóto) com biomas de cerrado (414 mil Km²) e do semi-árido (caatinga) (144 mil Km²), seu total será de 4,24 milhões de km². É importante lembrar, segundo o autor que mais de 650 mil km² – mais de 20% - foram depredados pelo homem. Além do mais, corresponde a 49% do território brasileiro, incluindo florestas de diferentes características, bem como cerrados, campos e ecossistemas de transição. A Amazônia corresponde também às áreas drenadas pelas bacias dos rios Amazonas, Araguaia-Tocantins, Orenoco, Essequibo e outros menores.

Em relação à Amazônia como região norte segue o conceito da divisão política do Brasil, abrangendo sete estados: Acre, Rondônia, Amazonas, Pará, Roraima, Amapá e Tocantins. A área é de 3,8 milhões de km², ou seja, 44% do Brasil e com uma população total de 15.864.454 (IBGE, 2010).

Como Amazônia Legal, a mesma foi assim definida em 1953 pela Constituição Federal do Brasil, para incluir, além dos seis estados da região norte, a faixa do estado de Mato Grosso ao norte do paralelo 16°S, o atual estado do Tocantins e a região a oeste do meridiano 44°O do Maranhão. Atualmente, com o novo estado do Tocantins, e considerando-se o estado de Mato Grosso, são 5,1 milhões de km², que representam 59,78% do território brasileiro (Figura 2). A Amazônia continental ocupa 50% da superfície da América do Sul, envolve 9 países: Bolívia, Colômbia, Equador, Guiana, Guiana Francesa, Peru, Suriname, Venezuela e Brasil.

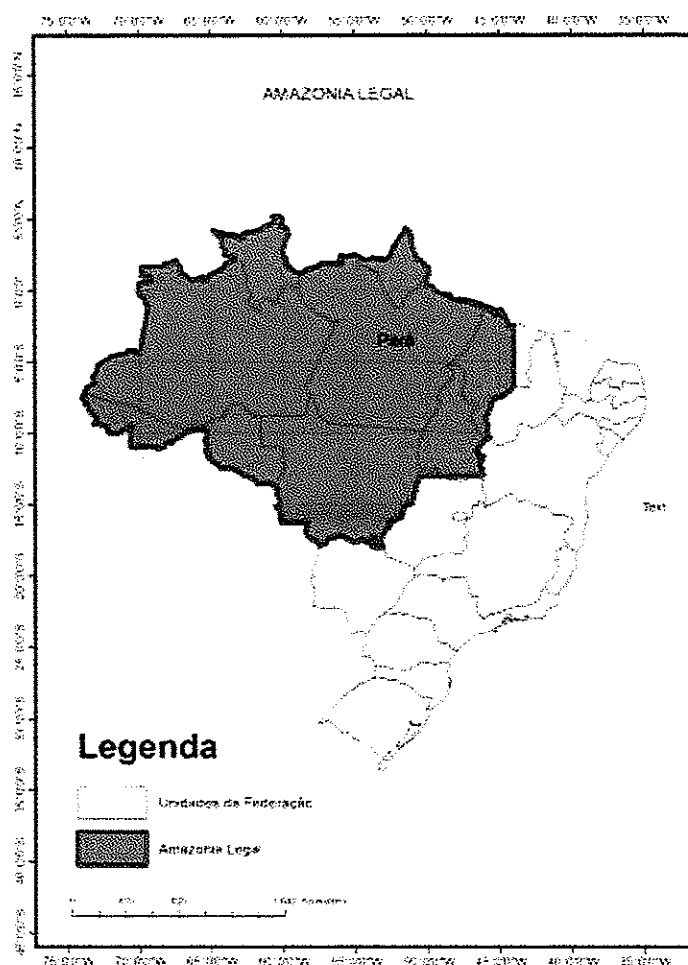


Figura 2 - Mapa da Amazônia Legal

Fonte: UFOPA, 2013

Porém, para além dessa divisão sociopolítica e geográfica, interessa-nos, de fato, saber como as construções sobre Amazônia e sua biodiversidade são apropriadas por empresas privadas para atribuir valor a seus produtos? Para dar cabo a este questionamento alguns autores como Charles-Marie de La Condamine, Euclides da Cunha, Ferreira de Castro, Alberto Rangel, Gastão Cruls sejam eles viajantes, cientistas ou literatos, nos remontam a uma história de contradições de uma Amazônia que consegue ser ao mesmo tempo rica/extraordinária e hostil/destruidora, que vai de Inferno Verde ao Paraíso Perdido, do Complexo da Amazônia à Invenção da Amazônia, de Pulmão Verde ao Eldorado e à Amazônia Misteriosa. Com a ressalva de que alguns deles nunca sequer estiveram na Amazônia, construindo suas falas a partir de outras narrativas.

Para iniciar, Safier (2009) nos coloca em contato com Charles-Marie de La Condamine, renomado acadêmico francês membro da Academia de Ciências de Paris — sociedade erudita para qual escreveu um relato sobre a Amazônia que misturava elementos da flora e da fauna amazônicas, a um cenário com florestas nevoentas, “encantados” palácios dourados e guerreiras ferozes e nuas, porém com a acurácia e preocupação de um pesquisador. A apresentação do rio Amazonas ao público europeu, em meados do século XVIII, teria sido construída, supostamente, com observações empíricas de uma viagem realizada a América do Sul para tentar elucidar sobre um dos maiores debates científicos da época: a forma do globo terrestre.

Destarte, o autor ressalta, em suas asserções sobre os povos indígenas sul-americanos como aquele com características de “preguiçosos”, “inimigos do trabalho”, “mentirosos”, “de pouca inteligência”, “glutões”, “insensíveis”, “levavam a vida sem pensar”, “envelheciam sem deixar a infância”, “tímidos”, “medrosos”, “bêbados”, “infiéis”, “sem memória” e “inaptos” para o pensamento racional. Porém, paradoxalmente, o autor reconhece a sabedoria dos mesmos sobre a diversidade e utilidade da vida animal e vegetal.

Todavia, os muitos escritos depreciativos de La Condamine, que foram introjetados por leitores europeus como sendo a imagem do rio Amazonas do século XVIII, do “Novo Mundo”, foram escritos com base em outros relatos, deixando um efeito especialmente negativo para o imaginário europeu do ameríndio e para a Academia que ele representava, uma vez que esse viajante era tido como um observador confiável aos olhos dos leitores europeus (SAFIER, 2009).

Outro clássico que escreveu sobre a Amazônia foi Euclides da Cunha em obras como *À margem da História* (1909), *Contrastes e Confrontos* (1907) e outros não publicados reunidos por Leandro Tocantins num volume intitulado *Um Paraíso Perdido* (1992). Nestas obras o autor retrata basicamente as condições de vida dos migrantes nordestinos nos seringais onde afirma que o mesmo “trabalha para escravizar-se” sempre endividado e submetido a situações desumanas. Diferentemente de La Condamine, citado anteriormente, Euclides da Cunha foi para a região amazônica em 1904, para chefiar a equipe brasileira da Comissão Mista Brasileiro-Peruana de Reconhecimento do Alto Purus, que tinha como objetivo demarcar a fronteira entre o Brasil e o Peru.

Para Euclides da Cunha a vida no seringal amazônico era muito diferente do paraíso que tanto se almejada. Para ele este paraíso já havia se corrompido e encontrava-se perdido, em “opulenta desordem”, esquecido ou abandonado. Era o retrato da natureza incompleta, ainda em expansão, distante da civilização. E o homem nordestino que ocupava este espaço, era considerado excluído e, que, ao saírem de uma situação adversa como a seca, acabaram sendo “banidos” para floresta, do qual estes homens ainda não compreendiam e nem dominavam. A dicotomia entre o natural e sócio/cultural/histórico era marcante em sua obra, onde os nordestinos estavam subordinados a natureza, passivos diante sua grandiosidade.

Pari passu a esta narrativa e, influenciado por Euclides da Cunha, temos Alberto Rangel autor de *o Inferno Verde* (1908) que compartilhava com seu contemporâneo uma visão menos romântica e mais crítica da realidade amazônica. Dando vazão ao título, o autor é bem enfático em sua obra: “o paraíso amazônico não existe”, seguindo de narrativas que não trazem finais felizes, mas sim doenças, chagas e delírio num contexto social amazônico degradante, traiçoeiro e incerto.

Porém, a culpa segundo Alberto Rangel é do próprio homem que na ânsia pela conquista de tesouros, na busca do tão desejado “*El Dorado*”, explorou a natureza, a floresta, a terra, de forma violenta e, esta também reage violentamente. Segundo Leandro (2012, p.5) a narrativa do autor estava imbuída de um caráter religioso onde “desapropriar o nativo e ferir a floresta em busca de posses e tesouros são formas de destruir a harmonia de um Éden sonhado”.

Seguindo a mesma linha e não diferindo dos autores anteriores, temos Ferreira de Castro que escreveu um romance denominado “*A Selva*” (1910-1920) relatando uma realidade social, política e econômica denominada de *Belle Époque* que foi fruto do desenvolvimento e acumulação de capital econômico do látex na Amazônia. Nesta obra o autor descreve experiências próprias vividas em seringais da Amazônia, onde o mesmo a percebe, como bem destaca Chaves et al., (2007, p. 14).

[...] como aquela que aprisiona e embrutece o homem vindo da Europa ou de outro lugar ‘civilizado’. A floresta é apresentada como um ‘ser’ que possui vontade própria e reina sobre o homem, o qual se queda impotente diante da sua grandeza e magnitude.

Era uma Amazônia e sua floresta que deixava qualquer um perplexo pela exuberância e grandeza, que conseguia ser ao mesmo tempo majestosa, desordenada e monótona nos seus tons verdes. E era justamente isto que impedia sua penetração pelo de “fora”, o europeu, o impossibilitando de entendê-la e desvelá-la.

Chaves et al. (2007) destacam alguns elementos, ditos por Ferreira de Castro, que corroboram com a fala dos autores supracitados: a de que o homem amazônico era preguiçoso e inábil ao trabalho. O autor descreve a floresta com grande abundância de alimentos, do qual os homens não precisavam plantá-los e nem cultivá-los, a natureza se encarregaria disto, cuja dinâmica seria responsável pelo modo de vida amazônico.

[...] a própria natureza se encarrega de fornecer às populações da região o alimento necessário para sua subsistência, mas a seu modo. Enquanto estivessem no período de cheia dos rios, era fácil caçar ou pescar sempre que fosse necessário; a abundância era tanta que não precisavam armazenar alimentos, pois a natureza, de uma forma ou de outra, sempre providenciava o necessário para o sustento da família e de todos que ali chegassem.

Outro autor importante para a construção deste imaginário Amazônico é Gastão Cruls que escreve “A Amazônia Misteriosa” em 1925, que, como o próprio nome diz, faz alusão a uma região misteriosa e extraordinária, descrevendo-a nos mínimos detalhes apesar de nunca ter estado na região. Suas referências foram viajantes, cronistas ou mesmo cientistas/obras que estiveram na região como: Bates; Byron; Spruce; Orellana; Lopez de Gomara; Humboldt; Gonçalo Pizarro; Cristobal de Acuña; La Condamine; Rondon; padre João Daniel entre tantos autores e obras retratados no romance.

Na obra o autor separa duas falas de agentes específicas: o de “dentro” (autóctes) e o de “fora” (não-autóctes). Os primeiros, inteirados com seu espaço, não duvidam e nem temem seus mistérios e sua complexidade. Os de “fora”, mantendo a dualidade discursiva de inferno/paraíso, conhecido/desconhecido não se atrevem ou conseguem compreendê-la, pois apresenta tanto riquezas visíveis como ocultas.

Desta forma, é uma Amazônia vista como um lugar à parte do resto do mundo, pronta para ser explorada, estudada. Representava para ele: um isolamento, como se estivesse

num mundo à parte de seu mundo num cenário repleto de medo, mistério e fantasia (LIMA; COSTA JÚNIOR, 2011).

Como consequência Chaves et al. (2007) dizem que estas percepções se produzem e reproduzem perpetuando as noções preconceituosas sobre a Amazônia e sua população onde ainda são atribuídas, de forma exógena e etnocêntrica, características como preguiça, falta de ambição, depreciando a cultura e as relações sociais locais complexas não os consideram como sujeitos portadores de história, parecendo ficar condenados as eternas dicotomias paraíso e a selva misteriosa.

Mas de fato, como estes relatos de viajantes, cronistas, literatos puderam influenciar na visão de Amazônia nos dias atuais? Na formulação de políticas públicas? Na atuação de empresas? Para Chaves et al. (2007) a formação do pensamento social e político na Amazônia foi construindo, mesmo que de forma lenta, com base num “olhar” externo, do de “fora”, que cunhado de etnocentrismo, conferiu a Amazônia uma visão dual de abundâncias e desafios. Estes foram refletidos numa história mais recente como “Vazio demográfico”, “pulmão do mundo”, “celeiro do mundo”, ainda mantendo a dualidade discursiva.

Destarte, com o desenvolvimento da modernidade, da ciência moderna e a ideia de progresso é ressaltado o discurso sobre a “mega” biodiversidade Amazônica como elemento de “salvação”. Porém, ainda mantendo o velho paradoxo discursivo, aspectos da natureza são ressaltados, como aquele a ser apropriado pelo homem, e, que se configurarem como obstáculos, os mesmos precisam ser superados, agora com um forte aliado - a ciência (MARQUES, 2007). Seria a superação, na prática, de quaisquer entraves ao tão almejado progresso.

Assim, a Amazônia ao ser propagada pela sua grandeza, seja de recursos naturais, seja nos aspectos territoriais, faz emergir a preocupação de ocupação da mesma para que não houvesse problemas em relação a soberania do país. É o surgimento da ideia de “vazio demográfico” que, no período da ditadura militar, significou pensar numa região pouco utilizada economicamente, pouco povoada e de baixa densidade demográfica resultando, com isso, impacto direto na criação de políticas públicas. Segundo Almeida (2005) a Amazônia passou a ter então período lugar de destaque no cenário nacional. Isso se deve ao fato de que a

região passou a ser vista como uma “fronteira de recursos” que deveria ser ocupada e explorada fazendo acelerar “os investimentos em infraestrutura e mecanismos de controle visando a chamada segurança nacional” (AQUINO, 2003, p. 35). Era a construção do ideal de “Homens sem terra para terra sem homens”.

Outro aspecto importante deste período é que a Amazônia era vista também como uma possibilidade de alívio de tensões existentes em outras áreas do país, como o nordeste, permitindo acesso a terra para populações rurais e urbanas. E, para que essa ocupação foram realizados os seguintes incentivos: construção de rodovias (Belém-Brasília e a Transamazônica), implantação de projetos de colonização agrícola, expansão do setor agropecuário, através de incentivos fiscais e creditícios e, num segundo momento, através do investimento público em grandes projetos (tais como Grande Carajás e Tucuruí). As Políticas Públicas fomentaram então, a ocupação desses grandes “vazios” pela agricultura moderna, com um “pacote tecnológico” pronto e acabado para a região.

A maior consequência desse processo, com certeza, foi a concentração fundiária que por sua vez, aumentou a expulsão dos agricultores familiares e que também impactou negativamente o meio ambiente, provocando a especulação imobiliária, a desagregação e a expulsão da população local. Resultando ainda, dessa concepção de fronteira e aplicação de desenvolvimento na Amazônia, em conflitos entre as populações indígenas, os caboclos seringueiros e os negros quilombolas em relação aos novos agricultores estimulados a migrar para a região.

Assim, segundo Castro (2012), novos processos de dominação social concretizam-se na Amazônia através de políticas públicas ou de políticas de Estado, com o fomento à pesquisas com o intuito de qualificar e quantificar o tamanho dos “estoques de matérias primas” a serem exploradas. Além disso, existe o forte apelo pela ação do mercado na Amazônia visando que suas “grandes” potencialidades sejam integradas, não mais de forma geográfica como última fronteira, mas aos novos mercados, agora chamados de verdes. Destarte, há a necessidade, segundo Castro, da criação de

[...] novos conceitos e paradigmas de interpretação da história da Amazônia para visibilizar processos e práticas sociais obscurecidas por enfoques teóricos reducionistas presentes em boa parte da

produção acadêmica sobre essa região. [...] é preciso ultrapassar a visão dicotômica e procurar articular objetividade e subjetividade, ao abordar a ação de sujeitos sociais e as políticas públicas, refletindo sobre velhas e novas noções que buscam compreender processos, conflitos e ações coletivas. (CASTRO, 2012, p.10)

E, para entrar neste novo mercado, a biodiversidade Amazônica tem sido qualificada, nas palavras de Homma (2003, p.11), como algo “mágico”, “como a redenção de todos os problemas econômicos” e como aquela “que vai curar todos os males (câncer, Aids, produtos geriátricos, impotência, sobretudo doenças nobres de países desenvolvidos, etc.) e “que a população regional vai ganhar fabulosas riquezas”, ou seja, portadora do que Fraxe et al. (2009), denominam como **potencialidades idiossincráticas**.

Todavia, como afirma o autor, todas essas falas pairam em torno de um conceito abstrato e superlativo de Biodiversidade. E, na tentativa de desmistificar esse discurso, o autor conceitua o que é Biodiversidade, como “toda planta ou animal que já foi riqueza no passado e de plantas e animais explorados no momento [...] e de outros que poderão ser descobertos” e sujeitos a ciclos de expansão, estagnação e depois o declínio, decorrente do esgotamento, perda do poder de monopólio e aparecimento de substitutos (HOMMA, 2002, p. 62).

Nestes termos, Homma busca demonstrar a “simplicidade” do conceito e retirar a ênfase dada ao futuro, do que ainda estar por vir, a ser descoberto como grande “portadora do futuro”, com investimentos públicos e provados direcionados para possíveis descobertas (plantas medicinais, aromáticas, inseticidas e corantes naturais, frutas nativas etc.), resultando na pouca importância dada à biodiversidade do passado e a do presente.

Além disso, num conceito mais ampliado temos Sachs (2009) que diz que o estudo da biodiversidade não deveria estar limitado a um inventário de espécies e genes por dois motivos: primeiro, porque o conceito de biodiversidade envolve também os ecossistemas e as paisagens; segundo, porque a biodiversidade e a diversidade cultural estão entrelaçadas no processo histórico. Ou seja, do conceito pode-se entender que a biodiversidade não é apenas um conjunto de organismos, envolvendo também as interações entre eles e o ambiente, bem como os processos ecológicos que o compõem (STELLA et al., 2006).

A Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB) define biodiversidade como

a variabilidade de organismos vivos de todas as origens, compreendendo, dentre outros, os ecossistemas terrestres, marinhos e outros ecossistemas aquáticos e os complexos ecológicos que fazem parte; compreendendo ainda a diversidade dentro de espécies, entre espécies e de ecossistemas.

Enfim, Fraxe et al. (2009) ressaltam que falar dos povos da Amazônia e da Amazônia em si, há de despertar para (re)conhecimento da enorme diversidade ambiental e social/cultural da região, tomando como ponto de partida o desenvolvimento histórico da para que não se caiam em erros crassos. Significando assim, que a biodiversidade, mais do que aspectos físicos e biológicos é um emaranhado de interações simbólicas, históricas, culturais, sociais e políticas de populações que não estão estagnadas no tempo e nem à parte do mundo.

Entrementes a este cenário, que toma como base as várias construções de gente e ambiente, e da biodiversidade exótica e “salvadora” é que cada vez mais empresas chamadas “verdes” se atraem. Astolfi Filho (2001, p. 2) esclarece que

[...] a extraordinária riqueza da biodiversidade no Brasil, ao mesmo tempo em que sugere possibilidades que não se pode sequer conceber de todo – em virtude do seu próprio desconhecimento – se traduz em enormes dificuldades, seja no trabalho a desenvolver no campo da pesquisa, seja para preservá-la e conservá-la.

Destarte, para tentar dirimir estas dificuldades, são criados programas que estão envolvendo diferentes atores, pertencentes não somente setores do governo, mas também da comunidade científica, do empresariado e da sociedade civil através, principalmente, de organizações não governamentais. Nestes espaços, tem-se destacado o importante papel do Estado como agente que irá garantir instrumentos legais que assegurem o direito de propriedade intelectual, industrial e do conhecimento tradicional e como fomentador de pesquisa de base.

5.1.2 Os Atores – Aproximação entre empresas, comunidades, Estado, universidades/institutos de pesquisa e organizações não governamentais

A parceria entre empresas e comunidades e, em especial na Amazônia, não decorrem de agora, possuem uma importância como temática, pois envolvem questões como sustentabilidade, conhecimentos tradicionais, recursos naturais e economia. Porém sua

problematização e sistematização são muito recentes, remontando início deste século. Além disso, outro aspecto que merece atenção é de que estas discussões já não estão mais restritas ao âmbito acadêmico, encontrando-se difundidas em discussões políticas envolvendo organizações não governamentais, setores governamentais e da sociedade civil em geral como sindicatos, associações e cooperativas.

Uma das primeiras contribuições a este debate remontam final da década de 1990 com a importante contribuição de autores como Anderson e Clay na obra intitulada **“Esverdeando a Amazônia: comunidades e empresas em busca de práticas para negócios sustentáveis”**. Nesta obra, os autores buscam sistematizar diferentes experiências envolvendo empresas de tamanho e volume de negócios diferenciados, tanto nacionais como internacionais em “parceria” com diferentes grupos sociais como populações tradicionais em áreas de Unidades de Conservação, Povos indígenas como os Kayapós, Yawanawás, organizações não governamentais entre outros.

Os autores chamam a atenção para a criação e expansão de mercados para produtos manejados de forma sustentável e faz exposição das motivações que levam a estas parcerias. Deixam claro que existem ainda muito problemas a serem enfrentados, nos aspectos políticos, sociais, econômicos e culturais, porém ressalva que não existem saídas rápidas ou consensuais sobre o assunto, porém deixam claro a importância dessas parcerias para a superação dos diferentes obstáculos enfrentados pelas comunidades para que de fato, possam tornar seus empreendimentos sustentáveis.

Como o interesse específico desta tese é problematizar sobre os possíveis impactos das relações comerciais entre empresas de biocsméticos e comunidades, fez-se um recorte para estudos que envolvem este setor especificamente.

A obra de Figueiredo (2005) intitulada **“Comércio e sustentabilidade na Amazônia: efeitos da parceria entre empresa e comunidades no uso tradicional de recursos naturais”** investigou as transformações no uso tradicional de recursos naturais que ocorrem em função de parcerias comerciais estabelecidas entre empresas e comunidades extrativistas para a comercialização de produtos florestais não-madeireiros (PFNMs). Segundo o autor estas parcerias têm se tornado frequentes em todo o mundo, inclusive na

Amazônia brasileira, sendo promovidas como alternativas de incentivo à conservação florestal e à melhoria na qualidade de vida das comunidades florestais.

Este trabalho teve como objetivo investigar o aspecto do evento na renda das populações, por meio da avaliação do acordo para a comercialização de óleos vegetais entre as comunidades da Reserva Extrativista do Médio Juruá (AM) e a empresa de cosméticos Natura. Os resultados do estudo mostraram que a presença da renda proveniente da parceria está relacionada à diminuição no tempo alocado para a caça e a pesca. Em contrapartida, está relacionada ao aumento no tempo alocado para a coleta de subsistência e a agricultura. Transformações culturais e econômicas também foram observadas, em especial o abandono do tradicional sistema de trocas e cooperação.

Segundo o autor os resultados têm implicações na conservação, na medida que a comercialização de PFNM não leva à redução do impacto da agricultura de subsistência e comercial. O estudo mostrou que o esforço alocado para agricultura continua e, além disso, o acordo atraiu novos moradores aumentando os impactos sobre os recursos florestais. Apesar das transformações observadas, o estudo conclui que a comercialização de PFNMs por meio de parcerias é, dentre as alternativas possíveis, uma das mais interessantes, e que alguns dos impactos podem ser minimizados por ajustes nos arranjos existentes.

Rizek e Morsello (2008) na obra **“A Comercialização de Produtos Florestais Não Madeireiros afeta o sistema tradicional de troca e compartilhamento? O caso da Reserva Extrativista”** já problematizavam, dentro de um setor específico a fala de que o mercado de Produtos Florestais Não Madeireiros (PFNMs) conciliaria o desenvolvimento de populações tradicionais com a conservação ecológica. Destacam que na Amazônia mercado é incentivado através do estabelecimento de acordos entre comunidades extrativistas e empresas, evidenciado que a integração ao mercado apresenta efeitos ambientais e socioeconômicos nas comunidades envolvidas. Porém, ressalta que **os efeitos socioeconômicos, não estão claros e como este mercado afeta a instituição de troca e compartilhamento espontâneo de bens, a qual tem a função de garantir a subsistência em períodos de escassez.** O estudo realizou uma análise comparativa entre duas comunidades na Reserva Extrativista do Médio Juruá, AM: uma que comercializa óleos vegetais com empresa e outra que continua baseada em práticas econômicas tradicionais. Como resultados

os autores destacam que comunidades envolvidas em acordos comerciais de PFNMs com empresas apresentam, de fato, uma menor frequência nos eventos de troca e compartilhamento entre seus membros e conclui que a motivação a este fato deriva pelo menos de duas origens: a renda monetária criada e a forma em que esta está distribuída.

Martins (2008) na obra “**Novos Caminhos e Antigas Práticas: acordos de comunidades com empresas para o manejo florestal, o caso da Reserva Extrativista Rio Preto Jacundá em Machadinho D’Oeste – RO**” escreve sobre os acordos entre empresas madeireiras e comunidades rurais, fazendo um recorte histórico de conflitos e relações desiguais nos acordos formalizados entre empresas florestais madeireiras e comunidades rurais para utilização dos recursos madeireiros, busca compreender que tipos de avanços essas relações apresentam quando comparadas com as relações tradicionalmente realizadas ao longo do tempo e como estes acordos se constroem.

O autor chega à conclusão de que os acordos firmados na Resex demonstram vários aspectos que constituem obstáculos ao processo como, por exemplo, a prática de adiantamentos de recursos pela Associação junto a empresários madeireiros; falta de habilidade na administração e gestão dos acordos pela associação comunitária; falta de transparência na administração da associação; a desconsideração aos preços praticados no mercado; dependência em mediadores; dificuldades na apropriação dos camponeses do processo e a ausência do Estado como interveniente dos processos de acordos em terras públicas. Apesar dos problemas, a análise dos fatos demonstra que um acordo enquanto ferramenta pode criar condições adequadas ao desenvolvimento de comunidades rurais, porém, há muitos ajustes e etapas a serem melhores compreendidas para uma construção de acordos empresa-comunidade mais justa e consubstanciada da realidade local.

Para a contribuição do debate, por parte de uma organização não governamental, tem-se em 2009 a realização de um evento organizado pelo Instituto Internacional de Educação do Brasil (IEB) intitulado “**Relações entre empresas, Governos e comunidades na Amazônia brasileira: reflexões e propostas**”. Um dos objetivos do evento diz respeito a conhecer a percepção da sociedade sobre as relações entre empresas e comunidades na Amazônia e suas implicações para o desenvolvimento socioambiental na região, unindo no mesmo espaço contribuições de representantes de comunidades, órgãos governamentais e

entidades de mediação, mostrando as dificuldades enfrentadas pelas organizações comunitárias para garantir a qualidade do produto comercializado, os desafios da adequação às exigências legais do processo de comercialização ou do processo de manejo florestal realizado em assentamentos de reforma agrária. Além disso, o desafio da obtenção e manutenção da qualidade do produto agroextrativista foi destacado nas discussões.

A professora da Universidade de São Paulo, Carla Morsello, vem investindo na pesquisa sobre a temática da relação entre empresas e comunidades na Amazônia com a publicação de vários artigos e orientação de trabalhos de conclusão de curso, mestrado e doutorado sobre a temática. Em texto intitulado **“Parcerias comerciais entre empresas e comunidades Amazônicas: Oportunidades, Problemas e Desafios”** (2004) a autora objetivou avaliar as oportunidades e os problemas inerentes ao estabelecimento de parcerias comerciais entre comunidades e empresas, para a comercialização de produtos florestais não madeireiros, com foco específico em comunidades indígenas e extrativistas da Amazônia. A avaliação sugere que as parcerias podem tanto prover benefícios, quanto causar estragos para as comunidades, as empresas, o meio ambiente e a sociedade como um todo. Os problemas são, em geral, maiores para as comunidades, embora possam ocorrer também com os outros componentes. Apesar disso, as evidências demonstram que as parcerias podem ter resultados melhores do que a comercialização realizada individualmente pelos parceiros. Além disso, governos e organizações da sociedade civil representam papel importante no sucesso destas parcerias por meio de sua promoção, mediação e controle. Conclui-se que o principal desafio para a implementação das parcerias comunidade-empresa na Amazônia é entender quais são os componentes e fatores que determinam o sucesso no contexto específico das comunidades indígenas e extrativistas.

Por fim, Richetti e Costa (2010) que em seu ensaio **“Processos contemporâneos de mercantilização da cultura e do meio ambiente”** fazem uma abordagem das comunidades tradicionais amazônicas e sua inserção no processo de globalização pela via da parceria com empresas de cosméticos, no caso a Natura. O principal objetivo dos autores é o de discutir o processo de valorização da cultura dessas comunidades tradicionais e sua relação com a questão ambiental, ao serem incorporadas na política socioambiental da empresa. Chegam então a algumas conclusões como na forma como essas relações estão sendo produzidas, os autores entendem que ocorre um processo do que ele denominam de **mercantilização cultural**,

fenômeno crescente no atual modelo capitalista globalizado com a apropriação, por parte da empresa, da cultura produzida por/nessas comunidades pela empresa, partindo, inclusive, da ideia de que o valor cultural emprestado das comunidades tradicionais amazônicas, assim como o conteúdo ambiental aí existente, projeta na empresa uma valorização da sua imagem e, em consequência, do seu produto; e ainda discutem o tema como um mecanismo de obtenção da renda monopolista.

6. REFERENCIAL TEÓRICO

6.1. TEORIA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs (Relatório Brundtland, 1987).

Esta premissa ética marcou a publicação e divulgação do famoso “Relatório de Brundtland²⁰” ou “Nosso Futuro Comum”, em 1987, que segundo Ehlers (2008) ajudou a disseminar o ideal de um **Desenvolvimento Sustentável** para várias partes do planeta, principalmente no chamado Primeiro Mundo. Tornou-se uma perspectiva ética, pois questionava alguns paradigmas da sociedade moderna: a crescente preocupação com a qualidade de vida e problemas ambientais, com vistas às mudanças de atitudes e hábitos na relação Homem-Natureza, onde a sustentabilidade seria uma meta em busca da harmonização de objetivos sociais, ambientais e econômicos para estas e futuras gerações.

Segundo Rebelo Júnior (2002), antecedendo a publicação do relatório vários eventos a partir da década de 1970, começaram a discutir a problemática, tornando-se um referencial importante para as discussões sobre o desenvolvimento sustentável, quando se realizou em Estocolmo a Primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano.

²⁰ Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) da ONU, presidida pela ex-Primeira Ministra da Noruega Gro Harlém Brundtland. Indicada pela entidade, a primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, chefiou a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, para estudar o assunto. O documento foi publicado após três anos de audiências com líderes de governo e o público em geral, ouvidos em todo o mundo sobre questões relacionadas ao meio ambiente e ao desenvolvimento. Foram realizadas reuniões públicas tanto em regiões desenvolvidas quanto nas em desenvolvimento, e o processo possibilitou que diferentes grupos expressassem seus pontos de vista em questões como agricultura, silvicultura, água, energia, transferência de tecnologias e desenvolvimento sustentável em geral.

Após, essa reunião, sucederam-se várias outras sobre os direitos a uma alimentação adequada, boas condições de moradia, água potável. Mas foi em 1980 que o documento intitulado *World Conservation Strategy* abordou pela primeira vez em uma publicação de amplo alcance a ideia de sustentabilidade. A partir de iniciativa das Organizações das Nações Unidas (ONU) foi promovido, em Estocolmo, o primeiro encontro mundial para discutir questões acerca da repercussão do modo de vida moderno sobre o meio ambiente, marcado por ambivalências dos que previam abundância e dos que visualizavam catástrofes.

Os primeiros consideravam que as preocupações com o meio ambiente eram descabidas, pois atrasariam e inibiriam os esforços dos países em desenvolvimento rumo à industrialização para alcançar os países desenvolvidos. A prioridade deveria ser dada a aceleração do crescimento. Do lado oposto, os pessimistas anunciavam o apocalipse para o dia seguinte, caso o crescimento demográfico e econômico, não fossem imediatamente estagnados. Ao final do século, a humanidade poderia encarar a triste alternativa de ter que escolher entre o desaparecimento em consequência da exaustão dos recursos ou pelos efeitos caóticos da poluição (SACHS, 2009).

Porém, de modo geral, o objetivo deveria ser o de estabelecimento de um aproveitamento racional e ecologicamente sustentável da natureza em benefício das populações locais, levando-as a incorporar a preocupação com a conservação da biodiversidade aos seus próprios interesses, como um componente de estratégia de desenvolvimento (Paradigma do caminho do meio), seguindo os critérios de sustentabilidade:

1. **Social** – alcance de um patamar razoável de homogeneidade social. Distribuição de renda justa; emprego pleno e/ou autônomo com qualidade de vida decente. Igualdade no acesso aos recursos e serviços sociais.
2. **Ambiental** – respeitar e realçar a capacidade de autodepuração dos ecossistemas naturais;
3. **Econômico** – desenvolvimento econômico intersetorial equilibrado. Segurança alimentar;
4. **Cultural** – equilíbrio entre respeito à tradição e inovação. Capacidade de autonomia para elaboração de um projeto nacional integrado e endógeno.

No Relatório foram publicados definições e princípios a serem seguidos pelas Nações com base em questões importantes: visão crítica do modelo de desenvolvimento adotado pelos países industrializados e reproduzido pelas nações em desenvolvimento; riscos do uso excessivo dos recursos naturais sem considerar a capacidade de suporte dos ecossistemas; incompatibilidade entre desenvolvimento sustentável e os padrões de produção e consumo; necessidade de uma nova relação “ser humano-meio ambiente”. **Ao mesmo tempo, esse modelo não sugere a estagnação do crescimento econômico, mas sim essa conciliação com as questões ambientais e sociais;** destacam problemas ambientais, como o aquecimento global e a destruição da camada de ozônio; preocupação com a velocidade das mudanças que era maiores que a capacidade da ciência avaliar e propor soluções.

O Relatório Brundtlandt também já apresentava uma lista de ações a serem tomadas pelos Estados e também definia metas a serem realizadas no nível internacional, tendo como agentes as diversas instituições multilaterais, porém foi enfatizado que a sustentabilidade só poderia ser garantido, com o papel forte do Estado, intervindo através de políticas de desenvolvimento que levassem em consideração as mudanças e acesso aos recursos, **além da distribuição de custos e benefícios, em busca da equidade social entre as gerações.**

Entre as medidas apontadas pelo relatório, constam soluções, como a diminuição do consumo de energia, o desenvolvimento de tecnologias para uso de fontes energéticas renováveis e o aumento da produção industrial nos países não-industrializados com base em tecnologias ecologicamente adaptadas. Fica muito claro, nessa nova visão das relações homem-meio ambiente, que não existe apenas um limite mínimo para o bem-estar da sociedade; há também um limite máximo para a utilização dos recursos naturais, de modo que sejam preservados.

Segundo o Relatório, uma série de medidas deveria ser tomada pelos países para promover o desenvolvimento sustentável. Entre elas:

- Limitação do crescimento populacional (resquícios da visão malthusiana);
- Garantia de recursos básicos (água, alimentos, energia) a longo prazo;
- Preservação da biodiversidade e dos ecossistemas;
- Diminuição do consumo de energia e desenvolvimento de tecnologias com uso

de fontes energéticas renováveis;

- Aumento da produção industrial nos países não-industrializados com base em tecnologias ecologicamente adaptadas;
- Controle da urbanização desordenada e integração entre campo e cidades menores;
- Atendimento das necessidades básicas (saúde, escola, moradia).

Em âmbito internacional, as metas propostas são:

- Adoção da estratégia de desenvolvimento sustentável pelas organizações de desenvolvimento (órgãos e instituições internacionais de financiamento);
- Proteção dos ecossistemas supra-nacionais como a Antártica, oceanos, etc, pela comunidade internacional;
- Banimento das guerras;
- Implantação de um programa de desenvolvimento sustentável pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Algumas outras medidas para a implantação de um programa minimamente adequado de desenvolvimento sustentável são:

- Uso de novos materiais na construção;
- Reestruturação da distribuição de zonas residenciais e industriais;
- Aproveitamento e consumo de fontes alternativas de energia, como a solar, a eólica e a geotérmica;
- Reciclagem de materiais reaproveitáveis;
- Consumo racional de água e de alimentos;
- Redução do uso de produtos químicos prejudiciais à saúde na produção de alimentos.

Desde o final dos anos de 1980 tem surgido as mais variadas definições e explicações sobre o desenvolvimento sustentável e, aos poucos, a expressão foi se tornando uma espécie de “*slogan*”, um clichê, cujo significado pode variar de acordo com o contexto e interesse em que está sendo empregado. Essa elasticidade tem permitido abrigar as mais diferentes visões acerca do crescimento econômico e da utilização dos recursos naturais, gerando uma série de dúvidas, não apenas conceituais, mas, principalmente, relativas as implicações práticas dessa noção.

A dificuldade em se estabelecer critérios para a sustentabilidade da economia ou da sociedade, como exige a ideia de desenvolvimento sustentável, não é gratuita. Ainda mais se levarmos em conta que não existe sequer um consenso sobre o próprio desenvolvimento. Mesmo assim, atualmente aceita-se que a noção de sustentabilidade sugere um tipo de crescimento econômico que atenda as necessidades desta e das próximas gerações e que conserve os recursos naturais, ou seja, deve ser algo benigno para o ambiente e para a sociedade durante longos períodos. Mas que necessidades são essas? As dos países mais industrializados com elevado padrão de consumo ou a dos países mais pobres, cujo consumo beira os limites da subsistência? Gerando uma série de dúvidas e desafios. Fica evidente que as reflexões sobre o desenvolvimento sustentável não esbarram apenas em embaraços conceituais, mas envolvem uma discussão mais ampla, filosófica e científica.

A Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Eco-92, reafirmou esse ideal, não se alterou entre Estocolmo e a Conferência do Rio de Janeiro. O atual modelo de crescimento econômico gerou enormes desequilíbrios; se, por um lado, nunca houve tanta riqueza e fartura no mundo, por outro lado, a miséria, a degradação ambiental e a poluição aumentam dia-a-dia. Diante desta constatação, surge a ideia do Desenvolvimento Sustentável (DS), buscando conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental e, ainda, ao fim da pobreza no mundo. O conceito foi definitivamente incorporado como um princípio, durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Cúpula da Terra de 1992 – Eco-92, no Rio de Janeiro. O Desenvolvimento Sustentável busca o equilíbrio entre proteção ambiental e desenvolvimento econômico e serviu como base para a formulação da Agenda 21, com a qual mais de 170 países se comprometeram, por ocasião da Conferência. Trata-se de um abrangente conjunto de metas para a criação de um mundo, enfim, equilibrado.

A Declaração de Política de 2002 da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em Joanesburgo, afirma que o Desenvolvimento Sustentável é construído sobre “três pilares interdependentes e mutuamente sustentadores” — desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e proteção ambiental. Esse paradigma reconhece a complexidade e o interrelacionamento de questões críticas como pobreza, desperdício, degradação ambiental, decadência urbana, crescimento populacional, igualdade de gêneros, saúde, conflito e violência aos direitos humanos. O PII (Projeto de Implementação

Internacional) apresenta quatro elementos principais do Desenvolvimento Sustentável — sociedade, ambiente, economia e cultura.

A nova ordem seria, então, buscar a passagem de um padrão insustentável de uso dos recursos naturais, baseados na espoliação da natureza para uma utilização racional e harmoniosa. Assim, passa-se a considerar desenvolvimento sustentável como aquele capaz de alcançar o progresso e bem-estar a partir de formas de produzir e consumir não predatórias, ou seja, que assegurem a sustentabilidade entre tecnologia e ambiente, garantindo as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de encontrar suas próprias necessidades.

Em resumo, o desenvolvimento sustentável leva em consideração seis metas, a saber: a satisfação das necessidades básicas da população (educação, alimentação, saúde, lazer, liberdade, felicidade); a solidariedade para com as gerações futuras; a participação da população envolvida (todos devem se conscientizar da exigência de conservar o ambiente e fazer cada um a sua parte); a preservação dos recursos naturais; a elaboração de um sistema social garantindo emprego, segurança social e respeito a outras culturas; a efetivação de programas educativos.

No Brasil, em consonância com esta discussão, programas foram criados cujo objetivo maior seria aliar o desenvolvimento e uso da biodiversidade com a participação de atores sociais como as empresas, instituições de pesquisa e sociedade civil.

6.1.1. O Estado e as Políticas Públicas de Investimentos nos Estudos sobre a Biodiversidade Amazônica

Para elucidar a importância do Estado no conhecimento e proteção da biodiversidade, foram criadas estratégias de incentivo a pesquisa e inovação com a formulação de programas, abrangendo diferentes ministérios, governos estaduais da Região Amazônia, instituições de pesquisa e empresas privadas. Selecionaram-se alguns deles e que serão apresentados, a saber: PROBEM - Programa Brasileiro de Ecologia Molecular para o Uso Sustentável da Biodiversidade da Amazônia; CBA - Centro de Biotecnologia da Amazônia; PRONABIO - Programa Nacional para Conservação e Uso da Diversidade

Biológica; GENAMAZ - Rede para Conservação e Uso dos Recursos Genéticos Amazônicos; PP/G7 – Programa Piloto para a Proteção das Florestas Tropicais do Brasil; PRODETAB – Projeto de Apoio ao Desenvolvimento de Tecnologia Agropecuária para o Brasil.

a) PROBEM - Programa Brasileiro de Ecologia Molecular para o Uso Sustentável da Biodiversidade da Amazônia - PROBEM/Amazônia; CBA - Centro de Biotecnologia da Amazônia;

Segundo Astolfi filho (2001), a finalidade principal do PROBEM/Amazônia é o de coordenar esforços visando a instalação de um **Polo Industrial Biotecnológico na Amazônia**, na tentativa de contribuir tanto para o desenvolvimento socioeconômica da região, como para a conservação de seus ecossistemas.

Para atingir este objetivo o PROBEM/Amazônia concebeu as seguintes ações:

- Criação do Centro de Biotecnologia da Amazônia;
- Articulação de uma rede de laboratórios e grupos de pesquisa no país, cujo objetivo seria voltado para a bioprospecção;
- Atrair novos recursos humanos para a região com a criação de um programa de formação;
- Prover a melhoria da infraestrutura das instituições que atuam nas áreas de biotecnologia e de aproveitamento de produtos naturais, em especial aquelas participantes do PROBEM/Amazônia.

Os esforços seriam centrados em áreas de: produtos farmacêuticos, bioinseticidas, enzimas de interesse biotecnológico, óleos essenciais, antioxidantes, corantes naturais, aromatizantes, dentre outros. Segundo Homma (2012, p.21) existem muitos recursos sendo empregados na criação de Parques Tecnológicos e, no “qual o Centro de Biotecnologia da Amazônia (CBA), instituído em 2002, pelo Decreto 4.284, no âmbito do Programa Brasileiro de Ecologia Molecular para o Uso Sustentável da Biodiversidade (PROBEM), inscrito no Primeiro PPA- Plano Plurianual do Governo Federal, revelam equívocos na condução dessa política com relação à biodiversidade abstrata”.

b) CBA - Centro de Biotecnologia da Amazônia

O Centro de Biotecnologia da Amazônia (CBA), criado em dezembro de 2002, no âmbito do Programa Brasileiro de Ecologia Molecular para o Uso Sustentável da Biodiversidade – PROBEM, com vistas a contribuir para o desenvolvimento da bioindústria no país e em especial na região amazônica, atuando fortemente na geração de conhecimento e transferência de tecnologia de ponta, através de parcerias entre instituições de pesquisa e o setor privado.

O CBA é um Centro de Tecnologia que, por meio da inovação tecnológica, deve criar condições para o desenvolvimento ou aprimoramento de processos e produtos da biodiversidade amazônica, por meio de:

- Ação integrada com a universidade e Centros de Pesquisa do setor público e privado (Rede de Laboratórios Associados – RLA);
- Aumento da densidade tecnológica no setor industrial (Parque Bioindustrial na região amazônica);
- Promoção de ambiente favorável à Inovação (oferta de serviços tecnológicos);
- Desenvolvimento e difusão de produtos e processos biotecnológicos com valor agregado em toda a cadeia produtiva (SUFRAMA, 2013).

Assim, o principal objetivo do CBA é transformar os conhecimentos gerados por institutos de pesquisa já existentes em produtos com valor agregado em toda a cadeia produtiva. Neste sentido, o Centro já vem desenvolvendo produtos e processos em parceria com instituições de ensino e pesquisa e com a iniciativa privada.

Outros objetivos:

- Contribuir para o desenvolvimento regional, com geração de emprego e renda a partir da inovação biotecnológica;
- Promover o conhecimento da biodiversidade amazônica associado às tecnologias necessárias ao seu aproveitamento econômico com agregação de valor na região amazônica;

- Incentivar o desenvolvimento regional de produtos, processos e serviços biotecnológicos, nas áreas de saúde humana, agronegócio e industrial visando sua comercialização e inserção em cadeias produtivas regionais, nacionais e globais.
- Incubar, consolidar e projetar empresas de base biotecnológica.
- Incentivar a implementação de parques bioindustriais na região amazônica, de projeção internacional, constituídos de empresas e instituições de competência reconhecida.

Estratégias de ação

- Articular as infraestruturas disponíveis no País e no exterior, estabelecendo parcerias e negócios com instituições públicas e privadas de ensino, de pesquisa, de metrologia e certificação, de proteção e difusão do conhecimento;
- Promover continuamente a visibilidade do CBA em eventos nacionais e internacionais de modo a favorecendo negócios e parcerias entre as empresas e instituições vinculadas e atrair investidores para Parques Bioindustriais da região;
- Apoiar empresas e instituições que desejem investir no uso de insumos oriundos da biodiversidade amazônica, oferecendo serviços tecnológicos e consultoria especializados;
- Vincular-se a seus fornecedores, clientes e parceiros através de contratos, termos de parceria, licenciamento e outros instrumentos jurídicos aptos a salvaguardar os legítimos interesses das partes no que se refere a incentivos fiscais, riscos, repartição de benefícios, sigilo industrial e proteção de propriedade intelectual;
- Apoiar as comunidades produtoras amazônicas, capacitando-as a aprimorar processos desenvolver, produzir e comercializar produtos decorrentes do uso da biodiversidade, assim como incentivar o cultivo, a criação e o extrativismo sustentáveis.
- Avaliar a potencialidade da biodiversidade amazônica, visando a descoberta de novas moléculas e substâncias, ou aprofundar o conhecimento daquelas já identificadas, e viabilizar o cultivo, criação ou extrativismo sustentável dos recursos naturais que os fornecem.

Porém, como ressalta Zibetti e Barroso (2009) a inauguração do Centro de Biotecnologia da Amazônia (CBA) constituiu uma grande esperança quanto ao aproveitamento da biodiversidade, mediante a aplicação da biotecnologia e sua transformação

na bioindústria. Contudo, até o momento, apesar de pesados investimentos, decorrente da falta de pessoal especializado, o CBA não tem conseguido demonstrar a sua real potencialidade, em função da escassez de capital humano para desenvolver pesquisas, com remuneração adequada e a descontinuidade de financiamentos aos projetos de pesquisa (SUFRAMA, 2103).

c) PRONABIO - Programa Nacional para Conservação e Uso da Diversidade Biológica (Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal).

O decreto nº 4.703, de 21 de maio de 2003, criou o Programa Nacional da Diversidade Biológica - PRONABIO e a Comissão Nacional da Biodiversidade.

O PRONABIO tem por objetivos: a) Orientar a elaboração e a implementação da Política Nacional da Biodiversidade, através da parceria com a sociedade civil para o conhecimento e a conservação da diversidade biológica, a utilização sustentável de seus componentes e a repartição justa e equitativa dos benefícios derivados de sua utilização; b) promover a implementação dos compromissos assumidos pelo Brasil junto à Convenção sobre Diversidade Biológica; c) estimular a cooperação interinstitucional e internacional; promover a integração de políticas setoriais para aumentar a sinergia na implementação de ações direcionadas à gestão sustentável da biodiversidade; promover ações, projetos, pesquisas e estudos com o objetivo de produzir e disseminar informações e conhecimento sobre a biodiversidade; orientar o acompanhamento da execução das ações previstas para implementação dos princípios e diretrizes da Política Nacional da Biodiversidade, inclusive mediante a definição de indicadores adequados.

Como componentes temáticos, destaca-se:

- a) conhecimento da biodiversidade;
- b) conservação da biodiversidade;
- c) utilização sustentável dos componentes da biodiversidade;
- d) monitoramento, avaliação, prevenção e mitigação de impactos sobre a biodiversidade;
- e) acesso aos recursos genéticos e aos conhecimentos tradicionais associados e repartição de benefícios;

- f) educação, sensibilização pública, informação e divulgação sobre biodiversidade;
- g) fortalecimento jurídico e institucional para a gestão da biodiversidade;

A Comissão Nacional de Biodiversidade será presidida pelo Secretário de Biodiversidade e Florestas do Ministério do Meio Ambiente e pelas seguintes instituições: Ministério do Meio Ambiente; Ministério da Ciência e Tecnologia; Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; Ministério da Saúde; Ministério das Relações Exteriores; Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão; Ministério do Desenvolvimento Agrário; Ministério da Integração Nacional; Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca da Presidência da República; Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis - IBAMA; Associação Brasileira das Entidades Estaduais de Meio Ambiente - ABEMA; Confederação Nacional de Trabalhadores na Agricultura - CONTAG; Movimento Nacional dos Pescadores - MONAPE; comunidade acadêmica, indicado pela Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência - SBPC; comunidade acadêmica, indicado pela Academia Brasileira de Ciências - ABC; organizações não-governamentais ambientalistas, indicado pelo Fórum de ONGs e Movimentos Sociais para o Meio Ambiente e para o Desenvolvimento; movimentos sociais, indicado pelo Fórum de ONGs e Movimentos Sociais para o Meio Ambiente e para o Desenvolvimento; povos indígenas, indicado pela Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia - COIAB; setores empresariais vinculados à agricultura, indicado pela Confederação Nacional da Agricultura - CNA; setores empresariais vinculados à indústria, indicado pela Confederação Nacional da Indústria - CNI.

**d) GENAMAZ - Rede para Conservação e Uso dos Recursos Genéticos Amazônicos
(Ministério do Planejamento e Orçamento - Superintendência do
Desenvolvimento da Amazônia – SUDAM)**

Projeto GENAMAZ - Rede para Conservação e Uso dos Recursos Genéticos Amazônicos foi idealizado com o objetivo de contribuir para a promoção do desenvolvimento sustentável da Região Amazônica, através do apoio a ações voltadas para o atendimento de demandas por conhecimentos científico-tecnológicos que permitam tanto a conservação como o uso sustentável dos recursos genéticos amazônicos.

O projeto foi concebido para o cumprimento de duas vertentes:

- A produção de insumos para o planejamento, na área de recursos genéticos e biotecnologia;
- Apoio financeiro a projetos de pesquisas, voltados para a conservação e o aproveitamento socioeconômico de germoplasmas da Amazônia.

O Projeto GENAMAZ foi criado através de ações do Programa Biotecnologia e Recursos Genéticos - GENOMA, do Plano Plurianual de Aplicação - PPA 2000/2003 (Avança Brasil), do Governo Brasileiro para atuar na Amazônia Legal, mas não exclusivamente, pois a concepção é de que a questão da biodiversidade é de interesse não apenas regional, mas para o país. Além disso, buscava-se a integração entre Programas/Projetos direcionados ao desenvolvimento da Amazônia brasileira e continental.

e) PP/G7 – Programa Piloto para a Proteção das Florestas Tropicais do Brasil (Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal).

O Programa Piloto para a Proteção das Florestas Tropicais do Brasil foi lançado em 1997 como uma iniciativa do governo e da sociedade brasileira, em parceria com a comunidade internacional, que tem como finalidade o desenvolvimento de estratégias inovadoras para a proteção e o uso sustentável da Floresta Amazônica e da Mata Atlântica, associadas a melhorias na qualidade de vida das populações locais. O Programa Piloto constitui o maior programa de cooperação multilateral relacionado a uma temática ambiental de importância global.

Em seu desenho original, foi definido como objetivo geral do Programa Piloto “maximizar os benefícios ambientais das florestas tropicais, de forma consistente com as metas de desenvolvimento do Brasil, por meio da implantação de uma metodologia de desenvolvimento sustentável que contribuirá com a redução contínua do índice de desmatamento”. Para tanto, foram definidos como objetivos específicos:

- demonstrar a viabilidade da harmonização dos objetivos ambientais e econômicos nas florestas tropicais;
- ajudar a preservar os enormes recursos genéticos de que estas dispõem;
- reduzir a contribuição das florestas brasileiras na emissão de gás carbônico; e,

- fornecer um exemplo de cooperação entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento nas questões ambientais globais.

O Ministério do Meio Ambiente – MMA, responsável pela sua coordenação geral, ficou responsável em coadunar as ações de planejamento e execução de atividades com as diferentes parceiras, especialmente com órgãos governamentais federais, estaduais e municipais, movimentos sociais, organizações ambientais e setor privado.

Além disso, o programa estabeleceu áreas destinadas para a conservação e gerenciamento dos recursos naturais. A ideia era fortalecer a regulação sobre o uso das terras em regiões de floresta e incentivou a criação de projetos inovadores para promover o desenvolvimento sustentável em comunidades da Amazônia, através da participação da sociedade civil brasileira.

f) PRODETAB – Projeto de Apoio ao Desenvolvimento de Tecnologia Agropecuária para o Brasil (Ministério da Agricultura e do Abastecimento – EMBRAPA).

O Projeto de Apoio ao Desenvolvimento de Tecnologia Agropecuária para o Brasil-PRODETAB entrou em vigor no ano de 1997. Ele traz em seu escopo uma inovação estratégica da sistemática de alocação dos recursos para a pesquisa agrícola, buscando o aumento das relações entre as instituições de P&D nacionais, regionais e internacionais, promoveu a pesquisa estratégica, aplicada e básica e ampliou as perspectivas de transferência e adoção de tecnologia com o envolvimento de produtores e organizações comunitárias na concepção e execução dos projetos de pesquisa.

Administrado pela Embrapa e co-financiado pelo Banco Mundial por meio do Empréstimo para o desenvolvimento e transferência de tecnologia agropecuária, florestal e agroindustrial.

Dentre os principais objetivos do PRODETAB destaca-se a contribuição para: (a) o aumento da eficiência e da competitividade dos setores agropecuário, florestal e agroindustrial; (b) a superação do atraso tecnológico; (c) a equidade regional e social entre os produtores rurais; (d) a sustentabilidade do uso dos recursos naturais e a recuperação de áreas

degradadas; (e) a melhoria da distribuição de renda, e (f) o aumento da eficiência e da sustentabilidade do SNPA.

A Embrapa, com as mudanças apoiadas pelo PRODETAB, tem procurado concentrar-se no desenvolvimento da pesquisa básica e estratégica para os avanços técnicos atuando como catalisadora e promotora de atividades de pesquisa e desenvolvimento, estimulando especialmente as organizações estaduais para a execução de projetos em parceria. A escolha dessas cinco áreas prioritárias, as quais serão discriminadas a seguir, foi definida com base em necessidades específicas da pesquisa agrícola do País.

- **Tecnologia Avançada:** apoio a projetos de agricultura de precisão, biologia celular biologia molecular, engenharia genética, informática, e outras linhas consideradas estratégicas para a superação do atraso tecnológico e a obtenção de melhores índices de produtividade, melhor qualidade e maior competitividade dos produtos agropecuários e florestais;
- **Agricultura Familiar:** o estabelecimento de parcerias e a condição de que qualquer instituição brasileira de pesquisa, incluindo as organizações de produtores possa competir e submeter propostas para transferência de tecnologia ou submeter propostas de pesquisa adaptativa juntamente com as organizações estaduais dos sistemas de pesquisa e extensão, com a própria Embrapa e ou com universidades, poderá contribuir para uma disseminação mais rápida das tecnologias existentes e resultar em prioridades de pesquisa mais articuladas para o setor de agricultura familiar.
- **Recursos naturais:** apoio a projetos de P&D de tecnologia de monitoramento, avaliação, conservação, manejo e exploração sustentável dos recursos naturais e de recuperação de áreas degradadas, compatíveis com o aumento da capacidade produtiva; Agronegócio. A área de Agronegócio tem por objetivo apoiar projetos em tecnologia de colheita e pós-colheita, incluindo armazenagem, conservação e processamento industrial, que provoca a redução de perdas de deterioração da qualidade e de desperdício de produtos alimentares; estudos e desenvolvimento de oportunidades de mercado para novos produtos agropecuários; e processos de gerenciamento da propriedade rural e de organização da produção, visando o crescimento ordenado e eficiente de cadeias produtivas;

- **Estudos Estratégicos:** apoio a estudos básicos e estratégicos para avanços na solução de problemas do setor agropecuário, florestal e agro-industrial em geral.

Assim, os diferentes programas em estágios ou escalas de atuação diferenciadas almejam em comum: o uso “adequado” ou equilibrado da biodiversidade, de forma articulada com diferentes instituições nacionais e internacionais que pesquisam sobre a temática, de que os resultados devem ser compartilhados.

6.2. TEORIA DO CAPITAL SOCIAL

Segundo Scott (2010, p.32) desde o início da década de 1990, o conceito de capital social tem sido intensamente problematizado e cuja ideia central partia do princípio de que as pessoas podem articular suas relações, via conexões umas com as outras como um recurso essencial, do qual podem valer-se para uma variedade de propósitos. Segundo o autor estas interações podem ser individuais ou coletivas. Os indivíduos recorrem a amigos e familiares quando enfrentam problemas ou promovem mudanças em suas vidas; grupos de pessoas se reúnem para defender interesses comuns; “num nível mais amplo, todas as formas de organização social se baseiam em complexas redes de conexões interpessoais que as mantêm unidas”.

Nas palavras de Robert Putnam (2002, p. 45), “a ideia central da teoria do capital social é que as redes sociais tem valor [...] os contatos sociais afetam a produtividade de indivíduos e grupos”. A novidade da década de 1990 era o argumento de que o capital social servia a um público bem mais amplo e que, quando os níveis de capital social entravam em declínio, a comunidade como um todo sofria.

Capital social para Putnam tem um aspecto positivo e, é o que confere união às relações sociais. Putnam faz uma diferenciação entre o capital social de ligação (*bonding*), baseado na família e outros laços de intimidade, e o capital social de ponte (*bridging*) que junta pessoas com antecedentes diferentes. Também há interesse na ideia de capital social de conexão (*linking*), que denota laços entre pessoas com diferentes tipos de rede, que dão acesso a tipos de recursos muito diferentes. Os estudos empíricos tendem a confirmar que as redes sociais são realmente um fator relevante na determinação do bem estar das pessoas.

Assim, para Putnam (1993, p.32) capital social refere-se a

aspectos da organização social, tais como redes, normas e laços de confiança que facilitam a coordenação e cooperação para benefícios mútuos. Capital social aumenta os benefícios de investimento em capital físico e capital humano.

Outros autores acrescentaram que o capital social está ligado às condições necessárias para a criação de redes de relações que visem melhorar a reciprocidade entre os cidadãos, de forma a que esses possam alcançar os seus objetivos de maneira coletiva.

O conceito de capital social tem diversas acepções ajustando-se às mais variadas orientações teóricas e metodológicas. A difusão do termo no meio acadêmico é relativamente recente, tendo adquirido maior expressão a partir da década de 1980, quando passou a ser de larga utilização entre sociólogos, antropólogos, economistas, cientistas políticos e teóricos do desenvolvimento.

O capital social é um conceito que considera as características culturais, de existência, confiança, reciprocidade e solidariedade na sociedade civil, vitais para o aperfeiçoamento da democracia, das comunidades, das pessoas e inclusive da sociedade política (PUTNAM e GOSS, 2002).

De acordo com Portes (2008), a concepção de Bourdieu, que é a primeira análise contemporânea sistemática sobre capital social, tem como foco as estratégias de reprodução ou a mudança da posição na estrutura social. Coleman, por seu turno, estabelece ligação entre a teoria da escolha racional e as relações sociais no desenvolvimento econômico.

É essencial o estudo mais aprofundado das variáveis sociais que circundam as comunidades rurais, remetendo uma abordagem multidimensional aos sistemas de produção pela pesquisa científica, cujas contribuições vão além de aspectos meramente tecnológicos ou agrônômicos, sendo necessário um estudo holístico, incorporando dimensões mais amplas e complexas, que incluam tanto variáveis econômicas, ambientais, como variáveis culturais, políticas, organizacionais, sociais e éticas.

A noção de capital social é, portanto, uma espécie de resposta a um dos mais decisivos mitos fundadores da civilização moderna: o de que a sociedade é um conjunto de indivíduos independentes, cada um agindo para alcançar objetivos e que chegam independente uns dos outros ao funcionamento do sistema social que, equivocadamente, consistiria na combinação das ações dos indivíduos independentes (COLEMAN, 1990).

Neste sentido, as estruturas sociais devem ser vistas como recursos, como um ativo de capital que os indivíduos podem dispor. O capital social destaca Coleman (1990), não é uma entidade singular, mas uma variedade de diferentes entidades que possuem duas características em comum: consistem em algum aspecto de uma estrutura social e facilitam algumas ações dos indivíduos que estão no interior desta estrutura. Assim, o capital social é produtivo, já que torna possível que se alcancem objetivos que não seriam atingidos na sua ausência. Quando, por exemplo, agricultores formam um fundo de aval que lhes permite acesso a recursos bancários que, individualmente lhes seriam negados, as relações de confiança entre eles e com os próprios bancos podem ser considerados como um ativo social capaz de propiciar geração de renda (ABRAMOVAY, 2000).

Putnam refere-se à natureza e extensão do envolvimento de um indivíduo em várias redes informais e organizações cívicas formais. Desde a conversa com os vizinhos ou o engajamento em atividades recreativas, até a filiação a organizações ambientais e partidos políticos, o capital social é usado, nesse sentido, como um termo conceitual para caracterizar as muitas e variadas maneiras pelas quais os membros de uma comunidade interagem. Assim entendido, é possível traçar um mapa da vida associativa da comunidade e, com isso, perceber seu estado de saúde cívico. Um conjunto de problemas sociais – criminalidade, saúde, pobreza, desemprego tem sido empiricamente associado à existência (ou falta de) capital social em uma comunidade, e com eles um sentido de preocupação por parte de cidadãos e formuladores de políticas públicas de que novas formas de capital social precisam ser imaginadas e construídas, conforme outras formas mais velhas entram em declínio (como resultado, por exemplo, de mudanças tecnológicas ou demográficas). Essas questões são relevantes tanto para países onde a renda per capita é alta, como para aqueles onde a renda é baixa.

Putnam (1993, p.177) propôs um modelo que ele denominou de “círculo virtuoso da cidadania”, onde o autor argumenta que a “existência de redes permite adquirir confiança, traduzida na aceitação e observância de normas, assentes na defesa de valores comuns e tendo subjacente uma relação de reciprocidade entre estes elementos”.

Desta cadeia, segundo Albuquerque (2008) interdependente resulta o reforço cumulativo da cidadania, ou seja, o círculo virtuoso, enquanto que a ausência da relação entre as variáveis conduz ao círculo vicioso da cidadania. Mas, como exposto no ponto anterior, Putnam não omite a existência de efeitos negativos do capital social e não faz uma associação de causa-efeito direta entre existência de compromisso cívico e reforço da democracia. Com base na possibilidade das comunidades estarem alicerçadas em círculos viciosos de cidadania, Putnam (1993, p.177-178) defende que existem dois grandes equilíbrios no que respeita a ação coletiva: ausência de cooperação (“never cooperate”) ou forte reciprocidade (“brave reciprocity”).

Esta análise leva-o a concluir que tanto a ausência de cooperação como a reciprocidade são convenções contingentes, ou seja, são normas que evoluíram em determinadas comunidades (absorvidas e transmitidas por aprendizagem e socialização) e que aí se estabilizaram, mas que podiam ter evoluído noutra direção. Em suma, tanto a relação de reciprocidade/confiança como a de dependência/exploração tornam uma comunidade coesa mas com diferentes níveis de eficiência e desempenho institucional (Putnam, 1993, p.178).

Putnam (1993, p. 90) argumenta que as associações provocam efeitos positivos tanto num plano interno como externo:

- **ao nível interno** induzem nos seus membros hábitos de cooperação, solidariedade e predisposição para a vida pública;
- **ao nível externo**, uma rede densa de associações secundárias dá forma e contribui para uma colaboração social efetiva, ao invés de criar separação, situação observada em países em desenvolvimento na sua transição para um regime democrático.

Defende que as associações mais bem sucedidas são as que nascem com base em iniciativas participadas e em comunidades locais relativamente coesas e que é o contexto

social e histórico que determina significativamente a eficiência das instituições (PUTNAM, 2002, p. 182).

7. METODOLOGIA

7.1 SELEÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

A seleção da área de estudo não ocorreu de forma contingente. O foco do trabalho é voltado para comunidades que mantêm relação comercial com a empresa de biocosmético – Natura - especificamente as inseridas e municípios ligados ao “Projeto Priprioca”, a saber: a) comunidade de Campo Limpo em Santo Antônio do Tauá (56 km da capital paraense), Boa Vista, município de Acará (70 km da capital paraense) e Ilha de Cotijuba que pertence à Belém (25 km da sede do município), todos inseridos nas mesorregiões do Nordeste Paraense e Mesorregião Metropolitana de Belém, área de abrangência da pesquisa que juntas ocupam uma área de 89.964,383 km² (Figura 3).

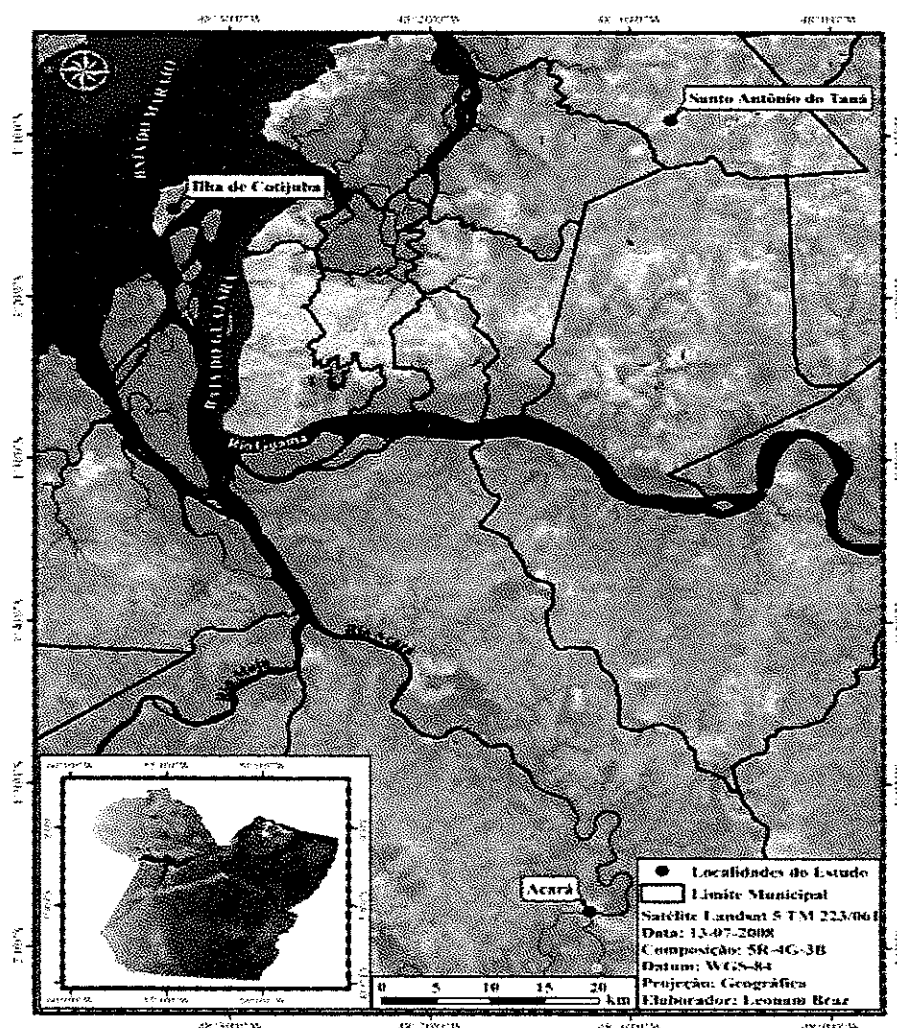


Figura 3 – Localização geográfica dos municípios que cultivam a priprioca

Fonte: dados da pesquisa

O município de Acará localiza-se na região do baixo rio Acará, distrito de Guajará-Mirim, microrregião de Tomé-Açu e na mesorregião Nordeste Paraense, que segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010). Representa 6,7% da superfície do estado do Pará, ocupando uma área de 83.182,6 km². O acesso a este município pode ser feito via rodoviária ou fluvial, sendo que neste último o acesso é via trapiche do Porto da Palha, cruzando-se o rio Guamá, atravessando o furo da Paciência e chegando à outra margem do Guamá, na altura onde está o linhão de Tucuruí. Por via fluvial são cerca de 50 minutos, em pequenos barcos regionais chamados de *popopô*²¹. Foi somente a partir de 2000, com a abertura da Alça Viária (PA-151), que foi estabelecido um acesso rodoviário, que, mesmo precário, é via de acesso o ano todo. A maior parte das atividades é realizada via fluvial, tanto no que se refere a pessoas, como mercadorias que são vendidas no próprio Porto da Palha ou no Ver-o-Peso (Foto 1). Possui uma população de aproximadamente 53.569 habitantes segundo IBGE 2010, ocupando uma área de 4.343,8 km², cuja densidade demográfica é de 12,33 hab/Km².

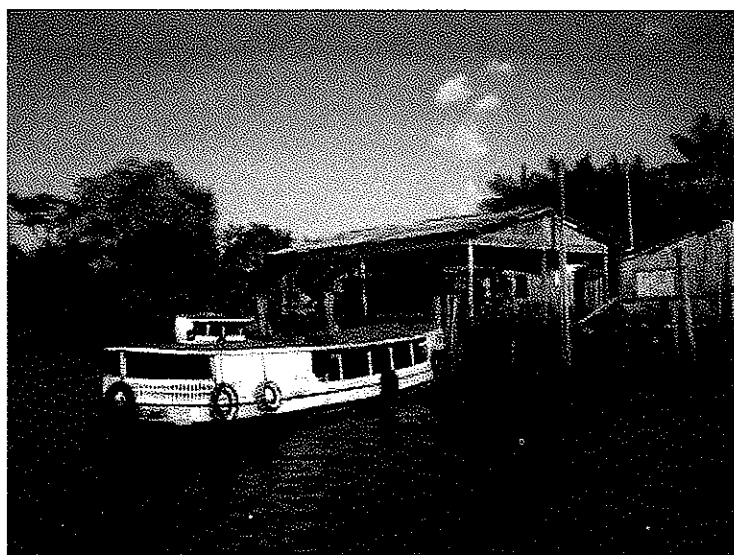


Foto 1 - Trapiche de acesso às Comunidades de Boa Vista/Acará

Fonte: Ruth Almeida

O segundo município que faz parte do projeto é Santo Antônio do Tauá, especificamente a comunidade de Campo Limpo, também está trabalhando com a plantação de pripioca. O acesso à comunidade é feito pelo Ramal Bom Jesus, também conhecido como

²¹ Popopô – barco de madeira, formato de canoa, com motor marítimo de propulsão atracado na parte traseira da embarcação, a “popa”.

ramal 29 (por ser no km 29 da PA 140), a partir da Rodovia PA 140, na altura da vila de Patateua, que liga Santa Isabel a Vigia. O município possui uma população de aproximadamente 26.674 habitantes segundo IBGE 2010, ocupando uma área de 537, 625 km², com densidade demográfica de 49,61 hab./km². Pertence a microrregião de Castanhal e à mesorregião Metropolitana de Belém.

Belém possui 39 ilhas localizadas no sistema hídrico Guamá - Baía do Guajará e Cotijuba é uma delas com 1.595,29 hectares (CODEM – Companhia de Desenvolvimento Municipal, 1999). Chega-se à ilha apenas por barco, a partir do trapiche localizado no Distrito de Icoaraci. O transporte leva em média 50 minutos, porém dependerá de maré e da potência do *popopô*. A Prefeitura Municipal de Belém – PMB mantém um serviço diário de barco, com duas saídas diárias. Seus moradores vivem da mandioca, da coleta de açaí, do camarão, a pesca artesanal, do comércio e do turismo. A ilha sofre forte pressão exercida pela ocupação das praias e de espaços com baixo adensamento populacional e dependem muito de Belém para serviços públicos de saúde, educação, bem como serviços diversos.

A escolha das comunidades já citadas e do “Projeto Priprioca” se deu, principalmente, por ter sido uma experiência piloto estratégica da Natura em implantar um projeto que atendesse a demanda interna (Linha Ekos), por ativos da biodiversidade, com investimentos na produção, certificação do produto, capacitação comunitária, implantação de procedimentos de qualidade, ou seja, **com intervenção** em todas as fases do processo de produção. E, por serem comunidades, duas delas, que nunca haviam trabalhado comercialmente com a priprioca e nem diretamente com empresas.

7.2. CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A metodologia adotada neste estudo, para desvendar esta rede de relações instaladas pela empresa, se pautou numa pesquisa de natureza qualitativa. Neste tipo de pesquisa existe “uma relação dinâmica entre o mundo real e ao sujeito, uma interdependência viva entre o sujeito e o objeto, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito” (CHIZZOTTI, 2010, p.79). Ou seja, o objeto de estudo não é um dado inerte e neutro; está possuído de significados e relações que sujeitos concretos criam em suas ações.

Assim, interessava a esta pesquisa investigar o “sentido” dado pelos atores sociais a sua realidade social. No processo de interações sociais, os indivíduos, na sua maioria, agem de forma antecipada em função do comportamento esperados dos outros (teoria do ator). Neste sentido, estas relações devem ser “desveladas”, na busca do sentido social que os indivíduos constroem em suas interações cotidianas. A pesquisa qualitativa procura investigar as atividades práticas e triviais dos atores sociais e compreender o sentido que os atores atribuem aos fatos e acontecimentos da vida diária, valorizando a contradição da vida social dos homens. É preciso ser um ativo descobridor do significado das ações e das relações que se ocultam nas estruturas sociais.

Segundo Haguette (1999, p. 63) “as metodologias qualitativas nos oferecem uma compreensão profunda de certos fenômenos sociais apoiados nos pressupostos da maior relevância do aspecto subjetivo da ação”. O tipo de pesquisa realizada segue a classificação de Gil (1998): pesquisa explicativa e pesquisa documental.

a) **Pesquisa Explicativa:** identifica os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. É o tipo que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas. Registra fatos, analisa-os, interpreta-os e identifica suas causas. Essa prática visa ampliar generalizações. A pesquisa explicativa exige maior investimento em síntese, teorização e reflexão a partir do objeto de estudo. Visa identificar os fatores que contribuem para a ocorrência dos fenômenos.

b) **Pesquisa Documental:** É muito parecida com a bibliográfica. A diferença está na natureza das fontes, pois esta forma vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. Além de analisar os documentos de “primeira mão” (documentos de arquivos, igrejas, sindicatos, instituições etc.) - conhecida como literatura cinza; e existem também aqueles que já foram processados, mas podem receber outras interpretações, como relatórios de empresas, tabelas etc.

7.3. MÉTODOS DA PESQUISA

Para compreender as interações existentes entre atores sociais como empresa, agricultores familiares, Estado, instituições de ensino e pesquisa e organizações não governamentais a adoção de uma abordagem qualitativa, nos pareceu mais apropriada uma vez que se desejava compreender a existência de possíveis impactos e como estes atores criavam e operacionalizavam determinados conceitos. Além disso, é de extrema importância a identificação dos significados atribuídos pelos sujeitos que vivenciam ou vivenciaram os fenômenos investigados (KLUTH, 2011). Neste sentido, foi preciso focar sobre o significado do fenômeno e o modo pelo qual ele se manifesta, qual seja, na vivência de um sujeito.

Adotamos para esta pesquisa diferentes tipos de abordagens para que fosse possível uma interpretação da realidade, mantendo a fidelidade da narrativa, a saber: estudo de caso e análise de conteúdo.

a) **O estudo de caso** - é tomado como unidade significativa do todo, um marco de referência de complexas condições socioculturais que envolvem uma situação e tanto retrata uma realidade como revela a multiplicidade de aspectos globais, presentes em uma dada Situação. Com a intenção de estudar em profundidade um determinado contexto, em um período de tempo limitado, que será especificado mais adiante. A partir deste estudo de caso, utilizou-se métodos de contraste ao decorrer de sua descrição, com informações de outros casos que não foram pesquisados a fundo, porém, foram utilizadas para comparação.

De acordo com Fidel (1992) o método de estudo de caso é um método específico de pesquisa de campo cujo objetivo é compreender o evento em estudo e ao mesmo tempo desenvolver teorias mais genéricas a respeito dos aspectos característicos do fenômeno observado. Com esse método, informamos o estudo em uma determinada situação específica, como a construção de um acordo formal entre uma empresa e uma comunidade, tenta identificar os processos existentes e/ou decorrentes da situação.

b) **Análise de conteúdo (AC)**– segundo Chizzotti (2010) o objetivo da análise do conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas. A análise de conteúdo se refere a uma decomposição do discurso e identificação de unidades de análise ou

grupos de representações para uma categorização dos fenômenos, a partir da qual se torna possível uma reconstrução de significados que apresentem uma compreensão mais aprofundada da interpretação de realidade do grupo estudado. Visando compreender o significado que os acontecimentos e interações têm para os indivíduos, em situações particulares utiliza-se a pesquisa qualitativa, o que faz sentido para o sujeito, com o fenômeno posto em suspensão, como percebido e manifesto pela linguagem. Trabalha também com o que se apresenta significativo e relevante no contexto no qual a percepção e a manifestação ocorrem. Sob esta concepção, os indivíduos não são apenas processadores de informações, nem meros portadores de ideologias e crenças coletivas, mas pensadores ativos que estão mediante inumeráveis episódios cotidiano interação social (SÁ, 1995). Entender o papel das representações sociais nas mudanças e transformações sociais, no que diz respeito à constituição de um pensamento social compartilhado ou à transformação das representações sob o impacto das forças sociais.

Dessa forma buscou-se compreender como atores sociais específicos interpretam o ambiente onde atuam, extraindo informações que consideram significantes para o estabelecimento de estratégias de ação, com as quais poderiam influir nesse ambiente (SILVA, et al., 2005).

A partir destes pressupostos conclui-se que o ator social possui história e experiências que o diferenciam ou aproximam de outros atores; está inserido em uma estrutura social; é parte de uma cultura e tem interesses que podem ser conflitantes ou não com os de outros atores. Por conseguinte, vários fatores podem influenciar o modo como um ator específico ou categorias de atores sociais interpretam a realidade em que vivem (SILVA, et al., 2005, p. 3).

O método da análise de conteúdo aparece como uma ferramenta para a compreensão da construção de significado que os atores sociais exteriorizam no discurso. O que permite ao pesquisador o entendimento das representações que o indivíduo apresenta em relação a sua realidade e a interpretação que faz dos significados a sua volta. A experiência da vida cotidiana envolve processos simbólicos e, portanto processos de significação referentes a diferentes realidades que estão relacionadas à interpretação dos agentes sociais, ou seja, à

representação social dos significados. Para a análise do conteúdo faz-se necessário seguir algumas etapas:

- a) **A pré-análise:** a organização do material, quer dizer de todos os materiais que serão utilizados para a coleta dos dados, assim como também como outros materiais que podem ajudar a entender melhor o fenômeno e fixar o que o autor define como *corpus* da investigação, que seria a especificação do campo que o pesquisador deve centrar a atenção.
- b) **A descrição analítica:** nesta etapa o material reunido que constitui o *corpus* da pesquisa é mais bem aprofundado, sendo orientado em princípio pelas hipóteses e pelo referencial teórico, surgindo desta análise quadros de referências, buscando sínteses coincidentes e divergentes de ideias.
- c) **Interpretação referencial:** é a fase de análise propriamente dita. A reflexão, a intuição, com embasamento em materiais empíricos, estabelecem relações com a realidade aprofundando as conexões das ideias, chegando se possível à proposta básica de transformações nos limites das estruturas específicas e gerais.

Outra forma de análise utilizada foi a dedução frequencial, que consiste em enumerar a ocorrência de um mesmo signo linguístico (palavra) que se repete com frequência, visando constatar a pura existência de tal material linguístico, não preocupando-se com o “sentido” contido no texto, nem à diferença de sentido entre um texto e outro, culminando em descrições numéricas e no tratamento estatístico. É a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é levado em consideração (BARDIN, 1994; CAREGNATO; MUTTI, 2006).

Existem dois tipos de textos que podem ser trabalhados pela Análise de Conteúdo (AC): os textos produzidos em pesquisa, através das transcrições de entrevista e dos protocolos de observação, e os textos já existentes, produzidos para outros fins, como textos de jornais.

7.4. TÉCNICAS E COLETA DE DADOS

Segundo Chizzotti (2010) os fatos, os eventos sociais não são coisas isoladas, acontecimentos fixos, captados em um instante de observação. Eles se dão em um contexto fluente de relações: são “fenômenos” que não se restringem as percepções sensíveis e aparentes, mas se manifestam em uma complexidade de oposições, de revelações e de ocultamentos. É preciso ultrapassar sua aparência imediata para descobrir sua essência. Procura-se compreender a experiência que eles tem, as representações que formam e os conceitos que elaboram. Esses conceitos manifestos, as experiências relatadas ocupam o centro de referencia das análises e interpretações, na pesquisa qualitativa.

A pesquisa qualitativa tais como a observação direta, o uso de questionários, entrevista, análise documental reúnem anum *corpus* qualitativo de informações. Assim, para atender os objetivos da pesquisa, além da revisão da literatura para identificar as publicações pertinentes ao tema, foram realizados no âmbito deste estudo de caso e para a análise de conteúdo, de acordo com a metodologia de Yin (2001), a estratégia da diversidade de procedimentos com vista a levantar informações relevantes quanto ao objeto de estudo, de coletar dados de várias fontes, com o uso de dados primários e secundários, cujas especificações serão apresentadas a seguir:

7.4.1. Ferramentas utilizadas

a) Questionário

Para a investigação foi elaborado um questionário contendo um pouco mais de cem questões com perguntas abertas e fechadas (Apêndice 1) que foi aplicado aos agricultores familiares envolvidos no “Projeto Priprioca” nas comunidades de Campo Limpo, Cotijuba e Boa Vista do Acará. O questionário está dividido em nove blocos que tratam: identificação do (a) entrevistado (a) e sua família; caracterização do domicílio, bens de consumo e equipamentos públicos; saúde; educação, lazer e cultura; meios de transporte e comunicação; questão fundiária; produção e comercialização; organização social; crédito e assistência técnica. Buscou-se com estas informações traçar o perfil dos agricultores e de sua produção

“pós relação” com a empresa Natura. Ressalta-se, porém, que não existem dados, ou são muito antigos, destas comunidades antes do envolvimento no projeto, que seria nosso “marco zero”.

b) Revisão Bibliográfica

O estudo teórico é um ponto fundamental na pesquisa, através de um levantamento bibliográfico das categorias centrais de análise, tais como: Amazônia e biodiversidade, parcerias comerciais, desenvolvimentos sustentável, capital social etc. Cujo objetivo principal é nortear e embasar a pesquisa.

c) Observação direta

É obtida por meio de contato direto do pesquisador com o fenômeno estudado, para recolher as ações dos atores em seu contexto natural, a partir de sua perspectiva e ponto de vista. Permite fazer um diagnóstico possibilitando reflexões sobre a estruturação das diferentes parcerias, servindo de base na visualização sistemática dos problemas e soluções encontradas. Essa técnica é um ponto chave na pesquisa, pois permitem representar o olhar crítico do observador acerca do objeto de estudo, através da compreensão do uso dos recursos, formas de acesso, dificuldades de acesso etc. (SANTOS, 1999).

d) Análise Documental

É aquela realizada a partir de documentos, contemporâneos ou retrospectivos. A pesquisa documental é realizada em fontes como tabelas estatísticas, cartas, pareceres, fotografias, atas, relatórios, obras originais de qualquer natureza – pintura, escultura, desenho, etc notas, diários, projetos de lei, ofícios, discursos, mapas, testamentos, inventários, informativos, depoimentos orais e escritos, certidões, correspondência pessoal ou comercial, documentos informativos arquivados em repartições públicas, associações, igrejas, hospitais, sindicatos (SANTOS, 1999).

A análise documental constitui uma técnica importante na pesquisa qualitativa, seja complementando informações obtidas por outras técnicas, seja desvelando aspectos novos de um tema ou problema (LUDKE; ANDRÉ, 1986). Para esta pesquisa inicialmente foram levantadas informações secundárias disponíveis em bancos de dados e publicações em diferentes instituições, além de materiais como mapas, imagem de satélite da área, registros visuais.

Todavia, nossa fonte principal para a pesquisa documental foram os relatórios anuais da Natura, disponíveis no seu site, num recorte temporal que vai de 2001 a 2012, sendo esta a fonte principal de análise em relação à empresa. Desde 2001, a empresa divulga os indicadores de desempenho e os resultados da companhia, em suas dimensões econômicas, sociais e ambientais, integrando em seus relatórios anuais informações relevantes aos seus diversos públicos de relacionamento dando visibilidade às políticas, práticas e sistemas de gestão da empresa. No Quadro 1 encontra-se um resumo dos documentos levantados e pesquisados durante a pesquisa de campo

Quadro 1 - Lista de documentos levantados durante pesquisa de campo

No.	Documento	Informações
1	Relatórios anuais da empresa Natura, anos 2001 a 2012.	Informações sobre histórico, missão, estratégia, marketing e conceitos como parceria, Amazônia, biodiversidade, desenvolvimento sustentável, etc.
2	Diagnóstico e Plano de desenvolvimento das comunidades de Boa Vista, Cotijuba e Campo Limpo, Pará – Instituto Peabiru.	Caracterização socioambiental das comunidades participantes do “Projeto Priprioca” e perspectivas de futuro, 2005.
3	Contrato Beraca – Natura - Comunidades	Constam as regras de compra e venda da priprioca, obrigações e direitos das partes envolvidas.
4	Cartilha sobre o tema de Repartição de Benefícios	Resumo da legislação que trata sobre os direitos das populações tradicionais e repartição de benefícios.
5	Cartilhas de capacitação sobre manejo de produtos da biodiversidade	Informações sobre procedimentos e melhores práticas para o manejo dos produtos da biodiversidade.
6	Laudos Antropológicos	Documento comprobatório constando a condição de população tradicional da comunidade de Boa Vista do Acará
7	DVD's	Merchandising da empresa Natura gravadas para uma novela global.
8	Atas de reuniões das associações	Decisões sobre a gestão social e relações comerciais.

Fonte: dados da pesquisa, 2011.

e) Entrevista

Segundo Haguette (1999) a entrevista pode ser definida como um processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado. As entrevistas têm por função revelar certos aspectos do fenômeno estudado, que o investigador não teria pensado por si mesmo, completando assim as pistas de trabalho sugeridas pelas literaturas e observações.

Neste sentido, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com a elaboração de um roteiro previamente elaborado (Apêndice 2) junto a 10 agricultores familiares, considerados atores sociais chave das três comunidades envolvidas no projeto: presidentes das Associações, moradores que mantiveram os primeiros contatos com a empresa, os que mais produzem a pirioca os que menos produzem, pessoas mais antigas nas comunidades, a partir de um roteiro básico, contendo questões abertas sobre a trajetória do entrevistado, participação social, envolvimento com a empresa, percepção de conflitos, confiança, solidariedade, cooperação, coesão e inclusão social, divisão de trabalho, entre outros. As entrevistas foram em profundidade, gravadas, transcritas e posteriormente analisadas.

As famílias foram entrevistadas de acordo com a possibilidade e disponibilidade das mesmas, porém nem todos foram entrevistados por não se encontrarem nas comunidades ou por estarem doentes no período da entrevista.

7.4.2. Escolha dos atores sociais chave

Segundo Chizzotti (2010) os sujeitos da pesquisa ou atores sociais chave são aqueles que elaboram conhecimentos, que possuem conhecimento prático, do senso comum e representações relativamente elaboradas que formam uma concepção de vida e orientam as suas ações individuais.

Selecionamos pessoas chave ligadas diretamente aos objetivos do estudo e que possuíam informações privilegiadas sobre o processo investigado. Nestes termos entrevistou-se 90% dos agricultores familiares que cultivam a pirioca nos municípios de Santo Antônio

do Tauá (Campo Limpo – 17 entrevistados), Acará (Boa Vista - 21 entrevistados) e Belém (ilha de Cotijuba - 09 entrevistados) (Quadro 2).

Quadro 2 - Total de entrevistados em Campo Limpo, Boa Vista do Acará e Cotijuba

Comunidades	Produtores (associados)	Total entrevistados	% Entrevistados
Campo Limpo/Santo Antônio do Tauá	18	17	94,4
Boa Vista/Acará	23	21	91,3
Cotijuba/Belém	11	9	81,8
Total	52	47	90,38

Fonte: dados da pesquisa, 2011.

A coleta de campo foi realizada durante os anos de 2011 e 2012 nos períodos de verão e inverno, para acompanhar a rotina e atividades agrícolas, com períodos de permanência nas áreas de estudo.

Para preservar o nome dos atores entrevistados, utilizaram-se códigos para identificá-los durante a apresentação dos resultados, evitando qualquer tipo de prejuízo aos mesmos após a publicação do estudo.

7.5. SISTEMATIZAÇÃO E TRATAMENTO DOS DADOS

Após a etapa de coleta de campo, realizou-se a sistematização e tratamento desses dados. Essa etapa foi composta basicamente de: *i*) ordenação do material coletado, *ii*) classificação do material de acordo com os objetivos propostos, *iii*) tabulação dos dados no programa Microsoft Office Excel e processador de dados SPSS/17 com objetivo da formação do banco de dados para construção de tabelas e gráficos construídos a partir dos da aplicação dos questionários subsidiando a análise descritiva/qualitativa; e, *iv*) análise dos dados, com base no referencial teórico foi utilizado como referência para a análise qualitativa das questões abertas.

Os procedimentos de análise tomaram também como base a análise de conotações, ou seja, revelando os significados dos conceitos em meios sociais diferenciados, apreendendo o seu conteúdo explícito ou implícito nos discursos das empresas e agricultores familiares.

8. OS RESULTADOS - O PAPEL DA EMPRESA NATURA S.A NA BIOPROSPECÇÃO PARA USO COMERCIAL DE PRODUTOS DA BIODIVERSIDADE AMAZÔNICA

O objetivo desta sessão é expor o histórico, a visão, a missão, as metas, as estratégias de ação e o marketing da empresa Natura e mais especificamente, de sua linha de produtos que utilizam ativos da biodiversidade, a chamada **Linha Ekos**. Além disso, fez-se uma discussão acerca de como a empresa de biocosmético se apropriou do *discurso* do potencial da biodiversidade amazônica para agregar valor aos seus produtos, com ênfase específica ao “Projeto Priprioca”, no estado do Pará.

8.1. BREVE HISTÓRICO DA EMPRESA NATURA COSMÉTICOS S. A. E DA LINHA EKOS

Como sonhamos - o futuro

A **visão** de empreender um projeto coletivo de empresa em torno de propósitos comuns tem impulsionado a Natura ao longo do tempo. Nossos fundamentos, baseados na busca pela **qualidade das relações**, têm sido compartilhados por um universo cada vez maior de pessoas. Afinal, o que nos move é o desejo de transformar **desafios socioambientais em negócios inovadores; consolidar uma cultura empresarial mais solidária** e comprometida com a **geração de prosperidade compartilhada**; produzir riqueza para as pessoas e para a sociedade; relacionar-nos com **consumidores mais conscientes**; construir a cidadania; e ampliar a qualidade de vida.

Entendemos que, como sociedade, ainda temos um longo caminho pela frente até que se consiga difundir, de forma ampla, a consciência de que somos todos interdependentes e que provocamos, com nossas decisões individuais e coletivas, **impactos relevantes sobre o nosso habitat**. Essa consciência disseminada é, a nosso ver, a chave para colocar nossa criatividade, nossos **conhecimentos e tecnologias** a serviço do redesenho de nosso modo de vida (Relatório Natura, 2012, grifos da autora).

A mensagem da presidência da empresa Natura, destacado no seu relatório anual de 2012, chamou a atenção para alguns conceitos que serão problematizados no decorrer deste trabalho, tais como: **projeto coletivo, desafios socioambientais, negócios inovadores, cultura empresarial mais solidária, consumidores mais conscientes, impactos relevantes sobre o nosso habitat, conhecimentos e tecnologias**. Seria uma perspectiva de futuro, “de

sonho” como enfatiza a empresa marcada por um histórico permeado por mudanças que serão desveladas a seguir numa breve caracterização histórico/cronológica da empresa.

Nascida da paixão pela cosmética e pelas relações, a Natura construiu sua trajetória comprometida com o desenvolvimento sustentável, a qualidade das relações e a promoção do Bem Estar Bem (Relatório Natura, 2003).

Atuando no ramo de perfumaria e cosméticos desde 1969, na época, uma loja e um laboratório, passou a se chamar em 1970 de Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda., com a inauguração da fábrica no estado de São Paulo. A empresa Natura foi fundada pelo Sr. Antônio Luiz da Cunha Seabra e, desde 2004 transformou-se numa empresa de capital aberto com ações na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa), sendo assim uma sociedade anônima cujo capital social é formado por ações livremente negociadas no mercado posse. Desde então a empresa tem se destacado atuação **nas áreas de pesquisa, criação, desenvolvimento, distribuição e comercialização** de cosméticos e produtos de higiene, perfumaria e de saúde.

Tendo como base relatórios anuais publicados no site da Natura²², estruturou-se um resumo cronológico (Quadro 3) contendo os principais fatos ocorridos na empresa, da sua fundação até o ano de 2012, seguindo o mesmo critério adotado por ela, que é o de ciclos: 1º ciclo, 2º ciclo e 3º ciclo.

O **primeiro ciclo** vai de 1969 a 1988, período que se denominou de criação e consolidação, com o lançamento de produtos de destaque como a Linha Erva Doce e Linha Chronos de tratamento antissinais. O **segundo ciclo** corresponde aos anos de 1989 a 1999 e marca um período de expansão de sua marca, tanto nacionalmente como internacionalmente, principalmente na América Latina em países como Argentina, Chile e Peru. Já o **terceiro ciclo** destacado pela empresa, tem início no ano de 2000 e pode ser caracterizado como uma fase de investimentos em infraestrutura e capacitação, com a construção do Espaço Natura, um importante centro integrado de produção, logística, pesquisa e desenvolvimento de cosméticos, e marcado pela busca de certificações como ISO 14001 e NBR ISO 9001²³. Além

²² A empresa Natura tem disponibilizado em seu site Relatórios anuais com a apresentação de suas ações e valores correspondentes aos anos de 2001-2013 que podem ser encontrados no site www.natura.com.br.

²³ A ISO 14001 é uma norma internacionalmente aceita que define os requisitos para estabelecer e operar um Sistema de Gestão Ambiental. ABNT NBR ISO 9001 é a versão brasileira da norma internacional ISO 9001 que estabelece requisitos para o Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) de uma organização. O objetivo da é lhe prover confiança de

disso, neste ano foi lançada a **Linha Ekos**, de produtos que incorporam ativos da biodiversidade brasileira e que representou importante salto econômico à empresa, e que em particular interessa neste trabalho. (Relatório Natura, 2004).

Quadro 3 - Resumo histórico da empresa Natura.

Ano	Principais acontecimentos da história da empresa Natura.	Ciclos
1969	Fundação pelo Sr. Luiz Seabra, contando com um laboratório e uma pequena loja na cidade de São Paulo.	1º ciclo
1970	A primeira loja da Natura foi aberta em 1970, na rua Oscar Freire, e o atendimento era feito pelo próprio Seabra.	
1973	É inaugurada a fábrica da Natura em São Paulo. Na época mensalmente eram produzidos cerca de 600 unidades de produtos de tratamento para cabelos, rosto e corpo.	
1974	Surgiram as Consultoras Natura (CN), consultoria personalizada, e o sistema de venda direta entra em operação.	
1979	Entre 1979 a 1981 novas empresas se agregaram ao grupo, fundiram-se, formando o sistema Natura.	
1980	A Natura cresceu 35 vezes, mesmo na época considerada “perdida” pela economia. Vive fase de expansão tanto na emissão de produtos como na presença da marca pelo país.	
1981	Natura é pioneira ao criar um serviço telefônico gratuito de atendimento aos consumidores.	
1982	Início de operações no Chile, primeira iniciativa da empresa no exterior.	
1983	Natura é pioneira no lançamento de produtos com refil.	
1984	Nasce a linha Erva Doce, um dos maiores sucessos da Natura.	
1986	Chega ao mercado a linha Chronos, tratamento antissinais, que reúne os maiores avanços tecnológicos da cosmética mundial.	
1988	Natura passa a comercializar seus produtos na Bolívia.	2º ciclo
1990	A Natura publica sua Razão de Ser (compromisso com o bem-estar/estar bem) e suas Crenças (a importância das relações, o compromisso com a verdade, o aperfeiçoamento contínuo, o estímulo à diversidade, a valorização da beleza sem estereótipos) e a empresa como promotora do enriquecimento social. Reformula seu portfólio de produtos e reorganiza as áreas de sistemas e de logística.	
1992	A Natura chega à Argentina e ao Peru e inicia ações na área de responsabilidade corporativa.	
1993	Lançamento da linha Mamãe e Bebê, com a proposta de valor de contribuir para o fortalecimento do vínculo entre pais e filhos.	
1994	Deu início à internacionalização, com presença na Argentina, no Chile e Peru, países nos quais estabeleceu centros de distribuição e trabalhou na formação de Consultoras.	
1995	É criado o Programa Crer para Ver, com o objetivo de contribuir para a melhoria do ensino público no Brasil.	
1996	É veiculada a primeira campanha do conceito Mulher Bonita de Verdade, da linha Chronos, que expressa a ideia de que a beleza feminina independe da idade.	
1998	A Natura passa a realizar regularmente o controle e monitoramento ambiental de suas atividades. É criado o Conselho de Administração da Natura.	

que o seu fornecedor poderá fornecer, de forma consistente e repetitiva, bens e serviços de acordo com o que você especificou (<http://www.inmetro.gov.br/qualidade/pdf/CB25docorient.pdf>).

1999	Adquiriu a tradicional fabricante de produtos fitoterápicos Flora Medicinal, laboratório de fitoterápicos. A inclusão da Flora Medicinal nos negócios vai ao encontro da estratégia da Natura de aprofundar conhecimentos sobre a biodiversidade brasileira também na área da saúde. Além disso, agrega um novo canal de distribuição – a rede de farmácias e drogarias.	3º. Ciclo
2000	Inicia-se o terceiro ciclo na vida da empresa, uma fase de investimentos em infra-estrutura e capacitação, com a construção do Espaço Natura, um importante centro integrado de produção, logística, pesquisa e desenvolvimento de cosméticos e o lançamento da linha Ekos, de produtos que incorporam ativos da biodiversidade brasileira.	
2001	Foi inaugurado o Espaço Natura – o maior e um dos mais avançados centros integrados de pesquisa e desenvolvimento de produtos da América Latina. A linha de produtos Natura Ekos tornou-se a primeira expressão inovadora dessa abordagem e consolidou-se com sucesso em 2001.	
2002	A Natura absorveu a estrutura de operação da Flora Medicinal J. Monteiro da Silva – logística, financeira e de recursos humanos. Com isso, ingressou fortemente no mercado de fitocosméticos, com o lançamento de protetores solares. Ocorreu a criação do comitê de sustentabilidade.	
2003	É criada a linha Natura Tododia. A Natura iniciou o Projeto Plântula, para a certificação dos ativos Naturais utilizados nos produtos da Flora.	
2004	A Natura passou a ser uma empresa de capital aberto, com ações na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa). A empresa conquista a certificação ambiental ISO14001.	
2005	É inaugurada a Casa Natura em Paris (França). Entra em funcionamento a operação do México. A Natura obtém certificação NBR ISO 9001. A empresa vegetaliza a linha de sabonetes. É lançado o Movimento Natura.	
2006	Abertura da primeira Casa Natura do Brasil, em Campinas (SP). Fim dos testes em animais em todas as práticas de pesquisa da empresa. Firmado o primeiro acordo de repartição de benefícios por acesso ao conhecimento tradicional.	
2007	É lançado o Programa Carbono Neutro. A Natura compromete-se a reduzir ao longo de cinco anos suas emissões de Gases do Efeito Estufa em 33% e a neutralizar por completo as emissões que não podem ser evitadas. É aberta a primeira fábrica Natura fora de São Paulo, com a inauguração da Unidade Industrial Benevides, no Pará. Têm início as operações da Colômbia.	
2008	A Natura dá início à implantação do Sistema de Gestão Natura, modelo de organização baseado em gestão por processos, que está a serviço das Unidades de Negócios e das Unidades Regionais. Para estreitar o relacionamento com consultoras e consultores, a Natura amplia o modelo Consultora Natura Orientadora no Brasil.	
2009	A Natura atinge a marca histórica de 1 milhão de consultoras. É lançado o Natura Conecta, uma comunidade virtual para aproximar os públicos da Natura.	
2012	Foi adquirida uma participação de 65% da fabricante de cosméticos australiana Aesop, que atua no segmento premium na Oceania, Ásia, Europa e América do Norte. As operações das duas empresas seguem independentes.	

Fonte: Relatórios anuais da empresa Natura – 2001-2012

Desde a sua criação, no final da década de 1960, a empresa vem acompanhando o desempenho positivo das empresas do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos que cresceu, segundo a ABIHPEC, cerca de 401,5% nos últimos 17 anos, demonstrando o grande

vigor deste setor que vem incorporando estratégias de *marketing* com a divulgação de importantes mudanças – a fabricação de produtos com a marca de sustentáveis (Figura 4).

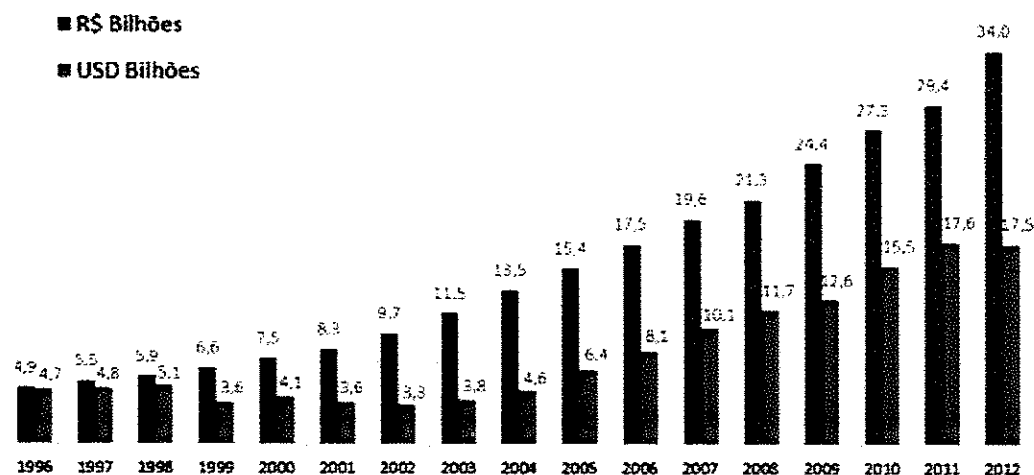


Figura 4 - Crescimento do Setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.

Fonte: Figura retirada do site da ABIHPEC

Na década de 1970 é inaugurada a fábrica da Natura em São Paulo com ênfase em produtos de tratamento para cabelos, rosto e corpo, já utilizando, desde este período, ativos vegetais na composição de seus cosméticos, porém sem o apelo socioambiental existente hoje.

Estes produtos eram (e ainda são) comercializados através de venda direta, face-a-face, fora de um estabelecimento comercial fixo. Surgem então, em 1974, as chamadas “Consultoras e Consultores Natura (CNs)” que hoje são mais de 1,5 milhão só no Brasil. Esta forma de comercialização possui associação própria no Brasil conhecida como Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta – ABEVD do qual a Natura faz parte.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2008) esta forma de comercialização é realizada através de visitas ao domicílio ou ao local de trabalho, onde os produtos são apresentados em forma de catálogos. As principais e mais tradicionais companhias de cosméticos que utilizam esse meio são: Natura, Avon, Jequiti e entre outros. O SEBRAE destaca alguns pontos fortes da venda direta, a saber: alta capilaridade; envolvimento emocional das clientes com a revendedora e construção de relacionamento de longo prazo.

Com o propósito de fortalecer ainda mais suas ações, a Natura entrou em um novo ciclo de crescimento no final da década de 1980, promovendo uma ampla reorganização na sua estrutura, agregando novas empresas e formando o chamado Sistema Natura. Essas mudanças lhe proporcionaram um crescimento de 35 vezes o seu tamanho, na época considerada “perdida” pelos economistas. Entre os fatores que contribuíram para este crescimento, pode-se citar o lançamento de novos produtos a linha Erva Doce, um dos maiores sucessos da Natura e a linha Chronos, divulgação e aumento da presença da marca pelo país e o início de operações no Chile. Esta seria a primeira iniciativa da empresa no exterior, com ênfase até então na América Latina.

No início do segundo ciclo (1990), a Natura resolveu, segundo Vilha (2009), promover um salto substantivo em sua competitividade no mercado, por meio da implementação de uma estratégia competitiva e tecnológica baseada nos princípios do desenvolvimento sustentável. É nessa época que surge a renovação da marca da Natura com a publicação do que ela chama de sua “Razão de Ser” cujo mote é compromisso com o bem-estar/estar bem, de forma a passar uma mensagem de que seus produtos proporcionam uma integração harmônica do ser consigo mesmo, com a natureza e com o outro.

Nossa razão de ser

é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o **Bem-Estar/Estar Bem**

Bem-Estar é a relação harmoniosa, agradável, do indivíduo consigo mesmo, com seu corpo.

Estar Bem é a relação empática, bem-sucedida, prazerosa, do indivíduo com o outro, com a natureza da qual faz parte, com o todo (Relatório Natura, 2004).

Por conseguinte, a empresa lança suas “Crenças”, qual seja: “a importância das relações, o compromisso com a verdade, o aperfeiçoamento contínuo, o estímulo à diversidade, a valorização da beleza sem estereótipos e a empresa como promotora do enriquecimento social”. A estas crenças, criadas no início de 1990, foram agregados outros conceitos como diversidade, desenvolvimento sustentável como consequência das discussões socioambientais pós Eco-92 ocorridas no Rio de Janeiro onde a problemática central foi o consumo insustentável, a degradação do meio ambiente, a preocupação com as futuras gerações, cunhando de vez, o conceito de desenvolvimento sustentável que deveria ser implementado pelos diferentes agentes políticos e privados como as empresas.

Crenças

Nada no universo existe por si só. Tudo é interdependente. Acreditamos que a percepção da importância das relações é o fundamento da grande revolução humana na valorização da paz, da solidariedade e da vida em todas as suas manifestações. A vida é um encadeamento de relações. A busca permanente do aperfeiçoamento é o que promove o desenvolvimento dos indivíduos, das organizações e da sociedade. O compromisso com a verdade é o caminho para a qualidade das relações. Quanto maior a **diversidade das partes**, maior a riqueza e a vitalidade do todo. A busca da beleza, legítimo anseio de todo ser humano, deve estar liberta de preconceitos e manipulações. A empresa, organismo vivo, é um dinâmico conjunto de relações. Seu valor e longevidade estão ligados à sua capacidade de contribuir para a evolução da sociedade e seu **desenvolvimento sustentável** (Relatório Natura, 2012).

Agregada a estas iniciativas, a empresa Natura inicia ações de **responsabilidade corporativa**²⁴ como forma de diferenciação com criação da Natura Escola: primeiro projeto social da empresa, desenvolvido em parceria com a Escola Estadual Matilde Maria Cremm, de Itapeverica da Serra e em meados de 1990. Além disso, é criado o Programa Crer para Ver, com o objetivo de contribuir para a melhoria do ensino público no Brasil (Relatório Natura, 2009). Neste período, percebe-se mais claramente a adoção de **estratégias de diferenciação** que segundo Porter (1989), quando trata sobre vantagens competitivas, consiste em criar dimensões amplamente valorizadas pelos compradores e que dependerá de cada tipo de empresa, criando com isso uma diferenciação própria que pode estar ligada ao próprio produto (disponibilidade, durabilidade, inovação, produto verde/sustentável), no método do *marketing*, na assistência técnica oferecida, nos serviços de pós-venda e atendimento, no sistema de distribuição e entre outros. A consequência, segundo Porter é que a empresa tende a ser recompensada pela sua singularidade.

Concomitante aos investimentos financeiros e estratégicos internos, a empresa prossegue expandindo internacionalmente e, no ano de 1994, dava início à entrada comercial em outros países sul-americanos como Argentina, Chile e Peru, países nos quais estabeleceu centros de distribuição de apoio logístico cuja função principal é o reduzir o tempo de entrega dos produtos, além da realização de trabalho de formação de Consultores.

²⁴ Responsabilidade Corporativa ocorre quando organizações consideram os interesses da sociedade assumindo os impactos de suas atividades no que diz respeito aos consumidores, fornecedores, funcionários, partes interessadas, comunidade e meio ambiente, em todos os aspectos da operação da empresa (<http://www.dnv.com.br/>).

Dando continuidade as suas estratégias de diferenciação, o final da década de 1990 é marcado pelo início de análises de impacto ambiental em todos os processos da empresa, através de controles regulares de monitoramento ambiental de suas atividades, resultando em mudanças na gestão e criação do Conselho de Administração da Natura. Ao mesmo tempo, investiu em negócios diversificados, como a Flora Medicinal – laboratório de fitoterápicos adquirido em 1999 de capital totalmente nacional, tradicional produtora de fitoterápicos que comercializava esses produtos, usa farmácias e drogarias como canal de vendas.

Em 2000, dar-se-á início ao chamado terceiro ciclo da Natura, marcado por importantes acontecimentos como a criação da **Linha Natura Ekos**, que rapidamente nasce e já se firma como importante plataforma de negócios, baseada no uso da biodiversidade brasileira. A empresa investe na construção do Espaço Natura em Cajamar, São Paulo, inaugurado em 2001, que abriga fábricas, armazenagem, logística e atividades administrativas integrando centros de pesquisa e desenvolvimento, proporcionando avanços na infraestrutura, eficiência nos processos fabris e logísticos.

O início deste novo ciclo marca, de vez, a entrada da Natura no chamado **mercado verde**, “um segmento específico (sub-mercado) dentro dos demais, que valoriza produtos e serviços em cuja produção e comercializações são consideradas as questões sociais e ambientais” (ALVES et al., 2011, p.18). Porém, é importante fazer uma ressalva. A empresa Natura continua produzindo outros produtos que não necessariamente podem ser enquadrados como “verdes”, existem outras linhas na empresa que não utilizam ativos da biodiversidade.

Porém, fazer parte deste mercado de produtos verdes, é preocupar-se em criar estratégias para que os mesmos sejam reconhecidos e identificados pelos consumidores como produtos verdes, “ambientalmente responsáveis”, destacando-se na “qualidade, eficiência, preço, *design* e funcionalidade”.

O risco em relação ao esgotamento dos recursos Naturais não renováveis e as pressões para adquirir produtos ecologicamente responsáveis farão com que os mercados migrem da produção convencional para a produção verde. Essa mudança, porém, segundo Alves et al. (2011, p. 176) poderá “demorar anos ou talvez décadas para efetuar totalmente esta mudança”. Como a formação de mercados verdes é uma questão de pressão das forças

competitivas ou do tempo, a empresa convencional deve promover, aos poucos a mudança. As empresas que fabricam e comercializam produtos verdes, mas que estão situadas em um mercado com predominância de produtos convencionais, devem procurar desenvolver este novo mercado, enfatizando seus benefícios para o consumidor, mostrando-lhes seu diferencial (Figura 5).

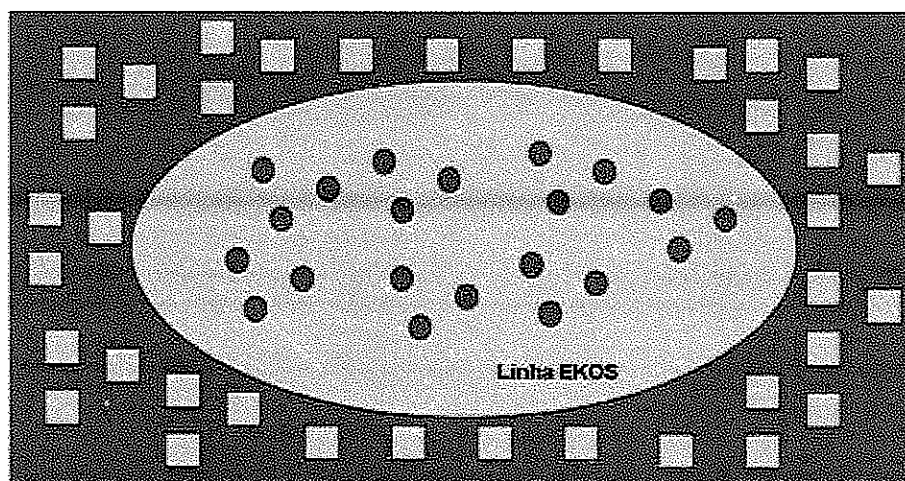


Figura 5 - Mercado verde em relação ao mercado convencional

Fonte: retirado de Alves et al. (2011).

Não obstante e dando continuidade fase, a empresa passou a investir ainda mais em produtos contendo ativos da biodiversidade, revertendo parte de seus recursos em Tecnologia & Inovação. Neste sentido, no ano de 2002, a Natura absorveu a estrutura de operação da Flora Medicinal J. Monteiro da Silva, tradicional laboratório brasileiro de fitoterápicos, iniciando estudos para aprofundar os seus conhecimentos sobre os produtos e ativos da nova empresa, cuja maioria das plantas utilizadas era proveniente da Mata Atlântica. Nesse processo, a Natura identificou que uma parcela considerável dessas plantas não tinha origem sustentável comprovada. Acompanhando estas ações foi criado, então, o **Comitê de Sustentabilidade**, cujo objetivo primeiro era o de “discutir, planejar e implantar iniciativas que integrem, de forma estratégica, os três pilares do desenvolvimento sustentável nas atividades da empresa (social, ambiental e econômico)”, além de fornecer subsídios técnicos às áreas de Suprimentos, Tecnologia de Conceitos Avançados e Qualidade Assegurada, no processo de auditoria ambiental dos fornecedores (Relatório Natura, 2002, p.25).

Entre 2005 e 2012, seguindo em passos largos o processo de internacionalização e expansão da marca com a inauguração da Casa Natura em Paris (França), com a exposição de produtos exclusivos da Linha Ekos, além do funcionamento da operação no México, abertura da primeira Casa Natura do Brasil, em Campinas (SP). Em dezembro de 2012, a empresa adquiriu 65% das ações da fabricante de cosméticos australiana Aesop, que atua na Oceania, Ásia, Europa e América do Norte. Aliados aos interesses econômicos, em 2010, um dos fundadores da empresa Natura candidatou-se a vice na disputa pela presidência da República pelo Partido Verde.

Com um apelo ligado à inovação e o aperfeiçoamento constante dos seus produtos e serviços, dentro de um modelo cujo mote é o desenvolvimento sustentável de negócios, foi estabelecido pela empresa: a) o fim dos testes em animais em todas as práticas de pesquisa da empresa; b) a empresa vegetalizou a linha de sabonetes, com a substituição de gordura animal por óleo vegetal com o uso de óleo de palma, a chamada “vegetalização” dos produtos; c) é lançado o Programa Carbono Neutro com o objetivo de reduzir suas emissões de gases; d) a Natura dá início à implantação do Sistema de Gestão Natura, modelo de organização baseado em gestão por processos, que está a serviço das Unidades de Negócios e das Unidades Regionais; e) busca de certificações alcançando a Natura a certificação NBR ISO 9001.

Hoje a empresa Natura está dividida administrativamente em Comitês, com destaque para o **Comitê Executivo (COMEX)**, responsável por acompanhar o desenvolvimento do planejamento estratégico e projetos importantes da companhia. Tem a atribuição de gerir o negócio, avaliando resultados e tomando decisões com base em aspectos econômicos, sociais e ambientais, com o apoio de instâncias de suporte: a Vice-Presidência Executiva e o Comitê de Operações (COMOP). Assim, o Comex assume uma atuação centrada nos temas mais estratégicos e projetos transformadores, além de temas relacionados à Essência Natura como **marca, cultura, sustentabilidade e liderança** (Relatório Natura, 2012).

Outro Conselho importante é o de Administração, auxiliado por quatro comitês: **a) Comitê de Auditoria, Gestão de Riscos e Finanças**, cujo objetivo é assegurar a operacionalização dos processos de auditoria interna e externa, dos mecanismos e controles relacionados à gestão de riscos e a coerência das políticas financeiras com as diretrizes estratégicas e o perfil de risco do negócio; **b) Comitê de Pessoas e Organização**: é

responsável por subsidiar o Conselho de Administração na tomada de decisões relativas às estratégias, políticas e normas de Recursos Humanos para o desenvolvimento organizacional e de pessoas, planejamento, remunerações e benefícios dos executivos, além de acompanhar e direcionar questões ligadas ao Sistema de Gestão Natura; **c) Comitê Estratégico:** é responsável por contribuir no monitoramento e direcionamento da estratégia corporativa da companhia, respeitando as diretrizes estratégicas aprovadas pelo Conselho de Administração, assim como na construção de um plano de expansão internacional. O comitê é responsável ainda pela transferência dos conceitos, valores e crenças e pelo apoio à perpetuidade da empresa e; **d) Comitê de Governança Corporativa:** é responsável por monitorar o funcionamento de todo o sistema de governança corporativa da companhia, com base nas melhores práticas internacionais e por sugerir ajustes e evoluções no sistema de governança da Natura sempre que julgar necessário (Figura 6).

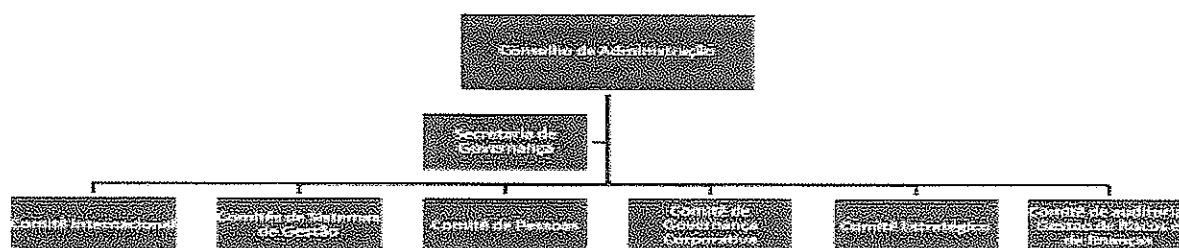


Figura 6 - Organograma do Conselho de Administração da Natura

Fonte: relatórios Natura

Atualmente a sede administrativa da empresa Natura está localizada em Cajamar (SP) e existem mais quatro escritórios comerciais – Salvador (BA), Alphaville (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Porto Alegre (RS). Além disso, a empresa conta com fábricas e Centros de Pesquisa e Tecnologia em Cajamar e Benevides (PA) e mais oito centros de distribuição no País, com um portfólio, contado hoje com quase 600 produtos que atendem a um volume médio de 70 mil pedidos diários, ultrapassando e muito as 600 unidades mensais do início da empresa. Além disso, a empresa inaugurou em Manaus um Centro de Conhecimento cujo objetivo é o investimento em ciência, tecnologia e inovação que será revestido na cadeia produtiva da Natura.

Para tanto, a empresa segue uma lógica de **Cadeia de valor** que Shank e Govindarajan (1993, p.13), conceituam como sendo um “conjunto interligado de todas as atividades que criam valor, desde uma fonte básica de matérias-primas, passando por fornecedores de componentes, até a entrega do produto final às mãos do consumidor”. Além disso, Porter (1989) enfatiza que a cadeia de valor de uma empresa e o modo como ela executa atividades individuais são um reflexo de sua história, de sua estratégia, de seus métodos de implementação, da economia básica das próprias atividades, num sistema interdependente, cujo fim será a otimização e a coordenação das ações.

Segundo Alves et al. (2011) as atividades da cadeia de valor podem ser *primárias* e de *apoio*. As *primárias* são as ações relacionadas com a criação de um produto, bem como sua comercialização e assistência na pós-venda. São divididas em cinco partes: logística interna, operações, logística externa, marketing e vendas, e serviço. A empresa Natura ela segue as seguintes etapas da sua cadeia de valores, mostrando-se então uma empresa na busca por qualidade e eficiência num transito entre um mercado verde e o tradicional.

Etapa 1: Extração e transporte de matérias-primas e embalagens (fornecedores diretos e indiretos);

Etapa 2: Processo industrial e processos internos;

Etapa 3: Venda de produtos (transporte e distribuição);

Etapa 4: Uso de produtos e descarte de embalagens (Figura 7).

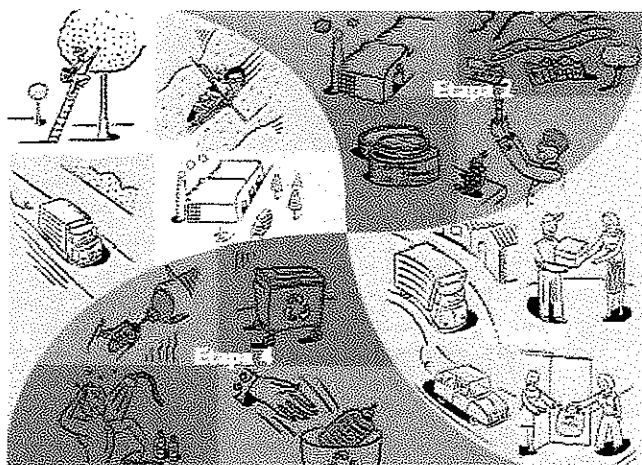


Figura 7 - Cadeia de valor da Natura, dividida em etapas.
Fonte: Retirado do relatório Natura 2008.

Enfim, verifica-se uma estrutura burocrática sólida e rígida seguido pela empresa, aparentemente com pouco espaço para intervenções externas. Segundo o SEBRAE (2008) uma cadeia de valor sólida aperfeiçoa o processo de produção de uma empresa, aumentando a sua eficiência, resultando na queda dos preços e facilitando a diversificação das linhas de produto. No caso da Natura, uma das linhas em destaque é a **Linha Ekos**, onde é explorado aspectos fortes do processo industrial unindo inovação e *marketing*.

8.1.1 Investimento em Inovação e *Marketing*– a criação da Linha EKOS

A Natura Ekos iniciou um novo ciclo na história da empresa e mostrou que é possível buscar a **inovação** a partir da própria **natureza**. Nessa linha tudo leva ao Bem Estar Bem de cada um e de todos, a começar pelo uso de ativos da biodiversidade, que a Natura procura obter de **forma sustentável**. **Seus benefícios, cientificamente comprovados, resgatam a experiência que as populações tradicionais acumularam ao longo de séculos de convivência com as florestas** (Relatório Natura, 2005, grifos da autora).

A criação da Linha Ekos, no ano de 2000, fez parte da estratégia da empresa Natura para a criação de diferenciais competitivos, como bem é enfatizado no relatório anual da empresa de 2005. Ao criar uma linha, cujo nome já nos remete a ideia de “casa”, de “nossa vida”²⁵, propunha-se uma diferenciação enraizada em dois princípios básicos dos quais serão destacados nesta sessão: no primeiro, buscava-se o lançamento de produtos que relacionassem a sua imagem à **inovação**, a produtos ecologicamente corretos, verdes e oriundos da biodiversidade Amazônica (**da própria natureza**) e produzidos de **forma sustentável**²⁶ e, de outro, investiu-se em *marketing* como diferenciação, através de aplicações milionárias para dar visibilidade ao lançamento de novos produtos, “**cientificamente comprovados**”, **resgatando a experiência que as populações tradicionais acumularam ao longo de séculos de convivência com as florestas**” (Relatório Natura, 2005). Tal assertiva vai ao encontro de nossa problematização: como a empresa, numa linha específica como a Ekos, consegue agregar valor utilizando em suas práticas discursivas os conceitos de Amazônia e Biodiversidade?

²⁵ No trabalho de Vilha (2009) um dos gerentes de plataformas tecnológicas, disse que o nome desta linha foi pensado para repassar a ideia de “*Em tupi-guarani, éko, significa nossa vida... Do grego, oikos, significa nossa casa... E do Latim, echo, significa tudo que a pessoa reverberar será ouvido*”.

²⁶ Este conceito será melhor trabalhado em outra sessão.

Para o lançamento da linha Ekos, Vilha (2009) ressalta que a empresa Natura, realizava, desde 1998, bioprospecção sobre a biodiversidade brasileira, através de pesquisa realizada a partir de material biológico, produtos derivados (aromas) e cuja finalidade era a exploração comercial para sua indústria cosmética. Porém, como esclarece Azevedo (2003), a bioprospecção pode ser destinada também a indústria química, farmacêutica ou alimentar.

Nestes termos, a pesquisa teve início com o propósito de inovar na busca por óleos Naturais e brasileiros, já que na composição de seus produtos, usavam-se óleos importados. Esta investigação foi realizada em diferentes biomas, avaliando também índices de degradação e diversidade sociopolítica a ele agregado. Com base nas informações obtidas, a empresa decidiu pela **Amazônia** para ser o foco principal de compra dos ativos da biodiversidade para o lançamento da Linha Ekos com produtos compostos de hidratantes, sabonetes, xampus, condicionadores, óleos, desodorantes, etc. Entre os primeiros ativos extraídos, destaca-se a castanha-do-pará (*Bertholletia excelsa*), guaraná (*Paullinia cupana* Kunth), andiroba (*Carapa guianensis* Aubl.) e murumuru (*Astrocaryum murumuru*). Atualmente, a linha Ekos possui mais de 15 famílias de ativos, entre eles a **priprioca** (*Cyperus articulatus* L.), breu branco (*Protium Heptaphyllum*), buriti (*Mauritia flexuosa*), camomila (*Matricaria chamomilla* L.), copaíba (*Copaifera langsdorfii*), pitanga (*Eugenia uniflora* L.) e maracujá (*Passiflora edulis* Sims).

Parte destes produtos, já estão em “processo de domesticação, semi-domesticação, domesticados ou cultivados por comunidades tradicionais constituindo recursos genéticos de inestimável valor para toda a humanidade” (STELLA et al., 2006, p. 25) e possuindo alta variabilidade genética, facilidade para suportar situações íngremes e processo de seleção fortemente ligado aos agricultores. Segundo Menezes (2010, p. 49) a domesticação

[...] começa na seleção efetuada pelos próprios coletores observando características úteis do seu interesse e, dependendo do crescimento do mercado, tende a avançar para plantios, como ocorreu com o cupuaçuzeiro e a pupunheira. Por outro lado, existem plantas cuja domesticação tende a ser bastante difícil como o uxizeiro com baixa e lenta taxa de germinação, dificuldade no processo de enxertia e do longo tempo para a entrada do processo produtivo. Em outras situações, a intervenção da pesquisa se torna necessária, como foi o caso da domesticação da pimenta longa.

Isso acontece, como esclarece Homma (2008, p. 21), porque há uma tendência dos produtos extrativos seguirem determinados ciclos, a saber: transformação destes recursos da biodiversidade em recursos econômicos implicando na expansão da extração ou domesticação por não atenderem a pressão da demanda e, depois, podem “ocorrer o desaparecimento por competição com novos produtos, deslocamento para novas áreas produtoras, desaparecimento e reaparecimento com novos usos” (Figura 8).

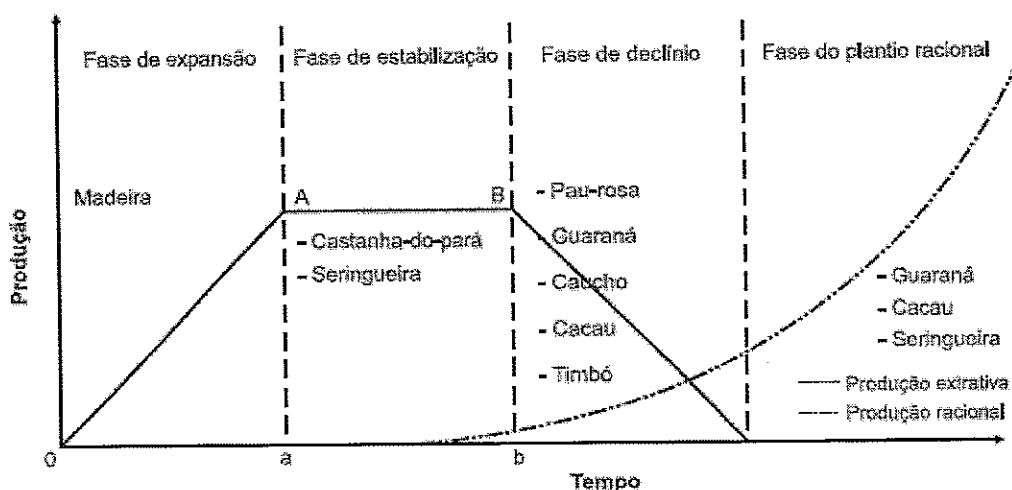


Figura 8 - Ciclo do extrativismo vegetal na Amazônia.

Fonte: Homma (2008)

Atualmente, além da Linha Ekos, a empresa possui outras linhas de produtos que se valem de ativos da biodiversidade sob a perspectiva da sustentabilidade, como a linha de maquiagens Natura Diversa, que utiliza ingredientes da árvore candeia (*Gochnatia polymorpha*), bem como a linha de tratamento de rejuvenescimento Chronos, que se vale de plantas como jambu (*Spilanthes oleracea* L.), maracujá (*Passiflora edulis*), breu branco e priprioca.

Neste sentido, o que se pode destacar nestes produtos é que, além de serem oriundos da biodiversidade e, na sua maioria Amazônica, são derivados de Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação, mais um dos objetivos estratégicos da empresa. Segundo Alves et al. (2011), o desenvolvimento de tecnologia representa o *Know-how* da empresa, que vão desde as tecnologias utilizadas na fabricação dos cosméticos até as inovações mais simples. Em algumas empresas, a tecnologia pode representar o elemento-chave de sua vantagem competitiva. Para a Natura, a inovação é um fator essencial para o seu crescimento e a perenidade dos negócios. Segundo relatório 2012 da empresa, inovação está

[...] **no centro da nossa criação de valor e permeia de forma transversal todo o nosso negócio.** Nosso entendimento sobre inovação extrapola o desenvolvimento de produtos, em uma visão multidisciplinar presente na criação de novos conceitos, na nossa estratégia comercial, na busca por novos negócios e até em nossas operações logísticas. Nossas ênfases em inovação procuram expressar essa abordagem integral, com quatro grandes diretrizes estratégicas que, além dos métodos tradicionais, abrangem as mais avançadas tecnologias, a preocupação com a redução do impacto socioambiental, e o nosso desejo de criar produtos que provoquem um fluxo de experiências de Bem Estar Bem em nossos consumidores (Relatório Natura, 2012).

Em conformidade com a premissa de que a inovação está no “**centro da criação de valor**” da empresa, destaca-se o investimento crescente em Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação (P,D&I). Em 2001, as aplicações na área corresponderam a um valor absoluto de R\$ 27,20 milhões. Em 2012, esse investimento chegou a R\$ 154 milhões, uma ampliação de 466,18% em relação ao valor aplicado inicialmente (Figura 9). Como foi verificado no histórico da empresa, a mesma sempre investiu em inovação, porém, a sistematização destes dados estão disponíveis no site somente no período de 2001 a 2012.

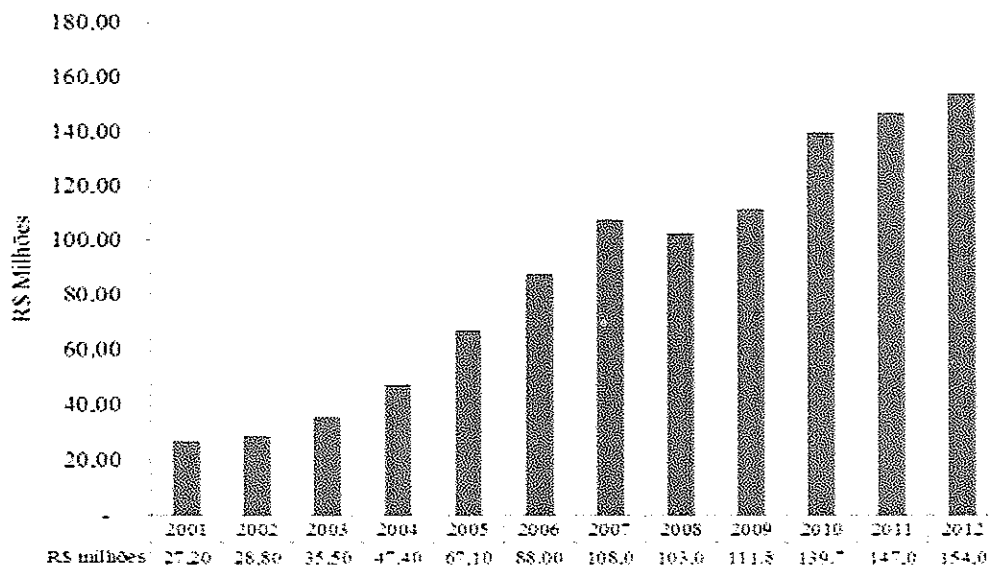


Figura 9 – Investimento em inovação 2001-2012

Fonte: Relatórios Natura 2001-2012

Estes investimentos são aplicados em pesquisas realizadas internamente, com um grupo de especialistas contratados pela Natura ou são destinados a instituições, centros de

pesquisa brasileiros e/ou internacionais. As frentes de pesquisa da empresa, consideradas por ela como diferenciadores de inovação, são:

- a) **Ciências clássicas e avançadas em pele e cabelo:** pesquisa mecanismos biológicos e físico-químicos que afetam pele e cabelos para desenvolver novos produtos e serviços com benefícios inéditos;
- b) **Tecnologias Sustentáveis:** desenvolvem conceitos e tecnologias para promover o uso sustentável de produtos e serviços da sociobiodiversidade, incluindo sistemas ecológicos de produção, materiais de embalagens e tecnologias sociais;
- c) **Sentidos, Design e Experiências:** busca entender o funcionamento dos mecanismos fisiológicos da produção das sensações, percepções e emoções para levar a melhor experiência aos consumidores;
- d) **Ciências do Bem-Estar e Relações:** integra diferentes campos da ciência para compreender e gerar valor a partir do bem estar e de suas correlações em todas as dimensões (físicas, emocionais, sociais, culturais e espirituais).

O resultado desse investimento foi o lançamento de 2066 produtos diferentes em 12 anos, com pico no ano de 2006 onde foram lançados 225 novos produtos. Todavia, em 2007 a tendência foi diminuir o portfólio²⁷ de produtos lançados, pois a empresa adotou estratégia do “**Menos é Mais**”. Iniciou-se então a redução do número de itens concentrando esforços naqueles de maior representatividade, e sem dúvida com prioridade para a Linha Ekos e demais que usam ativos da biodiversidade. Segundo Alves et al. (2011) a empresa tende a identificar qual o posicionamento de seu portfólio de produtos, ou seja, aqueles que são mais rentáveis e aqueles que estão sobrecarregando a empresa sem dar grandes retornos. E a justificativa da empresa para tal redução, vai justamente à questão da racionalização dos custos, foco na gestão, maximizando os resultados da comunicação e do treinamento de consultoras e consultores (Figura 10).

²⁷ “Um portfólio de negócios representa o conjunto de atividades, produtos, serviços e tecnologias que constituem uma empresa. Ao analisar seu portfólio a empresa deve decidir onde investir mais ou menos recursos, bem como desenvolver estratégias para acrescentar novos produtos ou tecnologias ao portfólio” (ALVES et al., 2011 p.69)

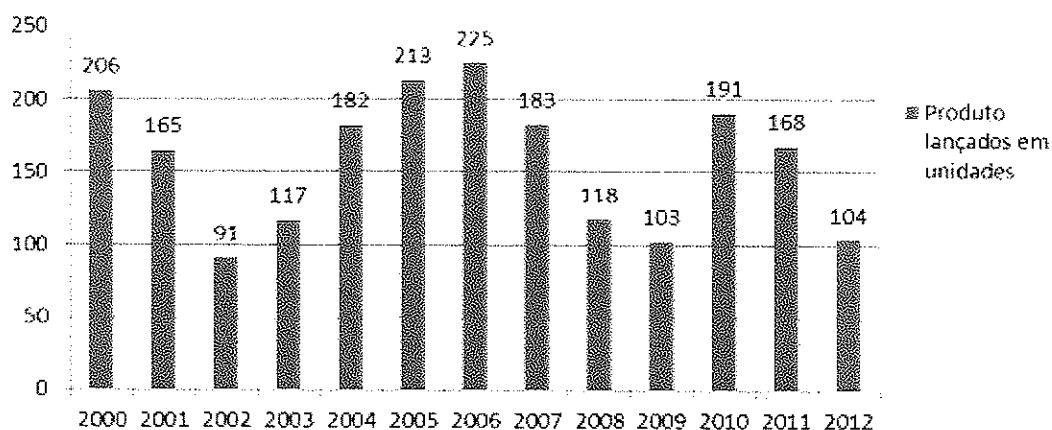


Figura 10 - Produtos lançamentos entre 2000-2012

Fonte: Relatórios Natura 2001-2012

Para dar conta desta estrutura e do volume de ações ligadas à inovação a Natura criou o Núcleo de Inovação, cujo objetivo principal é reduzir o tempo entre o surgimento da ideia e a criação de um conceito de produto ou serviço, além de favorecer a identificação de oportunidades em qualquer área da empresa. Outras estruturas consideradas importantes para orquestrar esta área de inovação são as diretorias (VILHA, 2009):

- a) **Diretoria de Serviços Técnicos** - responsável por aspectos legais, normativos e de segurança de obtenção e acesso aos ativos;
- b) **Diretoria de Marcas e Ciência do consumidor** - responsável por acompanhar os movimentos de percepção de marcas e de comportamento do consumo;
- c) **Diretoria de Novos Negócios;**
- d) **Diretoria de Pesquisa** - responsável pelo desenvolvimento e aquisição de tecnologias;
- e) **Diretoria de Desenvolvimento** - responsável pelo desenvolvimento de produtos e embalagens;
- f) **Diretoria de Marketing** - responsável pela criação de conceitos e produtos.

Por conseguinte, e agora com o intuito de agregar valor ao produto, é fundamental para o sucesso da estratégia de diferenciação que a empresa tenha grande habilidade em

marketing (ALVES et al., 2011). Como resultado, esta diferenciação pode resultar em margens mais altas de lucro para compensar os gastos realizados em pesquisa e desenvolvimento, capacitações ou mesmo relacionamento com os clientes. E, isto é fato na empresa Natura. No período de 1998 a 2012 como um todo, o padrão de crescimento do lucro líquido foi significativo, porém, com destaque para o ano 2000 em diante com a criação da Linha Ekos, o lucro da empresa apresentou crescimentos exorbitantes.

Considerando o lucro nominal a taxa de crescimento no período 1998-2012 foi de 28,36% ao ano (ver Figura 11). E, descontando o efeito da inflação a taxa de crescimento real foi de 17,93%, valores estes expressivos e que mostram que a estratégia de desenvolver cosméticos com produtos da biodiversidade Amazônica tem dado muito certo.

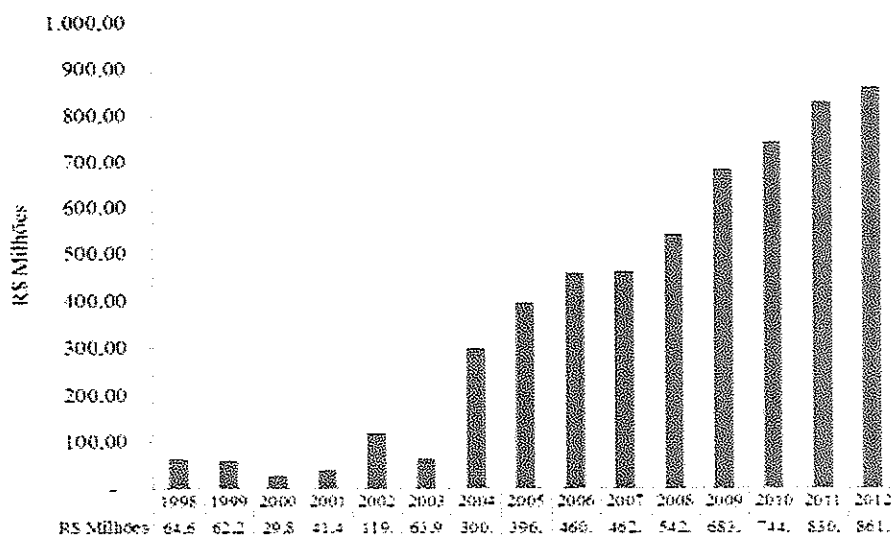


Figura 11 - Lucro líquido empresa Natura.

Fonte: Relatórios Natura 2001-2012

A análise da figura 10 mostra três momentos distintos da empresa neste período. O período 1998-2000 marca uma fase de queda acentuada no desempenho da empresa em que houve redução significativa do lucro líquido. Neste período o lucro líquido da empresa caiu 53,87% entre os anos de 1998 e 2000.

Com o lançamento da **Linha Ekos** em 2000 há uma ligeira recuperação. Entretanto, o lucro líquido fica oscilando entre 2001 e 2003, a hipótese é que possa ter ocorrido falta de capital para investimentos. A partir de 2004 se inicia uma fase de crescimento vigoroso. A abertura de capital com certeza foi importante, pois ofereceu aporte de recursos para

investimentos em inovação e *marketing* para consolidar os produtos no mercado. Nesta fase a taxa de crescimento do lucro líquido foi de 13,84% ao ano.

Para testar o efeito do lançamento da linha Ekos e da abertura de capital foi realizada uma regressão do lucro líquido tendo como regressor uma variável dummy que assumiu valor zero entre 1998 e 2003 e valor um entre 2004 e 2012. Os valores do lucro líquido foram corrigidos pelo IGP-DI (Base: dez. 2012 = 100) para eliminar o efeito da inflação no período. Os resultados são apresentados na Tabela 1 abaixo.

Tabela 1 – Impacto do lançamento da linha Ekos e da abertura de capital sobre o lucro líquida da Natura, 1998-2012.

	<i>Coefficientes</i>	<i>Erro padrão</i>	<i>Teste T</i>	<i>P-valor</i>
Intercepto	161,33	50,80	3,18	0,007
Dummy	577,76	65,58	8,81	0,000

Fonte: Dados da pesquisa

O coeficiente da variável dummy foi significativo a 1% de probabilidade erro, indicando que há diferença entre o lucro líquido da empresa antes e depois do lançamento da linha Ekos e da abertura de capital. Antes da abertura de capital o lucro líquido em termos reais era de R\$ 161,33 milhões/ano. Com a execução destas estratégias empresariais o lucro médio do período 2004-2012 passou para R\$ 739,09 milhões (161,33 + 577,76). Ou seja, houve um incremento de 358%.

Assim, tudo indica que investir em produtos derivados de matérias-primas da biodiversidade, em especial Amazônica, acompanhados de investimentos em inovação e *marketing*, geram importantes resultados econômicos à empresa Natura. Há explicitamente a busca por agregação de valor aos produtos fabricados, mas que só terão este caráter quando houver o reconhecimento, por parte dos consumidores e outros importantes atores como Governos, Instituições de Pesquisa, Organizações Não Governamentais entre outros.

Segundo Tobias e Silva (2007, p.5) o grande dilema atualmente das empresas é

como se sobressair e conseguir aparecer frente ao consumidor com o excesso de marcas, tecnologia e comunicação. Com o passar dos anos os avanços tecnológicos estão cada vez mais rápidos e as publicidades,

para conseguirem apanhar esses adiantamentos, aumentam significativamente. Como era de se esperar, o consumidor não consegue absorver toda a comunicação e, involuntariamente, descarta as que não lhe chama a atenção. Atualmente a questão da sustentabilidade vem preocupando fortemente as empresas. O marketing passa a ter uma grande responsabilidade no sentido de fazer a aproximação da empresa com as questões ambientais. As empresas precisam de alguma forma associar a sua marca ao assunto sustentabilidade. O consumidor procura novidades, produtos que pareçam com sua personalidade e marcas que signifiquem algo na sociedade. Além disso, essa vertente do marketing também soluciona outra questão do mundo atual: a fidelização de clientes.

A marca Natura é um exemplo de sucesso da incorporação a sua imagem de importantes conceitos em voga. Em onze anos de relatório analisados, realizou-se uma dedução frequencial para verificar a quantidade de repetições de conceitos selecionados como importantes discursivamente para a empresa e os resultados foram impressionantes como seguem: Amazônia foi citada 119 vezes; Biodiversidade, 508 vezes; Sustentável, 538; parceiro/parceria, 529 vezes; Inovação, 549 vezes e Justo, 259 (Figura 12).

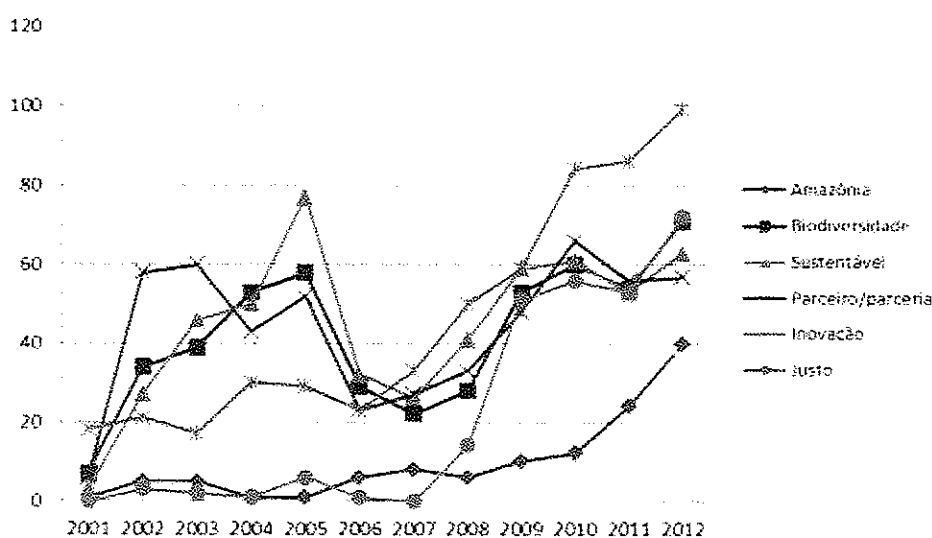


Figura 12- Dedução frequencial de conceitos-chave utilizados pela Natura

Fonte: Relatórios Natura 2001-2012

No tocando ao uso desses conceitos para a construção de valor para a empresa, exemplifica-se a inauguração da casa Natura em Paris em 2005, cujo objetivo foi ampliar sua presença internacional com a comercialização de seus produtos. Neste espaço há a exposição

exclusiva de produtos da **Linha Ekos**, agregando a esta, elementos simbólicos (produtos oriundos da Amazônia, através do uso sustentável da biodiversidade), classificatórios e morais (produzidos por povos tradicionais) (APPADURAI, 2008). Na campanha de marketing que segue, há claramente, como ressalta Appadurai, uma combinação entre o estético, o ritual e o social na construção do valor, além da criação de um desejo, conhecer o Brasil e a Amazônia (**Seus aromas, cores e texturas inusitadas, vibrantes, coloridas e sensuais**) e que pode ser satisfeito, em parte, consumindo os produtos da Linha Ekos.

Esse edifício, de espaços amplos e curvas sensuais, fascina também Emmanuelle Mouquet, consumidora Natura que vive em Paris desde criança. Sempre que vai encontrar sua amiga Marie Gillot, ela passa pelo prédio, que tanto a encanta. As amigas dividem um sonho comum, que é conhecer o Brasil. **Seus aromas, cores e texturas inusitadas, vibrantes, coloridas e sensuais**, que Emmanuelle conheceu e, **sempre que pode, volta a experimentar quando vai à Casa Natura Paris**. A experiência é tão envolvente que remete Emmanuelle a **amplos espaços, a trilhas e riachos de água límpida, encobertos por vegetação densa exuberante**. Espaços, trilhas, riachos e plantas que inspiram os **produtos inovadores** que encantam os mais de 50 milhões de consumidores da Natura. **E os transportam para a floresta** (Relatório Natura, 2005).

Para Appadurai (2008, p. 57) os padrões de valor e consumo precisam ser compartilhados entre o agente que oferece o produto e o que consome, ou seja, a Linha Ekos enquanto mercadoria precisa ter a “capacidade de repassar com **legitimidade**, complexas mensagens sociais” e a equipe de Marketing da empresa trabalha bem esta construção comunicativa.

Muito além do aspecto comercial, as campanhas publicitárias, as ações de *merchandising*, os programas de relacionamento e as publicações comerciais e institucionais são encarados como uma **oportunidade de transmitir e disseminar nossa visão de mundo**. Por isso, **procuramos não apenas comunicar os atributos dos produtos, mas também contar as histórias e os valores que estão por trás deles**. Um anúncio do Perfume do Brasil, por exemplo, fala da fragrância e de suas qualidades e, ao mesmo tempo, apresenta as comunidades que fornecem as essências e comenta o uso sustentável da biodiversidade brasileira. Essas ações objetivam difundir entre nossos públicos de relacionamento os valores e as crenças da empresa, fortalecendo a marca Natura (Relatório Natura, 2005).

A estratégia de marketing contemporâneo compartilha de uma concepção, que consiste em tornar produtos, perfeitamente comuns e acessíveis, em mercadorias que pareçam

de alguma forma **desejáveis**. Mercadorias perfeitamente comuns são colocados em uma espécie de zona *pseudo-encaixada*, como se elas não estivessem disponíveis a qualquer um que possa pagar o preço. A maior parte das imagens sociais que criam essa ilusão de exclusividade pode ser explicada como o fetichismo do consumidor (APPADURAI, 2008).

Enfim, usar insumo da biodiversidade agrega valor. “Colar” a marca Amazônia ao nome do produto para identificar a origem do mesmo, também agrega valor. O discurso sobre sustentabilidade da biodiversidade Amazônica, passa a ser um fator que proporciona ganhos e benefícios. A empresa Natura, organizou-se numa estrutura buscando incluir em suas metas, objetivos e visão uma postura que agregasse a fala do desenvolvimento sustentável, porém na prática o que se percebe é o seguimento de modelos convencionais de uma cadeia de valor, que não permite, de fato, a inclusão, mudanças nas estruturas fundamentais da empresa. “É com esse perfil que as empresas de biocosméticos atuam no mercado e tem obtido posicionamento no contexto nacional e internacional, com a utilização do potencial da biodiversidade brasileira” (CHAMMA, 2007, p. 59).

Assim em 2002, que uma equipe de “pesquisadores da priprioca” chegaram à feira do Ver-o-Peso, em Belém, para dar continuidade a busca por novos ativos da biodiversidade.

8.2. “PROJETO PRIPRIOCA”: DE “BANHO DE CHEIRO” A COMPONENTE DE PRODUTO DE HIGIENE E LIMPEZA

8.2.1 Histórico do Acordo Comercial instalado nas Comunidades de Campo Limpo, Boa Vista do Acará e Cotijuba.

Com o intuito de incluir outros produtos da biodiversidade à Linha Ekos, a equipe de *marketing* da empresa Natura continuou o processo de bioprospecção de óleos essenciais, tanto em levantamentos bibliográficos como em mercados públicos como o Ver-o-Peso, em Belém. Vários produtos foram encontrados, dentre eles a priprioca (*Cyperus articulatus* var. *articulatus*), e que apresentou maior potencial depois de submetida a diversos testes. Iniciava-se assim, o “Projeto da Priprioca”, como ficou conhecido o projeto comercial junto às comunidades do entorno de Belém.

Segundo Potiguara e Zoghbi (2008) a priprioca é uma planta herbácea, com inflorescência terminal, aromática, típica da Amazônia, que habita áreas de solos encharcados ou em margens de estradas. É citada também como um tipo de capim alto, contendo flores muito pequenas na sua extremidade, quase insignificantes e cujos caules, escondem sob a terra tubérculos de fragrância incomum que quando cortados exalam um perfume fresco, amadeirado e picante (Foto 2).



Foto 2 - Plantio de Priprioca

Fonte: Ruth Almeida

Os órgãos vegetativos subterrâneos são rizoma, tubérculo e raízes, enquanto os aéreos são escapo e folhas. Os caules jovens possuem coloração esbranquiçada e os adultos apresentam coloração escura. No estado do Pará encontram-se plantas na forma de cultivo geralmente em quintais, mas de forma incipiente e silvestre (Foto 3).



Foto 3 - Órgãos vegetativos subterrâneos da priprioca

Fonte: Ruth Almeida

Segundo Conceição et al. (2003), a tradição de uso da priprioca na Amazônia sempre esteve relacionada ao preparo de sachês²⁸ para aromatização de roupas e armários, em banhos aromáticos, cujo objetivo era livrar-se ou atrair: tristeza, esperança, amor, “olho gordo”, descarrego, pedir emprego, afastar enguiços, afrodisíaco, pega-marido, quebra-pedra, encantamento, desencantamento, dor de corpo, mal estar, entre outras (MEIRELLES FILHO, 2006). Além de ser usado em fragrâncias regionais e na medicina popular para diversos fins, e ainda possui lenda própria envolvendo paixão e desencontros:

Há muito tempo, numa aldeia da região do rio Amazonas, havia um índio chamado Piripiri. Era um índio lindo, misterioso, que exalava um perfume tão suave que as moças da aldeia ficavam inebriadas de paixão. Elas sempre o perseguiam e tentavam agarrá-lo, mas ele se transformava em uma nuvem de fumaça e desaparecia. Desesperadas de paixão procuraram o pajé Supi para saber como prender Piripiri, e ele lhes mandou prender o índio com seus cabelos. Naquela mesma noite, enquanto Piripiri dormia, elas amarraram os pés do índio com seus cabelos e adormeceram ao seu lado. Ao acordarem, Piripiri havia desaparecido, e em seu lugar restava uma planta que tinha o mesmo perfume que ele. [...] A partir de então, as moças da tribo passaram a

²⁸ Para o preparo dos sachês, os tubérculos são ralados, transformados em pó e acondicionados em envelopes de papel que posteriormente são levemente embebidos com alguma “água-de-cheiro” e podem ser associados a outras espécies aromáticas dentre as quais a raiz do patchuli (*Vetiveria zizanioides* Stapf.) e o pau-de-angola (*Piper alatipetiolatum* Yunck.).

se banhar e a lavar os cabelos com uma infusão daquela planta que havia surgido no leito de Piripiri, e assim conquistar os homens da aldeia. Essa planta se chama priprioca, que vem de piripirioca, ou seja, a casa de Piripiri (Lenda da priprioca, Antônio Brandão, 1926 - <http://historiaecoisaetal.blogspot.com.br/2010/12/lendas-e-coisa-e-tal-lenda-da-priprioca.html>)

Apesar de atualmente a priprioca ter despertado grande interesse por parte das indústrias de perfumes e cosméticos, localmente, as “erveiras” do Ver-o-Peso já utilizavam nos chamados banhos-de-cheiro, com grande saída nas festas juninas e final de ano. A qualidade olfativa e fixativa do óleo de priprioca foram constatadas em 1980, em testes realizados na coleção de óleos do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA) por perfumistas de uma empresa suíça. As empresas locais também já utilizavam o óleo de priprioca na fabricação de perfumes regionais, há pelo menos 50 anos (MAIA; ZOGHBI, 1998).

A priprioca tem sido fonte de estudos em outros países de sua ocorrência, onde são detalhados a comprovação da eficácia da planta para fins cosméticos, medicinais como antitérmica e analgésica, diaforética, diurética entre outros. Potiguara e Zoghbi (2008) relatam alguns desses casos (Quadro 4).

Quadro 4 - Usos comprovando eficácia da priprioca

Usos dado a priprioca	Referência
Banhos de cheiro de final de ano e no São João e fabricação de colônias artesanais	CONCEIÇÃO et al., 2003
Atividade antibacteriana à <i>Staphylococcus aureus</i> e <i>Pseudomonas aeruginosa</i>	MONGELLI et al., 1995 DESMACHELIER et al., 1996
Antioxidante	DESMACHELIER et al., 1997
Inseticida à <i>Trilobium confusum</i>	ABUBAKAR et al., 2000
Inibidora de apetite de insetos	ABUBAKAR et al., 2000
Anticonvulsiva/Epilepsia	NGO BUM et al., (1996, 2001, 2003) NYASSE et al., (1988)
Decréscimo da atividade locomotora em ratos e o aumento de tempo de sono	RAKOTIRINA et al., 2001.
Perfumaria	RODRIGUES, (1989) NYASSE et al., (1988)
Tintura antitérmica e analgésica chamada de “vinagre aromático”	OLIVERIRA e ZOGHBI (2208)
Diaforética, diurética e combate a diarreias	GONZALEZ et al., (1995) PLOWMAN et al., (1990)
Dores de cabeça e dores de barriga	CONCEIÇÃO et al., (2008)
Malária	AKENDENGUE (1192)
Abortivo/contraceptivo	GARBARINO et al., (1985 a, 1985 b) PLOWMAN et al., (1990)
Contra veneno de cobra	HERN, 1976

Fonte: Potiguara e Zoghbi (2008)

Assim sendo, para dar cabo à incorporação da priprioca a **Linha Ekos**, a estratégia adotada pela empresa Natura foi iniciar seu campo de pesquisa a partir da Feira do Ver-o-Peso para chegar aos produtores, chamados localmente de “mateiros”. A Natura foi com o Imaflora²⁹ à comunidade de Boa Vista, que fornecia o produto à feira.

A minha venda no Ver-o-Peso sempre foi eu e um rapaz dali, o Fuscão. Na época eu chamei ele pra entrar no projeto, mas ele não quis. Mas nós fomos as duas pessoas mais procuradas no Ver-o-Peso. A gente *tava* trabalhando juntos e um rapaz que trabalha lá também, que é meu parente, me chamou e disse que tinha *uns pessoal* que *tavam* chegando e queriam priprioca. Esse meu parente disse: *já vieram aqui, mas como a fonte não é no Ver-o-Peso querem falar com a fonte*. E falou que em duas ou três semanas eles iam chegar. No sábado cheguei às 6 horas no Ver-o-Peso e disseram que 7 horas eles iriam chegar, mas foi só um, de Campinas. Ai ele chegou e foi com o Raimundo, mas queria ir em Boa Vista, mas não dava pro Raimundo porque tava vendendo as coisas deles. Eles queriam ir ver. Mas ele disse que podia indicar alguém que o levasse e disse que podiam marcar outro dia. Já tinham feito pesquisa com a priprioca no Ver-o-Peso com as ervaíras, mas não tinham a quantidade que queriam, eles queriam ir na fonte mesmo, encomendar de onde era a fonte. Ai foi ele, o Raimundo e eu lá em Boa Vista na segunda. Isso foi em 2002 quando começou a primeira conversa. Na segunda ele veio ai eu não fui pra Belém. Ai fomos andar por ai par ver a priprioca onde tinha a priprioca, como era, onde plantava, como plantava e passamos quase um dia inteiro andando (Agricultor familiar, participante do “Projeto priprioca”).

Desse modo, a partir do primeiro contato com o sr. Paulo Arara (conhecido na feira como mateiro e morador de Boa Vista do Acará), em junho de 2002 em plena festa junina e auge das vendas de ervas, uma série de reuniões, visitas, conversas informais ocorreram, pois o objetivo dos “pesquisadores da priprioca” como assim se identificaram os consultores da Natura e Givaudan do Brasil, era o de conhecer a localidade fornecedora do ativo da biodiversidade para o mercado Ver-o-Peso.

Em agosto do mesmo ano representantes das empresas Natura, Givaudan e Imaflora visitam novamente a comunidade de Boa Vista do Acará para a compra de 1.500 Kg de priprioca, dando início assim, ao processo de bioprospecção, com o intuito de avaliar o óleo, tempo de produção, melhores condições para adaptação, etc.

²⁹ Imaflora – Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola

No mês de outubro, nova visita foi feita à comunidade de Boa Vista do Acará para verificação das condições existentes do plantio da priprioca e a possibilidade de introduzir novas técnicas de baixo impacto ambiental, em canteiros e sem queimadas ou uso de insumos químicos. Era a verificação da capacidade técnica e produtiva da priprioca com fins comerciais, porém um elemento muito importante para a empresa precisava ser avaliado: a “capacidade organizacional” da comunidade. Ou seja, riscos e oportunidades precisavam ser avaliados, seguindo os seguintes critérios, segundo Vilha (2009):

- Local de origem do ativo (posicionamento geográfico);
- Potencial da biodiversidade local (diversidade / volumes disponíveis / produção);
- Potencial de acesso logístico;
- Potencial de outros ativos que a Natura possa demandar da comunidade, com o intuito de promover uma diversificação da cesta de ativos adquiridos por ela;
- Questões jurídicas, organizacionais e a presença de líderes locais para auxiliar na negociação entre as partes do contrato de repartição de benefícios decorrentes da exploração desses ativos ou do uso conhecimento tradicional associado.

Fechando o primeiro ano de contato e dando prosseguimento as conversas, no início de 2003 (janeiro) a empresa Natura manifesta a intenção de desenvolver “parceria” com os produtores de priprioca de Boa Vista. Iniciava-se assim outra série de reuniões com os produtores da comunidade, arregimentados pelo sr. Paulo Arara, agora com a real intenção de compra.

Já nestas reuniões e para dar cabo à concretização de venda, em conjunto **representantes da Natura, Givaudan e Beraca estabelecem** o plano de produção anual para a priprioca (a Beraca gera a programação de coleta, aquisição e beneficiamento) que é **apresentado** às comunidades fornecedoras **com os volumes de produção da priprioca para a safra seguinte**, sendo enfáticos na proibição e exigências de que a priprioca que seria comercializada para a empresa não seria de áreas de coivara³⁰ apesar de que tradicionalmente a espécie é encontrada em cultivo de “fundo de quintal” ou nas roças. Porém, mesmo com

³⁰ Sistema tradicional de derruba e queima da roça, onde também se aproveitava para plantar priprioca.

interesse de todas as partes foi argumentado que o óleo da priprioca deveria passar por testes de qualidade mais rigorosos.

Foi numa destas reuniões que saiu a **sugestão da Natura de formação de uma associação de produtores** para facilitar tanto a comercialização da priprioca em escala ampliada quanto às negociações que adviriam para o **estabelecimento dos contratos**. Entre esses contratos a assinatura da autorização de captação e uso de imagens coletivas, com a realização das primeiras filmagens/fotografias em Boa Vista, com fins para *marketing* da empresa³¹. A repercussão desta ação gerou

reportagens do Globo Rural (22/03/2004), bem como do Programa do Cumpadre Wagner (Record) e do É do Pará (TV Liberal). Na novela Celebridade (Rede Globo), veiculada em 2003 e 2004, os atores globais Marcos Palmeira e Malu Mader fizeram uma ampla divulgação para o lançamento do perfume de priprioca. Os Correios, com a colaboração do Museu Paraense Emílio Goeldi, fizeram o lançamento do selo com a estampa da priprioca em 23 de novembro de 2004 (NICOLI et al., 2006).

Após um primeiro levantamento do volume produzido, concluiu-se pela inviabilidade de propor a essa comunidade que aumentasse sua produção para suprir as necessidades da Natura e, ao mesmo tempo, mantivesse suas outras atividades: plantação de mandioca e produção da farinha, açaí, entre outros. Em novembro de 2003 a Natura compra mudas de priprioca de alguns produtores na Boa Vista, para que outras comunidades participassem da produção. Por meio de indicação da UFRA – Universidade Federal Rural da Amazônia foi escolhida mais duas outras comunidades próximas a Belém: Ilha de Cotijuba (Belém) e Campo Limpo (Santo Antônio do Tauá) para complementar a quantidade necessária à extração de óleo essencial da priprioca, conforme pesquisa realizada (30 kg = 100 ml).

Tanto na ilha de Cotijuba, como em Campo Limpo, município de Santo Antônio do Tauá a priprioca foi **introduzida** e, apesar da planta existir nas duas áreas, não havia histórico

³¹ Contrato de autorização de captação e uso de imagens coletivas em qualquer tipo de suporte material para veiculação no Brasil e no exterior, por prazo indeterminado, pela Natura. Segundo relatos os comunitários de Boa Vista receberam valor correspondente a R\$ 32.000,00.

de comercialização. As comunidades, mesmo desconfiadas no início, interessaram-se sendo possível a viabilização deste projeto.

A Natura veio e fez a proposta né? E a princípio foi um susto pra gente e ficamos com os dois pés atrás, porque pra gente foi uma novidade. Sempre a tinha de conversa de que as empresas exploravam as comunidades.

Quando a empresa chega com esta proposta o que a gente pensa? Olha, vamos procurar todo mundo que é parceiro nosso e vamos ver o que eles acham antes da gente dar um a resposta. Ai pedimos pra Natura um tempo pra gente analisar a proposta, porque era uma dúvida nossa, era uma dúvida e era inacreditável pra gente...quem é que vai pagar uma produção na terra? Nunca tínhamos visto. Tu produz, tu leva pra feita, tu te alaga, tu volta com tudo, tu vende a 10 centavos pra não perder. [...] Ai depois de ouvir todo mundo, a gente fez uma reunião e ai todo mundo resolveu apostar. Por que? Porque a gente não tinha nenhuma ajuda do governo, a gente não tinha nada sinalizando que a coisa ia mudar. Então se a gente correu tanto atrás de alternativa de renda e a alternativa bateu na nossa porta, se a gente não tentasse ia ser ate covardia nossa. A gente não ia perder nada, porque eles iam pagar desde a diária, iam conseguir as sementes e ainda trazer o pessoal pra fazer um intercâmbio pra ensinar mais ou menos como era que plantava, já que ninguém tinha plantado grande quantidade, as pessoas tinham no quintal, mas só pra banho de cheiro (Agricultor familiar, participantes do “Projeto Priprioca” em Cotijuba).

Assim, depois de dois anos em relação aos primeiros contatos, com a indução de nova cultura a duas comunidades, novas regras de conduta em relação ao modo de plantar dos agricultores, ocorre em 2004 o lançamento dos primeiros produtos Natura contendo óleo essencial de priprioca (água de banho e perfume). A aquisição dos ativos decorreu durante este período sem formalização de contrato de compra e venda que será realizado a partir de 2006, logo depois da realização do “Diagnóstico participativo e Plano de desenvolvimento Local” contratado pela Natura ao Instituto Peabiru (Belém). A avaliação da inserção das comunidades no mercado formal e possíveis impactos será discutido a partir da caracterização destas comunidades, com a ressalva de que não se tem um marco zero comparativo.

8.2.2. Quem são os Agricultores Familiares que comercializam a pirioca no estado do Pará?

O objetivo desta sessão é apresentar o perfil dos agricultores familiares que são fornecedores de ativos da biodiversidade para a empresa Natura residentes nos municípios de Belém (Cotijuba), Santo Antônio do Tauá (Campo Limpo) e Acará (Boa Vista). Todos estão inseridos nas Associações que mantem relação comercial direta com a Natura e demais empresas, sendo este o principal critério para escolha destes atores sociais. Para montar um perfil das famílias entrevistadas foram levantadas informações, através de pesquisa de campo e do uso de questionário, o que permitiu a caracterização geral desses atores sociais, com base nos seguintes itens: a composição da família (números de membros, sexo e idade), grau de escolaridade, local de nascimento, tempo de moradia no local, principais atividades econômicas, saúde, infraestrutura, organização social, uso da terra, financiamentos e dívidas entre outros. Além destes dados, subsidiará esta sessão os diagnósticos e planos de desenvolvimento locais, realizados no ano de 2005, nas comunidades do entrono de Belém realizado pelo Instituto Peabiru, encomendado pela Natura.

Foram entrevistados 47 agricultores familiares, fornecedores de pirioca no estado do Pará para a empresa Natura. A conceitualização de agricultor familiar aqui empregada toma como base uma categoria social que nem sempre foi considerada relevante para o desenvolvimento rural e sendo visto como aquele que não possuía racionalidade de gerenciamento da sua unidade de produção e atraso tecnológico (SCHMITZ; MOTA, 2007). Os autores destacam algumas características dos agricultores familiares referidos nos vários debates sobre o assunto: acesso aos meios de produção, entre os quais a terra; inserção no mercado; o caráter familiar da produção, onde este deve ser maior que o de trabalhadores contratados, o tamanho da terra³², as regras de herança familiar, a relação com os recursos Naturais não apenas de caráter econômico, mas como parte da sua reprodução social e cultural; importância na produção de alimentos (mandioca, feijão, arroz e milho). Porém, os

³² A Lei no. 11.325 de julho de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais, caracteriza agricultor familiar como aquele: não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais; utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

mesmos destacam que algumas destas caracterizações, como a questão do tamanho da terra, ignoram as lógicas e conflitos internos destes grupos.

As famílias dos agricultores familiares, que estão envolvidos no “Projeto Priprioca”, são nucleares compostas por pai, mãe e filhos. Estas famílias envolvem um total de 215 pessoas, correspondendo a uma média de 4,57 pessoas por família, com predominância para o sexo masculino (53,02%) e 46,98% feminino. Outros 11% são de famílias mais extensas onde na mesma casa residem avós, cunhadas ou outros parentes (Tabela 2).

Tabela 2 - Tamanho das famílias dos produtores de priprioca entrevistados, 2012.

Comunidades	Homens	Mulheres	Total
Boa Vista do Acará	47	38	85
Campo Limpo	43	44	87
Cotijuba	24	19	43
Total	114	101	215

Fonte: dados da pesquisa

Dos entrevistados, a maioria (40,43%) são casados, outros 21,28% são solteiros e 27,66% vivem em união estável (“vivem junto”), 6,38% de viúvos e 4,26% de divorciados.

Faixa etária

Como se percebe na tabela 3, que mostra a distribuição das faixas etárias, a maioria dos entrevistados e consequentemente envolvidos no “Projeto Priprioca”, são de adultos na faixa etária de 51 a 60 anos (31,91%), seguidos dos de 30 a 40 anos (25,53) e 41 a 50 anos (21,28%). Destes 75% são de homens. A média de idade das mulheres foi de 43 anos.

Tabela3 - Faixa etária de idade dos produtores de priprioca entrevistados, 2012.

Faixa etária (anos)	Frequência	Percentual (%)
Menos de 30 anos	4	8,51
De 30 a 40 anos	12	25,53
De 41 a 50 anos	10	21,28
De 51 a 60 anos	15	31,91
Mais de 60 anos	6	12,77
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Tempo de moradia e questão fundiária

A grande maioria dos agricultores familiares reside na mesma comunidade há mais de 20 anos (89,36%) e na mesma casa 34,04% moram entre 10 a 20 anos, seguidos dos que estão entre 6 a 10 anos. Essa baixa mobilidade espacial e temporal em grande parte é atribuída aos laços familiares, pois cerca de 49,02% dos entrevistados residem no mesmo local por conta de que os pais já moravam na área ou por disponibilidade de terra (37,25%) (Tabela 4).

Tabela 4 - Tempo de moradia nas comunidades

Tempo de moradia nas comunidades	Frequência	Percentual (%)
Menos de 11 anos	2	4,26
De 11 a 20 anos	3	6,38
Mais de 20 anos	42	89,36
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

A terra onde vivem para 93,62% dos entrevistados é própria e regularizada (78,72%). E os documentos comprobatórios são em geral documento de posse (35,42%), escritura registrada (10,43%), escritura não registrada (10,43%), contrato particular de compra e venda (4,17%) e outros não possuem documento algum (10,42%) (Tabela 5).

Tabela 5 - Tipo de documento de comprovação da propriedade

Tipos de documentos	Frequência	Percentual (%)
Contrato particular de compra e venda	2	4,17
Documento de posse	17	35,42
Escritura não registrada	5	10,42
Escritura registrada	5	10,42
Termos de cessão	3	6,25
Nenhum documento	5	10,42
Termo de doação	1	2,08
Recibo de pagamento	1	2,08
Outros	8	18,75
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Naturalidade

Quanto à naturalidade, 100% dos entrevistados nasceram no próprio estado do Pará. 40,43% dos entrevistados são do município do Acará, 27,66% de Santo Antônio do Tauá,

21,28% são de Belém, e apenas 10,65% são naturais de outros municípios paraenses como Colares, Monte Alegre, Santa Bárbara e Vigia (Tabela 6).

Tabela 6 - Naturalidade produtores pripioca, 2012.

Municípios	Frequência	Percentual (%)
Acará	19	40,43
Santo Antônio do Tauá	13	27,66
Belém	10	21,28
Vigia de Nazaré	2	4,26
Colares	1	2,13
Monte Alegre	1	2,13
Santa Bárbara do Pará	1	2,13
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Dados educacionais

Todas as comunidades possuem escolas em suas comunidades que atendem o primeiro ciclo do ensino fundamental, com exceção de Cotijuba que possui escola de ensino médio. No questionário era solicitado o grau de escolaridade dos agricultores familiares. Verificou-se que o nível educacional dos agricultores é relativamente baixo, pois 57,45% possuem somente o ensino fundamental incompleto (antiga 1ª a 4ª série) (Foto



Foto 4- Fachada da escola municipal em Campo Limpo

Fonte: Ruth Almeida

Outros 25,53% concluíram o ensino médio. Destaca-se o pouco índice de não alfabetizados entre os entrevistados, apenas 2,13% e dos apenas assinam l nome 4,26%. Estes dados nos remetem a proximidade destes municípios a capital paraense, onde muitos realizam uma mobilidade diária de suas comunidades a sede para os estudos e preocupação dos pais em garantir o estudo aos filhos (Tabela 7).

Tabela 7 - Escolaridade produtores priprioca entrevistados, 2012.

Grau de instrução	Frequência	Percentual (%)
Sem alfabetização	1	2,13
Assina o nome	2	4,26
Fundamental incompleto	27	57,45
Fundamental completo	2	4,26
Ensino médio incompleto	2	4,26
Ensino médio completo	12	25,53
Ensino superior incompleto	1	2,13
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Religião

Quanto à religião 74,47% dos agricultores familiares são católicos, 17,02% protestantes, os demais são de outras religiões (Tabela 8).

Tabela 8 - Religião dos produtores de priprioca, 2012

Religião dos entrevistados	Frequência	Percentual (%)
Católica	35	74,47
Protestante	8	17,02
Outra	4	8,51
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Ressalta-se, o importante papel das igrejas, em especial as católicas para a organização social e política das comunidades em estudo, com destaque para o período dos anos de 1980 com a articulação político/religiosa das chamadas e Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) que atuavam em várias partes do país, em especial entre populações rurais desde a segunda metade do século XX, motivados, entre outras coisas pela resistência à ditadura militar brasileira (MAUÉS, 2010).

Saneamento

O acesso à água de qualidade assume grande importância para saúde e qualidade de vida dessas famílias. A maior parcela dos entrevistados (81,25%) obtém a água para consumo de poços e uma parcela de apenas 12,50% possui água de sistema público; outros 6,25% dos entrevistados utilizam a água diretamente de rio e/ou igarapés (Tabela 9).

Tabela 9 - Origem da água consumida, 2012.

Origem da água	Frequência	Percentual (%)
Poço	39	81,25
Rede pública	6	12,50
Rio/Igarapé	3	6,25
Total	48	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Em 44% das residências a água não é submetida a nenhum tipo de tratamento antes do consumo, 32% utilizam hipoclorito que normalmente é doado em campanhas de saúde pública e 20% informaram coar a água e somente 4% afirmam filtrá-la (Tabela 10).

Tabela 10 - Formas de tratamento da água

Formas de tratamento da água	Frequência	Percentual (%)
Não faz nada	22	44,00
Usa hipoclorito	16	32,00
Coa	10	20,00
Filtra	2	4,00
Total	50	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Outros dois aspectos diretamente relacionados ao saneamento e a saúde dessas populações é a localização dos banheiros e a destinação final do esgoto das residências. Entre o conjunto de entrevistados 59,57% possuem banheiro dentro de casa, porém uma quantidade expressiva ainda possui banheiro fora da casa (40,43%). Na maioria das vezes, a chamada “casinha” se resume a um pequeno barraco coberto com palha e cercado por madeira, plástico ou palha (Tabela 11).

Tabela 11 - Localização do banheiro e destinação final do esgoto das residências dos produtores de priprioca, 2012.

Localização do banheiro	Frequência	Percentual (%)
Interno	28	59,57
Privada/casinha	19	40,43
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Em 57,45% dos casos o destino do esgoto se dá em fossa com sumidouro e outros 25,53% dos casos a destinação é a fossa negra e neste caso refere-se aos banheiros localizados fora de casa e que são construídos sobre um buraco (Tabela 12).

Tabela 12 - Destinação final do esgoto das residências dos produtores de priprioca, 2012.

Destino do esgoto	Frequência	Percentual (%)
Fossa com sumidouro	27	57,45
Fossa negra	12	25,53
A céu aberto	3	6,38
Despejo no rio/igarapé	1	2,13
Outros	4	8,51
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Em relação ao lixo em 49,06% dos casos o mesmo é recolhido pela prefeitura, com destaque para Cotijuba que a prefeitura de Belém realiza tal atividade. Porém, para a grande maioria dos entrevistados (50,95%) ocorre a prática do depósito do lixo em buracos que posteriormente serão queimados. Em alguns casos existe uma separação entre latas, plásticos e comidas (Tabela 13).

Tabela 13 - Destinação do lixo dos produtores de priprioca, 2012.

Destino do lixo	Frequência	Percentual (%)
Recolhido pela prefeitura	26	49,06
Enterrado	20	37,74
Queimado	7	13,21
Total	53	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Saúde

No tocante à disponibilidade de serviços de saúde, 82,35% dos entrevistados informaram que não existe posto de saúde nas comunidades onde residem. Entre os que informaram a sua existência, reclamam do funcionamento precário não atendendo assim as necessidades das famílias. As doenças mais citadas pelos entrevistados foram: gripe, pressão alta, reumatismo, tosse e diabetes.

Por outro lado, destaca-se o papel dos Agentes Comunitários de Saúde (ACS) considerados como presentes em 95,74% dos casos, mesmo de forma precária e sem muito suporte de trabalho, atendem as famílias mensalmente. Estas visitas são para medição de peso das crianças com objetivo de reduzir mortalidade infantil, além de alertar sobre cuidados com a água, dengue entre outros.

Em função da indisponibilidade de posto de saúde em suas comunidades, os agricultores precisam deslocar-se para outras comunidades ou até outros municípios, como é o caso dos agricultores de Boa Vista do Acará que se deslocam para Belém para utilizarem os hospitais públicos (36,17%). Outros 25,53% utilizam postos de saúde da sede dos seus municípios, 25,53% “cuidam” em casa mesmo ou ainda recorrem à benzedeira/curandeiros (6,38%) (Tabela 14).

Tabela 14 - Locais procurados para tratamento, 2012.

Locais para tratamento	Frequência	Percentual (%)
Procura o hospital	34	36,17
Procura posto de saúde na sede do município	24	25,53
Cuida em casa mesmo	24	25,53
Recorre a benzedeira/curandeiro	6	6,38
Procura posto de saúde de outras comunidades	6	6,38
Total	94	100,00

Fonte: dados da pesquisa

As formas de tratamento das doenças nem sempre ocorrem de forma tradicional. Os entrevistados utilizam como forma de tratamento ervas medicinais e/ou remédios caseiros derivados de plantas (56,34%) ou de partes de animais como banhas, caldas, ossos (11,27%). 19,72% tratam-se com medicação alopática (Tabela 15).

Tabela 15 - Formas de tratamento realizados pelos entrevistados, 2012.

Formas de tratamento das doenças	Frequência	Percentual (%)
Utiliza ervas medicinais/remédios caseiros	40	56,34
Utiliza remédios alopáticos (farmácia)	14	19,72
Combinação homeopático/alopáticos	9	12,68
Utiliza remédios que derivam de animais (banhas)	8	11,27
Total	71	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Disponibilidade de bens de consumo duráveis

Outro conjunto de dados que oferece indicativo acerca do padrão de renda destas famílias é a disponibilidade de bens duráveis, cujos percentuais são apresentados na tabela 16. Os resultados mostram que há maior esforço por parte das famílias para a obtenção de bens que auxiliem na comunicação. Assim os aparelhos de televisão e antenas parabólicas que são bens de uso conjunto, são aqueles mais usados pelas famílias, com percentuais de 87,23%. Outros bens que também são de grande interesse são a geladeira 91,49%, fogão com 100% dos casos e com quanto ao aspecto comunicação são o rádio e telefones celulares, cujos percentuais de famílias que os utilizam são de 72,34%, 78,72% respectivamente.

Tabela 16 - Disponibilidade de bens de consumo duráveis nas residências dos produtores de pirioca entrevistados, 2012

Especificação	Sim (%)	Não (%)	Total
Fogão à gás	100,00	0,00	47
Geladeira	91,49	8,51	47
Aparelho de TV	87,23	12,77	47
Fogão à lenha	82,98	17,02	47
Guarda roupa	82,98	17,02	47
Liquidificador	78,72	21,28	47
Celular	78,72	21,28	47
Rádio	72,34	27,66	47
Bomba D'água	72,34	27,66	47
Bicicleta	68,09	31,91	47
Aparelho de DVD	51,06	48,94	47
Máquina de lavar roupas	44,68	55,32	47
Freezer	40,43	59,57	47
Sofá	36,17	63,83	47
Aparelho de som	31,91	68,09	47
Motocicleta	27,66	72,34	47
Batedeira	23,40	76,60	47
Antena Parabólica	8,51	91,49	47
Computador	4,26	95,74	47

Fonte: dados da pesquisa

Características das residências

Já temos nossa casa. Se não fosse a Natura [...] teríamos (nossa casa), mas não como está hoje (Fala de um agricultor familiar, retirado do relatório Instituto Peabiru, 2005).

Um dos aspectos, visíveis e destacados pelos agricultores familiares, “pós relação” com a empresa Natura, foram as mudanças ocorridas em suas residências. Entre os entrevistados, 74,47% possuem casa de alvenaria e em 19,15% dos casos as mesmas são de madeira (Tabela 17). Na comunidade de Campo Limpo (Santo Antônio do Tauá), os agricultores declararam que as mesmas foram construídas já em decorrência do “Projeto Priprioca” resultantes, principalmente, do pagamento pelo contrato de autorização de Uso da Imagem. Em Boa Vista além do pagamento via esta autorização, ainda receberam repartição de benefícios pelo acesso ao patrimônio genético da priprioca, onde não receberam valores em dinheiro, mas em material de construção.

Na relação com a empresa, existem diferentes formas de **repasse de recursos às Comunidades**. Eles recebem pela: a) Venda das matérias primas produzidas; b) Contratos de repartição de benefícios, em virtude do acesso ao patrimônio genético e do conhecimento tradicional associado (no momento somente a comunidade de Boa Vista recebeu pela priprioca); d) Pelo uso de imagem, permitindo a empresa usar suas fotos e imagens para *marketing e merchandising*.

Esta informação já era confirmada em levantamento realizado em 2005 pelo Instituto Peabiru que avaliou as condições socioeconômicas das comunidades envolvidas no projeto. Neste período já se destacava “que houve uma grande mudança, especialmente no que se refere à moradia, uma vez que cada um construiu a sua casa de alvenaria” (RELATÓRIO PEABIRU, 2005).

Tabela 17 - Tipo de material da casa dos produtores priprioca entrevistados, 2012.

Material casas	Frequência	Percentual (%)
Alvenaria	35	74,47
Madeira	9	19,15
Mista	3	6,38
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Em relação ao piso da casa, em 65,96% dos casos é de cimento e lajota e 10,64% de madeira. Com relação ao tipo de cobertura predominam a telha de barro (80%), apenas 14,71% possuem cobertura com telha de amianto.

Na Foto 5 apresenta-se a vista frontal de algumas residências típicas dos agricultores familiares entrevistados, nas comunidades de Boa Vista do Acará e na ilha de Cotijuba em Belém.

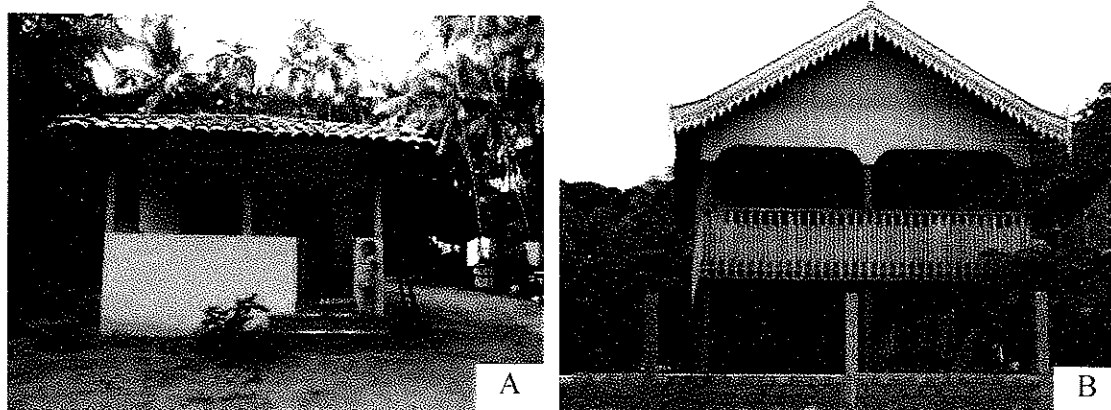


Foto 5 - Vista frontal de algumas residências de produtores de pripioca. A) Casa em Boa Vista do Acará; B) Casa em Cotijuba.

Fotos: Ruth Almeida

8.2.3. Da estrutura social e organização comunitária

Os agricultores familiares de Boa Vista do Acará, Cotijuba e Campo Limpo, encontram-se muito próximos à Belém (média de 55 km da capital). Com exceção de Campo Limpo, cujo acesso, relações econômicas e sociais ocorrem via estrada, as demais comunidades, desenvolvem suas atividades via rio. São ribeirinhos transformados em **ribeirinhos citadinos/urbanos**, pois suas experiências são moldadas pelas fortes relações de contato com o cotidiano da cidade de Belém, principalmente através do trabalho, estudos e busca por assistência médica (RODRIGUES, 2008). São grupos, assim como muitas sociedades amazônicas, que vivem certa “invisibilidade” cujo modo de vida são diversos e heterogêneos, diferentes dos discursados em várias literaturas ou representação científica (ADMS et al., 2006)

Nestas comunidades suas relações são desenvolvidas dentro do grupo com finalidades diferentes, seja para produção, comercialização, troca de trabalho, entre outras, sendo muitas destas realizadas dentro de um contexto informal, mais personalizados, que passam por uma relação de pessoalidade, confiança, ajuda mútua e reciprocidade entre seus envolvidos³³, sem uma base “legal” exigida numa relação contratual com empresas.

Na área das comunidades existe, o que denominamos aqui, de equipamentos coletivos, a saber: igrejas, praças, posto de saúde (somente em Cotijuba), escolas, Barracão/Centro comunitário, Salão de festas e reunião, campo de futebol e casa de farinha comunitária que são de usufruto de todos. As principais atividades de lazer são realizadas dentro das próprias comunidades ou no município como: missas/cultos (80,85%), futebol (65,96%), rios e igarapés (46,81%), festas (44,68%), festa do padroeiro (35,53%) e pescaria (29,79%) (Figura 13).

³³ Polanyi identifica três formas de integração econômica e social: a) reciprocidade que ele define como “movimentos entre pontos de correlação dos grupos sociais simétricos”; b) redistribuição como “movimentos de apropriação em direção de um centro e logo desse para o exterior; c) intercâmbio como movimentos de ida e volta de bens tais como aqueles existindo num sistema mercantil”.

a existência de entidades associativas criadas em Boa Vista e Campo Limpo por motivações religiosas e de ajuda mútua. Nestas comunidades foram criados grupo informais chamados “União faz a força” e “Unidos Venceremos”, cujo objetivo principal foi o mesmo: união da comunidade para arrecadar recursos, através de bingos, festas, venda de comidas, etc. para dar apoio às famílias com problemas de saúde, desemprego ou outros.

Antes tinha um grupo de pessoas que fazia rifa, eventos, para arrecadar dinheiro para auxílio doença. Quando alguém adoecia esses recursos servia para levar pra Belém, comprar algum remédio. Mas não tinha associação (Agricultor familiar, um dos fundadores do grupo “União faz a força”)

A cooperação é uma forma de interação social. Apresenta-se nas mais diversas situações da existência humana. Este processo permite que grupos de indivíduos combinem suas atividades, de maneira mais ou menos organizada, para a realização de interesses comuns, semelhantes ou complementares. Estes interesses podem ser orientados para um fim e para uma determinada função. A cooperação para um fim é orientada para a obtenção concreta de um certo resultado, que será obtido tomando-se em consideração uma meta singular diante de uma situação. A cooperação para a realização de uma função é aquela forma de interação contínua, em que se realizam atividades consideradas gratificantes à coletividade. No primeiro caso as pessoas se desligam quando alcançam seus objetivos. Enquanto no segundo caso a cooperação continua, se revitaliza constantemente ou adquire um outro objetivo (FERRARI, 1983, p.262).

Porém, como ressaltado anteriormente, para o estabelecimento de uma parceria econômica e atender o contrato de venda entre a empresa Natura e as comunidades, fez-se necessário a criação e formalização jurídica de três associações: Associação de pequenos produtores e produtoras de Campo Limpo (APROCAMP), Associação de produtores de Boa Vista (APBV) e Movimento das Mulheres das Ilhas de Belém – MMIB, como “sugestão” da própria Natura. São Associações de interesse econômico, onde a comunidade de Boa Vista, por exemplo, são 23 famílias que estão envolvidas na produção de pripioca e associadas, num universo de mais de 120 famílias.

Segundo relatório do Instituto Peabiru (2005) o MMIB - Movimento das Mulheres das Ilhas de Belém em Cotijuba já existia, participava de fóruns de discussão em Belém, em conjunto com outras associações e cooperativas, porém com outro contexto e viu sua formalização completada nesta ocasião. O MMIB atua em 6 das 39 ilhas do município de Belém – Cotijuba, bem como Curuçambá, Tatuoca, Paquetá, Urubuoca e Jutuba. A questão da violência, independência financeira da mulher é uma das preocupações centrais do MMIB. Muitos depoimentos apontam a falta de oportunidades de educação, renda e ocupação para as mulheres.

Desta forma, o “Projeto Priprioca” “acelerou” a formalização da associação em Cotijuba, formalizou/consolidou a de Campo Limpo e promoveu a de Boa Vista do Acará, com recursos financeiros da própria empresa, pois além da burocracia, os custos de formalização de uma associação também eram vistos como problemas. Enfim, **desde o início ficou bastante claro que a associação foi criada para atender ao contrato com a Natura.**

Havia um grupo de pessoas que sempre se reuniam e que trabalhavam há mais de 20 anos e queriam legalizar a associação, fundar, mas não tinham conhecimento e escolaridade...achavam muita dificuldade lidar com tantos papéis, documentos. Quando a Natura chega na comunidade em 2002, ainda não tinha associação formada, mas a Natura precisava né? Ai eles foram e formaram a associação registrada. Na hora que a Natura chegou só faltava o dinheiro para a regularização, ai a Natura investiu. A motivação da criação foi o contrato com a Natura, tinha que estar tudo documentado, tinha que ser uma associação para eles poderem fazer a encomenda, tinha que ser de pessoa jurídica. Os objetivos é para buscar novos projetos, construir a sede da associação (Agricultor familiar, participante do “Projeto priprioca”).

Pra forma a associação na época fui na casa das pessoas, fui chamando as pessoas, ai veio o pessoal da Natura e fomos fazer reunião. A empresa foi que conseguiu conquistar o pessoal pra formar a associação, as pessoas não queriam. Falei que o jeito era ir na casa das pessoas pra convidar pras reuniões, ‘a senhora convida os pessoal pra ver se consegue’. Fizemos umas 3 reuniões ai fechamos nestes 23 porque só podia vender para associação, através da associação pra ter os direitos. Ai a gente conseguiu Graças a Deus. 23 pessoas que toparam o projeto (Agricultor familiar, participante do “Projeto priprioca”).

Segundo a percepção dos entrevistados o maior benefício em fazer parte de uma associação está ligado a: melhoria de renda e acesso a serviços (56,79%), benefícios em geral às comunidades (19,75%), proporciona certa “precaução” para o futuro em termos financeiros (14,81%) (Tabela 18). Nenhuma das respostas esteve ligada a questões políticas organizativas ou reivindicatórias ou na defesa de algum interesse específico.

Tabela 18 - Benefício em fazer parte de uma organização social

Benefício de fazer parte da associação	Frequência	Percentual (%)
Melhora a renda atual e acesso a serviços	45	56,79
Beneficia a comunidade	16	19,75
Precaução para o futuro	12	14,81
Lazer/diversão	6	7,41
Espiritual, posição social, auto estima	1	1,23
Total	81	100,00

Quando perguntados se sabiam qual o objetivo o da sua associação as respostas foram as seguintes: “plantar e vender a piprioca, por isso formaram a mesma”, “não soube informar”, “atuar na parte econômica principalmente”, “para produtores mudarem de vida”, “ajudar a vender os produtos e resolver os problemas da comunidade”, “fazer projetos”, “legalizar os produtos”, “organizar a comunidade e melhorar a parte econômica”, “fazer empréstimos”.

As acelerações da criação de Associações nas comunidades para fins de cumprimento de um contrato resultaram no formato de uma instituição que desempenha um papel de intermediário entre as comunidades e o mercado, uma instituição que **emite notas fiscais**. A empresa precisava de celeridade, porém a comunidade não tinha experiência em organizações formais. O caráter “cooperativista” destas associações não funciona, nem para a aquisição de insumos, nem para a venda de produtos das famílias. Somente no caso do MMIB em Cotijuba (que possui outro histórico organizativo) outras ações estão sendo empreendidas

Assim, mesmo havendo formado uma associação para formalizar as relações da Natura com as comunidades através da aquisição pela matéria prima, percebeu-se que, via Associações não se comercializa outros produtos. As relações com o mercado são realizadas diretamente pelas famílias, de forma precária, isolada e desconexa, com sérios prejuízos às famílias e ainda causou desmobilização da organização que existia anteriormente.

Antes da associação já tinha um grupo União Faz a Força por causa de doença, se alguém adoecesse a gente dava um apoio, não ia resolver, mas dava um apoio. Depois da associação o grupo continuou. Mas depois da associação do grupo deixou de existir, não sei porque. Aqui hoje só existe a associação (Agricultor familiar, membro da Associação).

Nestes termos, a intervenção externa na estrutura organizativa da comunidade desmobilizou as formas organizativas de cooperação locais, introduzindo formas de gestão social ainda não compreendidas de fato pelos agricultores, com fim único e direcionado para relações econômicas. Um dos elementos do desenvolvimento sustentável, propagado pelas empresas que é o fortalecimento do capital social nas comunidades encontra-se desta forma, comprometido.

8.2.4. Usos da terra - processos de mudança

90% dos agricultores familiares, de um universo de 47 entrevistados possuem estabelecimentos com área totais que variam em média de 1,5 ha a 17 ha. Além da comercialização da pirioca a comunidade trabalha com o plantio de roças anuais (mandioca, milho, arroz), cultivo de fruteiras em pomares e extrativismo (açaí, plantas medicinais e outras frutas nativas) e legumes e verduras. Em geral, estas áreas não ficam afastadas de suas casas, planas (78,72%) e sem problemas com conflitos agrários (95,74%), o que de fato foi mais um dos fatores da escolha destas comunidades pela empresa Natura.

Porém, com o início da relação comercial com a empresa Natura outras áreas produtivas tiveram que ser agregadas. A solução foi a compra, por parte das Associações, de terras denominadas “coletivas” para que os sócios pudessem plantar a pirioca. Alguns agricultores passaram a trabalhar nestas áreas, foi tentado a organização de um mutirão entre os produtores, mas “muitos não querem trabalhar coletivo, querem individual. É coletivo mais ou menos, ou seja, cada um tem seu pedaço” (Presidente da associação). Como a área pertence à associação, parte do que é colhido deve ficar para a mesma em contrapartida ao seu uso.

Quando perguntados se os produtores possuíam roças, 65,96% disseram que sim e 43,4% não (Tabela 19). As mesmas são plantadas em área de capoeira³⁴, na forma tradicional de corte e queima³⁵. O roçado dessas famílias é pequeno, pois as decisões de plantio e do tamanho da área, depois do “Projeto Priprioca”, dependem da demanda solicitada deste produto pela empresa. No conjunto de agricultores entrevistados, o tamanho do roçado variou entre um mínimo de 0,3 hectare e o máximo de 4 hectares. Nestas áreas, o cultivo predominante é o da mandioca (61,70%), seguido da macaxeira (57,45%), maxixe (51,06%). O quarto produto mais cultivado é a milho, que é utilizado, basicamente para a alimentação de pequenos animais.

Tabela 19 - Produtos cultivados no roçado pelos entrevistados, 2012.

Produtos cultivados	Sim	Percentual (%)	Não	Percentual (%)	Total
Mandioca	29	61,70	18	38,30	47
Macaxeira	27	57,45	20	42,55	47
Maxixe	24	51,06	23	48,94	47
Milho	21	44,68	26	55,32	47
Melancia	16	34,04	31	65,96	47
Quiabo	10	21,28	37	78,72	47
Abóbora	15	31,91	32	68,09	47
Batata doce	9	19,15	38	80,85	47
Feijão	8	17,02	39	82,98	47
Arroz	4	8,51	43	91,49	47
Abacaxi	4	8,51	43	91,49	47
Outros produtos	3	6,38	44	93,62	47

Ressalta-se, porém, que apesar da mandioca aparecer em primeiro lugar como **produto cultivado no roçado**, no relatório do Instituto Peabiru, já em 2005, ainda início do projeto, observava-se um decréscimo em relação a esta cultura, numa clara mudança no uso da terra e risco a segurança alimentar das famílias (Foto 6).

³⁴ As florestas secundárias, também conhecidas como capoeira são provenientes da devastação da floresta para fins de agricultura migratória. As capoeiras são formadas após o abandono de área cultivada por determinado período, sendo importantes para o acúmulo de nutrientes e fazem parte do sistema tradicional de produção (COELHO et al., 2003).

³⁵ A agricultura de corte e queima é amplamente praticada por agricultores dos trópicos úmidos, constitui-se como uma das tradicionais formas de uso do solo desenvolvidas por povos tradicionais da Amazônia. Estima-se que na Amazônia, esta prática é responsável pela alimentação de cerca de 600 mil famílias de pequenos produtores (HOMMA et al., 1998).

Antes do início do projeto da Priprioca, a principal fonte de renda era a farinha. Com o início do projeto, muitos pararam de produzir farinha e ficaram somente com a priprioca e agora, seguindo o sucesso de um dos moradores (Nazareno), estão iniciando seus projetos de cultivo de hortaliças e sistemas agroflorestais (Relatório Instituto Peabiru, 2005).

A roça diminui mesmo, o forte agora é a priprioca e a horta. Fazer farinha dá mais trabalho, mesmo que tenha que ir todo dia ir na horta, mas o trabalho é mais leve (Agricultor familiar, participante do “Projeto priprioca”).



Foto 6 - Produção de farinha em Boa Vista do Acará.

Fonte: Ruth Almeida

Em 2006, as comunidades tiveram que se adequar a uma série de exigências em função do processo de certificação de suas áreas, que, estão sendo cumpridas apenas em parte. Em Cotijuba e Boa Vista do Acará há uma delimitação, por parte dos produtores, destas exigências apenas para as áreas do “Projeto Priprioca”, fiscalizada pela certificadora. Na comunidade de Campo Limpo 100% dos sócios (não se tem informação dos demais membros da comunidade – não sócios) aderiram aos critérios de não utilização de queimadas em suas áreas de produção, além do não uso de fertilizantes e defensivos químicos. Nas demais continua a forma tradicional de corte e queima (Figura 14).

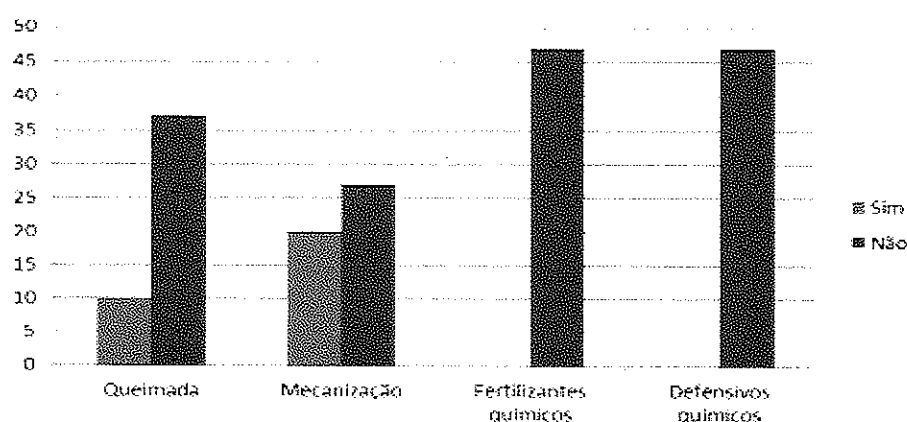


Figura 14 - Práticas e insumos agrícolas utilizados, 2012.

Fonte: dados da pesquisa

8.2.5. Principais atividades e fontes de renda

Foi solicitado que cada agricultor indicasse as suas principais fontes de renda. Os resultados estão listados na Figura 15. Para melhor compreensão da dinâmica de produção, dividiu-se as atividades entre os períodos de verão e inverno para avaliar o impacto da cultura da priprioca que é comercializada prioritariamente no inverno. A priprioca apresentou um papel importante das atividades que são desenvolvidas no inverno, cerca de 76,60%, seguido das frutas representando 51,06%, as hortaliças representaram 21,28% e a farinha que apresenta (17,02%). No verão já se verifica a participação maior da farinha na renda (36,17%), seguido das frutas (27,66%), das hortaliças (25,53%).

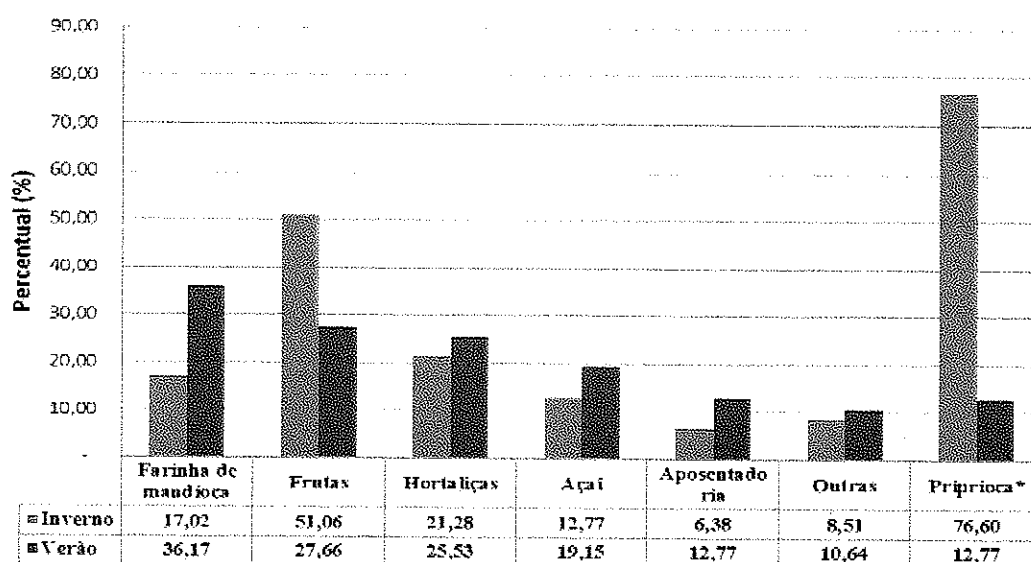


Figura 15 - Principais fontes de renda das famílias dos produtores de priprioca, 2012.

Fonte: dados da pesquisa

Somado as diferentes atividades desenvolvidas pelos agricultores, ressaltado que a produção de farinha não tem sido a prioridade, os valores médios mensais da renda oscilam entre 2 a 3 salários mínimos (55,32%), seguido dos que dispõe de menos de 2 salários mínimos mensais (38,30%) e pouco mais de 6,38% estão na faixa entre 3 a 5 salários mínimos (Tabela 20).

Tabela 20 - Renda das famílias dos produtores de pripioca, 2012.

Renda mensal	Frequência	Percentual (%)
Menos de 2 SM	18	38,30
De 2 a 3 SM	26	55,32
De 3 a 5 SM	3	6,38
Total	47	100,00

Fonte: dados da pesquisa

Segundo Alves e Homma (2008, p.203) “nas comunidades mais desfavorecidas do país, a contribuição da previdência social, da Bolsa Família e dos poucos empregos públicos, apesar dos baixos salários, chegam a representar quase um quinto da massa salarial média das famílias” e podem de certa forma, proporcionar uma melhoria, mesmo que pequena, na vida das famílias.

Há também um contingente de 20,59% que obtém renda de outras fontes relacionadas ao trabalho desenvolvido fora da propriedade rural, como é o caso de salários obtidos de serviços públicos, açougueiro, agente comunitário de saúde, barqueiro, turismo, garçom, porteiro, serviços gerais, operador de máquina, montador de móveis, trabalho braça, vigilante, vendedor entre outros, com renda média de um salário mínimo e meio (Tabela 21).

Tabela 21 - Pessoas da família que trabalham fora da unidade de produção rural.

Comunidades	Sim	Percentual (%)	Não	Percentual (%)	Total
Boa Vista do Acará	9	42,86	12	57,14	21
Campo Limpo	2	11,76	15	88,24	17
Cotijuba	4	44,44	5	55,56	9
Total	15	31,91%	32	68,09%	47

Fonte: dados da pesquisa

Outra informação importante resultou do questionamento feito aos agricultores familiares em relação à **percepção** que os mesmos tinham sobre a participação da renda advinda da pripioca no montante geral do que recebiam. O resultado pode ser visualizado na

Tabela 22 onde Boa Vista do Acará observou menor participação da priprioca na composição da sua renda, em torno de 40,48%. Em Campo Limpo este peso foi maior (58,82%) e em Cotijuba 45,56%.

Tabela 22 - Percepção da participação da priprioca na composição da renda das famílias.

Priprioca na composição da renda	Média	Desvio Padrão	CV (%)
Boa Vista do Acará	40,48	14,655	36,21
Campo Limpo	58,82	16,912	28,75
Cotijuba	45,56	13,333	29,27
Total	48,09	17,149	35,66

Fonte: dados da pesquisa

Estas informações são muito importantes, pois refletem claramente **a diversificação da produção e o grau de dependência em relação à Natura**. Ou seja, de uma série de outras atividades produtivas, a priprioca representa, para os agricultores, uma parte significativa e retratam a relação de dependência criada em relação ao “Projeto Priprioca”. A comunidade de Boa Vista do Acará, que apresentou menor percentagem, possui de fato uma **diversificação de produtos** da agricultura familiar (frutas, produção de farinhas) **muito** maior e sendo comercializado em diferentes canais (no Ver-o-Peso, Porto da Palha, feira em Belém, atravessadores). Por outro lado, Campo Limpo, que está abandonando as atividades de roça, hoje é a comunidade que mais está “comprometida” com o projeto, possui uma dependência maior em relação à empresa (Tabela 22). Outros produtos agrícolas como o milho, arroz, feijão possuem papel apenas complementar, pois na maioria dos casos são produzidos para a subsistência familiar não sendo comercializados. Cotijuba também possui outras fontes de renda como o turismo, artesanato, não sendo tão fortemente dependentes do “Projeto Priprioca”.

8.2.6. Etapas do processo de produção da priprioca

As fases do processo de produção da priprioca serão descritas a seguir, com base nas observações de campo, questionários e em Nicoli et al. (2006). Foram detalhados o preparo da área, plantio, tratos culturais, produtividade e colheita da produção que envolve um retorno financeiro à comunidade. Com exceção de Boa Vista Acará, que fornece priprioca ao Ver-o-Peso, a produção das demais comunidades atendem exclusivamente ao contrato com a Natura.

Há diferenças nas formas de plantio entre as comunidades. Em Santo Antônio do Tauá e Cotijuba o cultivo é realizado em leiras de 50m/1,20m e utilizando adubo orgânico (cama de aviário, 17t/ha) para a produção. A priprioca também é cultivada em pequena escala nos quintais por pequenos produtores de plantas aromáticas e medicinais. Em Boa Vista do Acará a priprioca é plantada de duas maneiras diferentes. A primeira é na área da roça, com preparo da área feito de modo tradicional, ou seja, inicia-se com a derruba, queima, coivara e destocamento, aproveitando-se as cinzas das coivaras para o plantio da priprioca. Na área do “Projeto Priprioca”, os agricultores seguem as regras da empresa e da certificadora.

O primeiro plantio (2002), por determinação dos representantes da Beraca, foi de 30 canteiros (leiras) por família, depois reduzidos para 10 e por último de 6 canteiros por produtor. Isso porque a quantidade de produção por canteiro foi subestimada, gerando uma produção maior do que a prevista. A alta produção de 2004, que atingiu 108 t e foi reduzida drasticamente para 24 t em 2006 esteve relacionada ao alto estoque de óleo de priprioca que a Beraca/Natura acumularam. Enquanto a produção estimada no sistema tradicional foi de 15 t/ha, as estimativas no sistema de canteiros mostraram uma produtividade de 42 t/ha.

Preparo dos canteiros: Os canteiros são feitos em leiras de 1,20 m de largura por 50 m de comprimento e as batatas de priprioca são plantadas “no espaçamento de 0,40 m na linha e 0,40 m entre as linhas, com espaçamento é de 0,50 m a 1,0 m entre as leiras, para permitir o tráfego de carrinhos de mão para o transporte das mudas e para facilitar os tratos culturais” (NICOLI et al., 2006). Antes do preparo das leiras, se a área for uma capoeira, é necessário efetuar uma gradagem com trator de roda, para revolver a terra e fazer as leiras. Se o terreno não tiver muitos tocos, a terra é revolvida com um enxadeco. A adubação é feita com esterco de galinha³⁶. Depois de aproximadamente 4 ou 5 dias, as batatinhas de priprioca são plantadas (Foto 7). Não é permitido o uso de fertilizantes químicos, pois poderia afetar a qualidade dos rizomas na fabricação dos perfumes. Nesta fase há um nítida divisão de trabalho: “Os homens prepararam a área, gradeia a área para puxar as leiras. Depois da área plano, levanta os canteiros, depois aduba, deixa passar uns 4 dias e vai plantar. As leiras é mais pra homem” (Plantador de priprioca).

³⁶ O esterco de galinha constitui-se em uma mistura com cama de aviário. Para curti-lo, basta deixá-lo na chuva e cobri-lo com lona por 3 dias (NICOLI et al., 2006).



Foto 7 - Leira ou canteiro preparado para plantio da priprioca

Fonte: Ruth Almeida

Plantio: Antes do plantio, deixam os rizomas de molho por 1 dia e depois de 3 dias plantados, já começam a grelar. A época apropriada para o plantio é o início da estação chuvosa, nos meses de janeiro e fevereiro. Em cada linha da leira, gastam-se 125 rizomas. Os mesmos são plantados manualmente, com auxílio de uma vara para abertura das covas, que devem ser rasas para facilitar na hora de arrancar os rizomas com a enxada por ocasião da colheita, que saem como se fossem um tapete de rizomas entrelaçados. “As mudas são adquiridas no local, através de tubérculos originários de colheitas anteriores. O espaçamento utilizado é em torno de 0,40 m x 0,40 m tanto para leiras como coivara” (Foto 8). Em Campo Limpo, os agricultores ao fazerem os canteiros de priprioca, normalmente deixam um espaço maior entre um canteiro e outro onde plantam as frutas, aumentando significativamente a eficiência do sistema.

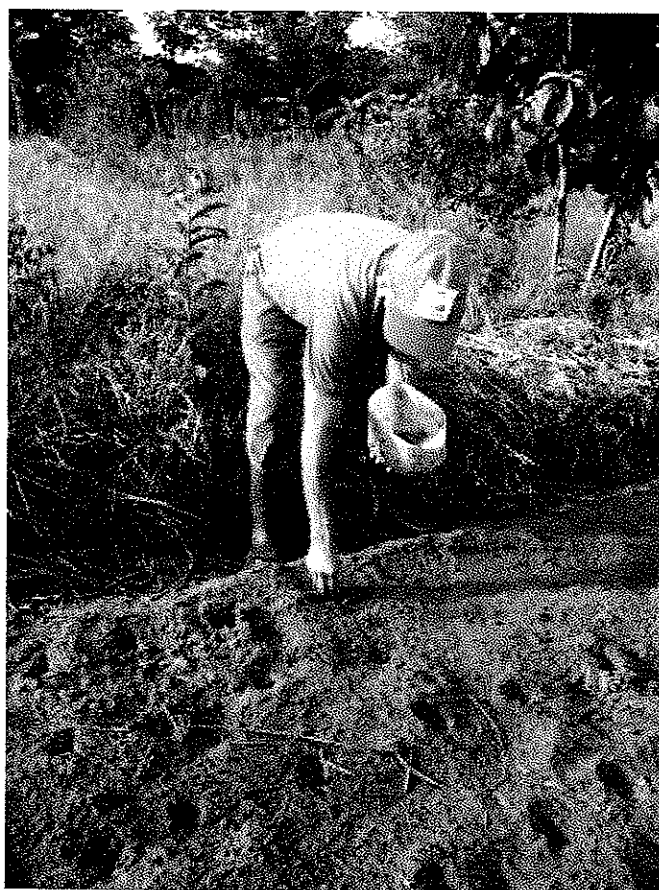


Foto 8 - Plantio da priprioca

Fonte: Ruth Almeida

Tratos culturais: Depois de plantados são aplicados tratos culturais como a capina e a roçagem. São realizadas limpezas para retirada das ervas daninhas, que são efetuadas manualmente. Na primeira e na segunda capina, uma pessoa gasta 1 dia/leira e, na terceira e quarta capina, gastasse cerca de 2 dias/leira, dependendo do grau da infestação. A priprioca é bastante rústica, não necessitando de outros tratos culturais, sendo o único inseto observado a paquinha (*Neocurtilla hexadactyla*) que chega a cortar o rebrotamento dos rizomas, mas sem maiores problemas ou prejuízos (NICOLI et al., 2006) (Foto 9).



Foto 9 - Trato cultural – Capina

Fonte: Ruth Almeida

Produtividade: A produtividade dos rizomas varia com a idade da planta. Aos 9 meses, a produção obtida varia de 180 kg a 200 kg/leira, chegando a atingir 300 kg/leira com 18 meses. A empresa dá preferência às batatinhas mais jovens (colheita a partir de 9 meses), porque se extrai mais óleo e, à medida que vão envelhecendo, algumas batatinhas secam. (Nicoli et al., 2006). Por esse motivo, foi estabelecido que a colheita seria feita entre 9 meses e 1,5 ano de idade no máximo. Considerando a média obtida por cada leira, de 180 kg de rizoma de priprioca, depois de lavada e ensacada, é possível obter-se 14.400 kg/ha. Uma planta produz em média 35 rizomas, podendo produzir até 62 rizomas quando plantada em espaçamento maior (0,50 m x 0,50 m) (Foto 10).



Foto 10 – Priprioca sendo transportada para lavagem

Fonte: Ruth Almeida

Colheita: O arranquio dos rizomas de priprioca, depois de 9 meses de plantio, começa com o corte das hastes com terçado para efetuar a limpeza das leiras, em plena época seca. Em seguida, procede-se novo corte, mais rente ao solo, para reduzir o tamanho das hastes, a fim de facilitar a retirada dos rizomas e da terra. Estes dois cortes promovem um grande desgaste dos terçados, exigindo que sejam afiados constantemente (NICOLI, et al., 2006). Com a enxada, promove-se o levantamento dos rizomas que estão emaranhados enquanto outra pessoa bate os rizomas para retirada da terra aderente e dos “pelos”. Em seguida, são amontoados para serem lavados. São necessárias quatro diárias para colher e bater uma leira de priprioca.. A colheita pode ser efetuada durante os meses de outubro a dezembro, quando o plantio for realizado no início da época chuvosa, com adubação orgânica e capinas, para livrar a plantação das ervas daninhas (Foto 11).



Foto 11 - Priprioca depois do arranquio

Fonte: Ruth Almeida

Depois de arrancar umas 4 a 5 leiras, leva-se para lavagem no igarapé para retirar a areia e depois ensaca. Em média 50 a 70 kg por saca (Foto 12). Os tubérculos tem como destino a fábrica para extração do óleo essencial para utilização na fabricação de perfumes ou soa vendidos no complexo do Ver-o-Peso. A comercialização é feita pelos próprios produtores ou por intermediários, sendo vendidos na feira em Belém (PA) no atacado em maços ou em paneiros.



Foto 12 - Priprioca sendo ensacada

Fonte: Ruth Almeida

Os agricultores familiares, além da característica que lhes é peculiar, ou seja, empregam na sua atividade maioria de mão de obra familiar, ultimamente vem utilizando, em função do “Projeto Priprioca”, a figura do diarista. A justificativa é a dificuldade em realizar todas as atividades somente com os membros da família, pois precisam garantir a “meta” de produção estipulada pela empresa. O valor da diária varia entre R\$ 25,00 a R\$ 30,00. Porém, tem ocorrido uma alteração nesta relação, em especial em Boa Vista do Acará, que é o “inflacionamento” do serviço. O valor da diária é a mesma das outras comunidades, mas “fica mais caro quando sabem que é diária pra priprioca”, chegando a R\$ 50,00. A outra possibilidade, seria a utilização de mutirões, “troca de trabalho”, que ainda é utilizada em Cotijuba.

Trabalho muito com diária pra cuidar da priprioca. O meu problema é a coluna. Mesmo se não tivesse com problema na coluna ia ter que pagar diarista porque é um serviço enjoado. A maioria paga diarista, é difícil só família. Mesmo quando é da própria família também paga porque precisam e não moram mais na casa (Agricultor familiar, participante do “projeto priprioca”).

No processo de produção da priprioca, há uma nítida divisão social do trabalho, com atividades diferenciadas entre homens e mulheres. Aos homens cabe à parte “pesada”, como eles dizem do trabalho de “roçar a leira”, “pegar no enxadeco para revirar a priprioca”. As mulheres cabem a atividades de “limpar a priprioca”. Limpar significa tirar mais o “pelo” e

ainda lavar no igarapé. “Mulher só não distoca toco da terra e nem arranca a priprioca da terra. As Mulheres limpam e lavam”.

A participação menor das mulheres como associadas ou participantes no processo produtivo da priprioca pode ser explicada pelo “papel” socialmente construído, onde caberia às mulheres a função de reprodução familiar e não de produção. Entende-se o primeiro como o cuidado com a casa, com os filhos e com o marido. Segundo Mourão (2011) normalmente este trabalho, que não é remunerado, passa por invisível, escondido. Por outro lado, veremos posteriormente que, quando as mulheres estão inseridas em diferentes espaços de produção (agricultura, extrativismo e pecuária) envolvida em todos os processos da divisão do trabalho, elas, na maioria das vezes, ainda consideradas como “ajudantes” ou “auxiliares”. E, para uma discussão sobre a relação entre empresa e comunidades na agricultura familiar, faz-se necessários desvelar as questões de gênero³⁷ nos processos.

8.2.7. Processo de comercialização e “parceiros secundários” – Beraca e Givaudan

Para a implementação de um plano de comercialização entre as comunidades e a Natura, fez-se necessário inicialmente o estabelecimento de parceria com alguns de seus fornecedores de matérias primas e fragrâncias, entre eles Cognis, IFF, **Givaudan do Brasil Ltda (SP)**³⁸ – que pudessem se interessar em trabalhar junto às comunidades para compor a cadeia de fornecimento. Nessa perspectiva, esses fornecedores (caracterizados como secundários) estavam incumbidos de mapear e captar comunidades rurais (caracterizados como fornecedores primários), dispostas a fornecer ativos da biodiversidade de interesse da Natura (VILHA, 2009). O “Projeto Priprioca” surgiu deste contato.

Depois de localizadas as comunidades que plantariam a priprioca para a extração do óleo, a Givaudan começou a montar a cadeia de abastecimento: as comunidades plantariam a

³⁷ Resultado das relações sociais, ou seja, a existência dos gêneros no sentido reconhecido historicamente como homem e mulher. A partir disso, os sexos saem do processo social como não iguais, e sua não-igualdade se converte no fundamento ou base de futuras formações. Desta maneira, as relações de gênero se convertem em relações reguladoras fundamentais em todas as formações sociais que conhecemos: divisão trabalhista, dominação, exploração, ideologia, política, lei, religião, moral, sexualidade, corpos-sentidos, e linguagem etc (Haug, 2007).

³⁸ A Givaudan chega ao Brasil em 1949, com a instalação do escritório administrativo no Centro de São Paulo e da fábrica no bairro do Jaguaré. Em 1963, a indústria Roche adquire a Givaudan e, no ano seguinte, a Roure, que passam a integrar o mesmo grupo empresarial. Em 1979 é inaugurado o atual complexo industrial, ao lado da avenida Marginal do Rio Pinheiros. Em 1990, a Givaudan adquire a Fritzche Dodge Olcott e, um ano depois, acontece a fusão com a Roure. A empresa passa a se chamar Givaudan Roure. Em 1997 ocorre a compra da Tastemaker. No ano 2000, a companhia torna-se uma empresa de capital aberto, desvinculada da Roche, e passa a ter ações negociadas na Bolsa de Valores da Suíça. Na primeira década do século XXI, a empresa faz outras importantes aquisições, como a FIS (Food Ingredients Specialities), a IBF (International Breathwork Foundation) e a Quest, e se consolida como líder do ramo de aromas e fragrâncias.

priprioca, porém a Givaudan não podia transportá-la de Belém para São Paulo, necessitando assim de uma empresa no Pará para fazer a destilação. O desafio era encontrar mais um parceiro que se integrasse a este “elo”. Esse parceiro foi a **Beraca Brasmazon Indústria de oleaginosas e produtos da Amazônia Ltda**³⁹, integrando-se a cadeia de comercialização, onde a Natura passou a controlar e orquestrar as várias funções do negócio, como produção, comercialização, *marketing* dentre outros, permitindo o controle de todas as atividades, facilitando sua *diferenciação* (PORTER, 1989).

Dando prosseguimento ao processo, as reuniões passaram a ser conduzidas em conjunto, para que ficasse bem claro, principalmente para os agricultores familiares, quais eram as **responsabilidades de cada um no “elo”**, a saber: a) a responsabilidade da comunidade era o de produzir a raiz; b) à Beraca cabia o acompanhamento da colheita e destilação do óleo de priprioca fornecido à Givaudan; c) à Givaudan usar o óleo numa composição para gerar uma fragrância de priprioca; d) e a Natura usar a fragrância para fazer perfume e vender no mercado (Figura 16). É a tentativa de criação de um ambiente comercial diferenciado. Este ambiente deve reforçar a ideia de que produtores e negociadores são parceiros comerciais.

³⁹ A Beraca é uma empresa brasileira com 7 unidades no Brasil, uma na França e uma nos Estados Unidos. Atuante em todo o território nacional e com distribuição em mais de 40 países ao redor do mundo, a empresa é especializada no desenvolvimento de tecnologias, soluções e matérias-primas de alta performance para os mercados de tratamento de águas, cosméticos, nutrição animal e para a indústria de alimentos e bebidas. Com mais de 50 anos de história, a Beraca é uma empresa genuinamente brasileira, reconhecida pela sua capacidade de inovação e adaptação. Trabalha, entre outras coisas, com a destilação de óleos que é oferecido para diferentes empresas entre elas a Givaudan.

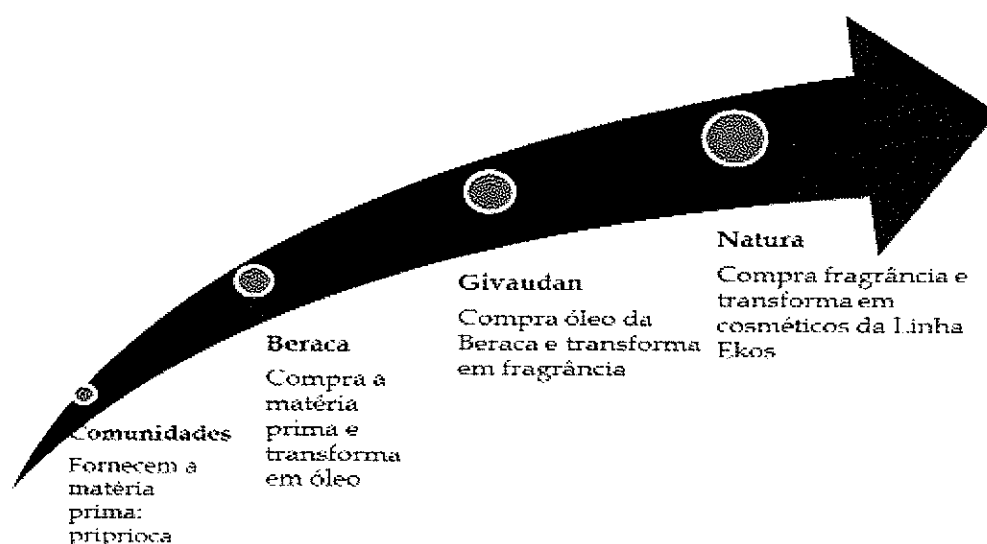


Figura 16 – Processo de comercialização da priprioca

Fonte: Relatórios Natura 2001-2012

Com a formação desta estrutura, desde o início da relação comercial em reuniões realizadas nas comunidades, representantes da empresa Natura, Givaudan e Beraca, **estabeleceram os volumes de produção da priprioca, o número de canteiros a serem cultivados pelas famílias, o valor de custeio de cada canteiro (R\$ 5,00 – cinco reais), deixando claro que o financiamento do processo seria para apenas uma safra. Não ocorrendo assim, a participação dos agricultores familiares** tanto na forma do plantio como na quantidade da produção.

Até o ano de 2011 houve um diferencial de preço da priprioca pago às comunidades de Campo Limpo e Cotijuba (R\$ 3,00) em relação ao valor pago aos produtores de Boa Vista do Acará (R\$ 3,50). O comentário de um dos produtores era de que **“a gratificação é certa por que nós começamos”**, seria a compensação pelo uso do **conhecimento tradicional associado** à priprioca. No ano de 2012 este valor subiu para R\$ 3,98, igualando o valor para todas as comunidades (Tabela 23).

Tabela 23 – Valores pagos pelo quilo da priprioca

Comunidades	Valores (Até 2011)	Valores (2012/-)
Boa Vista do Acará	3,50	3,98
Cotijuba	3,00	3,98
Campo Limpo	3,00	3,98

Fonte: dados da pesquisa

Como forma de controle da qualidade da priprioca comprada, cada produtor possui um número que o identifica. Assim, é possível, por parte da empresa, acompanhar a produção de cada fornecedor, que pode ser “repreendido” se a entrega estiver “fora do padrão” estabelecido pela empresa. A pesagem da saca é feita na própria comunidade com a presença de representantes da Beraca e da Associação (Foto 13).

O pessoal da Beraca só reclamaram porque tava indo com muita ‘barbata’, areia, não podia ir molhada. O pessoal da Beraca veio de surpresa de São Paulo e disseram ‘olha a gente não tá comprando água, mas batata da priprioca’. Eles estão certo, não estão falando mentira (Agricultor familiar, produtor de priprioca).

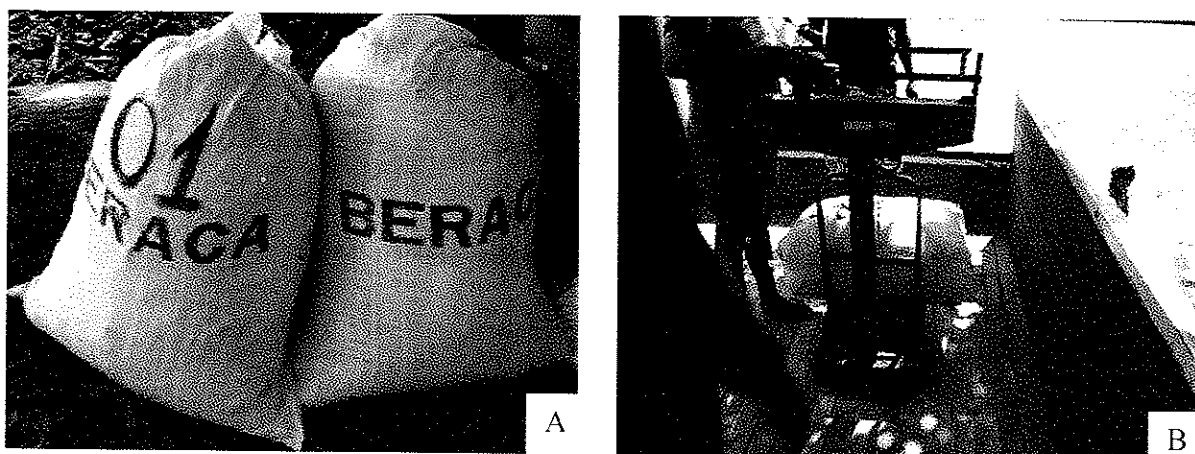


Foto 13 – Processo de comercialização da priprioca. A) Sacas com a identificação dos produtores; B) Pesagem da priprioca na própria comunidade.

Fonte: Ruth Almeida

A forma de pagamento ocorre via associação que lança nota fiscal e em média de 15 dias úteis o dinheiro está na conta. Entre 5% a 10% do valor que é creditado na conta da Associação é descontado para manutenção das despesas da mesma. No caso da priprioca, esta é transportada via terrestre, em caminhão contratado pela Beraca, que se encarrega de buscar nas comunidades (Foto 14). No caso de Cotijuba mais um barco é envolvido no transporte.

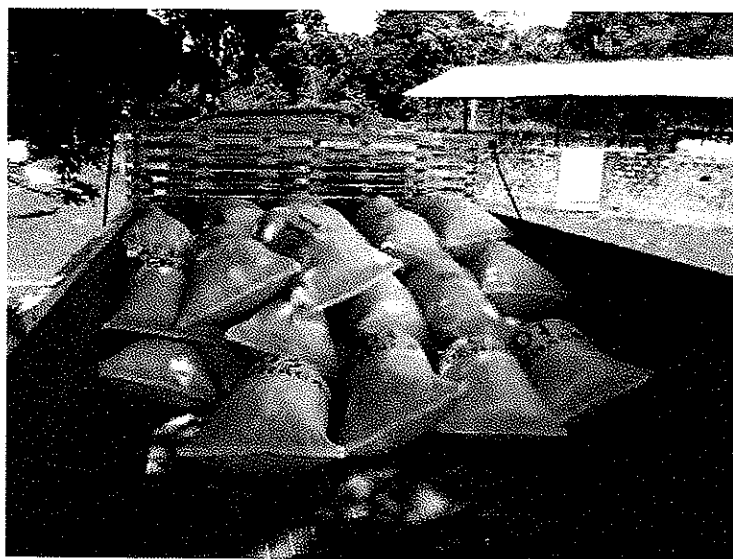


Foto 14 – Sacas de pripioca no caminhão da Beraca

Fonte: Ruth Almeida

Além da pripioca, outros produtos são comercializados pelas comunidades. A parte da produção que não é para consumo das famílias, é comercializada em mercados na sede dos municípios, realizada diretamente dos produtores para os consumidores e para outros municípios como Belém (Ver-o-Peso - absorve mais de 80% da produção, Feira do Porto da Palha, Feira orgânica em Belém, Icoaraci e etc.) e Vigia.

A comunidade de Campo Limpo, de forma individual, comercializa legumes, verduras e frutas orgânicas, porém ressalta que não consegue diferenciar o preço, o orgânico “não vale mais” e explica sua estratégia de venda nas feiras.

Tá vendo aquela folha bonita? Tá cheio de veneno, tá azul. A nossa não é tão bonita, mas não tem veneno, é orgânica, nunca levou orgânico? Se quiser se envenenar vai pra lá, senão vem pra cá... (Agricultor familiar, participantes do “Projeto pripioca”).

Na pesquisa de campo foi possível identificar os caminhos percorridos para a efetivação da comercialização com papel importante do atravessador, que na maioria das vezes vai “pegar na porta da casa” dos agricultores familiares farinha, frutas, goma, tucupi em pelo menos 3 vezes durante a semana. Os intermediários cumprem a função de ser produtor e vendedor o mesmo tempo (Figura 17).

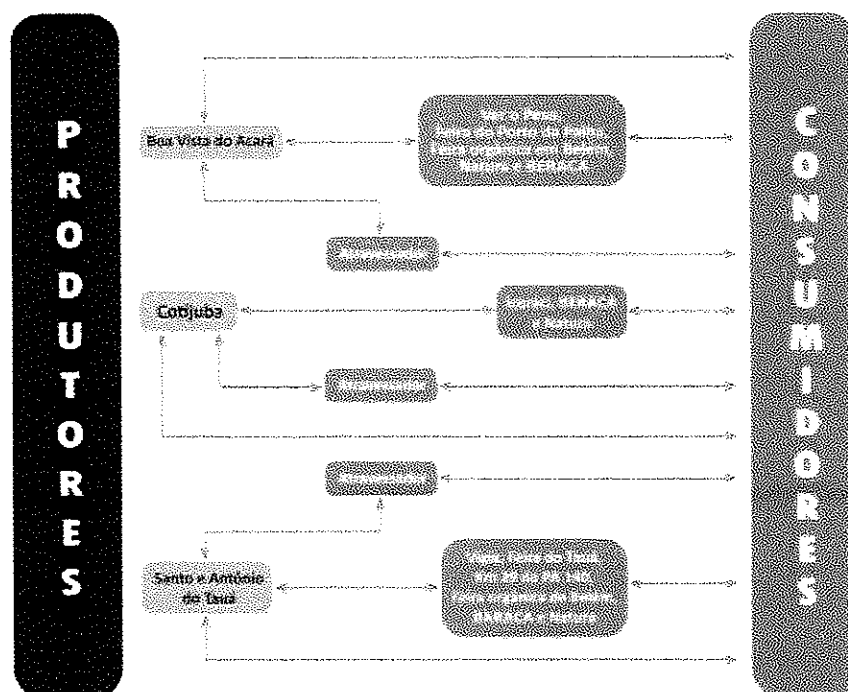


Figura 17 - Fluxo e canais de comercialização dos produtos comercializados pelas comunidades.

Fonte: dados da pesquisa

A comercialização é realizada de forma individual. As Associações de produtores não conseguem ter qualquer tipo de atuação, ingerência nas outras negociações comerciais que não seja a própria. O pagamento derivado da venda do produto é recebido na mesma hora da entrega e em dinheiro. Quem recebe o dinheiro nas comunidades geralmente são os homens (65,45%); em seguida as mulheres 29,09%, filhos 3,64% e outros parentes 1,82%. Porém, a administração do mesmo e a compra de alimentos industrializados, roupas para a família, pagamento de lojas ficam a cargo das mulheres.

A maior parte das atividades é realizada via fluvial, tanto no que se refere a pessoas, como mercadorias. Costumam transportar os produtos de barco, moto e até mesmo de bicicleta (Tabela 24) num acesso, na maioria das vezes, não asfaltado que é apresentado como uma dificuldade, pois “transporte é sempre difícil e caro”.

Tabela 24 - Formas de locomoção utilizadas fora das comunidades

Formas de locomoção	Frequência	Percentual (%)
Barco	24	23,53
Motocicleta	19	18,63
Ônibus	17	16,67
Moto-taxi	13	12,75
Van/Kombi	7	6,86
A pé	5	4,90
Rabeta	5	4,90
Bicicleta	4	3,92
Canoa	3	2,94
Carroça	2	1,96
Outros	2	1,96
Carro	1	0,98
Total	102	100,00

Fonte: dados da pesquisa

O preço recebido pelo produtor por 10 maços, correspondente a 1 Kg, subiu em valores nominais de 1,00 R\$/Kg em 2002, para 1,50 R\$/Kg em 2006. Por outro lado, o intermediário, que estava vendendo a priprioca por 2,00 R\$/Kg em 2002, e em 2006 por 3,00 R\$/Kg aos feirantes.

8.2.8. Assistência técnica e crédito rural

No ambiente institucional foram pesquisados dois aspectos: a) a assistência técnica; e c) o acesso às linhas de financiamento.

As vantagens das organizações giram em torno da possibilidade de aumento de poder para negociar e firmar parcerias junto aos agentes do poder público e privado, buscando conquistas em termos de políticas de crédito envolvendo adequações de condições operacionais, como prazos de carências, taxas de juros, períodos de amortização etc. Pode também direcionar a oferta de cursos de capacitação técnica e gerencial adequado às necessidades da organização e à agregação de valor aos seus produtos.

Por outro lado, isto não quer dizer que questões como acesso à linhas de

financiamento, assistência técnica, infraestrutura entre outras necessidades estejam resolvidas.

a) Assistência Técnica

Os serviços de assistência técnica e gerencial são fundamentais para ampliação e desempenho da agricultura familiar, visto que pode viabilizar um melhor emprego e gestão dos fatores de produção e dos recursos naturais garantindo melhores resultados socioeconômicos aos agricultores e suas famílias.

Na pesquisa de campo e questionários, constatou-se que 97,87% das comunidades recebem assistência técnica, em grupo, dos mais diferentes agentes, entre eles: EMATER (64%), IBD (32%), Natura (62%), UFRA (15%), SEBRAE (6%), Beraca (4%), Embrapa (2%), SENAR (2%) e Secretaria Municipal de Agricultura (2%). Sendo que 89,36% dos agricultores familiares já haviam recebido algum tipo de qualificação.

Declararam a necessidade de receber cursos/treinamentos nas seguintes áreas seguintes áreas, com destaque para: Cursos de técnicas de produção agrícola (29,79%), Administração, contabilidade e informática (12,77%) e mecânica de motos (8,51%) (Tabela 25).

Tabela 25 - Formas de locomoção utilizadas fora das comunidades

Áreas que gostariam de receber treinamento	Frequência	Percentual (%)
Cursos de técnicas de produção agrícola*	14	29,79
Administração, contabilidade e informática	6	12,77
Mecânica de motos	4	8,51
Associativismo e cooperativismo	2	4,26
Corte e costura	2	4,26
Outros	1	2,13
Não informaram	18	38,30
Total	47	100,00

Nota: (*) cultivo de frutas, hortaliças, mandioca e outras culturas.

Fonte: dados da pesquisa

Porém, reclamaram que a Assistência Técnica, 2009 a 2011 atuou, mas até meados de 2012 não haviam recebido visitas. Entre os vários cursos realizados para as comunidades, pela empresa Natura, destacam-se:

- Capacitação em Boas Práticas de Manejo;
- Capacitação de cooperados em “noções básicas de contabilidade”;
- Treinamento em gestão administrativa e financeira;
- Curso de Boas Práticas de Beneficiamento;
- Programa de formação de jovens em gestão de cooperativas;
- Realização de intercâmbios técnico;
- Curso de Permacultura.

b) Acesso a linhas de financiamento

Esta variável é de suma importância, pois possibilita identificar o nível de integração dos agricultores familiares e suas entidades representativas com as instituições financeiras de fomento. O acesso às linhas de crédito para custeio, equipamentos e treinamento de recursos humanos, pode ampliar o desempenho produtivo dos agricultores familiares.

Os resultados da pesquisa de campo demonstram que apenas e 36,17% acessaram crédito, contra 63,83%. Todos estes que acessaram são da comunidade de Campo Limpo. Os financiamentos acessados foram PRONAF (89%), via Banco do Brasil, para o cultivo da pirioca e hortaliças e empréstimo para construção da casa (11%). Os valores variaram entre R\$ 2.500,00 e R\$ 12.000,00.

9. RELAÇÃO EMPRESA/COMUNIDADE: INSTITUCIONALIZANDO AS RELAÇÕES DE PARCERIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL? OU RELAÇÕES DE TRABALHO ALIENADO?

Trilhando esse caminho, a Natura tem procurado fazer com que **suas atividades sejam regidas por práticas economicamente viáveis, ambientalmente corretas e socialmente justas**. Isso representa um esforço permanente na tentativa de incorporar tais princípios à cultura da empresa e a seus processos de gestão, o que inclui comunicá-los de forma ampla e transparente e disseminá-los entre consumidores, colaboradores, consultoras, fornecedores e as comunidades com as quais a empresa se relaciona (Relatório Natura, 2001).

Persistiremos investindo no uso sustentável da biodiversidade brasileira, por entendermos que representa uma grande **vantagem competitiva para o Brasil** (Relatório Natura, 2006).

Segundo a Natura, sua ação como empresa tem sido, há vários anos, pautado pelo compromisso com o **desenvolvimento sustentável e na valorização das tradições culturais regionais e locais**, estabelecendo relações com fornecedores rurais sejam eles comunidades tradicionais ou grupos de agricultores familiares, considerando que esta seja mais uma possibilidade de vantagem competitiva, uma estratégia de negócio. Seu eixo direcionador, e citado nos seus documentos institucionais, é Relatório “Nosso Futuro Comum” (1987), da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas. Neste, as premissas básicas para a sustentabilidade são: equidade, justiça social, fortalecimento do capital social, participação, garantia de recursos básicos como água, alimentos e energia em longo prazo, preservação da biodiversidade e dos ecossistemas; aumento da produção industrial nos países não industrializados com base em tecnologias ecologicamente adaptadas; atendimento das necessidades básicas (saúde, escola, moradia), participação, inclusão e respeito às diferentes culturas. O tão almejado equilíbrio entre o econômico, o social e o ambiental.

Tomando como base dois conceitos fundamentais do desenvolvimento sustentável, **participação e equidade** – esta última entendida enquanto ‘disposição de reconhecer igualmente o direito de cada um’ – pergunta-se então: Como é construída a chamada relação de parceria entre a empresa e as comunidades? Para a Natura prevalece o critério

mercadológico ou ela consegue aliar suas necessidades inadiáveis de busca de maior participação em fatias de mercado e o lucro aos conceitos de desenvolvimento sustentável, capital social e parceria? As relações de negócios que nortearam a parceria entre a Natura e as Associações rurais reconhecem e respeitam os saberes, a cultura dos atores sociais envolvidos?

A perspectiva de análise, no que diz respeito às interações empresa/comunidades, parte dos pressupostos de que existem estilos de vida, práticas sociais não só contrastantes, mas contraditórias, tanto do lado da empresa (com interesses próprios e objetivos), como dos agricultores familiares; as relações são pautadas em marcos regulatórios, cuja passagem da informalidade de relações para a formalidade contratual é essencial para a empresa, pois sem acordo formais e fechados que atendam quesitos de qualidade e quantidade impossibilitaram o atendimento da demanda da empresa. As relações comerciais não estão ocorrendo de forma participativa colaborativa ou equitativa como deve ser, no chamado desenvolvimento sustentável, além da inserção de procedimentos organizacionais, de gestão exógenos às comunidades para cumprimento de padrões de qualidade da empresa.

9.1 A PARCERIA VIA CONTRATO – “ELOS” E CONSTRUÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

“Comunidades fornecedoras”, “parceiros”, “fornecedores primários”, “elos”, “comunidade Natura⁴⁰”, “*stakeholders*”, “comunidades fornecedoras e de relacionamento”, “parceiros de negócios”. São algumas das denominações feitas às comunidades que fornecem de ativos da biodiversidade (sociobiodiversidade⁴¹) à empresa Natura. Atualmente, segundo dados da própria empresa, 36 comunidades e 3.571 famílias, maioria da Região Amazônica, compõem o grupo de agricultores familiares e extrativistas fornecedores de ativos para a fabricação de seus produtos. Nos relatórios da empresa, os dados disponíveis são apenas dos anos de 2006 a 2012, que se mostraram ascendentes (Quadro 5).

⁴⁰ Outros integrantes da comunidade Natura: colaboradores, consultoras, acionistas, consumidores, fornecedores e parceiros.

⁴¹ A partir do relatório anual de 2011 a empresa Natura passou a utilizar o conceito de Sociobiodiversidade ao invés de Biodiversidade. Sociobiodiversidade consiste em um conceito que envolve a relação entre a diversidade biológica, os sistemas agrícolas tradicionais (agrobiodiversidade) e o uso e manejo destes recursos vinculados ao conhecimento e cultura das populações tradicionais e agricultores familiares <http://www.ipe.org.br/baixo-rio-negro/projeto-agrobiodiversidade>.

Quadro 5 - Comunidades e famílias fornecedoras de ativos da biodiversidade

Comunidades	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Comunidades com as quais a Natura se relaciona	16	19	23	26	25	32	36
Famílias beneficiadas nas comunidades fornecedoras	1.234	1.684	1.895	2.084	2.301	3.235	3.571

Fonte: Relatórios Natura 2001-2012

A empresa, com o intuito de facilitar o seu “planejamento e produzir melhores resultados para todos”, elaborou uma classificação dos “parceiros” segundo seu potencial em promover objetivos primordiais: a) a conservação da biodiversidade; b) a promoção do desenvolvimento sustentável; e c) o impacto social positivo (Relatório Natura, 2012). Estes parceiros estariam divididos em três grupos, a saber:

- a) **O primeiro grupo**, com maior capacidade de promover as transformações desejadas, reúne comunidades tradicionais, unidades de conservação de uso sustentável e grupos de agricultores familiares;
- b) **No segundo grupo**, estão as universidades públicas, coleções públicas, agricultores familiares individuais, Organizações Não-Governamentais (ONGs) e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs);
- c) **No terceiro grupo** empresários rurais, universidades particulares, empresas, coleções privadas e áreas próprias da Natura.

Com base nesta classificação e nas ações estratégicas da empresa, a mesma manifesta a necessidade da **criação** de um grupo de indicadores sociais, ambientais e econômicos, com o intuito de **monitorar** suas relações com os diferentes grupos acima relacionados⁴². A meta seria criar indicadores com base nas seguintes categorias:

⁴² **Felicidade Interna Bruta (FIB)**. No relatório de 2009 a Natura decidiu discutir internamente a aplicação do índice de Felicidade Interna Bruta (FIB), que incorpora uma série de elementos hoje considerados intangíveis, mas que estão alinhados com nossa Essência. O FIB baseia-se na crença de que o verdadeiro desenvolvimento da sociedade é mensurado a partir da análise de critérios que vão além dos indicadores da riqueza material de um país. Os indicadores foram criados para avaliar nove dimensões: bom padrão de vida econômica; boa governança; educação de qualidade; saúde; vitalidade comunitária; proteção ambiental; acesso à cultura; gerenciamento equilibrado do tempo; e bem-estar psicológico. Esse trabalho foi desenvolvido em parceria com o Instituto Visão Futuro, responsável por disseminar os princípios do FIB no Brasil. Nos demais relatórios (2010-2012) não foi citado mais o FIB.

- **Capital social**, que mede o grau de organização social, de articulação externa e a capacidade da comunidade de resolver seus problemas e tomar decisões coletivas de forma justa e democrática;
- **Capital humano**, que mede a qualidade da segurança alimentar, as condições de saúde e da educação;
- **Capital físico**, que avalia o acesso a infraestruturas de transporte, comunicação, energia, entre outros;
- **Capital natural**, relacionado à vitalidade dos ecossistemas e à qualidade ambiental do manejo dos recursos naturais;
- **Capital econômico**, que mede o nível de renda, a diversificação da produção e o grau de dependência em relação aos seus parceiros, entre eles a Natura.

O conceito de capital social adotado pela empresa Natura, como sendo aquele referente a **grau de organização social, articulação externa, capacidade da comunidade de resolver seus problemas e tomar decisões coletivas de forma justa e democrática** a coloca, de certa forma, como indutora destas transformações e dos quais ela expõe a necessidade de avaliação, foram pautadas a partir de conceitos do Banco Mundial⁴³.

Capital social refere-se às normas e redes que permitam uma ação coletiva. Ela engloba instituições, relações e costumes que moldam a qualidade e a quantidade das interações sociais de uma sociedade. **Evidências crescentes mostram que o capital social é fundamental para que as sociedades prosperem economicamente e para que o desenvolvimento seja sustentável.** O capital social, quando aumentou de forma positiva, pode melhorar a eficácia do projeto e sustentabilidade através da capacitação da comunidade para trabalhar em conjunto para resolver as suas necessidades comuns, promovendo maior inclusão e coesão, e aumentar a transparência e a prestação de contas (Banco Mundial, <http://web.worldbank.org>, tradução da autora).

Para aplicar o conceito de capital social a um nível prático e operacional, o Banco Mundial dividiu-o em cinco dimensões:

⁴³ Importante contribuição para as premissas do Banco Mundial são as formulações conceituais de James Coleman e Robert Putnam.

- **Grupos e redes** – coleções de indivíduos que promovem e protegem as relações pessoais que melhoram o bem estar;
- **Confiança e solidariedade** – elemento interpessoal, cujo comportamento promove uma maior coesão e mais capacidade de ação coletiva;
- **Ação coletiva e cooperação** – capacidade das pessoas de trabalhar em conjunto para resolver problemas comuns;
- **Coesão e Inclusão social** – reduz o risco de conflitos e promove o acesso equitativo aos benefícios do desenvolvimento, aumentando a participação dos marginalizados;
- **Informação e Comunicação** – melhora o acesso à informação, capturando as formas estruturais e cognitivas do capital social.

Ainda para o Banco Mundial, existiria o que ele chama de fontes-chave onde o capital social poderia surgir, seja num nível mais individual ou coletivo e que teriam um papel importantíssimo para o desenvolvimento socioeconômico:

- **Famílias:** Como a principal fonte de bem estar econômico e social dos seus membros, a família é o primeiro bloco de construção na geração de capital social para a sociedade em geral;
- **Comunidades:** interações sociais entre vizinhos, amigos e grupos de gerar capital social e capacidade de trabalhar em conjunto para um bem comum. Isto é especialmente importante para os pobres, como o capital social pode ser usado como um substituto para o capital humano e físico;
- **Empresas:** construção e manutenção de organizações eficientes como as empresas demandam confiança e um senso de propósito, ou seja, o capital social. Benefícios sociais firmam de capital, reduzindo os custos de transação, mas também pode ter efeitos negativos para a empresa e a sociedade;
- **Sociedade Civil:** o capital social é crucial para o sucesso de qualquer organização não-governamental, porque oferece oportunidades de participação e dá voz a quem pode ser bloqueado das avenidas mais formais para afetar a mudança;
- **Setor Público:** o setor público, ou seja, o Estado e suas instituições são fundamentais para o funcionamento e bem estar de qualquer sociedade.

A construção do que a Natura chama de parceria, em especial a ligada ao primeiro grupo (populações tradicionais), é pautada numa série de ações estratégicas, sempre organizadas em forma de **planos, contratos e comitês**.

No início do contato com cada comunidade, negociamos e acordamos previamente um **Plano de Relacionamento**, que organiza, harmoniza e formaliza, em uma proposta única, os interesses das diversas áreas da Natura e os da comunidade. Por meio dele, ambas as partes assumem compromissos e descrevem as condições de relacionamento para que o Plano possa ser de fato implementado e conduza ao desenvolvimento mútuo. Na negociação do Plano de Relacionamento e ao longo de sua implementação, buscamos a máxima transparência, de forma a deixar claros os riscos e os benefícios existentes para todos.

Com base na ideia de que o capital social comporta ações de **confiança e solidariedade** e **ação coletiva e cooperação**, buscou-se nestes conceitos elementos para a análise da compreensão do que o termo **parceria** representaria para a comunidade e para a empresa.

Para esta divisão conceitual, alguns aspectos norteadores precisam ser considerados:

a) a base do relacionamento entre a Natura e as comunidades não é com base em informalidade, mas sim acordos formais e fechados; b) há uma diferença em relação à percepção do que é parceria dentro das próprias comunidades, que são influenciadas pela posição política, ou seja, depende *de onde vem a fala*; c) para finalizar um dos desafios do desenvolvimento sustentável pressupõe o fortalecimento das organizações sociais e comunitárias, o incremento da capacidade de análise das organizações e a capacitação para a tomada de decisões. Porém, este fortalecimento do capital social está esbarrando no *timing* da empresa, como eles próprios utilizam que é sempre célere, e o *timing* das comunidades que muitas vezes não conseguem introjetar as mudanças com tanta rapidez (GUIMARÃES, 2001);

Assim, para a formalização dos futuros parceiros (através do contrato) a Natura dá “preferência a comunidades que contenham grupos juridicamente constituídos [...]”. Porém, as comunidades envolvidas no “Projeto Priprioca” não estavam legalmente constituídas, isto acarretaria em um problema para a formalização e assinatura do contrato de compra e venda. Foi assim, que a Natura “sugeriu” em uma das reuniões nas comunidades a criação de

Associações que logo depois viriam a ser financiadas e criadas pela empresa com a finalidade comercial.

A formalização dar-se-á através de um contrato que é um instrumento legal, formal, objetivo, um acordo em que duas ou mais pessoas assumem certos compromissos ou obrigações, ou asseguram entre si algum direito (Dicionário cf. Aurélio). Segundo Pimentel (2010, p. 26)

Podemos conceituar o acordo de parceria como uma espécie de contrato, porque o contrato é definido como ‘um acordo de vontades’, celebrado entre duas ou mais pessoas jurídicas, entre duas ou mais pessoas físicas, ou entre pessoas físicas e jurídicas. Os contratos exercem importante papel na sociedade moderna, foi por meio deles que os indivíduos aprenderam a criar direitos e respeitar deveres. O homem desses instrumentos jurídicos para alcançar fins determinados por seus interesses econômicos; que coopera com outrem para obter uma vantagem pecuniária; que a outros se associa para realizar determinado empreendimento; em suma, que participa da vida econômica.

No que se refere ao vocabulário “parceria”, o mesmo tem sido utilizado na terminologia jurídica para designar uma forma *sui generis* de sociedade, em que seus participantes se apresentam com *deveres diferentes*, tendo, embora, *participação* nos lucros auferidos (se é equitativo ou não é outra história). As pessoas que integram a relação contratual são chamadas de “partes” ou “parceiros”. No direito público brasileiro, considera-se **contrato** todo e qualquer ajuste entre as partes, em que haja acordo de vontades para a formação de vínculo e estipulação de direitos e de obrigações recíprocas. Contratos empresariais privados: aqueles celebrados entre empresas privadas, permitindo um maior poder de arranjo das cláusulas, decorrente da autonomia na composição da vontade das partes. Porém, em função da celeridade, tem-se dúvida se todas as partes estão devidamente “esclarecidas”.

Nesta formalização da parceria ficou bem claro quais os direitos e deveres dos parceiros: às Associações o dever de fornecer a raiz da priprioca; à Beraca e Natura ficou estabelecido a compra de raízes de priprioca das Associações, cujo volume de compra dependeria da demanda gerada pela Natura. A Beraca e Natura não se comprometem em comprar volume superior ao estabelecido. Ou seja, pouca intervenção de negociação por uma das partes: as comunidades.

Entremeado a todo este processo de formalização, tem-se criado nas comunidades a ideia de trabalho integrado, de “trabalho em conjunto”, de cooperação entre os atores, onde as empresas ressaltam sempre nas reuniões a ideia de “comprometimento” das comunidades na parte que lhe cabe. De acordo com informações dos entrevistados, reforçava-se a ideia de que se um dos envolvidos não fizesse a sua parte todo o “elo” estaria comprometido (Figura 18).

Difícilmente uma linha como essa Ekos sobreviveria sem um contato com as comunidades. A Natura, a Beraca e as comunidades tem uma ligação sim. Se um pisar na bola, todos saem perdendo (Agricultor familiar, participante do “Projeto Priprioca”).

A maioria dos produtores paga por diaristas porque não dá pra fazer tudo sozinho é muito trabalho. Paga pra limpar, adubar, tirar, não dá conta só. Praticamente não tive lucro, só despesa e trabalho. Porque a partir do momento que a gente assumiu uma responsabilidade tem que dar jeito pra cumprir aquela meta (Agricultor familiar, participante do “Projeto Priprioca”).

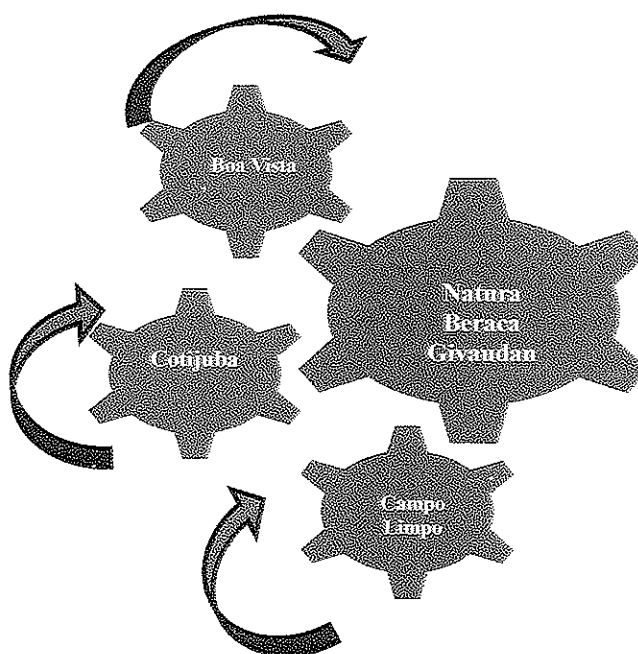


Figura 18 - Esquema de trabalho cooperado – Empresas/comunidades

Nesse sentido, segundo Baquero (2001), o capital social é visto, na economia contemporânea, como um elemento potencializador de trabalho cooperado para a promoção de ganhos produtivos mútuos, mesmo que as compreensões e interpretações da realidade sejam díspares, como é o caso no “Projeto Priprioca”. Assim, na dimensão **Confiança e**

Solidariedade, intrínsecos numa relação de parceria, foram percebidos de maneiras diferentes entre os atores sociais.

Em relação às comunidades duas perspectivas distintas podem ser destacadas. A primeira noção de parceria é no sentido de amizade, proximidade familiar, o que Putnam chama de capital social de ligação (*bonding*), baseado na família e outros laços de intimidade e no caso do “Projeto Priprioca”, garantido pelo contrato. A segunda é o capital social de ponte (*bridging*) que junta pessoas com antecedentes diferentes, com interesses aqui comerciais. No primeiro caso, destacam-se as falas:

Parceria é quando um ajuda o outro. Parceiro é aquele que é mais chegado da gente (Agricultor familiar, participante do “Projeto Priprioca”).

Parceiro é aquele que busca alguma coisa assim com nós, não é só o comercial. Busca projetos pra desenvolver a comunidade, ir atrás junto com nós, a gente não sabe os caminhos e eles ensinam. A gente diz os problemas e eles tentam resolver junto com nós (Agricultor familiar, participante do “Projeto Priprioca”).

Tem confiança nesta parceria?

Acredito que sim, se não tivesse a gente não tava na caminhada mais. Porque tem gente que diz assim, ‘olha rapaz cuidado, cuidado que um dia a Natura vai resolver plantar a priprioca, comprar um terreno e você vão ficar chupando dedo’. Ai eu digo mais quando rapaz, porque a gente fez um **contrato** tudo dentro das normas, um contrato bem feito. A Natura disseram que nunca iam **trair** a gente, eles já falaram pra gente isso. Eu acho que se tivessem pra acontecer já tinha acontecido. Eu acredito se Deus colocou no nosso caminho desde o começo e hoje já tá maior ainda acredito que não vai acontecer. Faz parte assinar contrato pelos dois lados para ficar dentro das leis, das normas em contrato. Sem contrato seria parte de muita confiança um no outro, **mas a gente ia sempre ficar pensando e meio desconfiando ‘será que devo confiar no fulano, será que o fulano vai fazer assim’**. Pra mim funciona melhor dentro das leis, das normas. O contrato é meio rígido né? Se eu assino o contrato eu concordo com aquilo eu tenho que aceitar e fazer tudo direitinho (Agricultor familiar, participante do “Projeto Priprioca”).

No segundo caso, **capital social ponte** há uma percepção bem diferente dos agricultores sobre a parceria que eles tem com as empresas Natura, Beraca e Givaudan. O mais interessante é que foram respostas do grupo, que denominei aqui, de **núcleo político da comunidade**: presidentes das associações, grupos que fazem parte de outras esferas de

discussão, como partidos, sindicatos. A percepção sobre o que o conceito de parceria foi nitidamente comercial.

Acho que a Natura olha o financeiro, a Natura ganha muito em cima desse trabalho com a biodiversidade e com as comunidades.

Com a Givaudan não tem relação nenhuma, não tem nada significativo, não tem relação com as comunidades. Com a Beraca eu vejo que existe uma parceria comercial (Agricultor familiar, participante do “Projeto Priprioca”).

Relação de parceria é parceria em termos de negócio, parceria de compra. A Natura faz encomenda pra gente (Associação), a gente passa pra Beraca, que passa pra Givaudan que já passa pra Natura. Se não quiserem mais o perfume acabou a parceria (Agricultor familiar, participante do “Projeto Priprioca”).

Mas, e para a empresa? O que seria então essa relação? Parceria? Elos de uma cadeia? Comunidades fornecedoras e de relacionamento? Ou Parceiros de negócios? Assim como planos, contratos, comitês, a Natura elaborou um **Processo de Avaliação da Lealdade das comunidades fornecedoras**, com metodologia própria, que teve em 2011, um índice de 28%, das comunidades fornecedoras com a Natura. O objetivo é **avaliar a evolução da qualidade do relacionamento, nos seguintes aspectos: comunicação sobre os projetos, processo de compra de insumos e construção de oportunidades conjuntas de desenvolvimento nas cadeias produtivas.**

Dentre os pontos mais bem avaliados, segundo a empresa estão: diversificação das fontes de renda, incluindo o aproveitamento de insumos para novos mercados; formalização do relacionamento comercial; planejamento de safras; criação de espaços de diálogo e oportunidades de novas parcerias. Entre os problemas identificados: a necessidade de melhoria dos canais de comunicação com os agricultores, assim como a evolução do processo de compras de insumos, que inclui planejamento, comunicação, adiantamentos para safras, monitoramento conjunto da logística e processos administrativos. Estes levantamentos são feitos a partir de visitas a campo por pesquisadores formados em Ciências Sociais.

Destarte, a construção da relação de parceria entre as comunidades e a empresa só é possível se “enquadrar” no modelo produtivo da empresa, se enquadrar nos planos, metas, ações e estratégias. A “parceria” comercial só será concretizada se afinal houver **lealdade** das

partes. Segundo Sachs (2009) no desenvolvimento sustentável é fundamental um desenvolvimento negociado. Mas pergunta-se, será que os agricultores estão preparados para esta negociação? Será que há espaço para negociação em meio a tantos instrumentos legais?

Em geral, qualquer comunidade sonha em encontrar um parceiro empresarial que respeite sua cultura e esteja disposto a ajudar a aumentar sua renda ao vender seus produtos para mercados maiores e de formas mais vantajosas (ANDERSON; CLAY, 2002).

Segundo Fernandes e Marin (2007, p. 56) o desenvolvimento sustentável faz “o desenvolvimento econômico, aparecer como necessário, por meio da sua combinação com o supremo valor reconhecido do meio ambiente”. Então não está se discutindo mais a necessidade ou não da “parceria” comercial entre empresas e comunidades, **ela já o é**. Porém, correm-se grandes riscos de não cumprimento de variáveis, declaradas no desenvolvimento sustentável tais como “gerações futuras” ou “longo prazo”, pois para o mercado de biocosméticos os sinais respondem a uma ótima atribuição no curto prazo.

E, nesse sentimento de urgência das empresas, as parcerias, o fortalecimento do capital social, não estão no âmbito nem na ausência completa de cooperação e nem na presença forte de reciprocidade (PUTNAM, 2002). As regras, normas da empresa são rígidas, não inclusivas e exógenas, com exigências cada maiores de qualidade, quantidade e pontualidade dos produtos comprados das comunidades rurais.

9.2 EM BUSCA DA QUALIDADE: PROGRAMA “BiQlicar” - QUALIDADE, LOGÍSTICA, INOVAÇÃO, CUSTO, CONDIÇÕES CONTRATUAIS, ATENDIMENTO E RASTREABILIDADE – PROCESSO DE ALIENAÇÃO DO AGRICULTOR FAMILIAR?

Estabelecer e manter essa rede de relacionamentos e inseri-la no modelo de negócios é um desafio que a Natura assumiu há alguns anos, com o propósito de **incentivar a conservação ambiental e valorizar o conhecimento tradicional**. A complexidade da logística de abastecimento (que envolve custos, qualidade e rastreabilidade dos insumos); o marco regulatório ainda em construção que rege os diversos aspectos desse relacionamento; e a diversidade cultural e social das comunidades envolvidas compõem um cenário que exige esforço contínuo (Relatório Natura, 2012).

Uma nova abordagem no relacionamento com fornecedores-chave, de transportes e de insumos, ganhou força na Natura em 2004. Com o

objetivo de estreitar os vínculos com esses parceiros, foi **introduzido o conceito Qlicar**, sigla que resume os aspectos qualidade, logística, inovação, contrato, atendimento e rastreabilidade (Relatório Natura, 2005).

A produção de mercadorias tende a ser dominado por prescrições de fabricação culturalmente padronizadas. É a padronização do conhecimento técnico (APPADURAI, 2008).

Um elemento importante e considerado como **limitador** pelas empresas nas relações comerciais com comunidades rurais amazônicas **é modelo de produção considerado de “pequena escala de fornecimento dos ativos”**, exigindo das mesmas um plano contendo mapeamento de produção, *timing* de plantio e colheita das safras dos ativos, competências de negociação das comunidades, possibilidade de pragas no ativo contratado à comunidade fornecedora de origem. O objetivo do plano seria garantir o suprimento em escala mínima de produção para lançamento de seus produtos no mercado.

Nesta sessão então, apresentar-se-á o *modus operandi*⁴⁴ da empresa em relação à busca de qualidade e certificação dos produtos da biodiversidade comprados na Amazônia, introduzindo processos e conceitos junto às comunidades fornecedoras, cuja principal justificativa seria o de **“estreitar os vínculos com esses parceiros”**.

Foi assim, que em 2004 a Natura criou um programa de certificação, denominado **“QLICAR”**, cuja sigla significa: **Qualidade, Logística, Inovação, Custo, Condições Contratuais, Atendimento e Rastreabilidade**. Em 2008 ampliou o programa transformando-o em BioQlicar - BIO (de recursos econômicos, físicos, ambientais, sociais e humanos), que será tratado nesta sessão. O objetivo do mesmo é a realização de **avaliações** periódicas, **monitorando** o capital físico, humano, Natural, social e financeiro. Uma forma de monitorar o desempenho produtivo dos fornecedores rurais – um “Manual de Boas práticas”.

Neste manual estão descritos aspectos **de boas práticas de campo e de fabricação; segurança no trabalho e cuidados com o meio ambiente; responsabilidade social**. Estes itens estão divididos em 11 capítulos, a saber: requisitos gerais; instalações

⁴⁴ Utilizada para designar uma maneira de agir, operar ou executar uma determinada atividade seguindo sempre os mesmos procedimentos, seguindo sempre os mesmos padrões nos processos.

físicas; colheita e cultivo; processo produtivo; produto final; armazenagem e transporte; higiene, limpeza e controle de pragas; treinamento; cuidados com o meio ambiente; saúde e segurança no trabalho e; responsabilidade social. Esses procedimentos ajudariam “a transformar a relação comercial com fornecedores em parcerias para **práticas empresariais sustentáveis [...] combinando a necessidade** de desenvolvimento de novos produtos com o **ritmo e a cultura das organizações locais**” (Manual BioQlicar, 2008).

Para o desenvolvimento do BioQlicar são realizados módulos de treinamentos que a Natura oferece às comunidades em áreas consideradas estratégicas pela empresa. Eles englobam temas como qualidade, boas práticas de processamento, gestão, conhecimento administrativo e custos de produção e comercialização. Isso porque a empresa observou “problemas, como dívidas tributárias e gestão ineficiente dos recursos das cooperativas e associações [...] disponibilizamos a capacitação para a gestão administrativa e a organização institucional”.

A avaliação dos fornecedores é realizada pela Natura por meio de um **sistema de pontuação capaz de identificar e reconhecer os parceiros que apresentam as melhores práticas dentro dos indicadores preestabelecidos**. “Com esse programa, a Natura busca estabelecer um relacionamento claro, justo e equitativo entre as partes”.

Assim, no manual estão prescritos requisitos gerais que devem ser cumpridos pelos agricultores, dividido em 11 capítulos:

- 1) Qualquer mudança no cultivo deve ser informada e aprovada pela empresa;
- 2) Todos os agricultores que influenciem na qualidade do produto devem ser treinados;
- 3) Devem ser incentivados a produção orgânica, sem uso de agrotóxicos;
- 4) Recomenda-se que o produtor desenvolva ações de uso racional da propriedade (reduzir desmatamento, conservação da água e solo, etc.);
- 5) Todos os procedimentos de cultivo e manejo devem ser registrados, tais como nome do produtor, data do plantio, data da colheita. Essa documentação deve estar legível, datada e arquivada, pois quando solicitado deve ser enviado a empresa;
- 6) Os produtos vegetais colhidos devem ter qualidade (não colher com folhas amarelas, sem areia, fazer a limpeza do material) etc;

- 7) A comunidade deve garantir toda a rastreabilidade: do produtor até a entrega. Para isso, deve manter todos os registros das matérias primas processadas, permitindo total rastreabilidade;
- 8) Reclamações serão enviadas para as comunidades, quando necessário;
- 9) Garantir o melhor destino do lixo gerado nas atividades;
- 10) São recomendados ações de conscientização ambiental junto à comunidade, através de palestras, treinamentos e outros;
- 11) A comunidade rural deve ter o auxílio de um profissional de segurança do trabalho para auxiliar na eliminação dos riscos à segurança/saúde;
- 12) Recomenda-se que a comunidade tenha princípios éticos e que estes princípios sejam discutidos e afirmados nas reuniões/assembleias da comunidade;
- 13) Recomenda-se que a comunidade tenha um diálogo aberto e transparente com todos os públicos com as quais se relaciona;
- 14) A comunidade deve repartir benefícios de forma justa e equitativa, baseado em seu espírito comunitário;
- 15) A comunidade deve apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos;
- 16) A comunidade deve legalizar a relação de trabalho de seus colaboradores;
- 17) A comunidade deve respeitar a legislação que proíbe o trabalho infantil e o trabalho forçado;
- 18) A comunidade deve combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Destacam-se nos aspectos supracitados algumas questões que embasam esta análise. Desde o início da relação comercial da empresa com as comunidades fornecedoras de ativos da biodiversidade a empresa sempre usou de uma retórica com base no desenvolvimento sustentável com foco para **a participação e a equidade**. Porém, como foi explicitada em outra sessão, a Natura trabalha com base em planos, estratégias, contratos e termos de adesão. A concretude de relações dialógicas não conseguem, de fato, serem implementadas.

Antes mesmo do programa BioQlicar, a Natura nos chamados “rituais de relacionamento” e para dar cabo à concretização de venda, a empresa, em conjunto com a Givaudan e Beraca estabeleceram **planos de produção anual** para a própria (a Beraca gera a programação de coleta, aquisição e beneficiamento) que é **apresentado** às comunidades

fornecedoras **com os volumes de produção da priprioca para a safra seguinte**, sendo enfáticos na proibição e exigências de que a priprioca a ser comercializada para a empresa não pode ser de áreas de coivara. Este Plano estabelecia:

- Plantio, cuidado e colheita para posterior venda para Natura de *toda a safra colhida*;
- A Natura indicaria empresas ou terceiros para efetuar a compra de toda safra em seu nome, a Natura comunicaria a comunidade previamente por escrito;
- A comunidade deveria indicar as famílias ou participantes e a quantidade de canteiros que iria produzir;
- A comunidade se obrigava a vender toda a colheita de priprioca para a Natura ou para quem ela indicasse;
- A comunidade se comprometia a manter a exclusividade com a Natura para esta “parceria”, não podendo vender a ninguém, no todo ou em parte, a produção da priprioca de canteiro;

A forma de condução dos processos de produção considera-se, o que Marx (2008) chama de a alienação do produto do trabalho, que diz respeito ao resultado final da produção. “Como poderia o trabalhador defrontar-se alheio (*fremd*) ao produto da sua atividade se no ato mesmo da produção ele não se estranhasse (*entfremdete*) a si mesmo?” (MARX 2008, p. 82).

Nestes termos, segundo Antunes (2008) a alienação não se mostra apenas no resultado, mas também no ato da produção, dentro da própria atividade produtiva. Ou seja, o conteúdo e a finalidade do trabalho não é mais determinado pelo trabalhador, ele é alheio ao conteúdo que lhe repassam, perdendo sua autonomia. Tornando o trabalho como obrigatório, não no sentido de restrição de liberdade, mas como condição elementar de sua reprodução social.

Ora, o produto é o resumo da atividade, da produção. Então, como o produto do trabalho é a exteriorização deste, se o produto é alienado ao trabalhador, significa que nem mesmo sua atividade pertence a ele, que a produção mesma é “a exteriorização (*Entäusserung*) ativa, a exteriorização (*Entäusserung*) da atividade, a atividade da exteriorização (*Entäusserung*)” (ANTUNES, 2008, p.32).

Além do programa Qlicar, a Natura utiliza outros **processos de aproximação** dos fornecedores de insumos da biodiversidade, cujo objetivo é melhorar a comunicação entre a empresa e os parceiros nos níveis operacional, tático e estratégico. São sistematizadas reuniões do programa Qlicar, “Cafés da Manhã com Fornecedores” e o “Encontro da Aliança”, rituais que garantiram o contato da Natura com todos os níveis organizacionais dos parceiros. Mais uma vez formas de aproximação do agricultor familiar e que, dependendo do lugar onde se encontra este agricultor ele irá perceber ou não estas ações como estratégias (Figura 19).

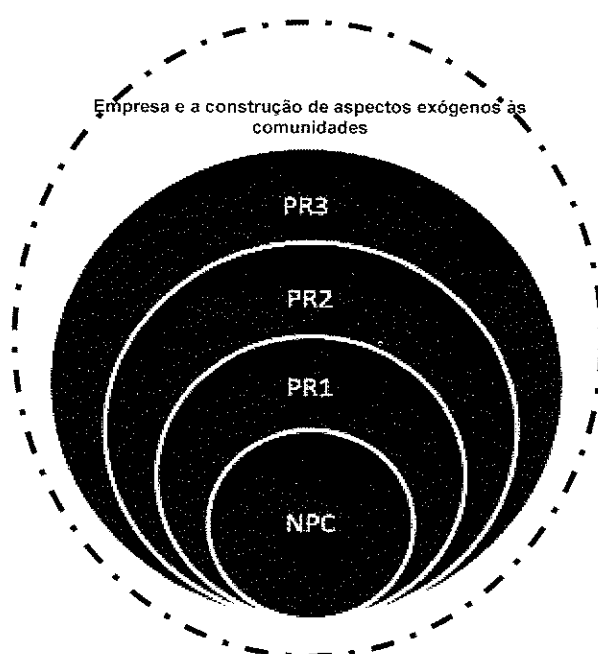


Figura 19 – Dimensões exógenas e percepção diferenciadas dos agricultores familiares

O que busca-se com estas ações é conhecer melhor para poder convencer, persuadir, mudar o seu produzir e viver para que evoluam, subordinar e instrumentalizar seus sistemas de manejo ao interesse prático de administrar as áreas protegidas, fazendo-os aceitar uma agenda exógena. Essa ambivalência reflete a ambiguidade intrínseca a caracterização das populações tradicionais: por um lado, inextricavelmente ligadas a natureza, quase que uma extensão do mundo natural, afetando os ecossistemas locais de modo mimético aos distúrbios naturais que os modificam; por outro, destacados da natureza, por possuírem profundo conhecimento empírico dos recursos que manejam.

Segundo Scott (2010, p, 24) Marx estava ciente de que alguns agentes sociais alienados podiam, por algum tempo, sentir-se felizes em sua alienação. Durante os picos do ciclo econômico, o trabalhador poderia regozijar-se com a oportunidade de ganhar mais e de proporcionar pequenos luxos a sua família. “Mas, no fundo, esse trabalhador ainda seria alienado, assim como o burguês satisfeito ou o religioso extasiado”.

Nunca entrou felicidade aqui pra Boa Vista como esta da Natura. Nunca tinha visto uma alegria desta marca! Eu fiquei muito contente (Agricultor familiar, participante do “Projeto Priprioca”).

Sabe o que a Beraca faz com a priprioca? Sim, tira o óleo para mandar para Givaudan e a Givaudan para a Natura. Não sei quanto custa o óleo, mas deve ser bem maior do que a gente ganha (Agricultor familiar, participante do “Projeto Priprioca”).

É a Formação e atualização dos agricultores familiares por meio de apostilas e manuais. Os parceiros tem que se adaptar à empresa e não o contrário. Ou seja, é um processo de “manualização do agricultor familiar”, passando por cima da premissa básica do respeito à cultura e a diversidade apregoada pela empresa. O caráter da “participação” não se estende ao ponto de colocar em jogo a estratégia da empresa.

[...] o grande desafio foi aprender como motivar a comunidade a trabalhar, se eles têm a floresta bem à sua frente, com alimentos e o rio onde eles podem pescar [...] (Funcionário de uma das empresas envolvidas).

Assim, as ações da empresa são divulgadas como formas de

desenvolver seus potenciais. A capacitação será adequada às necessidades de cada comunidade, entre elas boas práticas de produção, elaboradas pela Natura com base no modelo de trabalho utilizado em nossas fábricas; finanças; organização e 5S (classificar, organizar, limpar, padronizar e manter).

Enfim, a operacionalização do desenvolvimento sustentável está levando afinal ao processo de alienação do produtor rural, que tem que enquadrar-se no o **modelo fábrica**. É necessário que o indivíduo torne-se sujeito do seu discurso ao, livremente, submeter-se às

condições de produção impostas pela ordem superior estabelecida, embora **tenha ilusão de autonomia** (Alves et al., 2011, p. 82).

9.3. CULTIVANDO A “TRADIÇÃO” - CONHECIMENTO TRADICIONAL ASSOCIADO E REPARTIÇÃO DE BENEFÍCIOS

De acordo com os depoimentos de alguns dos mais antigos moradores da Boa Vista, a ocupação daquela localidade data de pelo menos três gerações (cerca de 150 anos), cuja expansão vem se verificando ao longo do rio Guajará-Mirim (Laudo Antropológico, contratado pela Natura).

Comunidade de Boa Vista – *comunidade local*

Grupo humano, incluindo remanescentes de quilombos, **distintos por suas condições culturais**, que se organiza, tradicionalmente, por gerações sucessivas e costumes próprios, e que conserva suas instituições sociais e econômicas (Laudo Antropológico, contratado pela Natura).

A proximidade com Belém e o estabelecimento de relações comerciais e sociais (algumas famílias tem seus filhos e parentes na cidade), **não permite identificar a comunidade de Boa Vista como população tradicional**. Existe uma população rural, que vive mais no interior da comunidade e com acesso restrito à cidade. Observou-se ainda que alguns utilizam a sua área como ‘sítio’, passam parte do tempo na cidade e parte do tempo no ‘interior’ (Diagnóstico e Plano de desenvolvimento das comunidades de Boa Vista, contratado pela Natura).

A noção do conceito de **população tradicional, patrimônio genético, repartição de benéficos, entre outros “entraram” na comunidade de Boa Vista do Acará junto com a empresa Natura e o “Projeto Priprioca” e, via Laudo Antropológico**⁴⁵.

⁴⁵ Laudos e relatórios de identificação étnica, elaborados enquanto diagnósticos de situações sociais para que orientem as intervenções na aplicação dos direitos constitucionais. O profissional que aqui atua deve expor as concepções próprias às formas de autodefinição do grupo, sua percepção de espaço, usos e valores, em documentos que não têm caráter de atestado; são tomados enquanto documento-síntese, cujo papel volta-se à formulação de parâmetros futuros para mediação dos trabalhos, considerando ainda que questões de ordem interpretativa podem produzir impactos do ponto de vista da aplicação das leis e das situações vividas pelos grupos envolvidos, frequentemente em desequilíbrio de poder. Com destaque para a relevância e o lugar do laudo antropológico de reconhecimento, seu percurso social e valor político, além do papel do antropólogo que atua nessa interface (FERREIRA, 2012).

A comunidade de Boa Vista do Acará foi considerada uma população tradicional, passando à “categoria de sujeitos de direitos”, sujeito coletivo, cujos efeitos socioculturais e políticos não eram (não são) claros. O objetivo nesta sessão não é o de discutir se a comunidade de Boa Vista do Acará **é ou não população tradicional**, mas as implicações deste fato e a *necessidade* desta categorização *acusativa* de classificação social feita à comunidade por uma empresa (LIMA, 1999). Ressalta-se que este processo, deu-se especificamente na Comunidade de Boa Vista, pois em Cotijuba e Campo Limpo, o plantio e comercialização da pripioca foi **induzido**, por isso não foram considerados “tradicionais”.

As bases conceituais e legais que subsidiaram a necessidade do início do processo de construção **do Contrato de Utilização do Patrimônio Genético e de Repartição de Benefícios foram** sem dúvida a Convenção da Diversidade Biológica (CDB) e a Medida Provisória (MP) 2.186-16 de 23 agosto de 2001.

A CDB é um tratado da Organização das Nações Unidas e um dos mais importantes instrumentos internacionais relacionados ao meio ambiente. A Convenção foi estabelecida durante a ECO-92 – a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), realizada no Rio de Janeiro em junho de 1992. A Convenção está estruturada sobre três bases principais – **a conservação da diversidade biológica; o uso sustentável da biodiversidade e a repartição justa e equitativa dos benefícios provenientes da utilização dos recursos genéticos.**

A Convenção engloba questões que se referem direta ou indiretamente à biodiversidade – e ela funciona, assim, como uma espécie de arcabouço legal e político para diversas outras convenções e acordos ambientais mais específicos. Afirmando que a conservação da diversidade biológica é uma preocupação comum à humanidade, reafirmando que os Estados têm direitos soberanos sobre os seus próprios recursos biológicos, e que ainda cabe os Estados a conservação de sua diversidade biológica e pela utilização sustentável de seus recursos biológicos. A Convenção também deu início à negociação de um Regime Internacional sobre Acesso aos Recursos Genéticos e Repartição dos Benefícios resultantes desse acesso; estabeleceu programas de trabalho temáticos; e levou a diversas iniciativas transversais. Destaca-se o artigo 1, que de forma geral, abarca o que interessa nesta sessão:

[...] a conservação da diversidade biológica, a utilização sustentável de seus componentes e a repartição justa e equitativa dos benefícios derivados da utilização dos recursos genéticos, mediante, inclusive, o acesso adequado aos recursos genéticos e a transferência adequada de tecnologias pertinentes, levando em conta todos os direitos sobre tais recursos e tecnologias, e mediante financiamento adequado. Reconhecendo a estreita e tradicional dependência de recursos biológicos de muitas comunidades locais e populações indígenas com estilos de vida tradicionais, e que é desejável repartir equitativamente os benefícios derivados da utilização do conhecimento tradicional, de inovações e de práticas relevantes à conservação da diversidade biológica e à utilização sustentável de seus componentes.

Com base nas discussões da CBD e sendo o Brasil um dos países signatários da Convenção, lança em agosto de 2001 a Medida Provisória (MP) no. 2.186-16 que dispõe sobre o acesso ao patrimônio genético para fins de pesquisa científica, desenvolvimento tecnológico ou bioprospecção, à proteção e o acesso ao conhecimento tradicional associado, a repartição de benefícios⁴⁶ (**justa e equitativa**), considerado complexo e polêmico e o acesso à tecnologia e transferência de tecnologia para sua conservação e utilização.

Para melhor entendimento, a MP define alguns conceitos que são essenciais:

- a) **patrimônio genético:** informação de origem genética, contida em amostras do todo ou de parte de espécime vegetal, fúngico, microbiano ou animal, na forma de moléculas e substâncias provenientes do metabolismo destes seres vivos e de extratos obtidos destes organismos vivos ou mortos, encontrados em condições *in situ*, inclusive domesticados, ou mantidos em coleções *ex situ*, desde que coletados em condições *in situ* no território nacional, na plataforma continental ou na zona econômica exclusiva;
- b) **conhecimento tradicional associado:** informação ou prática individual ou coletiva de comunidade indígena ou de comunidade local, com valor real ou potencial, associada ao patrimônio genético;

⁴⁶ Art. 24. Os benefícios resultantes da exploração econômica de produto ou processo desenvolvido a partir de amostra de componente do patrimônio genético e de conhecimento tradicional associado, obtidos por instituição nacional ou instituição sediada no exterior, serão repartidos, de forma justa e equitativa, entre as partes contratantes, conforme dispuser o regulamento e a legislação pertinente.

- c) **comunidade local:** grupo humano, incluindo remanescentes de comunidades de quilombos, distinto por suas condições culturais, que se organiza, tradicionalmente, por gerações sucessivas e costumes próprios, e que conserva suas instituições sociais e econômicas;
- d) **acesso ao patrimônio genético:** obtenção de amostra de componente do patrimônio genético para fins de pesquisa científica, desenvolvimento tecnológico ou bioprospecção, visando a sua aplicação industrial ou de outra natureza;
- e) **acesso ao conhecimento tradicional associado:** obtenção de informação sobre conhecimento ou prática individual ou coletiva, associada ao patrimônio genético, de comunidade indígena ou de comunidade local, para fins de pesquisa científica, desenvolvimento tecnológico ou bioprospecção, visando sua aplicação industrial ou de outra natureza;
- f) **bioprospecção:** atividade exploratória que visa identificar componente do patrimônio genético e informação sobre conhecimento tradicional associado, com potencial de uso comercial;
- g) **Contrato de Utilização do Patrimônio Genético e de Repartição de Benefícios:** instrumento jurídico multilateral, que qualifica as partes, o objeto e as condições de acesso e de remessa de componente do patrimônio genético e de conhecimento tradicional associado, bem como as condições para repartição de benefícios.

O Contrato de Utilização do Patrimônio Genético e de Repartição de Benefícios deverá indicar e qualificar com clareza as partes contratantes, sendo, de um lado, o proprietário da área pública ou privada, ou o representante da comunidade indígena e do órgão indigenista oficial, ou o representante da comunidade local e, de outro, a instituição nacional autorizada a efetuar o acesso e a instituição destinatária. Considerando os seguintes critérios: objeto, seus elementos, quantificação da amostra e uso pretendido; prazo de duração; forma de repartição justa e equitativa de benefícios e, quando for o caso, acesso à tecnologia e transferência de tecnologia; direitos e responsabilidades das partes; direito de propriedade intelectual; rescisão; penalidades.

Art. 26. A exploração econômica de produto ou processo desenvolvido a partir de amostra de componente do patrimônio genético ou de conhecimento tradicional associado, acessada em desacordo com as disposições desta Medida Provisória, sujeitará o infrator ao pagamento de indenização correspondente a, no mínimo, vinte por cento do faturamento bruto obtido na comercialização de produto ou de *royalties* obtidos de terceiros pelo infrator, em decorrência de licenciamento de produto ou processo ou do uso da tecnologia, protegidos ou não por propriedade intelectual, sem prejuízo das sanções administrativas e penais cabíveis.

As populações podem ser restituídas, de acordo com a MP das seguintes formas:

- divisão de lucros;
- pagamento de *royalties*;
- acesso e transferência de tecnologias;
- licenciamento, livre de ônus, de produtos e processos; e
- capacitação de recursos humanos.

Para fazer a gestão da política foi criado no âmbito do Ministério do Meio Ambiente, o Conselho de Gestão do Patrimônio Genético (CGEN), “de caráter deliberativo e normativo, composto de representantes de órgãos e de entidades da Administração Pública Federal que detêm competência sobre as diversas ações de que trata esta Medida Provisória”.

Competindo ao CGEN:

- coordenar a implementação de políticas para a gestão do patrimônio genético;
- estabelecer normas técnicas, critérios para as autorizações de acesso e de remessa; diretrizes para elaboração do Contrato de Utilização do Patrimônio Genético e de Repartição de Benefícios; critérios para a criação de base de dados para o registro de informação sobre conhecimento tradicional associado;
- acompanhar, em articulação com órgãos federais, ou mediante convênio com outras instituições, as atividades de acesso e de remessa de amostra de componente do patrimônio genético e de acesso a conhecimento tradicional associado;
- deliberar sobre: autorização de acesso e de remessa de amostra de componente do patrimônio genético; autorização de acesso a conhecimento tradicional associado; autorização especial de acesso e de remessa de amostra de componente do patrimônio genético à instituição nacional; autorização especial de acesso a conhecimento tradicional associado à instituição nacional; credenciamento de instituição pública que exerça atividade de pesquisa e desenvolvimento nas áreas biológicas e afins.

Para operacionalização de suas ações, o CGEN criou uma série de resoluções que subsidiaram o Laudo Antropológico: **Resolução n. 5 de 26.06.2003** – acesso ao conhecimento tradicional associado, sem potencial ou perspectiva de uso comercial; **Resolução n. 6 de 26.06.2003** – acesso ao conhecimento tradicional associado, com potencial ou perspectiva de uso comercial; **Resolução n. 9 de 18.12.2003** – acesso ao componente do

patrimônio genético, sem potencial ou perspectiva de uso comercial; **Resolução n. 11 de 25.03.2004** – elaboração e análise dos Contratos de utilização do Patrimônio genético e de repartição de benefícios que envolvam acesso a componente do patrimônio genético ou a conhecimento tradicional associado providos por comunidades indígenas ou locais; **Resolução n. 12 de 25.03.2004** – acesso ao componente do patrimônio genético, com potencial ou perspectiva de uso comercial; **Resolução n. 17 de 30.09.2004** – procedimentos para bioprospecção e desenvolvimento tecnológico de produtos ou processos resultantes de acesso anteriormente autorizado.

Um destes interessa particularmente que é a resolução que trata da anuência prévia **do acesso a conhecimento tradicional associado para proteger direitos culturais de comunidades locais**, que deve ser pautado pelas seguintes diretrizes:

- I – esclarecimento à comunidade anuente, em linguagem a ela acessível, sobre o objetivo da pesquisa, a metodologia, a duração e o orçamento do projeto, o uso que se pretende dar ao conhecimento tradicional a ser acessado, a área geográfica abrangida pelo projeto e as comunidades envolvidas;
- II – fornecimento das informações no idioma nativo, sempre que solicitado pela comunidade;
- III – respeito às formas de organização social e de representação política tradicional das comunidades envolvidas, durante o processo de consulta;
- IV – esclarecimento à comunidade sobre os impactos sociais, culturais e ambientais decorrentes do projeto;
- V – esclarecimento à comunidade sobre os direitos e as responsabilidades de cada uma das partes na execução do projeto e em seus resultados;
- VI – estabelecimento, em conjunto com a comunidade, das modalidades e formas de repartição de benefícios;
- VII – garantia de respeito ao direito da comunidade de recusar o acesso ao conhecimento tradicional associado ao patrimônio genético, durante o processo de obtenção da anuência prévia;
- VIII – provisão de apoio científico, lingüístico, técnico e/ou jurídico independente à comunidade, durante todo o processo de consulta, sempre que solicitado pela comunidade.

Para dar encaminhamento às ações estratégicas da empresa de compra de ativos da biodiversidade, a mesma se estruturou de duas formas: contratando equipe de **profissionais**

multidisciplinar, através da Gerência de Relacionamento com as Comunidades Fornecedoras e de Entorno, cujo principal trabalho é a negociação de contratos de repartição de benefícios e responsável por todas as interfaces com as comunidades e, através da construção de sua **Política de Uso Sustentável da Biodiversidade e do Conhecimento Tradicional Associado**, cujo principal mote seria:

A orientação de condutas de respeito à cultura das comunidades, e compreensão sobre seu modo de vida e organização social. Com o objetivo de compreendermos cada vez mais a realidade e especificidades dessas famílias, proporcionamos diálogos participativos, inclusivos e transparentes. Também nos preocupamos em manter uma equipe própria e multidisciplinar responsável por praticar esses princípios

Esta política está dividida em: a) Diretrizes para repartição de benefícios; b) Diretrizes para desenvolvimento de tecnologia; c) Diretrizes para desenvolvimento de produtos; d) Diretrizes para abastecimento de insumos da biodiversidade; e) Diretrizes para relação com comunidades e f) Diretrizes de marketing e comunicação.

Nesta sessão será apresentado especificamente as Diretrizes para repartição de benefícios e Diretrizes para relação com comunidades. Nesta são destacados ações adotadas pela empresa, onde mais uma vez, com a construção de documentos internos fica difícil ser **participativo e inclusivo**. São ações construídas para ser a Política Natura.

Dentre as várias questões complexas que envolvem o tema, os valores que serão pagos à repartição de benefícios pelo uso do patrimônio genético e do conhecimento tradicional a ele associado, é um dos mais polêmicos. Isso porque incide diretamente em retorno financeiro às comunidades acessadas e que pode ser realizado de duas formas: através de recursos monetários e não monetários. O primeiro incide em pagamento com base no percentual sobre o lucro bruto ou líquido, royalties, etc. O não monetário corresponde à participação em pesquisa, treinamento, transferência de tecnologia, pesquisa em doenças de interesse do provedor, projetos de conservação e uso sustentável. Segundo a empresa, estes valores são fruto da **negociação com os provedores**, buscando garantir que estes sejam **justos e equitativos**.

Para que essa negociação seja o mais equilibrada possível e adequada aos preceitos éticos e legais, oferecemos apoio aos envolvidos, sempre que solicitado, tais como contratação de consultores e suporte técnico que os ajudem a conhecer, compreender e quantificar seus direitos. Os valores seguem parâmetros **preestabelecidos, desenvolvidos pela Natura** de forma a gerar atratividade aos parceiros e dar uma indicação, ainda na fase inicial dos projetos, sobre o tipo e o montante do benefício a ser repartido. A adoção dos parâmetros busca ainda garantir o equilíbrio entre os valores negociados e seu impacto nos resultados da empresa, compartilhando os riscos e construindo uma repartição de benefícios sustentável para todos os envolvidos (Política de Uso Sustentável da Biodiversidade e do Conhecimento Tradicional Associado)

O pagamento feito pelo acesso ao patrimônio genético é destinado às populações de onde o recurso foi extraído, pois como há uma dificuldade de se definir a autoria, tendo em vista tratar-se de um conhecimento difuso. Moreira (2006, p.20) defende que a repartição de benefícios deve se fazer com os grupos de acordo com o tipo de conhecimento detido, isto é, “em se tratando de conhecimento difuso, a repartição deve ser dar de modo difuso, em especial pela via de um fundo, ou por atividades que tragam benefícios difusos (como doações para a implementação de políticas públicas voltadas à defesa ou proteção dos conhecimentos tradicionais)”, desde que negociadas com um grupo representativo dos diversos detentores desses conhecimentos tradicionais, e homologadas pelo (CGEN) e não diretamente em forma monetária propriamente dito.

Porém, segundo informações do Laudo Antropológico a “negociação” realizada entre a comunidade e a empresa em relação ao **acesso a conhecimento tradicional e repartição de benefícios**, não ocorreu sem conflitos. Além disso, ao invés do Termo de Anuência prévia, ter sido assinado, como diz o próprio nome, antes da realização de pesquisas para sua utilização comercial, se concretizou apenas 5 anos depois (2007). Segue rápido histórico na comunidade de Boa Vista do Acará.

- 2002 - o ativo pripioca foi acessado pela Natura na comunidade de Boa Vista do Acará, dando início ao processo de bioprospecção e desenvolvimento tecnológico;
- 2003 - finaliza o processo de bioprospecção;

- 2004 - os primeiros produtos da Linha Ekos com o uso da priprioca começaram a ser comercializados;
- 2005 - apresentação da proposta da Natura para a repartição de benefícios por acesso a patrimônio genético, com fins comerciais: 0,15% da receita líquida apurada pela empresa, a partir do lançamento de cada produto contendo priprioca, durante 1 ano.
- 2006 - foi protocolado o pedido de autorização junto ao CGEN;

Comunidade de Boa Vista se manifesta, via correspondência, à empresa Natura com recusa à proposta para repartição de benefícios.

Em junho é realizada reunião entre membros da associação e a Natura para reconhecimento da nova diretoria e reapresentação da proposta da Natura com ampliação de 1 para 3 anos o pagamento da repartição de benefícios assinados pelos anuentes/provedores.

Mesmo assim, os produtores de Boa Vista ainda estavam insatisfeitos seria “mais justo obter benefícios enquanto os produtos que contem priprioca estiverem sendo comercializados”. A Natura respondeu que **“o prazo não seria estendido além do estipulado pela Natura”, prazo este definido em função da vantagem de mercado que o produto tem após o seu lançamento (critério mercadológico).**

Dezembro – almoço de confraternização com representantes da imprensa e cinegrafistas (Natura) para cobertura da assinatura do Termo de Anuência e do Contrato de utilização do patrimônio genético e repartição de benefícios. Viagem a São Paulo pelos integrante da diretoria da associação para conhecer as instalações da Natura e presenciar a assinatura do contrato pela diretoria da Natura.

- 2007 - o Termo de Anuência prévia e o Contrato de Utilização do Patrimônio genético e repartição de benefícios foi firmado.

Esclarecimento aos produtores sobre a política Natura em relação as porcentagens a serem pagas como repartição e benefícios relativos ao acesso ao patrimônio genético: **0,15% da receita líquida quando o ativo é mencionado no rótulo comercial do produto e 0,05% para os produtos que contem o ativo na base de sua formulação.**

A comunidade não aceitou e enviou contraproposta de 0,10%. **Natura não aceitou e manteve a Política Natura.**

Além da priprioca, a empresa assinou outros contratos de repartição de benefícios pelo país com base nos princípios da sua Política de Uso Sustentável da Biodiversidade e do Conhecimento Tradicional Associado.

1. Associação Ver as Ervas, de Belém (PA), pelo conhecimento tradicional associado ao uso do ativo pataqueira (*Conoclea scoparioides*);
2. APBV (PA), pela priprioca (*Cyperus Articulatus L.*);
3. Espécie aperta-ruão (*Piper aduncum*) com o grupo Consórcio Terra Medicinal, de Barra do Turvo (SP), e a ONG Programa da Terra;
4. Maracujá aromático (*Passiflora edulis*) com a Cooperativa Agroindustrial de Produtores de Corumbataí do Sul (PR) e região (Coaprocor);
5. Macela-do-campo (*Achyrocline satureioides*), assinado com o Instituto Agroflorestal Bernardo Hakvoort, localizado na cidade de Turvo (PR);
6. Uso da andiroba (*Carapa guianensis*) no Médio Juruá;
7. Acesso ao patrimônio genético da baunilha, incluindo os tipos *bahiana* e *chamisonis*, com a cooperativa Cabruca (BA);
8. Maracujá-azedo (*Passiflora edulis Sims*) com a Cooperativa Aprocor – Associação de Produtores da Região de Corumbataí do Sul (PR);
9. Cinco contratos de cacau (*Theobroma cacao L.*) com a Cooperativa Cabruca (BA);
10. Um contrato de capitiú (*Siparuna guianensis Aubl.*) em Campo Limpo (PA);
11. Um contrato de guaçatga (*Casearia sylvestris*) e outro de maracujá-doce (*Passiflora alata Curtis*) na comunidade Consórcio Terra Medicinal (CTM);
12. Um contrato de jenipapo (*Genipa americana L.*), um de guaraná (*Paullinia cupana Kunth*) e outro de urucum (*Bixa orellana*) na Cooperativa Onça;
13. Três contratos de cupuaçu (*Theobroma grandiflorum*) com o Projeto Reca (RO);
14. Um contrato de macela-do-campo (*Achyrocline satureioides*) com a Coopaflores – Cooperativa de Produtos Agroecológicos, Artesanais e Florestais de Turvo, no Turvo (PR).

Nestes termos, há um claro descompasso entre as exigências legais, as necessidades e “tempo” (sempre céleres) da empresa e o que é almejado e compreendido pelas comunidades. Além disso, que será tratado em outra sessão, ainda há a necessidade de acompanhamento da **qualidade** dos ativos utilizados pela empresa introduzindo mais demandas e processos exógenos às comunidades, só ratificando a dificuldade de fortalecimento do capital social.

Claramente as comunidades são um elo importante deste processo de bioprospecção. Segundo Stella et al. (2006, p.20) nestes processos de pesquisa com interesse comercial, quando populações tradicionais são os “guias” destas pesquisas a “probabilidade de se encontrar algo com potencial de uso econômico aumenta muito (cerca de uma amostra a cada duas coletadas)”. Ou seja, a empresa avança num processo que ela denomina de **“cientificamente comprovado”**, a partir do **resgate das experiências que as populações tradicionais acumularam ao longo de séculos de convivência com as florestas.**

A “transformação” da comunidade de Boa Vista do Acará em “tradicional” não agregou a ela direitos negociáveis ou outras vantagens. Percebe-se apenas o cumprimento, por parte da empresa, de um arcabouço legal obrigatório. A pseudo impressão de as comunidades estarem negociando valores de percentual a ser pago pelo uso do conhecimento “agora tradicional”, de estarem inseridas num processo **participativo e inclusivo**, encerra-se nos argumentos econômicos, de mercado, praticamente inquestionáveis da empresa.

Verifica-se, assim, nos termos de Barretto Filho (2006) que, no final há uma ambivalência entre: de um lado, a necessidade em reconhecer os direitos dos grupos sociais locais a autodeterminação social, econômica, cultural e espiritual, **efetuar consultas e obter consentimento ou acordo dos mesmos e assegurar sua participação efetiva em processos decisórios.** Porém, de outro de onde se diz “justo e equitativo”, na verdade coincide com os prazos e valores que as empresas planejam para suas operações, numa perspectiva unilateral.

10. O PAPEL DOS MEDIADORES: ESTADO, UNIVERSIDADES/INSTITUTOS DE PESQUISA E ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS – ONG’S.

Examinada em profundidade pelas lentes do conhecimento científico e transformada por meio da tecnologia, a riqueza biológica dá origem a insumos cosméticos e novos produtos inovadores, com grande potencial de promover o bem-estar de nossos consumidores (Política de Uso Sustentável da Biodiversidade e do Conhecimento Tradicional Associado).

O trabalho colaborativo entre instituições de Ciência e Tecnologia e instituições de ensino, pesquisa e extensão não é algo recente. O que é novidade no cenário da inovação no país é a aproximação entre cientistas e empresários ou pelo menos a busca pela proximidade Academia-Empresa. Dois marcos recentes podem ser citados como importantes para este movimento. A Lei do Bem, Lei n. 11.196/05 e a Lei de Inovação, Lei nº 10.973/04 (Decreto nº 5.563/05 que o regulamenta).

A Lei 11.196/05, que passou a ser conhecida como “**Lei do bem**”, estabelece concessão de incentivos fiscais às pessoas jurídicas que realizarem pesquisa e desenvolvimento de inovação tecnológica no país. O governo Federal, por meio do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), utiliza esse mecanismo para incentivar investimentos em inovação por parte do setor privado. Com isso, busca aproximar as empresas das universidades e institutos de pesquisa, potencializando os resultados em P&D.

A Lei de Inovação, de 2004, no seu art. 3º, trata do estímulo à construção de ambientes especializados e cooperativos de inovação.

Art. 3º A União, os Estados, o Distrito Federal, os Municípios e as respectivas agências de fomento **poderão estimular e apoiar a constituição de alianças estratégicas e o desenvolvimento de projetos de cooperação envolvendo empresas nacionais, ICT e organizações de direito privado sem fins lucrativos voltadas para atividades de pesquisa e desenvolvimento, que objetivem a geração de produtos e processos inovadores.**

Destacam-se alguns pontos principais da Lei de Inovação e no decreto que o regulamenta, ressaltando que é a primeira Lei brasileira que trata do relacionamento entre Universidades (e Institutos de Pesquisa) e empresas.

- Estimula a participação de instituições Científicas e Tecnológicas (ICT) no processo de inovação;
- Estimula a inovação nas empresas;
- Autoriza a incubação de empresas dentro de institutos de ciência e tecnologia (ICTs);
- Permite a utilização de laboratórios, equipamentos e instrumentos, materiais e instalações dos ICTs por empresa;
- Facilita o licenciamento de patentes e a transferência de tecnologias desenvolvidas pelos ICTs;
- Promove a participação dos pesquisadores dos ICTs nas receitas advindas de licenciamento de tecnologias para o mercado;
- Autoriza a concessão de recursos financeiros diretamente para a empresa (subvenção econômica);
- Prevê novo regime fiscal que facilite e incentive as empresas a investir em P&D;
- Autoriza participação minoritária do capital de empresa de pesquisa energética (EPE) cuja atividade principal seja inovação;
- Autoriza a instituição de fundos mútuos de investimento em empresas cuja atividade principal seja a inovação;
- Incentiva o inventor independente;
- Propõe a criação de fundos de investimentos para a inovação.

Dada a importância deste cenário e o apelo ao estímulo à parceria entre academia e setor privado, que busca ser colaborativo, a empresa Natura classificou de **grupo tripartite**, o conjunto de instituições do qual se relaciona, apoia, financia e busca influenciar, que envolve as Universidades públicas, Governo, Organizações Não-Governamentais (ONGs) e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs) (Figura 18).

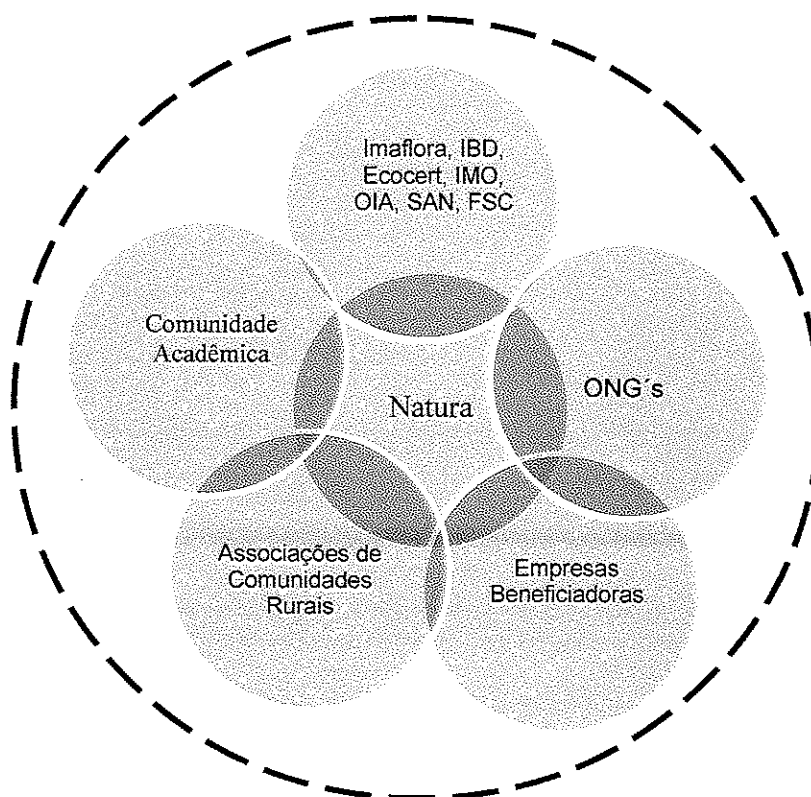


Figura 20 – Grupo de Instituições do qual a Natura se relaciona

Nestes termos, pergunta-se então: qual o papel das instituições de pesquisa, universidades, Organizações Não Governamentais na relação empresa/comunidade? São instituições que estão intermediando negociações ou legitimando processos considerados sustentáveis pelas empresas?

Na relação da Natura com as comunidades e a biodiversidade, principalmente a Amazônica, fez-se necessário a busca por aproximação à instituições científicas da região, pois isso lhe conferiria mais “respaldo científico”. Estar na Amazônia e usar produtos oriundos da biodiversidade Amazônica transformou-se num grande “trunfo” no qual discursivamente as empresas recentemente entenderam, transformado-o em um diferencial competitivo poder unir o chamado “conhecimento científico” ao “conhecimento tradicional”.

Esse novo cenário, diga-se, de interações mais democráticas e dialógicas, gerou “novas formas” de participação e pode suscitar alguns problemas, como destaca Moraes (2004). No momento em que ocorre a abertura e atribuições políticas de interferências dos diversos atores sociais significa, por parte do Estado, um “reconhecimento” e, com isso, “permissão” para a sociedade “ingressar, opinar e votar em fóruns decisórios de políticas

públicas” (MORAES, 2004, p.34). Resultando com isso, numa questão de legitimidade dessas inclusões e de seus pesos relativos nos processos políticos. Mas quem irá decidir sobre essas ações? O Estado ou os próprios atores que reivindicam esse poder?

Por outro lado, Guimarães (2001, p.65) ressalta a importância conferida ao Estado no sistema capitalista, onde sua atuação seria **única, necessária e indispensável**.

Única porque transcende a lógica do mercado mediante a salvaguarda de valores e práticas de justiça social e equidade, e incorpora a defesa dos direitos difusos da cidadania; **necessária** porque a lógica mesma da acumulação capitalista requer a oferta de ‘bens comuns, que não podem ser produzidos por atores competitivos no mercado; **indispensável** porque se dirige às gerações futuras e trata de aspectos e processos. Isso se justifica ainda mais porque as dificuldades provocadas pela desigualdade social e a degradação ambiental não podem ser definidos como problemas individuais, elas são, de fato, problemas sociais, coletivo. Não se trata simplesmente de garantir o acesso – via mercado – à educação, à habitação, à saúde ou a um ambiente livre de poluição, e sim recuperar práticas coletivas (solidárias) de satisfação dessas necessidades.

Para tanto, a empresa utiliza diferentes formas de aproximação, acesso e influência neste ambiente institucional. Desde a criação de uma Agenda Prioritária de Relações Governamentais, acesso aos recursos governamentais, isenções fiscais, contratação de consultorias de Organizações Não Governamentais, abertura de editais de apoio à pesquisas no Brasil e fora dele, além da criação de espaços de inovação dentro das Universidades e Institutos de pesquisa.

A chamada **Agenda Prioritária de Relações Governamentais** é definida anualmente pela Natura, com base nos assuntos de interesse da empresa e o cenário político-institucional brasileiro. Em 2009, a agenda foi pautada pelas discussões em torno dos seguintes temas:

- a) A Reforma tributária, em especial dos estados;
- b) O ambiente regulatório do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. Na busca pelo aprimoramento dos procedimentos e exigências do órgão regulador, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), de modo que nosso setor possa ter um

marco regulatório moderno, que promova a pesquisa e o desenvolvimento e fortaleça a indústria, consolidando a posição do País entre os três maiores mercados do mundo;

- c) Estabelecimento de um novo marco regulatório de acesso à biodiversidade brasileira⁴⁷.

Em 2012, uma aliança composta por Abihpec (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos), Grupo Farma Brasil, Abiquim (Associação Brasileira da Indústria Química), entre outros, mobilizou-se para evoluir a discussão da legislação com o Ministério do Meio Ambiente e outros órgãos públicos e demais atores envolvidos como as comunidades tradicionais e científicas. O resultado foi a criação de uma nova proposta de texto para o marco legal, finalizada e entregue ao governo em novembro de 2012.

- d) Política industrial e de venda direta;

O responsável dentro da empresa em propor ações é a área Jurídica e de Relações Governamentais que se empenham em especial, para **influenciar** na criação de um marco legal **pela promoção de um novo marco legal de acesso à biodiversidade e ao conhecimento tradicional associado, que garanta condições de exploração sustentável do patrimônio genético nacional e das manifestações tradicionais a ele associadas**. Foram empenhados esforços em espaços públicos formais de discussão de uma nova legislação, procurando contribuir e apresentando o tema para senadores e deputados federais ligados às questões do meio ambiente e do desenvolvimento sustentável. O objetivo da empresa é de que ela seja reconhecida como uma interlocutora importante no debate de políticas públicas.

Em consonância com as ações da empresa, o MCTI, criou um documento chamado Estratégia Nacional de Ciência Tecnologia e Inovação (ENCTI), cujo um dos pilares é a **Promoção da Inovação nas Empresas**, através da interlocução entre Governo Federal, Estados e Municípios, agências de fomento, institutos de pesquisa, universidades e empresas. Direcionando suas ações para:

⁴⁷ A empresa também atua perante o Conselho de Gestão do Patrimônio Genético Nacional (CGEN), instância que regula o tema no País, para que os termos da atual legislação de acesso aos recursos genéticos não emperrassem a pesquisa e o desenvolvimento em biodiversidade. Nossos principais interlocutores, nessa questão complexa, foram os Ministérios de Meio Ambiente, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, da Ciência e Tecnologia e suas agências, bem como a Casa Civil da Presidência da República.

- a) ampliar sistematicamente a formação e capacitação de recursos humanos e fortalecer a pesquisa e a infraestrutura científica e tecnológica;
- b) elevar expressivamente os recursos destinados a apoiar o desenvolvimento tecnológico e a inovação;
- c) dar um enfoque sistêmico à ação de apoio do Estado e desenvolver novas modalidades e instrumentos de apoio, parceria, compartilhamento de riscos e coordenação com os segmentos empresariais e setores prioritários para o fomento da inovação;
- d) apoiar o adensamento tecnológico das cadeias produtivas com potencial competitivo ou fragilizadas pela concorrência internacional, visando a redução dos déficits críticos na balança comercial, o aumento do conteúdo local da produção de bens de elevado conteúdo tecnológico e a ampliação da participação de empresas de capital nacional em tecnologias de alto conteúdo de conhecimento;
- e) estabelecer regras para o investimento direto estrangeiro, visando a internalização de centros de P&D, a transferência de tecnologias e associação com empresas nacionais.

Além dos mais, o MCTI também em consonância com a construção discursiva de **agregação de valor à biodiversidade**, tomou este tema como prioridade, cuja meta é ampliar o conhecimento científico sobre os ecossistemas brasileiros e a biodiversidade associada, apoiando o desenvolvimento tecnológico e inovação para agregação de valor aos bens e serviços provenientes desse patrimônio natural. Segundo o MCTI, o desafio é

iniciar a implantação de estratégias que permitiam, **simultaneamente, o avanço no conhecimento da biodiversidade e a identificação de novas moléculas, produtos ou processos de efetivo potencial econômico**. O objetivo de médio prazo é transformar o Brasil em uma liderança internacional tanto na pesquisa em biodiversidade como no seu uso sustentável, revertendo parte dos lucros com a comercialização de produtos ou processos derivados de nossa alta diversidade de espécies, na conservação deste gigantesco patrimônio Natural.

A empresa Natura, segundo dados dos seus relatórios anuais dos anos de 2005 a 2012, além de buscar interferir na agenda pública recebeu financiamentos de órgãos de fomento do governo por meio de incentivos fiscais totalizaram R\$ 206,5 milhões. Parte desses recursos é oriundo da lei 11.196, a Lei do Bem, que prevê incentivos às empresas que desenvolvem inovações tecnológicas. A empresa também acessou R\$ 152,2 milhões de financiamento de órgãos de fomento como BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento

Econômico e Social) e FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos) para inovação, capacitação industrial, logística e tecnologia da informação (Tabela 26).

Tabela 26 - Ajuda Financeira recebida do Governo (R\$ milhões)

Ajuda Financeira significativa recebida do Governo (R\$ milhões)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Financiamento da FINEP destinado à pesquisa e ao desenvolvimento	0,0	61,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Financiamento do BNDS destinado ao novo Centro de tecnologia e à capacitação industrial e logística	0,0	0,0	71,5	19,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Incentivos fiscais de apoios e patrocínios	3,0	4,6	6,6	5,2	6	9	10	9
Lei do Bem (dedução nas bases do IR e CS de até o dobro dos gastos com pesquisa e inovação tecnológica)	-	15,4	14,7	15,6	10,0	19	24	22
Subvenção de ICMS de Itapeverica da Serra	0,7	3,9	2,8	1,8	3	6	4	5
Outros	0,4	0,1	01	0,0	0,0	0,6	1,1	2,0
Total	4,1	85,7	96,6	41,6	19,0	34,6	39,1	38,0

Fonte: Relatórios Natura 2001-2012.

Outro agente importante nessa relação são as Organizações Não Governamentais. Segundo Rezende (2004), o termo Organização Não Governamental foi usada pela primeira vez na Organização das Nações Unidas (ONU) para denominar grupos supranacionais e internacionais que não foram estabelecidas através de acordos governamentais.

No Brasil, as ONGs estavam relacionadas principalmente a grupos que objetivavam auxiliar

movimentos sociais e organizações populares de base comunitária, com objetivos de promoção da cidadania em geral; defesa e proteção de direitos; luta pela democracia política e social; proteção e segmentos sociais excluídos e marginalizados; fortalecimento da sociedade civil, com ênfase nos trabalhos de educação popular, elaboração e monitoramento de políticas públicas, com forte atuação junto ao Estado, à sociedade e à imprensa. Enfim, são aquelas instituídas com o objetivo de contribuir para a construção de um mundo mais justo, solidário e sustentável (REZENDE, 2004, p.25).

No Brasil, foi no período da ditadura militar, que surgiram as primeiras ONG's⁴⁸ que tinham como objetivo principal a redemocratização, a defesa dos direitos humanos e sociais de minorias. Já na década de 1990 o meio ambiente ganhava visibilidade principalmente após a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – UNCED/CNUAD – Brasil – Rio 92, a ECO 92.

Nos últimos anos, caracterizados por mudanças no contexto nacional, as ONGs, inseridas na sociedade civil, também mudaram. Se antes as mesmas, pelo menos no Brasil, lutavam por maior abertura e participação política, passaram a ser formuladoras de políticas públicas e mais, passaram também a ser prestadoras de serviços públicos realizando muitas vezes demandas, consideradas até então, exclusivas e obrigatórias do Estado.

Essas mudanças, muitas vezes, acabam tirando-lhes o caráter de contestador, passando a assumir um aspecto mais técnico e assumindo ações estatais, inclusive, financiadas pelo próprio Estado. Isso fez com que, segundo Dagnino (2002), as organizações da sociedade civil passassem a ser cobradas, e se cobrarem a ter que possuir maior qualificação técnica e burocrática para serem capazes de realmente interferirem na formulação de políticas públicas.

O risco nessas relações, segundo Dagnino (2002), é de que a ONG pode se transformar numa organização **“mais técnica e menos política”**, perdendo assim o seu caráter inicial que sempre foi de pressão. São mudanças causadas tanto pelo Estado, como pelas empresas. É a transformação do que deveria ser a **“voz” da sociedade civil, em órgãos com novas responsabilidades, assumindo inclusive, políticas sociais.**

No “Projeto Priprioca” especificamente, as ONG's tiveram um papel importante para a empresa Natura. Num primeiro momento, em conjunto com consultores, serviram como interlocutoras na relação empresa/comunidades, assumida logo em seguida pelas empresas. Posteriormente como consultoras especializadas para realização de diagnósticos e informações para elaboração de planos de desenvolvimento comunitários.

⁴⁸ Nessa época a maioria das ONGs eram entidades com princípios cristãos marxistas, militantes e profissionais que segundo Aquino (2003) vinham se formando desde os anos 1970.

Por último, a empresa criou uma série de canais, como editais públicos de apoio à pesquisas no Brasil e fora dele, além da criação de espaços de inovação dentro das Universidades e Institutos de pesquisa, a chamada **Inovação Aberta**. Entre os projetos destacam-se o **Programa Natura Campus** e o **Programa Amazônia**.

O primeiro busca o desenvolvimento e a aquisição de novas tecnologias por meio de parceiras com universidades e centros de pesquisa no Brasil e no exterior. Em 2006 foi lançado o Programa Natura Campus de Inovação Tecnológica com o apoio de programas de fomento à pesquisa e desenvolvimento tecnológico do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). Em 2007 foi inaugurado o Portal Natura Campus (www.natura.net/campus) para facilitar o relacionamento com as instituições de ciência e tecnologia brasileiras e permite o cadastro de grupos de pesquisa e a submissão de propostas de projetos. As instituições de fomento viabilizam e/ou co-financiam equipamentos, bolsas científicas e material de pesquisa para as universidades participantes. Entre os temas que priorizados estão as tecnologias sustentáveis, a eficácia e segurança dos produtos, o bem-estar e as dimensões sensoriais dos nossos produtos.

Em 2010, a Natura lançou o Programa Amazônia. O Programa tem o objetivo de ampliar a presença da empresa na região, buscar novas propostas de desenvolvimento sustentável e agregação de valor local, incentivar ciência, tecnologia e inovação e fortalecimento institucional de múltiplos atores locais. Em 2012, foram definidos os cinco territórios prioritários de atuação da empresa na região que, somados, representam uma área de 11% da Amazônia Legal Brasileira, composta por 57 municípios e que abriga quase 25% da população local, a saber: **Rio Juruá, Manaus, Nordeste Paraense, Xingu-Tapajós e Acre-Purus**.

A escolha dos locais considerou informações socioeconômicas e ambientais, além de fatores logísticos, demográficos e sociopolíticos, entre mais de 30 critérios. O Programa Amazônia, um plano que busca incentivar a criação de cadeias sustentáveis e de novos negócios a partir da ciência, da inovação e do empreendedorismo, além do patrimônio natural e cultural da região. Atua em três frentes: Fortalecimento institucional. Ciência, tecnologia e inovação; Cadeias sustentáveis.

Entre os vários parceiros e projetos institucionais, destacam-se:

- Jardim Botânico da cidade do Rio de Janeiro - Banco de DNA de Espécies da Flora Brasileira;
- Em parceria com a Financiadora de Estudos e Projetos e a ONG Imaflora, está em andamento um projeto específico cujo alvo é a certificação de ativos (2002);
- Testes de avaliação de desempenho e segurança de produtos em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Quatro, com foco na flora brasileira, são parcerias com a Universidade Estadual Paulista de Araraquara, com a Unesp de Botucatu, com a Universidade Federal de São Paulo e com a Universidade Federal de Santa Catarina;
- Parceria com o Laboratório Nacional de Biociências (LNBio);
- Estreitamento de laços com o MIT (Massachusetts Institute of Technology), parceria já anunciada em 2010, definindo os projetos que iremos desenvolver. Em 2012, assinaremos os contratos e daremos início aos trabalhos conjuntos;
- Parceria com a UFRA e MPEG para estudos botânicos e de plantio da pirioca;
- EMBRAPA - Projeto em parceria com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), cujo objetivo era realizar estudos sobre a estrutura populacional e genética de espécies;
- UFAM - A Universidade Federal do Amazonas (UFAM) desenvolvimento de projeto de pesquisa com estudos sobre o impacto dos processos produtivos em comunidades indígenas, extrativistas, população ribeirinha, produtores rurais e catadores de material reciclável de centros urbanos. Foi inaugurado o NINA (Núcleo de Inovação Natura Amazônia), com sede em Manaus (AM), um centro de conhecimento que pretende formar uma rede de pesquisas, cujo objetivo é transformar a região em referência em biotecnologia. Por meio da parceria, a Natura fornece recursos e disponibiliza pesquisadores que acompanham os estudos da organização. O NINA faz parte da frente de Ciência, Tecnologia e Inovação do Programa Amazônia e pretende envolver até 2020 cerca de mil pesquisadores em rede, do Brasil e do exterior. Nos primeiros meses de atuação, foram firmados contratos com quatro instituições que atuam na região: além da UFAM, o Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Inpa), a Embrapa, o Centro de Biotecnologia da Amazônia (CBA).

- Contratação do Instituto PEABIRU para levantamentos socioambientais das comunidades e posterior elaboração de plano de desenvolvimento para as mesmas.

Decerto que grandes mudanças em termos de tecnologia podem favorecer uma empresa, e ainda mais, como destaca Alves et al., (2011), se ela detiver sua patente ou possuir um acesso exclusivo de algum produto, que torne inviável ou impraticável que seus concorrentes a adquiram também.

E, é neste sentido que a empresa Natura em parceria com a Universidade Paris V, obteve no ano de 2002 a patente do Elastinol®, ativo exclusivo da Natura com ação no tratamento dos sinais do tempo. A patente foi concedida na França, como resultado de um trabalho da equipe de P&D da Natura com o professor Dr. Ladislav Robert estudioso na área do envelhecimento humano. Esta patente já está na sua terceira versão, Elastinol+, Elastinol+R, destinado ao tratamento de sinais na linha Chronos, cujo avanço possibilitou resultados mais eficientes e rápidos.

Por conseguinte, e na busca por desenvolver e proteger tecnologias, a Natura promoveu em 2004 o depósito de mais 15 pedidos de patentes no Brasil. Além disso, obteve 26 patentes de invenção e desenho industrial concedidas no país e no exterior. Em 2005 o Spilanthol, ativo obtido do jambu, planta encontrada com facilidade na região Norte, trouxe uma grande evolução para essa linha. Desenvolvido com tecnologia especialmente criada por nossos pesquisadores, o Spilol demonstrou uma ação efetiva sobre as rugas de expressão.

O alcaloide spilanthol presente nas folhas, ramos e flores do jambu é descrito em patentes como apropriado para uso anestésico, antisséptico, antirrugas, creme dental, ginecológico, anti-inflamatório, com diversos produtos no mercado, vendidos como remédio e cosmético. O jambu é utilizado pela Natura na composição do creme antirrugas Chronos, que era adquirido de plantios na Região Metropolitana de Belém. A partir de 2004, o jambu passou a ser fornecido pelo Grupo Centroflora, fundado em 1957, de produtores selecionados que cultivam de forma orgânica nos municípios de Pratânia, Botucatu, Ribeirão Preto e Jaboticabal e efetuam a secagem em Botucatu (HOMMA, 2012, p.171).

Enfim, as relações institucionais traçadas pela empresa Natura exigem a criação de um aparato interno institucional, que demanda uma articulação entre diferentes entes de interesses, muitas vezes díspares. No cenário da empresa, só haverá

interação entre instituições e agentes sociais ocorre em torno de ações concretas. Não é suficiente criar um fórum de discussão, se não existe um eixo real em torno do qual todos os interessados possam girar. Os projetos, desde a concepção, passando pela elaboração e finalmente na execução, criam esse eixo aglutinador. Os objetivos e metas dos projetos dão consistência e sistematizam os relacionamentos institucionais, razão de ser das redes operativas, que perduram em virtude dos efeitos e resultados que produzem (PEIXOTO, 2008, p. 377).

Além disso, corrobora-se com Alves (2011) e Morsello (2006) quando os autores enfatizam a importância do Estado como criador e regulador de leis, bem como de fiscalização de atividades. Porém, ressalta-se o poder de atuação e ingerência da empresa, na busca de mudanças e propostas de políticas públicas, com forte aliados: ONG's e Instituições de Pesquisa e Universidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Amazônia, durante décadas, tem sido alvo de investimentos públicos e privados que pouco levou em consideração aspectos sociais, ambientais e políticos existentes na região. Parte desse contexto, refletido em ações governamentais, deve-se à construção de um imaginário social construído sobre a Amazônia, que consegue congrega no mesmo espaço, de um lado, ideias de “vazio demográfico”, “população pouco apta ao trabalho” e de outro, mais recentemente, de uma biodiversidade do futuro “salvadora” e resguardada, em parte, por sua “população tradicional” (povos da floresta, povos das águas). Mas ambas com o mesmo sentido: o de um lugar a ser explorado/conhecido seja pelos aventureiro-viajantes, seja pela ciência.

Este trabalho buscou, então, fazer uma análise das relações, denominadas de parceria, entre uma empresa de biocossético, a empresa Natura, e comunidades no interior do estado do Pará inseridas no projeto que ficou conhecido como “Projeto Priprioca”. Para isso, foi realizado um levantamento dos aspectos que compõem a visão geral da empresa, com o intuito de identificar suas estratégias e como esta agregava a sua marca conceitos como “Biodiversidade, Amazônia”, “Desenvolvimento sustentável”, “Parceria com populações tradicionais” e “Capital social”. Por outro lado, fazia-se necessário conhecer quais grupos, que comunidades estavam comercializando a priprioca e identificar possíveis impactos dessa relação comercial nas suas vidas cotidianas. E, por fim, verificar qual o papel nesta relação de outros atores sociais como o Governo, Universidades, Institutos de Pesquisa e Organizações Não Governamentais.

Na revisão de literatura que discute a relação entre empresas e comunidades, percebeu-se entre os autores uma tentativa de sistematização de experiências na Amazônia que tiveram algum resultado exitoso. Há um destaque em comum entre os mesmos: de que cada vez mais vem sendo incentivado, por diferentes agentes públicos ou privados, o estabelecimento de acordos econômicos entre comunidades e empresas. Percebe-se, porém, que não se discute mais se esta relação de parceria é viável ou não, se é possível ou não de se realizar, pois parece não haver mais contradição nos modos de vida, cultura e o ambiente econômico. Afinal, a busca agora é pela tripé do desenvolvimento sustentável. Chegou-se ao

ponto de não se problematizar mais sobre qual o tipo de parceria existente ou qual o tipo ideal que precisa ser construído.

Ao ser analisado sob este enfoque, o “Projeto Priprioca” apresenta resultados díspares, confirmando as premissas levantadas no início da pesquisa. A empresa Natura, há mais de 40 anos no mercado de higiene e cosméticos, organizou-se numa estrutura burocrática convencional com metas, objetivos, cadeia de valores, planos, programas, visão de futuro. Porém, com um diferencial. Conseguiu agregar a sua marca, criando valor econômico e simbólico, os conceitos de Desenvolvimento Sustentável, Amazônia e Biodiversidade, isso numa só linha de produtos, a **Linha Ekos**, que com forte estratégia de *marketing* arregimentou o faturamento de forma exorbitante da empresa em um pouco mais de 10 anos. É um processo de valoração da cultura dessas comunidades, sua relação com a questão ambiental, incorporadas na política da empresa.

Contudo, a tentativa de inserir como estratégia da empresa as premissas básicas do desenvolvimento sustentável como participação, inclusão e equidade, fez com que a mesma adotasse algumas práticas de relacionamento, que ela chama de “ritos”, não conseguindo, contudo, uma transformação da retórica para o pragmatismo. A relação comercial com as comunidades não acontece de forma participativa colaborativa, pois sua estrutura organizacional permite, no máximo, uma pseudo participação (uma participação de cima pra baixo), mas nada que possibilite rupturas no seu *modus operandi*.

As atividades implementadas pela empresa junto às comunidades de Boa Vista, Cotijuba e Campo Limpo, representam um ambiente de implementação “micro”, resumindo-se às atividades de produção de priprioca por algumas famílias. O projeto obteve resultados positivos, como aumento de renda dos membros das associações e consequente aumento no padrão de bens e consumo, um crescimento da autoestima dos produtores e a expansão do conhecimento de seus beneficiários. Sendo contudo, muito incipiente ou praticamente inexistente os indicadores que forneçam informações sobre o sucesso e até viabilidade dessa relação, à médio e longo prazo.

Os resultados positivos, porém, escamoteiam aspectos negativos. Para o estabelecimento destas parcerias as relações tiveram que ser pautadas em marcos regulatórios

com a passagem da informalidade de relações para a formalidade contratual, para os acordos formais e fechados, cujo objetivo é atender quesitos de qualidade e quantidade da empresa. Foram assim, criadas e financiadas pela Natura, associações juridicamente constituídas para atender a um contrato, direcionada aos interesses econômicos, para atendimento das demandas do mercado - literalmente, no caso das associações estudadas, emitir notas fiscais.

As consequências da criação das associações foi exatamente de encontro ao que apregoa a empresa - o fortalecimento do capital social. Para que um projeto seja economicamente e socialmente viável, ele implica no empoderamento local, fortalecimento das redes de cooperação e confiança, na manutenção da atividade produtiva de forma sustentável no longo prazo, além de uma estratégia ampla de conservação dos ativos da biodiversidade, que seja válida para a área explorada pelas comunidades e o seu entorno. Isso não está acontecendo. O que se identificou foi o desmantelamento de estruturas organizacionais das comunidades, com a desmobilização de grupos associativos de ajuda mútua (mutirão/"União Faz a Força"), levando ao enfraquecimento do capital social e de laços de reciprocidade.

Verificou-se então, estilos de vida e práticas sociais contrastantes e discursos contraditórios, tanto do lado da empresa privada (com interesses próprios e objetivos), como dos agricultores familiares. Com perceptível descompasso entre o "tempo da empresa" (célere e burocrático) e o do "tempo da comunidade".

Além da criação das associações ("sugeridas pela empresa") e com o intuito de ajustar-se a legislação existente, a Natura também usou a sua própria noção de "População tradicional" para a comunidade de Boa Vista do Acará que foi apropriada (em parte) pela comunidade, pois trazia no seu bojo acesso a algumas benesses, como a repartição de benefícios em função do patrimônio genético associado ao conhecimento tradicional acessado pela empresa.

É necessário reconhecer uma dimensão contraditória subjacente ao debate acerca da repartição de benefícios da pripioca. O seu caráter arbitrário está ligado aos critérios de valoração e mercantilização do conhecimento. Enquanto componente da cultura, o estabelecimento de um "valor" ao conhecimento, que se cristaliza através de um contrato, lida

com a arbitrariedade de valorar um bem cultural intangível - o “conhecimento tradicional”. Está-se diante de um conjunto de significados simbólicos envolvidos nos saberes relativos às práticas costumeiras, transmitidas através das gerações e que são imponderáveis, ou seja, não passíveis de mensuração ou valoração. E, no caso, esta valoração foi atribuída de modo unilateral pela Natura, ao identificá-lo àquele valor atribuído ao acesso ao patrimônio genético, também estabelecido do mesmo modo, uma vez que prevaleceu o critério mercadológico, a “regra da empresa”. Não conseguindo ainda, articular de fato instrumentos legais que assegurem, de fato, o direito de propriedade intelectual do conhecimento tradicional.

Com a introdução de processos instrumentais exógenos às comunidades, observaram-se mudanças no uso da terra em especial na lavoura, e no uso de recursos naturais das comunidades, com a substituição de produtos da agricultura que provem a segurança alimentar para o interesse por culturas comercializáveis como a piprioca.

As dificuldades encontradas pelas comunidades em garantir a qualidade do produto comercializado, os desafios de adequação às exigências legais do processo de plantio e comercialização ainda são latentes. A Natura instrumentalizou práticas de poder disciplinar através de programas como o BioQlicar, na busca por qualidade, quantidade, controle e rastreabilidade. Foi a disciplina fabril levada às comunidades criando um ambiente de trabalho cooperado entre os diferentes “elos”, mas que na verdade tornou-se um trabalho subjugado. A parceria assume enfim, o seu caráter, que é o de fidelização do produtor em relação a empresa, assumindo baixa participação na gestão do processo.

Intervenções de desenvolvimento em comunidades locais têm, em geral, o efeito colateral de produzir desigualdades sociais intra/intercomunitárias. Nas entrevistas desenvolvidas nas três comunidades mostraram que seus membros identificam como necessidades um maior acesso à educação e à saúde e um melhor sistema de transporte. A posição da Natura diante dessas questões é a de que não quer tornar as comunidades dependentes de uma assistência paternalista respondendo por serviços públicos de responsabilidade do Estado. É o desenvolvimento sustentável compartimentado. A conservação dos ativos da biodiversidade depende de fatores sociais, prerrogativa da proposta da Natura, e se esses fatores têm sido abordados apenas de forma tangencial, então mesmo

que a totalidade dos moradores das três comunidades participasse de atividades de produção de piprioca para fins de comercialização, fato que definitivamente não ocorre, o desenvolvimento social estaria solapado e, conseqüentemente, a sustentabilidade de toda a iniciativa.

Por fim cabe destacar, que a incorporação de instituições e atores sociais como instituições governamentais, de ensino, de pesquisa e organizações não governamentais não atuam mais como intermediários de negociações, mas sim como “legitimadores” de um processo considerado sustentável pelas empresas, com destaque para a baixa inserção do Estado como regulador, instituições de ensino e pesquisa sendo equipadas com recursos privados e a serviços destes e Organizações Não Governamentais mudando seu caráter crítico para agentes de serviços técnicos.

A complexidade do assunto e das relações que o envolvem não encerram obviamente neste trabalho. Estudos a cerca das conseqüências econômicas destes contratos comerciais, estudos de conflitos latentes ou não nesta relação, o impacto sobre a segurança alimentar das comunidades amazônicas são alguns desdobramentos que certamente irão fortalecer o debate sobre as relações comerciais entre empresas e comunidade na e da Amazônia.

REFERÊNCIAS

- ABIHPEC. Panorama do Setor, 2013. Disponível em: <<http://www.abihpec.org.br/wp-content/uploads/2013/08/Panorama-do-setor-PORT-07ago2013.pdf>> Acesso em 12/08/2013.
- ABRAMOVAY, Ricardo. **Funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo**. Texto para Discussão nº 702 – IPEA – Rio de Janeiro, 2000.
- ADAMS, Cristina; MURRIETA, Rui; NEVES, Walter (Orgs). **Sociedades Caboclas Amazônicas: Modernidade e invisibilidade**. São Paulo: Annablume, 2006.
- ALBUQUERQUE, Rosana de Lemos. **Associativismo, Capital Social e Mobilidade: Contributos para o Estudo da Participação Associativa de Descendentes de Imigrantes Africanos Lusófonos Em Portugal**. Tese de Doutorado. Universidade Aberta, Lisboa, 2008.
- ALMEIDA, Ruth. Dissertação de mestrado UFPA. **Zona de Conflitos: o Agronegócio da Soja e a Formação da Esfera Pública em Corta-Corda, Santarém, Pará**, 2005.
- ALVES, Giovanni. **Marxismo, a alienação e o tempo histórico da barbárie social do capital**. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho R. Katál., Florianópolis, v. 16, n. 1, p. 57-62, jan./jun. 2013
- ALVES, Raimundo Nonato Brabo Alves; HOMMA, Alfredo Kingo Oyama. **Amazônia: do verde ao cinza**. 2ª edição. Belém, PA: Embrapa Amazônia Oriental, 2008.
- ALVES, Ricardo Ribeiro; JACOVINE, Laércio Antônio Gonçalves, NARDELLI, Aurea Maria Brandi. **Empresas verdes: estratégia e vantagem competitiva**. Viçosa, Minas gerais: ed. UFV, 2011.
- ANDERSON, Anthony; CLAY, Jason (Orgs.). **Esverdeando a Amazônia: comunidades e empresas em busca de práticas para negócios sustentáveis**. São Paulo: Peirópolis, Brasília, DF: IIEB – Instituto Internacional de Educação do Brasil, 2002.
- ANTUNES, Ricardo. **SÉCULO XXI: nova era da precarização estrutural do trabalho?** Seminário Nacional de Saúde Mental e Trabalho - São Paulo, 28 e 29 de novembro de 2008.
- APPADURAI, ARJUN. **A Vida Social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.
- AQUINO, Maria José. **“A casa dos nossos Gens”**: um estudo sobre ONGs ambientalistas na Amazônia. Tese de doutorado em Sociologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2003.

- ASTOLFI FILHO, Spartaco. **Um programa estratégico para o desenvolvimento da bioindústria na Amazônia: Probem/Amazônia**. Seminário Especial A Biodiversidade como Estratégia Moderna de Desenvolvimento da Amazônia Rio de Janeiro, setembro de 2001.
- BAPTISTA, Fernando Mathias. **Contratos de Bioprospecção e Repartição de Benefícios**: Caderno nº 17, 2ª edição revisada Cristina Maria do Amaral Azevedo, 2003 realização: Conselho Nacional da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica.
- BAQUERO, Marcello. **Reinventando a Sociedade na América Latina**: cultura política, gênero exclusão e capital social. Porto Alegre, UFRGS, 2001 p. 19-49.
- BARDIN, I. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições Setenta, 1994. 226 p.
- BARP, Wilson José. **Fronteira da cidadania**: cartografia da violência na Amazônia Brasileira. Tese de Doutorado em Sociologia, Universidade de Campinas/IFCH. Campinas, 1997.
- BARRETO FILHO, Henyo T. Populações tradicionais: introdução à crítica da ecologia política de uma nação. In: **Sociedades Caboclas Amazônicas**: Modernidade e Invisibilidade. (Eds. Cristina Adams, Rui Murrieta e Walter Neves). São Paulo: AnnaBlume, 2006.
- BOURDIEU, P. Sobre o poder simbólico. **O Poder Simbólico**, Rio de Janeiro: Bertrand, Brasil 2001.p.7.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.
- CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTTI, Regina. **Pesquisa qualitativa**: análise de discurso *versus* análise de conteúdo. Texto Contexto Enferm, Florianópolis, 2006 Out-Dez; 15(4): 679-84.
- CARNEIRO, Marcelo Sampaio; NETO, Manuel Amaral; MIRANDA, Katiuscia Fernandes. **Seminário Relações entre Empresas, Governos e Comunidades na Amazônia Brasileira Reflexões e propostas**. Realização IIEB, maio de 2009.
- CARVALHO, Vanessa Brasil de; MENDOÇA Graziella Câmara. **De mãe para filha**: o desafio de comunicar o saber tradicional na Amazônia. Universidade Federal do Pará, Belém, PA Midia cidadã. “Amazônia e o direito de comunicar” 17 a 22 de outubro de 2011 - Belém/PA.
- CASTRO, Edna. AMAZÔNIA: sociedade, fronteiras e políticas. **CADERNO CRH**. Salvador, v. 25, n. 64, p. 9-16, Jan./Abr., 2012. Disponível em: <http://naturaekos.com.br/valores-da-marca/>. Acesso em 20/06/2013.
- CASTRO, Ferreira de. **A Selva**. 37. ed. Lisboa: Guimarães Ed., 1997.

- CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. Ministério de Educação, Recife: INPSO/FUNDAJ, Instituto de Pesquisas Sociais, Fundação Joaquim Nabuco, 1994. p. 262.
- CENTRO DE BIOTECNOLOGIA DA AMAZÔNIA (CBA). Disponível em: <http://www.suframa.gov.br/cba/>. Acesso em 12/05/2013.
- CHAMMA, Maria de Fátima. **Desafios da indústria cosmética da Amazônia: o caso "Chamma da Amazônia"**. T&C Amazônia, Ano V, Número 11, Junho de 2007
- CHAVES, Maria do Perpétuo Socorro Rodrigues; RODRIGUES, Débora Cristina Bandeira; LIRA; Talita de Melo. Amazônia: as relações sociais sob o prisma da narrativa de Ferreira de Castro. **Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, Belém, v. 2, n. 3, p. 13-24, set-dez. 2007.
- CHIZZOTTI, Antio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 11 ed. São Paulo: Cortez, 2010.
- CLAY, J. **Business and biodiversity: rainforest marketing and beyond**. In: Business and biodiversity: rainforest marketing and beyond (VANCE, N. C.& J. THOMAS, ed.). Washington, DC: U.S.D.A. Forest Service. 122-145pp, 1997.
- COLEMAN, J. Foundations of social theory. Cambridge: Harvard University Press, 1990
- CONCEIÇÃO, C. C. C; MOTA, M.G.C.; SILVA, A.B.; ZOGHBI, M. G. B.; **Ocorrência e coleta de germoplasma de priprioca (Cyperus Sp) no nordeste Paraense: Simpósio Brasileiro de Óleos Essenciais**,(documentos), IAC, Campinas, 74, 2003.
- COSTA, Francisco de Assis Costa. **O uso de recursos naturais na Amazônia em face do desenvolvimento sustentável: anotações para uma agenda das ciências da sociedade**. Belém: NAEA, 2007.
- COSTA, Jessejames Lima da. **Primeiro Contrato de Acesso aos Recursos da Biodiversidade do Estado do Amapá (CARB)** . Conferência Regional e C,T & I. Secretaria de Estado do Meio Ambiente do Amapá (SEMA) Av. Mendonça Furtado, nº 53, Centro. Macapá/Amapá. Chefe da Divisão de Unidades de Conservação (SEMA/AP), Manaus Amazonas , 29 e 30 jun. e 01 jul., 2005.
- COSTA, Jodival Mauricio da; RICHETTI, Patrícia. Parceria entre empresa e comunidades tradicionais na Amazônia brasileira: processos contemporâneos de mercantilização da cultura e do meio ambiente. **Novos Cadernos NAEA**, v. 13, n. 2, p. 261-275, dez. 2010.
- COSTA, Maria José Jackson (org.). **Sociologia na Amazônia: Debates teóricos e experimentos de pesquisa**. Belém, Pará: Universidade Federal do Pará, 2001.

COSTA, Sérgio. **As cores de Ercília: Esfera Pública, democracia, configurações pós-nacionais**. Belo Horizonte, Minas Gerais: Editora UFMG, 2002.

COUNSELL, S.; RICE, R. E.. **The Rainforest Harvest**. London: Friends of the Earth, 1992.

DAGNINO, Evelina (org.). **Sociedade Civil e espaços públicos no Brasil**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

DIEGUES, Antônio Carlos. Desenvolvimento Sustentável ou Sociedades sustentáveis: da crítica dos modelos a novos paradigmas. **São Paulo em Perspectiva** 6 (1-2): 22-29, jan-jun, 1992.

EHLERS, Eduardo. **O que é agricultura sustentável?** Coleção primeiros passos. São Paulo: Brasiliense, 2008.

etnográfica na feira mais famosa de Belém do Pará. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém (PA), 2008.

EUCLIDES DA CUNHA ACERCA DA AMAZÔNIA.. **História: Questões & Debates**, Curitiba. Editora UFPR n. 44, p. 147-162, 2006.

FERNANDES, Marcionila; MARIN, Rosa Elizabeth Acevedo. Biodiversidade e relações sociais na Amazônia. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 03, n. 01, p. 52-69, Jan/Abr de 2007.

FERRARI, Alfonso Trujillo. **Fundamentos de Sociologia**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

FERREIRA, Rebeca Campos. Laudos antropológicos, responsabilidades sociais Dilemas do reconhecimento de comunidades remanescentes de quilombos. **Civitas**, Porto Alegre, v. 12, n. 2, p. 340-358, maio-ago. 2012.

FIDEL, Raya. **The case study method: a case study**, In: GLAZIER, Jack D. & POWELL, Ronald R. *Qualitative research in information management*. Englewood, CO: Libraries Unlimited, 238p. p.37-50, 1992.

FIGUEIREDO, Lucia Campos Salles. Comércio e sustentabilidade na Amazônia: efeitos da parceria entre empresa e comunidades no uso tradicional de recursos naturais. Trabalho de Conclusão de Curso, Instituto de Biociências da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Campus de Rio Claro, para obtenção do grau de Ecólogo Rio Claro Estado de São Paulo – Brasil, Nov. de 2005.

FIGUEIREDO, Lucia; MORSELLO, Carla. **Comércio e Sustentabilidade na Amazônia: Efeitos da Parceria entre Empresa e Comunidade no Uso Tradicional de Recursos Naturais**. Anais do III Encontro da ANPPAS, Brasília-DF, 23 a 26 de maio de 2006.

FRAXE, Therezinha de Jesus Pinto; WITKOSKI, Antônio Carlos E MIGUEZ, Samia Feitosa. O ser da Amazônia: identidade e invisibilidade. **Cienc. Cult [online]**. vol.61, n.3, p. 30-32, 2009.

CRULZ, GASTÃO. **Amazônia misteriosa**. Livraria Saraiva. São Paulo. Coleção Saraiva, v. 115 7 ed. 1957. 240p.

GIL, Antio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. , São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, Ana Maria de A. L. Rodrigues. **Fundos competitivos para o financiamento da pesquisa agrícola no Brasil: o caso do PRODETAB – EMBRAPA**. Dissertação apresentada à Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas para obtenção do grau de mestre. Fundação Getulio Vargas, Escola Brasileira de Administração Pública, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa, Curso de Mestrado Executivo, Rio de Janeiro 2001.

GUILLEN, Izabel Cristina Martins. **Euclides da Cunha para se Pensar Amazônia. Reportagem**. Doutora em História pela Unicamp e pesquisadora da Fundação Joaquim Nabuco (Recife - PE). Disponível em: <http://comciencia.br/reportagens/amazonia/amaz9.htm>. Acesso em 12/03/2013.

GUIMARÃES, Roberto P. A ética da sustentabilidade e a formação de políticas de desenvolvimento: Modernidade, meio ambiente e ética: as tensões do novo paradigma de desenvolvimento. In: VIANA, Gilney; SILVA, Marina e DINIZ, Nilo (org.) **O desafio da sustentabilidade: um debate socioambiental no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

HABERMAS, Jürgen. A Unidade da Razão na Multiplicidade de suas Vozes. In: **Pensamento Pós-metafísico: estudos filosóficos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990b, pp. 151-182.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Universitário 76, 1990 a.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1999.

HEBÉTTE, Jean. Reprodução Social e participação política na fronteira agrícola paraense: o caso da Transamazônica. In: HEBÉTTE, Jean; MAGALHÃES, Sônia Barbosa; MANESCHY, Maria Cristina (org.). **No mar, nos rios e na fronteira. Faces do campesinato no Pará**. Belém, Pará: EDUFPA, 2002, pp. 205-231.

HOMMA, A.K.O. Uso, Valoração E Experiências Exitosas Com Recursos Genéticos Vegetais Na Amazônia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE RECURSOS GENÉTICOS, 2,

- Belém, Pará, 2012. Anais ..., Belém, Sociedade Brasileira de Recursos Genéticos, 2012. (Texto completo em CDRom). 24p.
- HOMMA, Alfredo Kingo Oyama. biodiversidade da Amazônia: Um Novo Eldorado? **Revista de Política Agrícola**, Ano XI , n. 03, Jul - Ago - Set – 2002.
- HOMMA, Alfredo Kingo Oyama. Biopirataria na Amazônia: como reduzir os riscos? Amazônia. **Ci. & Desenv.**, Belém, v.1, n.1, jul. /dez., 2005.
- HOMMA, Alfredo Kingo Oyama. Extrativismo vegetal ou plantio: qual a opção para a Amazônia? **Estud. Av. [online]**. 2012, vol.26, n.74, pp. 167-186.
- HOMMA, Alfredo Kingo Oyama. **Extrativismo, biodiversidade e biopirataria na Amazônia**. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2008.
- HOMMA, Alfredo Kingo Oyama. **O extrativismo das folhas de Jaborandi no município de Paraupabas, Estado do Pará**. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 2003.
- HOMMA, Alfredo. Meio ambiente e desenvolvimento agrícola na Amazônia. In: **XXXIII Congresso Brasileiro de Fitopatologia**, 25 (suplemento), São Paulo, agosto, 2000, pp. 223-233.
- INSTITUTO PEABIRU. **Diagnóstico e Plano de desenvolvimento das comunidades de Boa Vista, Cotijuba e Campo Limpo, Pará** – Instituto Peabiru, 2005.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico 2010**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/população/censo2010/população_por_município_zip.shtm>. Acesso em: 2 fev. 2011.
- POLÍTICA E DIREITO SOCIOAMBIENTAL (ISA)**. Disponível em: <http://www.socioambiental.org.br>. Acesso em: 20/02/2013.
- JUNQUEIRA FILHO, Jorge Luiz; KLEBA, John Bernhard. **Inovações biotecnológicas, conhecimentos tradicionais e legislação- Um estudo de caso**. Anais do 14º Encontro de Iniciação Científica e Pós-Graduação do ITA-XIV ENCITA/2008. Instituto Tecnológico de Aeronáutica, São José dos Campos, SP, Brasil, 20 a 23, 2008.
- KLUTH, Verilda Spiridião. **A rede de significação: um pensar metodológico de pesquisa**. In: BICUDO, Maria Aparecida Viggiani. Pesquisa qualitativa segundo a visão fenomenológica. São Paulo: Cortez, 2011.
- KREITLON, Maria Priscilla. **A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresarial**. Anais do XXVIII ENANPAD, Curitiba, 2004.

Laudo Antropológico relativo ao processo de anuência para acesso a componente do patrimônio genético da priprioca (*Cyperus articulatus* L.) na localidade de Boa Vista, Acará/PA. Iara Ferraz – Antropóloga, Rio de Janeiro, 29 de setembro de 2006.

LAYRARGUES, Philippe Pomier. **Do ecodesenvolvimento ao desenvolvimento sustentável: evolução de um conceito?** Proposta, 25 (71):5-10, 1997.

LEANDRO, Rafael Voigt. ***Inferno Verde*: representação literária da Amazônia na obra de Alberto Rangel.** Anais do 3º Colóquio Internacional a poética do imaginário. Amazônia literatura e cultura. Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, Amazonas, 16 a 18 de maio de 2012.

LIMA, Deborah de Magalhães. **A Construção Histórica do Termo Caboclo: Sobre Estruturas E Representações Sociais No Meio Rural Amazônico.** Novos Cadernos NAEA vol. 2, nº 2 – p. 5-32 dezembro 1999.

LIMA, Maria Dorotéia de. **Ver-o-peso, patrimônio(s) e práticas sociais: uma abordagem etnográfica da feira mais famosa de Belém do Pará.** 2008. 220 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Belém, 2008.

LIMA, Susane Patricia Melo de; COSTA JÚNIOR, Waldemir Rodrigues. **Geografia e Representação na Amazônia Misteriosa de Gastão Cruls: da Monocromia à Monotia, do Fantástico ao Misterioso.** RA'E GA 23. Departamento de Geografia – UFPR, 2011.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli Elisa D. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** São Paulo: EPU, 1986.

MAIA, J. G. S.; ZOGHBI, M. G. B. **Óleos Essenciais da Amazônia: Inventário da Flora Aromática.** In: FARIA, L. J. G.; COSTA, C. M L. (org). **Tópicos Especiais em Tecnologia de Produtos Naturais**, UFPA/NUMA/POEMA, 302p. Belém, 1998.

MARCOVITCH, Jacques. **A Gestão da Amazônia: ações empresariais, políticas públicas, estudos e propostas.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

MARQUES, Gilberto de Souza. **Estado e desenvolvimento na Amazônia: a inclusão amazônica na reprodução capitalista brasileira.** Tese de doutorado, curso pós-graduação em desenvolvimento, agricultura e sociedade. Instituto de Ciências Humanas e Sociais, UFRJ, 2007.

MARTINS, Deryck Pantoja. **Novos Caminhos e Antigas Práticas: acordos de comunidades com empresas para o manejo florestal, o caso da Reserva Extrativista Rio Preto Jacundá em Machadinho D'Oeste – RO.** UFPA, Belém, 2008

MARX, Karl. **O Capital**, Vol. 1/1. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira,, 1971.

- MARX, Karl. **Manuscritos Econômico-Filosóficos**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.
- MAUÉS, Raymundo Herald. Comunidades “No Sentido Social da Evangelização”: Cebs, Camponeses e Quilombolas na Amazônia Oriental Brasileira. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, 30(2): 13-37, 2010.
- MEIRELLES FILHO, João Carlos. **Livro de ouro da Amazônia**. 5 ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.
- MENEZES, Antônio José Elias Amorim de. **Do Extrativismo à Domesticação: o Caso dos Bacurizeiros (*Platia insignis* Mart.) do Nordeste Paraense e da Ilha do Marajó**. Pelotas, 2010.- 196f.; il.- Tese (Doutorado), 2010.
- MICHI, Leny Nayra. Povos Indígenas, Empresas e os Produtos “Verdes”: **Cenário Jurídico da Comercialização de Produtos Florestais Não-Madeireiros**. 9º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO AMBIENTAL, pg. 173-182, 2005. Disponível em: http://www.parceriasflorestais.org/artigos/Michi_2005_Povos%20indigenas%20empresas%20e%20produtos%20verdes.pdf. Acesso em 12/02/2013.
- MORAES, Reginaldo Carmello Corrêa de. Globalização e políticas públicas: vida, paixão e morte do Estado Nacional. In: **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 25, n. 87, 2004, pp. 309-333.
- MOREIRA, Eliane. O direito dos povos tradicionais sobre seus conhecimentos associados à biodiversidade: as distintas dimensões destes direitos e seus cenários de disputa. In: **Proteção aos Conhecimentos das Sociedades Tradicionais**. Organizadores: Benedita da Silva Barros, Claudia Leonor López Garcés, Eliane Cristina Pinto Moreira, Antônio do Socorro Ferreira Pinheiro. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi: Centro Universitário do Pará, 2006, p:309-332.
- MORSELLO, Carla **Market Integration and Sustainability in Amazonian Indigenous Livelihoods: The Case of the Kayapó**. PhD. Norwich: University of East Anglia, School of Environmental Sciences, 2006.
- MORSELLO, Carla. Parcerias Comerciais entre Empresas e Comunidades Amazônicas: Oportunidades, Problemas e Desafios. In: Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ambiente e Sociedade, 2, Indaiatuba, SP. Anais. Indaiatuba: ANPPAS, 2004.
- MOTTA-MAUÉS, Maria Angélica. A questão ética: índios, brancos, negros e caboclos. In: **Estudos e problemas Amazônicos**. Belém: IDESP/SEDUC, p. 196-204, 1989.

Não Madeireiros afeta o sistema tradicional de troca e compartilhamento? O caso da Reserva Extrativista do Médio Juruá, AM. Anais do ANPAS. 2008.

MOURÃO, P. **Organizações Produtivas de Mulheres Rurais** – 2011. Disponível em: <http://www.iica.int/Esp/regiones/sur/brasil/Lists/DocumentosTecnicosAbertos/Artigo>. Acesso em: 23/04/2013.

NATURA. Relatório Anual, 2001.

_____, Relatório Anual, 2010.

_____, Relatório Anual, 2002.

_____, Relatório Anual, 2003.

_____, Relatório Anual, 2004.

_____, Relatório Anual, 2005.

_____, Relatório Anual, 2006.

_____, Relatório Anual, 2007.

_____, Relatório Anual, 2008.

_____, Relatório Anual, 2009.

_____, Relatório Anual, 2011.

_____, Relatório Anual, 2012.

Natura. Política de Uso Sustentável da Biodiversidade e do Conhecimento Tradicional Associado. Disponível em <http://natura.infoinvest.com.br/file/a%20USB_port.pdf> Acesso em 12/03/2013.

NICOLI, Clarisse Maia Lana; HOMMA, Alfredo Oyama Kingo; MATOS, Grimoldo Bandeira de; MENEZES, Antônio José Elias Amorim de. **Aproveitamento de biodiversidade amazônica: o caso da piprioca.** Belém, PA: Embrapa Amazônia Oriental, 2006.

NOSSO FUTURO COMUM. Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. 2ª. Ed, Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1992.

PEIXOTO, Rodrigo Corrêa Diniz. A Rede Paraense de Agricultura Familiar e Biodiesel. **Bol. Mus. Para. Emilio Goeldi Cienc. Hum.** [online]. 2008, vol.3, n.3, pp. 375-384.

PEREIRA, Júlio Cesar R. **Análise de Dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais.** 3 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

PÉREZ, Eduardo Lleras; LEITE, Angela Maria Conte. **A Biodiversidade Amazônica sem Mitos.** Documentos 36, Manaus: Embrapa Amazônia Ocidental, 2005.17 p.

- PIMENTEL, Luiz Otávio. **Manual básico de acordos de parceria de PD&I: aspectos jurídicos**. Fórum Nacional de Gestores de Inovação e Transferência de Tecnologia. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.
- PORTER, Michael E. **Competição**. ed. ver. e ampl. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- PORTER, Michael E. **Vantagem Competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
- PORTES, A. 'Social capital: origins and applications'. **Annual Review of Sociology**, 24: 1-24. 1998.
- POTIGUARA, Raimunda Conceição de Vilhena; ZOGHBI, Maria das Graças Bichara (Org.). **Priprioca: um recurso aromático do Pará**. Belém: MPEG; UEPA, 2008.
- PUTNAM, Robert. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália Moderna**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.
- PUTNAM, Robert. **The prosperous community: social capital and public life**. The American Prospect, (13), Spring 1993. Disponível em: <http://xroads.virginia.edu/~HYPER/DETOC/assoc/13putn.html>. Acesso em 23/04/2013.
- PUTNAM, Robert; GOSS, Kristin A. "Introdução". In: PUTNAM, R. (org). **Democracies in flux: the evolution of social capital in contemporary society**. Oxford: Oxford University Press, 2002.
- REBELO JÚNIOR, Manoel. **O desenvolvimento sustentável como política de recolonização para o capital**. Texto apresentado no IV Encontro Nacional da ANPEGE, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, entre 23 a 26 de março de 2002.
- RIBEIRO, Fabrício Leonardo. Cartas da Selva: Algumas Impressões De Euclides da Cunha acerca da Amazônia. **História: Questões e debates**, Curitiba, n. 44, p.147-162, 2006.
- RICHETTI, Patricia; COSTA, Jodival Mauricio da. **Parceria entre empresa e comunidades locais na Amazônia Brasileira - Processos contemporâneos de mercantilização da cultura e do meio ambiente**. Anais do XVI Encontro Nacional dos Geógrafos. Crise, práxis e autonomia: espaços de resistência e de esperanças, espaço de diálogos. Porto Alegre-RS, 25 a 31 jul., 2010.
- RIES, Al; TROUT, Jack. **Posicionamento: a batalha por sua mente**. São Paulo: M. Books do Brasil Ltda., 2009.
- RIZEK, Maytê Benício; MORSELLO, Carla. A Comercialização de produtos florestais não madeireiros afeta o sistema tradicional de troca e compartilhamento? o caso da Reserva Extrativista do médio Juruá, AM. **IV Encontro Nacional ANPPAS**, 4 - 6 de junho de 2008, Brasília (DF) – Brasil.

- ROCHA, Marcelo Theoto; DORRESTEJIN, Hans; GONTINJO, Maria José (Orgs). **Empreendedorismo em negócios sustentáveis: Plano de negócios como ferramenta de desenvolvimento**. São Paulo: Peirópolis, Brasília, DF: IIEB – Instituto Internacional de Educação do Brasil, 2005.
- RODRIGUES, Carmem Izabel. **Ribeirinhos no bairro do Jurunas**. Seminário Internacional - Amazônia e Fronteiras do conhecimento NAEA - Núcleo de Altos Estudos Amazônicos. Universidade Federal do Pará 9 a 11 de dezembro de 2008, Belém - Pará – Brasil.
- SÁ, Celso. Representações sociais: o conceito e o estado atual da teoria. In: SPINK, Mary. **O conhecimento no Cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009, p 95.
- SAFIER, Neil. Como era ardiloso o meu francês: Charles-Marie de la Condamine e a Amazônia das Luzes. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 29, nº 57, p. 91-114, 2009.
- SANTOS, Antio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- SCHMITZ, Heribert; MOTA, Dalva Maria da. **Agricultura familiar: elementos teóricos e empíricos**. Revista Agrotrópica. Itabuna, v. 19, p.21-30, 2007.
- SCOTT, John (Org.) **Sociologia: conceitos-chave**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Cosméticos à base de produtos naturais**. Estudos de Mercado SEBRAE/ESPM 2008. Relatório Completo.
- SHANK, J.K. & GOVINDARAJAN, V. **Strategic cost management: the new tool for competitive advantage**. New York: The Free Press, 1993.
- SILVA, Walber Nogueira da. **Trabalho Alienado e Propriedade Privada nos Manuscritos de 1844, de Karl Marx**. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Do Ceará, Fortaleza/CE, 2012.
- SILVA, Cristiane Rocha; GOBBI, Beatriz Christo; SIMÃO, Ana Adalgisa. **O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa: descrição e aplicação do método**. Organ. rurais agroind., Lavras, v. 7, n. 1, p. 70-81, 2005.
- SILVA, Regina Oliveira da. **Biodiversidade e Políticas de Conservação: o caso do parque Estadual Monte Alegre – Pará**. Tese de Doutorado. Brasília, 2008. 300 p.il.

- SILVA, Cristiane; GOBBI, Beatriz; SIMÃO, Ana. PESQUISA QUALITATIVA: DESCRIÇÃO E APLICAÇÃO DO MÉTODO. *Organ. rurais agroind.*, Lavras, v. 7, n. 1, p. 70-81, 2005.
- STELLA, A.; KAGEYAMA, P. Y.; NODARI, R. Políticas públicas para a agrobiodiversidade. In: STELLA, A.; KAGEYAMA, P. Y. (Coords.). **Agrobiodiversidade e diversidade cultural**. Brasília: MMA, 2006. p. 43-58.
- TOBIAS, Rogério; SILVA, Nina. **Importância do Marketing para a Incorporação da Sustentabilidade da Marca Natura**, 2007; Disponível em <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos.htm>. Acessado em: 13/05/2013
- TOCANTINS, Leandro. Euclides da Cunha e o paraíso perdido: tentativa de interpretação de uma presença singular na Amazônia e a consequente evolução de um pensamento sobre a paisagem étnico-cultural, história e social brasileira, alargando-se nos horizontes da história transcontinental. 4. ed. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1992.
- VIANA, Gilney; SILVA, Marina; DINIZ, Nilo (Org.). **O desafio da sustentabilidade: um debate socioambiental no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.
- VILHA, Anapatricia Morales. **Gestão da inovação na indústria brasileira de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos: uma análise sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável**. Tese apresentada ao Instituto de Geociências como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Política Científica e Tecnológica. Campinas - São Paulo, Fevereiro – 2009
- WAGLEY, Charles. **Uma comunidade amazônica: estudo do homem nos trópicos**. 3. ed. Tradução de Clotilde da Silva Costa. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: EDUSP, 1988.
- YIN, R. **Estudo de caso: Planejamento e Métodos**, 2ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- ZIBETTI, Darcy Walmor; BARROSO, Lucas Abreu. **Agroindústria: uma análise no contexto socioeconômico e jurídico brasileiro**. São Paulo: Liv. e Ed. Universitária de Direito, p.37, 2009.

APÊNDICE 1



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA – UFRA
PROJETO DA PRIPRIOCA NO ESTADO DO PARÁ

QUESTIONÁRIO

Entrevistador(a): _____ Data: _____
Nome da localidade/Comunidade: _____ Município: _____

BLOCO I: IDENTIFICAÇÃO DO (A) ENTREVISTADO (A) E SUA FAMÍLIA

Nome/Apelido: _____ Idade: _____

Nasceu em que município? _____ Estado: _____

Telefone ou e-mail para contato: _____

Estado civil: 1 () Casado(a) 2 () Solteiro(a) 3 () Viúvo(a) 4 () Concubinato(a) 5 () Divorciado(a)

Religião: 1 () Católica 2 () Espírita 3 () Protestante 4 () Afro-religiosas 5 () Pajelança 6 () Não tem nenhuma
7 () Outra

Grau de instrução do entrevistado (a)

1 () Sem alfabetização 2 () Assina o nome 3 () Fundamental incompleto 4 () Fundamental completo 5 ()
Ensino médio incompleto 6 () Ensino médio completo 7 () Ensino superior completo 8 () Ensino superior incompleto 9
() Pós-graduação

Grau de instrução do cônjuge

1 () Sem alfabetização 2 () Assina o nome 3 () Fundamental incompleto 4 () Fundamental completo 5 ()
Ensino médio incompleto 6 () Ensino médio completo 7 () Ensino superior completo 8 () Ensino superior incompleto 9
() Pós-graduação

Quantas pessoas moram atualmente em sua residência? _____ () H () M

Quantos filhos você tem? _____

O entrevistado e seus familiares possuem atividades remuneradas? 1 () Sim 2 () Não

Qual (is) sua (s) principal atividade?

1 () Agricultor 2 () Do lar 3 () Parceiro 4 () Estudante 5 () Assalariado 6 () Autônomo
7 () Aposentado 8 () Desempregado 9 () Pescador 10 () Extrativista 11 () Diarista
12 () Benefícios do Estado (bolsa escola, bolsa família etc.) 13 () Outro _____

Renda mensal familiar (aproximada)

1. () Sem rendimento 2 () Até 1 SM 3 () de 2 a 3 SM 4 () 4 a 5 SM 5 () Acima 5 SM

Qual a importância da priprioica para a composição da renda? (0 a 100%) _____

Alguém da família trabalha fora da unidade de produção rural? () Sim () Não

Em caso positivo, qual a atividade? _____ Qual a renda mensal obtida? _____

Quais as principais fontes de renda do grupo familiar no Verão (Sol)? _____

Quais as principais fontes de renda do grupo familiar no Inverno (Chuva)? _____

BLOCO II: CARACTERIZAÇÃO DO DOMICÍLIO, BENS DE CONSUMO E EQUIPAMENTOS PÚBLICOS

Casa: 1 () Residencial 2 () Mista (Comércio e residencial)

Número de cômodos na casa _____

Paredes: 1 () Alvenaria 2 () Madeira 3 () Barro 4 () Mista 5 () Outros

Telhado: 1 () Brasilite 2 () Barro 3 () Zinco 4 () Cavaco 5 () Palha

Piso: 1 () Madeira 2 () Cimento 3 () Chão batido 4 () Outros

Tipo de energia: 1 () Rede elétrica 2 () Gerador 3 () Lamparina 4 () Outro

Sanitário: 1 () Interno 2 () Externo 3 () Privada/casinha 4 () Não tem

Água: 1 () Rede Pública 2 () Poço 3 () Rio/Igarapé

Tratamento da água: 1 () Ferve 2 () Filtra 3 () Coa 4 () Não faz nada 5 () Usa hipoclorito

Destino esgoto: 1 () Ligação com a rede pública 2 () Fossa c/ sumidouro 3 () Fossa Negra

4 () A céu aberto 5 () Despejo no rio/igarapé 6 () Outros

Destinação do lixo: 1 () Recolhido pela Prefeitura 2 () Enterrado 3 () Queimado 4 () Jogado terreno baldio

Equipamentos coletivos: 1 () Igreja 2 () Praça 3 () Posto de saúde 4 () Escola

5 () Creche 6 () Barracão/centro comunitário 7 () Salão para festas/reuniões 8 () Outros

Bens duráveis e utensílios domésticos

Tipo	Quant.	Tipo	Quant.
1. TV em Cores		12. Carro	
2. Geladeira		13. Moto	
3. Freezer		14. Bicicleta	
4. Fogão a gás		15. Antena parabólica	
5. Fogão a lenha		16. Bomba d'água	
6. Rádio		17. Computador	
7. Liquidificador		18. Máquina lavar roupas	
8. Celular		19. DVD	
9. Batedeira		20. Guarda roupa	
10. Sofá		21. Aparelho de Som	
11. Máquina de costura		22. Outros	

BLOCO III: SAÚDE

Quais as doenças mais frequentes em sua família? (Citar quatro principais)

Em caso de doença em sua família, o que você faz?

1. () Procura Hospital 2. () Procura posto de Saúde do local 3. () Recorre a Bezendeira/ curandeiro 4. () Procura posto de Saúde de outras comunidades
5. () Cuida em casa mesmo 6. () Outro

Formas de tratamento das doenças

1. () Utiliza ervas medicinais/remédios caseiros 2. () Utiliza remédios que derivam de animais (banhas) 3. () Utiliza remédios aleopáticos (farmácia) 4. () Combinação

Possui agente de saúde? 1. () Sim 2. () Não

Qual a frequência de visitas? 1 () 1 vez por mês 2 () A cada dois meses 3 () A cada três meses 4 () Outros

BLOCO IV: EDUCAÇÃO, LAZER E CULTURA

Existe escola (s) na comunidade? 1 () Sim 2 () Não

Quantas?

Qual o nível de ensino oferecido? 1 () Infantil 2 () Fundamental 3 () Médio

Se não existe, para onde os alunos se direcionam?

Quais as principais atividades de lazer da sua família?

1. () Visitas 2. () jogos 3 () Festas/bailes 4 () Pescaria 5. () Futebol

6 () Missas/Cultos 7. () Festas do Santo Padroeiro 8. () Clubes

9 () Rios/igarapés 10 () Outros

Onde as desenvolve? 1 () Dentro da comunidade 2. () Fora da comunidade

Qual o nome do padroeiro local?

Data da festa do Padroeiro (a)

Além da festa do padroeiro, quais outras festividades são realizadas na comunidade?

Existem festas no município ligado a algum tipo de recurso natural? 1 () S 2 () N

Qual?

Por que e quando resolveram fazer esta festa?

BLOCO V: MEIOS DE TRANSPORTE E COMUNICAÇÃO

Esta comunidade é servida por ônibus? 1 () Sim 2 () Não

Qual a frequência? 1 () 1 vez por dia 2 () Mais de uma vez por dia 3 () Outro

Qual o transporte usado pela sua família dentro da comunidade? (Pode marcar mais de 1)

1 () Carro 2 () Van/konbi 3 () Bicicleta 4 () Ônibus 5 () Moto 6 () Carroça
7 () Moto-taxi 8 () A pé 9 () Canoa 10 () Barco 11 () Rabeta 12 () Outros

Valor do transporte _____

Qual o transporte usado pela sua família fora da comunidade? (Pode marcar mais de 1)

1 () Carro 2 () Van/konbi 3 () Bicicleta 4 () Ônibus 5 () Moto 6 () Carroça
7 () Moto-taxi 8 () A pé 9 () Canoa 10 () Barco 11 () Rabeta 12 () Outros

Valor do transporte _____

Condições da via principal de acesso à comunidade

1 () Asfaltada 2 () Sem asfalto 3 () Parte asfaltada e parte sem asfalto

Sistema de Comunicação

1 () Telefone fixo 2 () Telefone Público 3 () Celular 4 () Internet 5 () Outro

BLOCO VI: QUESTÃO FUNDIÁRIA

Há quanto tempo mora na comunidade?

1 () Até 1 ano 2 () 1 a 5 anos 3 () 6 a 10 anos 4 () 11 a 20 anos 5 () + 20 anos

Há quanto tempo mora nesta casa?

1 () Até 1 ano 2 () 1 a 5 anos 3 () 6 a 10 anos 4 () 11 a 20 anos 5 () + 20 anos

Situação do domicílio:

1 () Própria 2 () Alugada 3 () Cedida 4 () Tomando conta 5 () Invasão

6 () Área da União (Reserva) 7 () Outro _____

Por que escolheram esta área pra morar?

1 () Disponibilidade de terra 2 () Fartura de caça 3 () Fartura de Pesca

4 () Porque os pais moravam na área 5 () Fartura de produtos extrativistas 6 () Outros _____

A terra está regularizada? 1 () S 2 () N

A terra está em nome de quem? _____

Qual o documento de comprovação da propriedade?

1 () Contrato particular de compra e venda 2 () Documento de Posse 3 () Escritura não registrada 4 () Escritura registrada 5 () Termos de cessão 6 () Nenhum documento 7 () Termo de doação 8 () Recibo de pagamento 9 () Requerimento de usucapião 10 () Outros _____

Condições físicas do terreno

1 () Plano 2 () Desnivelado 3 () Seco 4 () Alagado 5 () Outros _____

Existem conflitos relacionado à terra? 1 () S 2 () N

Quais? Explique.

Qual o nome das comunidades vizinhas? _____

Como é a relação com as comunidades vizinhas?

1 () Ótima 2 () Boa 3 () Conflituosa 4 () Péssima 5 () Outra

BLOCO VII: PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO (separar Príprioca de outros produtos)

Área da propriedade:

Área total	Área de mata	Área do roçado	Área plantio príprioca

Você possui roçado? 1 () Sim 2 () Não

Local onde faz o roçado: 1 () Área de mata 2 () Capoeira 3 () Outras: _____

O que você planta? (preencher quadro abaixo)

1 () mandioca 3 () macaxeira 5 () milho 7 () arroz 9 () feijão 11 () maxixe
2 () melancia 4 () quiabo 6 () abóbora 8 () abacaxi 10 () _____ 12 () _____

No roçado você utiliza:

Queimada: () Sim () Não

Mecanização: () Sim () Não

Fertilizantes químicos: () Sim () Não

Agrotóxicos (controle de pragas e doenças): ☐ Sim ☐ Não

Quem começou a plantar a pirioca na comunidade? E na família?

O que mudou na sua vida depois do "Projeto Pirioca"?

Como você vende seus produtos?

Produtos	Unidades de medida utilizadas (local)	Equivalente em Kg	Preço/unidade de medida

Qual a forma de pagamento?

1 (☐) Em dinheiro, na entrega 2 (☐) Em mercadoria, em várias vezes
3 (☐) O pagamento já estava comprometido com dívidas de mercadorias 4 (☐) Em dinheiro, parcelado 5 (☐) Em mercadoria, na entrega 6 (☐) Outra _____

Quem recebe? _____ (

Como toma conhecimento dos preços de mercado dos produtos que vende?

1 (☐) Comprador 2 (☐) Cooperativa 3 (☐) Rádio 4 (☐) Jornal 5 (☐) Outro

Onde você vende seu produto?

Quem compra seu produto?

1. (☐) Associação 2. (☐) Cooperativa 3. (☐) Atravessador 4. (☐) Vende diretamente na feira-livre
5. (☐) Empresas 6. (☐) Outros _____

Qual o transporte usado para a comercialização do produto?

1 (☐) Carro 2 (☐) Van/konbi 3 (☐) Bicicleta 4 (☐) Ônibus 5 (☐) Moto 6 (☐) Carroça 7 (☐) Moto-taxi 8 (☐) pé 9 (☐) Canoa 10 (☐) Barco
11 (☐) Rabeta 12 (☐) Caminhão 13 (☐) Outros _____

Há algum beneficiamento do produto para venda? 1 (☐) Sim 2 (☐) Não

Qual? _____

Esse transporte é de uso: 1 (☐) Individual 2 (☐) Compartilhado

Qual é o custo do transporte? R\$ _____

Qual a frequência em que este transporte está disponível?

Sabe para onde vai seu produto? 1 (☐) Sim 2 (☐) Não

Se sim, vai pra onde? _____

Existe dificuldade para vender seus produtos? 1 (☐) Sim 2 (☐) Não

Qual (is)?

Você aponta alguma solução para este problema? 1 (☐) Sim 2 (☐) Não

Qual (is)?

BLOCO VIII: ORGANIZAÇÃO SOCIAL

Marque as organizações sociais existentes na comunidade

1 (☐) Associação de moradores 2 (☐) Centro Comunitário 3 (☐) Associação de produtores
4 (☐) Associações Culturais 5 (☐) Sindicato 6 (☐) Clube de mães 7 (☐) Cooperativa 8 (☐) Outros

Qual o nome? _____

Em sua opinião, quais as organizações mais atuantes? Por quê?

Quais as associações que não atuam? Por quê?

Você sabe quais os objetivos dessa organização? 1 (☐) Sim 2 (☐) Não

Você é associado a alguma dessas ou outras organizações Sociais? 1() S 2() N

Qual?

Por que?

Caso afirmativo qual a frequência de participação em reuniões?

1() mensal 2() anual 3() esporadicamente

Qual a importância da organização social para a economia local?

Antes do "Projeto Priprioca", os membros do seu domicílio participam de mais ou menos grupos ou organizações?

Qual é o maior benefício de se fazer parte desta associação? 1() Melhora a renda atual do meu domicílio ou o acesso a serviços 2() É importante em situações de emergência/no futuro 3() Beneficia a comunidade 4() Prazer/Diversão 5() Espiritual, posição social, auto-estima 6 Outros (especifique)

BLOCO IX: CRÉDITO E ASSISTÊNCIA TÉCNICA (Destacar se for para Priprioca ou outro produto)

Você teve acesso a algum financiamento? 1() S 2() N

Qual?

Em caso positivo especificar o valor e a finalidade do financiamento _____

Foi para a priprioca? () S () N. Se não qual foi para que? _____

Qual o valor do financiamento? R\$ _____

Qual a finalidade do crédito rural?

1() Custeio 2() Comercialização 3() Investimento 4() Outro

Em sua opinião, quais as principais dificuldades de acesso ao crédito?

1. () Falta de documentação
2. () Prazos de pagamentos curtos
3. () Encargos financeiros elevados
4. () Restrição cadastral
5. () Falta de informação
6. () Outras: _____

Você recebe assistência técnica? 1() S 2() N

1() Individual 2() Em grupo

De quem?

Em caso afirmativo qual frequência da assistência técnica:

1. () Quinzenal 2. () Mensal 3. () Trimestral 4. () Anual 5. () Outro

Você já participou de algum curso de qualificação técnica? 1. () Sim 2. () Não

Qual?

Em que áreas você e sua família gostariam de receber treinamento? (citar duas)

Qual (is) os principais parceiros da comunidade?

APÊNDICE 2

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Nome da associação.

A associação existe desde quando?

A documentação está toda da associação está toda em dia?

Qual seu objetivo principal hoje?

Quais as atividades rotineiras da associação?

Quantas vezes se reúnem ao ano?

Qual o tempo de mandato?

Quantos sócios?

Há o pagamento de taxa? Se sim, de quanto?

Quais as principais realizações da associação?

É presidente desde quando?

Qual o período das eleições?

Quem compõe a diretoria hoje?

Quais os bens da associação?

Realizam cursos?

Já conheciam ou trabalhavam com a priprioca antes?

Quais os usos que dava a priprioca?

Conseguem diferenciar os diferentes tipos de priprioca?

Além da priprioca, quais outros produtos vocês estão trabalhando?

Está sendo plantado com o direcionamento para empresas de biocosméticos?

Como iniciou a parceria com as empresas de biocosméticos?

O que levou a comunidade a estabelecer acordos com empresas de biocosméticos?

Qual a relação com a Beraca, Givaudan e Natura?

Comercializam para outras empresas?

Quais os atores sociais, **parceiros** envolvidos? (Universidades, ONG's, outras associações, etc.)

Qual a importância desses acordos para as comunidades?

Quais os resultados positivos alcançados? (ambientais, econômicos, sociais, culturais, legais)

Ocorreu aumento na renda?

Quais os principais problemas enfrentados? (ambientais, econômicos, sociais, culturais, legais)

Que modificações podem ser realizadas para aperfeiçoar os acordos e melhorar os resultados obtidos pelas comunidades?

Como ocorreu o processo de Certificação?

Esse recurso foi direcionado para quê?

Foram incentivados a plantar outros tipos de alimentos ou produtos a serem comercializados?

Qual a sazonalidade da priprioca?

Ainda usam fogo nas roças? Como fazem hoje? Por que mudaram?

E os agrotóxicos? Usam?

Há dificuldades no escoamento da produção?

Qual o nível de conhecimento das comunidades sobre a priprioca?

Depois do projeto outras pessoas tem voltado para a comunidade?

Já possuíam associação?

Qual a relação da empresa com a criação da associação?

Como vocês vêem o projeto? Achem que cria novas oportunidades?

Qual a relação de vocês com as universidades e outras associações locais?

Qual a relação com outras comunidades?

Como vê a atuação de Cotijuba no “Projeto Priprioca”?

Como vê a atuação de Boa Vista do Acará no “Projeto Priprioca”?

Como vê a atuação de Campo Limpo no “Projeto Priprioca”?

Qual é a probabilidade de uma pessoa que não participe em atividades comunitárias seja criticada ou punida?

Como fica a divisão do dinheiro do “Projeto Priprioca”? O que fica pra você e o que fica pra associação?

Quanto de trabalho (pensando em porcentagem 10%) você dedica ao trabalhos coletivos e a seus próprios trabalhos?

Qual é o maior benefício de se fazer parte desta associação?

Depois do “Projeto Priprioca”, o tamanho do grupo diminuiu, permaneceu o mesmo ou aumentou?

Perspectivas de futuro da associação?

Qual é a fonte de financiamento mais importante desse grupo? 1 Os próprios membros financiam; 2 Outras fontes dentro da comunidade; 3 Fontes de fora da comunidade

Quais a(s) pessoa(s) mais importante(s) que aconselha(m) ou orientam o grupo?

Você acha que depois do “Projeto Priprioca”, o grau de confiança na comunidade melhorou, piorou ou permaneceu mais ou menos o mesmo?

Hoje em dia, com que frequência você diria que as pessoas neste(a) bairro/localidade ajudam umas às outras?