

A QUESTÃO SOCIAL DA SUSTENTABILIDADE NA AMAZÔNIA: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE ÓLEO DE BURITI PARA A INDÚSTRIA DE BIOCOSMÉTICOS

THE SOCIAL ISSUE OF SUSTAINABILITY IN THE AMAZON: AN ANALYSIS OF THE PRODUCTION OF BURITI OIL FOR THE BIOCOSMETICS INDUSTRY

Rute Holanda Lopes Alves¹

Katia Viana Cavalcante²

Suelania Cristina Gonzaga Figueiredo³

Resumo: A inclusão de comunidades amazônicas na cadeia produtiva de produtos industrializados costuma ser defendida como opção de desenvolvimento sustentável para estas comunidades e para melhoria do processo produtivo como um todo pela redução de bases químicas e do uso de fontes de matérias-primas ecológicas. No entanto, a experiência mostra que, em muitos casos, a atividade é iniciada e posteriormente abandonada pelas empresas prospectoras. Foi realizado um estudo de caso na Comunidade Santo Antônio do Abonari/Presidente Figueiredo-AM, que teve como finalidade analisar sua inserção na cadeia produtiva de cosméticos como fornecedora de óleo de buriti para indústrias que produzem ou que beneficiam este produto para empresas deste setor. Constatou-se que a inserção de uma comunidade de agricultores familiares na economia global, precisa ser planejada por meio de um estudo profundo que envolva uma equipe multidisciplinar para a avaliação inicial e o acompanhamento durante os primeiros ciclos produtivos para que as populações locais possam assimilar os conhecimentos e as práticas de manejo, produção e armazenamento para garantir a qualidade dentro das especificações técnicas de cada produto e condições de manutenção da atividade por boas práticas de gestão e controle financeiro. Este acompanhamento, também deve ser feito pelo setor público, principalmente com a oferta de assistência técnica e com a supervisão e busca dos acordos comerciais para que garantam a remuneração dos envolvidos na produção e no cumprimento da legislação vigente.

Palavras-Chave: agroextrativistas. cadeia produtiva. responsabilidade social.

¹ Pesquisadora e Professora Adjunto da Universidade Federal do Amazonas - UFAM/ ICET (Economia Rural, Introdução à Economia e Gestão Ambiental).

² Professora da Universidade Federal do Amazonas – UFAM/Campus Universitário - Senador Arthur Virgílio Filho.

³ Coordenadora de Pesquisa e Extensão do INSTITUTO METROPOLITANO DE ENSINO-IME

Abstract: The inclusion of Amazonian communities in the productive chain of industrialized products is usually defended as an option for sustainable development for these communities and for improving the production process as a whole by reducing chemical bases and the use of sources of ecological raw materials. However, experience shows that, in many cases, the activity is started and later abandoned by the prospecting companies. A case study was carried out in the Santo Antônio do Abonari/Presidente Figueiredo-AM Community, which aimed to analyze its insertion in the cosmetics production chain as a supplier of buriti oil to industries that produce or benefit this product for companies in this sector. It was found that the insertion of a community of family farmers in the global economy, needs to be planned through an in-depth study involving a multidisciplinary team for the initial assessment and monitoring during the first productive cycles so that local populations can assimilate the knowledge and management, production and storage practices to ensure quality within the technical specifications of each product and conditions for maintaining the activity through good management and financial control practices. This monitoring must also be done by the public sector, mainly with the provision of technical assistance and with the supervision and search for commercial agreements so that they guarantee the remuneration of those involved in the production and in compliance with the current legislation.

Keywords: agroextractivists. productive chain. social responsibility.

1. Introdução

A exploração dos recursos naturais e a poluição ambiental tomaram proporções que levaram à revisão do processo produtivo, à criação de regulamentações nacionais e internacionais e ao debate científico sobre o assunto. Drucker (1989) coloca que o século XX testemunhou o surgimento de uma nova e importante tarefa: proteger a natureza do ser humano.

Inicia-se um processo de busca por melhorias nos procedimentos e produtos que possibilitassem uma melhor utilização dos recursos naturais e pela redução nos resíduos industriais e domésticos. A preocupação dos ambientalistas ganha a opinião pública forçando as empresas a aderirem ao processo de proteção ambiental. A inquietação quanto ao uso de matérias-primas, energia e lançamento de efluentes sólidos, líquidos e gasosos é relativamente recente e traz implicações importantes para vários setores da atividade humana, destacando-se a reorientação da pesquisa científica para utilização racional dos recursos e garantia prioritária de sua conservação (CLEMENTE e HIGASHI, 2000).

Esta preocupação leva a um processo de mudança comportamental do consumidor, com influência direta sobre as questões extrativistas. Primeiramente, os consumidores passaram a desejar produtos que respeitassem o meio ambiente, minimizando as agressões durante os processos extrativos. E em um segundo momento, perceberam que a utilização de produtos naturais e/ou orgânicos são melhores para sua saúde e qualidade de vida, bem como para o planeta.

Com o aumento deste público novas indústrias e empresas surgiram com o intuito de oferecer produtos naturais ou orgânicos. Com o sucesso destas empresas, muitas indústrias passaram a mudar o seu modo de produção criando linhas específicas para este tipo de produto ou adquirindo empresas de sucesso já existentes. Dentre estes se destacam os cosméticos orgânicos, naturais e os biocosméticos, seguida pelas indústrias de fármacos e alimentos nutracêuticos. No entanto, as empresas de cosméticos ganharam destaque pelo seu público consumidor que aderiram rapidamente ao uso de produtos ecológicos, mais conscientes que se destacam dos demais consumidores pela preferência por este tipo de produtos, disponibilizando-se a pagar um preço superior por um produto que atenda a estes critérios. A APEX-Brasil (2008) considera que o consumidor ecológico está disposto a pagar até 15% a mais por um cosmético natural.

Esse crescimento generalizado coloca o tema em evidência e mostra vantagens e desvantagens, oportunidades e ameaças. De um lado posicionam-se os países produtores e detentores de tecnologia e de outro os países fornecedores de material orgânico que na maioria dos casos não dispõem de capacitação para a oferta do produto final e por isso tem uma posição desfavorável. Este cenário é confirmado pelo GENAMAZ (2012) ao relatar que a expansão da

indústria de cosméticos natural tem resultado em fortes questionamentos nos países detentores da biodiversidade sob dois distintos aspectos: 1º) impactos do extrativismo e 2º) coleta de matéria-prima. A regulamentação do acesso das empresas de cosméticos aos recursos naturais é imprescindível. Neste caso, requer-se a institucionalização da coleta de materiais, em particular da flora, para evitar-se a biopirataria e/ou a extinção das espécies incorporadas no processo de produção.

No Amazonas, essa realidade agrega o discurso de desenvolvimento sustentável, uma vez que a atividade extrativa ao integrar-se a cadeias produtivas de grandes indústrias poderia trazer benefícios financeiros aos extrativistas e às comunidades em que vivem. No entanto, esta realidade ainda é pouco estudada e baseia-se em discurso político, dos industriários e do marketing utilizado por estas empresas. Miguel (2007) destaca que no que se refere à Amazônia tem-se que analisar de que forma esta atividade contribui com o desenvolvimento em bases sustentáveis. Tem-se que avaliar se estes modelos são capazes de agregar valor ao produto regional, incorporar novas tecnologias, aproveitar a biodiversidade em bases sustentáveis e repartir os benefícios com as comunidades locais incluídas neste processo.

Segundo a SUFRAMA (2012) no Amazonas, dentro da cadeia produtiva dos fitoterápicos e cosméticos, existem quatro segmentos: 1) Fornecedor de matéria-prima; 2) Usinas de extração de óleo bruto; 3) Indústria de refinamento de óleos vegetais e 4) Indústria de fitoterápicos e cosméticos. Desta forma, a cadeia produtiva local se integra a cadeias globais, os fornecedores das comunidades amazônicas como Santo Antonio do Abonari, vendem seus produtos para indústrias de refinamento de óleos vegetais locais ou nacionais e estas beneficiam o óleo bruto e vendem o produto com uma qualidade superior a indústrias de médio e grande porte dentro e fora do país e estas produzem cosméticos orgânicos ou biocosméticos e vendem para consumidores espalhados por diversos países mundo afora.

Um dos problemas recorrentes em produtos extrativos é que a oferta geralmente não consegue atender a demanda crescente do mercado como aconteceu com o pau-rosa, a borracha, a madeira, entre outros. De acordo com Homma, Matos e Menezes (2005) a domesticação torna-se inevitável quando o setor extrativo não consegue atender a demanda de um mercado crescente, o extrativismo só conseguirá sobreviver enquanto o mercado for pequeno ou o estoque natural for suficiente. No entanto, este cenário não se aplica a mercado de produtos ecológicos, pois seus consumidores pertencem a um nicho de mercado peculiar, são exigentes quanto a procedência da matéria-prima e a forma de retirada desta da natureza, preferem o manejo de recursos naturais com certificações ambientais ao monocultivo que descaracterizaria o extrativismo e a sustentabilidade do processo como um todo.

Assim, por meio do agroextrativismo, o homem amazônico insere-se na economia global como fornecedor de matéria-prima para uma cadeia produtiva que atende a uma demanda exigente em diferentes pontos do planeta. Com isso, ele passa a sofrer pressões que alteram a sua percepção colocando-o dentro de uma nova realidade que o torna cada vez mais especializado e dependente do sistema capitalista, modifica a sua visão de mundo, os seus costumes, a sua cultura e o seu modo de viver e relacionar-se em sociedade.

Kageyama (2004) coloca que os elementos definidores do rural foram se modificando ao longo da história, ganhando novos contornos: a grande propriedade já não reina absoluta, a agricultura se modernizou, a população rural passou a obter rendimentos nas adjacências das cidades, a própria indústria penetrou nos espaços rurais e reduziram-se as diferenças culturais entre o campo e a cidade. Desta forma, observa-se, como no caso estudado, uma aproximação que traz modificação ao ambiente rural e ao modo de viver e relacionar-se com o mercado. Este deixa de ser apenas o espaço onde os seus produtos são ofertados, mas ganha importância como fornecedor de alimentos e de bens e serviços para as famílias que se tornam cada vez mais consumidoras de produtos industrializados.

Funk, Borges e Salamoni (2006) complementam afirmando que as atividades extra-agrícolas permitem uma melhor qualidade de vida dos pequenos produtores e mesmo sendo entendidas como exercício de mais de uma atividade remunerada, a pluriatividade destaca-se, atualmente, por meio da multiplicidade de formas, em situações de tempo e de espaço distintas, compreendendo a forma de produção e as relações de trabalho fundamentado sobre o modo de vida e o sistema produtivo de pequena unidade familiar.

Na Comunidade Santo Antônio do Abonari, em Presidente Figueiredo - AM estas mudanças estão ocorrendo muito mais pelo acesso aos mercados, do que pela inserção na cadeia produtiva dos cosméticos. O contato direto com os mercados ou por meio de familiares acelera o processo de modernização destas comunidades e do aumento no consumo de bens e serviços que incorporem novas tecnologias e que exijam conhecimento e domínio destas tecnologias tornam-se comuns e modificam os hábitos locais.

Desta maneira, o objetivo desse artigo é analisar o processo de inserção da Comunidade Santo Antonio do Abonari, em Presidente Figueiredo - AM a partir das práticas comerciais na indústria de biocosméticos. O artigo encontra-se estruturado em cinco sessões a primeira compreendendo esta introdução, a segunda o pilar teórico, a terceira a metodologia adotada, quarta a discussão dos resultados e por fim as considerações finais.

2. Referencial teórico

O Planeta Orgânico (2008) considera que produtos cosméticos orgânicos são elaborados com matéria-prima de extratos de origem vegetal e natural e não-sintética. Este fato torna-se um importante diferencial, pois ainda segundo o Planeta Orgânico, cerca de 99% dos produtos tradicionais usam materiais sintéticos como os derivados do petróleo. Esse controle de qualidade, exigido pelas organizações nacionais e internacionais, mostra-se como uma alternativa capaz de conquistar um público cada vez mais preocupado com a saúde e com o meio ambiente.

As empresas produtoras de cosméticos estão incorporando a tendência internacional de uso dos óleos vegetais e essenciais. O GENAMAZ (2012) coloca que as principais empresas de médio e grande porte que se especializaram na venda de cosméticos com base natural são: Yves Rocher (francesa), The Body Shop (inglesa), Biotherm (francesa), Clarins (Francesa), Ushua (francesa), Rose Brier (americana), Mahogany (americana). Outras empresas de cosméticos tais como a L'Oreal, Esther Laudel, Clinique mantiveram sua produção de cosméticos com princípio ativo sintetizado, abrindo linhas específicas de produtos com base natural para atender à crescente demanda do consumidor natural.

A demanda, por esse tipo de produto, cresceu à medida que o público em geral percebeu sua qualidade e esta mudança provocou um movimento das indústrias tradicionais deste segmento que as fez investirem em pesquisa e desenvolvimento de seus próprios produtos ou ainda na aquisição de empresas já estabelecidas, como mostra a APEX-Brasil (2008), ao afirmar que no mercado de cosméticos com base de produtos naturais, distinguem-se dois grupos de empresas: o primeiro é especializado em produtos naturais, utilizando apenas esses insumos naturais na sua matéria-prima e o segundo grupo de empresas são as tradicionais do ramo de cosméticos que buscam aumentar suas vendas diversificando a produção para cosméticos naturais ou lhes adicionando aromas, corantes e vitaminas naturais.

O IBD – Instituto de Biodinâmica - (2008) confirma tais dados ao colocar que o mercado de cosméticos orgânicos está crescendo no mundo. Grandes players, como L'Oreal (França), L'Occitane (França), Lush (Reino Unido) e Aveda (USA), para citar alguns, estão dando passos concretos nessa direção e lançando novos produtos. Cita ainda que a L'Oreal comprou a Body Shop inglesa e a Sanaflore francesa, ou seja, pequenas empresas especializadas estão sendo adquiridas pelas grandes empresas mundiais de cosméticos.

Revilla (2002) observa que o universo de plantas amazônicas para o uso na cosmética é praticamente ilimitado, e que a cada dia novas espécies são registradas, aumentando as possibilidades de uso destas como fontes de vitaminas, óleos vegetais, essências, cicatrizantes e outros. Abrantes (2002) observa que o volume de produção e venda de produtos baseados em

produtos naturais da Amazônia ainda é modesto em relação ao seu potencial e destaca que a sustentabilidade desta atividade vincula-se muito mais à capacidade de empreender do que à abundância dos recursos naturais e à vocação regional.

Considerando que o extrativismo baseia-se na produção de bens cujos recursos naturais úteis são retirados diretamente do local de ocorrência na natureza (DRUMMOND, 1996). As indústrias precisaram adequar-se e passaram a ter seus ciclos produtivos ligados aos ciclos naturais, pois as matérias-primas naturais oriundas do extrativismo têm um tempo certo e uma zona climática específica para serem colhidas e, posteriormente beneficiadas, logo as indústrias não podem interferir ou manipular este processo natural. Para esse processo de mudança, a cultura empresarial deverá estar aberta a incluir novos processos produtivos e valores internos. Para Miller (1998) deve-se estar comprometido em perturbar o equilíbrio natural interno das organizações e levar as empresas a considerarem novas possibilidades estratégicas criadas pelas descobertas dos seus cientistas a desenvolverem novos processos, usos, produtos ou dispositivos.

Becker (2002) considera que as comunidades regionais para se desenvolverem estão, agora, cada vez mais obrigadas a se valer de suas forças, por meio de suas capacidades adaptativas à inserção mundial e da criação de empregos/ocupações e rendas regionais. No entanto, o modo de vida destas populações, sua relação com o lugar em que vivem e o tempo que regem suas vidas estão intimamente ligados à relação com a floresta, à natureza, às lendas, à cultura e à religiosidade local.

Ao serem inseridas em uma cadeia produtiva este processo se altera e o que era gradativo e natural, torna-se dinâmico e muitas vezes invasivo. As empresas que atuam no setor afirmam adotarem formas de produção sustentáveis, entretanto, não conseguem vislumbrar a importância do fator social para a continuidade do processo. Apesar de inserirem o selo de sustentabilidade que garante a venda de seus produtos não se preocupam em melhorar a qualidade de vida das populações que fornecem suas matérias-primas. Mostram desconhecimento ou desinteresse quanto a práticas sustentáveis em relação ao ambiente e às comunidades. Neste sentido, como ressalta Enriquez (2008), na Amazônia a falta de conhecimento e experiência dos envolvidos na execução de projetos de desenvolvimento sustentável são os pontos fracos que precisam ser trabalhados.

Esse problema não é exclusivo desta comunidade ou do Amazonas. Afonso (2012) ao pesquisar a cadeia produtiva do pequi em Minas Gerais, encontrou, basicamente, os mesmos problemas no relacionamento com o mercado identificados na produção do buriti na Comunidade Santo Antônio do Abonari. a) baixa capacidade gerencial dos empreendimentos comunitários; b) falta de escala de produção para atender aos mercados locais e institucionais; c) falta de infraestrutura produtiva para beneficiamento, transporte e armazenamento; d) desconhecimento

sobre as boas práticas de produção; e) dificuldade no cumprimento da legislação sanitária; f) ausência de crédito e incentivos fiscais para a produção.

Desta forma, observa-se que mesmo tendo produção e interesse em produzir, o mercado é um grande desafio a ser conquistado, suas exigências, a necessidade de respostas rápidas, a vulnerabilidade comercial por falta de mecanismos de defesa e de cobrança, as exigências quanto a prazos e qualidade, são realidades que os associados, na maioria agricultores com baixa escolaridade, têm dificuldade em lidar e acabam tornando-se entraves para o sucesso da atividade.

Batalha, Buainain e Souza Filho (2005) relatam que o principal problema dos agricultores familiares não se encontra nas técnicas produtivas, mas, sobretudo, na compreensão do funcionamento dos mercados, que impõe articulação com os segmentos intra e extra associação incluindo novas formas de negociação e práticas de gestão do processo produtivo e negociações com os demais agentes da cadeia produtiva. Em um pensamento complementar, Enriquez (2008) concluiu um estudo sobre a sustentabilidade nas comunidades no Amazonas e constatou que as principais dificuldades são a falta de acompanhamento ao longo da cadeia produtiva, principalmente na comercialização, na legislação e capacitação tecnológica que seriam essenciais para agregar valor a produtos da biodiversidade.

Considerando este cenário, a Responsabilidade Social deveria ser praticada pelas empresas, de forma a equilibrar esta equação, promovendo aos produtores rurais, treinamento e capacitação para tornarem-se competidores Siqueira (2003), o conceito está relacionado com a reparação das desigualdades existentes. Esse procedimento deve tanto ocorrer no âmbito humano, quanto no interpessoal (capacitação), desempenhando uma função que até então seria do Estado. Ao revisar-se a literatura especializada, nota-se que a responsabilidade social ainda é um conceito em construção, possuindo tanto conotação de ações clientelistas de cunho emancipatório, relacionadas com o modelo de desenvolvimento sustentável (VERGARA & BRANCO, 2001; ZOUAIN & SAUERBRONN, 2002; MACHADO & LAGE, 2002).

O caráter sistêmico da sustentabilidade é algo que quando percebido pelas sociedades aumenta a sinergia entre as ações governamentais, institucionais e sociais. O entendimento da interdependência e da fragilidade dos organismos individuais dentro das variações de seu ecossistema mostra-se essencial para a mudança de comportamento e quebra de paradigmas sociais. Quanto a isso Capra (2006) aduz que entender a interdependência ecológica significa entender relações, mudando as percepções das partes para o todo, de objetos para relações, de conteúdo para padrão, entendendo que uma comunidade sustentável está ciente das múltiplas relações entre seus membros, envolvendo múltiplos laços de realimentação interdependentes.

A sustentabilidade de um determinado processo produtivo, de uma comunidade ou região, dependerá de fatores únicos, inter-relacionados e com valores econômicos, sociais e ambientais distintos para cada cultura ou sociedade relacionados ao recurso em questão. O interesse em se manter ou explorar um recurso ambiental poderá impulsionar ou desestimular determinada atividade econômica, portanto, deve-se entender não apenas o mercado ou o processo produtivo, mas também as relações sociais ambientais que envolvem a atividade a ser implantada. Para Enriquez (2008) no estado do Amazonas, a categoria "Produtos da Biodiversidade" foi apropriada a partir do grande interesse expresso pelo aumento da demanda por produtos da biodiversidade, o que resultou em políticas públicas de fomento para atividades de apoio.

3. Metodologia

A pesquisa científica buscou investigar a atividade de produção de óleo na Comunidade Santo Antônio de Abonari buscando conhecer como esta ocorre, quais influências recebe e como interage com o meio em que se insere. De um modo geral, o objeto de estudo deve ser explorado por meio de um olhar direcionado por determinada ciência. No entanto, a partir da difusão do estudo ambiental, percebeu-se a complexidade das inter-relações que envolvem as questões estudadas com este enfoque, neste sentido Capra (2006) ressalta que a medida que se estudam os problemas de nossa época, mais percebemos que são problemas sistêmicos e que não podem ser entendidos isoladamente.

O pensar de forma complexa une saberes e ferramentas de diferentes campos da ciência. O método do pensamento complexo é a ativação de princípios anticartesianos e pós-cartesianos, no sentido de que não rejeita os resultados da ciência reducionista, mas descobre a possibilidade de recusar as suas limitações, ou seja, não se prende à modelização dos problemas propostos (PENA-VEIGA e NASCIMENTO, 1999).

Esta pesquisa caracterizou-se como Estudo de Caso tendo como objeto de estudo a inserção da produção de óleo de buriti na Comunidade Santo Antônio do Abonari, onde se buscou analisá-la de forma sistêmica e complexa, com um olhar holístico dentro da realidade em que se insere. Yin (2010) coloca o estudo de caso como uma investigação empírica que se aplica ao estudo de um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, o que se coaduna a este caso.

Em complemento à pesquisa bibliográfica, realizou-se a pesquisa de campo para coleta de dados relacionados ao estudo de caso. Para tanto, em cada fase desenvolveu-se uma metodologia própria que utilizou uma combinação de ferramentas das ciências sociais, econômicas e ambientais na busca pelo entendimento do modo de vida, das relações internas, das organizações sociais e

econômicas, das formas de produção e do manejo dos recursos naturais que ocorrem na Comunidade Santo Antônio do Abonari, ao mesmo tempo em que se resgatou o processo histórico de inserção da atividade estudada, objetivou-se compreender como a introdução da atividade de produção do óleo de buriti ocorreu e influenciou estes aspectos.

Na pesquisa de campo, **as técnicas de observação** (participativa ou não participante) e **a entrevista** foram instrumentos primordiais em todas as fases de busca de informações complementares para uma maior compreensão da realidade estudada. A interação direta com os agricultores familiares proporcionou um melhor entendimento da realidade estudada e análise dos dados coletados.

A **pesquisa explicativa** ao procurar determinar a razão, as causas dos fenômenos estudados, fundamentando o conhecimento científico ao analisar o material disponível e apontar quais as implicações trazidas pelas atividades de coleta, processamento e comercialização do óleo de buriti para a comunidade Santo Antônio do Abonari, ao mesmo tempo em que continuou a ser descritiva ao relacionar as formas de coleta e produção praticadas na Comunidade.

A **natureza da pesquisa foi qualitativa**, uma vez que as análises dos dados levantados na pesquisa de campo foram feitas de forma a considerar as observações da pesquisadora, as respostas dos entrevistados e o contexto em que aconteceram como forma de confrontar ou embasar os dados, buscando incluir dimensões subjetivas no discursos e nas respostas dos entrevistados. De forma complementar foram realizadas análises quantitativas, utilizando a estatística descritiva.

4. Área de estudo: Comunidade Santo Antonio do Abonari

A Comunidade Santo Antônio do Abonari foi formada durante a construção da BR 174 a partir de funcionários remanescentes da empresa SERRAGRO, uma madeireira autorizada a operar naquela localidade juntamente com o Exército Brasileiro durante o processo de execução da obra. Com o término da exploração madeireira no local, alguns funcionários fixaram-se e levaram familiares, constituindo as primeiras unidades produtivas agrícolas da comunidade e teve seu segundo impulso populacional com a construção da Hidrelétrica de Balbina na década de 1980.

Está localizada no município de Presidente Figueiredo - Amazonas, nas coordenadas 01°19'39.9"S e 60°22'55.0"O, caracteriza-se como uma localidade rural que se concentra principalmente no Ramal da Serragro com acesso exclusivo pela BR 174, no quilometro 1.083 desta rodovia, a 95 km da sede municipal e a 200 quilômetros da capital do Estado, Manaus (Figura 1). A estrutura da comunidade é formada por este ramal principal e por 4 vicinais, nomeada

numericamente de acordo com sua posição ao longo do ramal. A altitude da comunidade varia entre 78 e 108 metros acima do nível do mar. (SEMMA-PF, 2013)

O clima é quente e úmido e segundo classificação de Kbppe, do tipo Am com precipitação média de 1.750 mm no período chuvoso e inferior a 60 mm no período de estiagem. A temperatura varia entre 23,5° C a 33,1° C com temperatura média do mês mais frio sempre superior a 18 °C e umidade relativa média de 85%. Está rodeada ao norte pela Reserva Indígena Wamiri-Atroari e ao leste pela APA Urubuí (SEMMA-PF, 2013). Por localizar-se em área limítrofe com a terra indígena Wamiri-Atroari tem sua área de expansão para o norte e atividades como a caça e a pesca reduzidos aos limites atuais da própria comunidade.

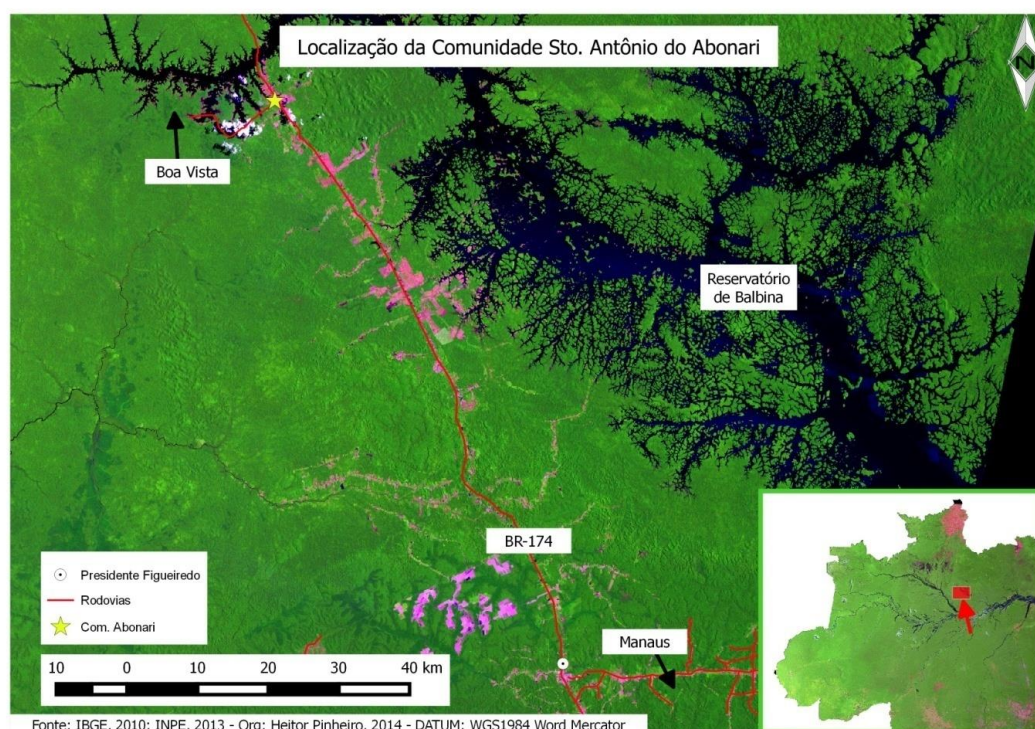


Figura 1: Localização geográfica da Comunidade Santo Antônio do Abonari, Presidente Figueiredo, AM - Brasil.

Fonte: IBGE, 2010; INPE, 2013. Org. Heitor Pinheiro, 2014.

Ao se estudar o agricultor na Amazônia Brasileira, incluindo-se a Comunidade Santo Antônio do Abonari, necessário se faz o entendimento de que toda a população que vive longe dos centros urbanos é ao mesmo tempo agricultora e extrativista. O extrativismo está na cultura, no modo de viver do povo amazônico, portanto uma atividade não exclui a outra, mas a complementa.

A sobrevivência desse agricultor, em muitos momentos, depende da caça, da pesca e da coleta de frutos, sementes, cipós, madeira e demais matérias primas por ele encontradas na região e do cultivo de gêneros alimentícios, com destaque para a mandioca, suprimento de farinha e fécula, base de sua dieta alimentar e do sítio nos arredores da residência, cuja produção supre a família de

alimento e de medicamentos naturais. Noda *et al* (2001) colocam que os sítios ou terreiros baseiam-se na biodiversidade natural, envolvem o manejo de árvores, arbustos e ervas de usos múltiplos, bem como a criação de animais de pequenos porte, é um espaço privilegiado de socialização familiar.

A Comunidade Santo Antônio do Abonari insere-se neste mosaico amazônico. A agricultura familiar é praticada por seus moradores desde a sua formação como fonte de alimento e de renda e encontra no extrativismo um complemento que contribui para a dieta familiar e para a aquisição de bens para a família. Por isto, torna-se essencial entender o processo de formação histórica, a organização social e como os equipamentos sociais públicos e privados atendem as necessidades dos moradores desta comunidade.

Nesta comunidade, os componentes do sistema de produção se assemelham aos dos agricultores tradicionais do Alto Solimões, descritos por Noda, Noda e Silva (2013) e também constituem-se em: Roça ou Cultivo; Sítio, Terreiro ou Quintal; Capoeira ou área de pousio; Extrativismo e, Criação de animais de pequeno porte, conforme especificações a seguir. Em locais mais afastados encontram-se as plantações chamadas de roçados, destacando-se a mandioca, a macaxeira, a banana e o açaí. Este último ganhou impulso a partir de uma doação de mudas feitas pelo IDAM.

5. Resultados e discussões

A produção de buriti na Comunidade Santo Antônio do Abonari sempre foi expressiva e destacou-se no município de Presidente Figueiredo. No entanto, este fruto tradicionalmente tinha como destino principal as fábricas de sorvete e feiras da capital Manaus. Desde 1992 a comunidade já trabalhava com a venda do buriti, quando comercializava em média de 1.000 (mil) sacas de 50 quilos de buriti *in natura* por safra.

Em 2002, a empresa C, localizada no Polo Industrial de Manaus, estava em busca de uma localidade onde a produção de buriti fosse abundante para suprir sua demanda por óleo de buriti e atender a clientes produtores de cosméticos. Durante visita à Secretária de Ação Comunitária de Presidente Figueiredo recebeu a indicação da comunidade Santo Antônio do Abonari como maior fornecedora do fruto no município. E assim a comunidade foi identificada como produtora potencial.

O primeiro contato foi feito pelo Sr J.D., diretor presidente da empresa C. com o Sr. J.B.F., presidente da comunidade. Na primeira visita à comunidade os dois fizeram um reconhecimento da área, onde os buritizeiros foram observados e a partir daí iniciou-se a parceria Empresa C - Abonari. A empresa C realizou reuniões na a comunidade com o objetivo de divulgar

o projeto e mobilizar os comunitários para participação local. No início da operacionalização das atividades, a empresa buscou uma parceria para o fornecimento de polpa seca, um processo artesanal muito simples que rapidamente foi assimilado pela comunidade. Nos anos de 2002 e 2003, o processo consistia na colheita dos frutos, retirada da polpa e secagem ao sol em lonas. No terceiro ano em 2004, o processo produtivo teve um incremento, passou-se a exigir que a polpa seca fosse peneirada antes da entrega para retirada da casca e demais resíduos.

Neste período a atividade desenvolvia-se bem, os comunitários estavam engajados, toda a safra era vendida para a associação e toda a produção era comprada imediatamente pela empresa C. Havia 10 pessoas trabalhando na usina e 9 famílias vendendo os buritis em saca para a Associação. A renda do buriti tornava-se um importante componente para o orçamento familiar na comunidade, igualando-se ou superando a renda gerada pela venda da farinha de mandioca, uma das principais fontes de renda interna destes agricultores. No entanto, em 2005 a empresa C. buscou novas parcerias para o desenvolvimento de um projeto que oferecesse à comunidade uma estrutura que possibilitasse a produção do óleo de buriti pelos próprios associados, agregando valor à produção e trazendo mais renda e desenvolvimento para a comunidade.

Nesta fase do projeto, foi necessário montar uma estrutura que possibilitasse a extração do óleo do buriti e a capacitação dos comunitários para operar as máquinas. O CDH com recursos do FDH - Fundo de Desenvolvimento Humano do Estado do Amazonas financiou R\$ 82.000,00 (oitenta e dois mil reais) a fundo perdido, 55 mil reais foram utilizados para a compra dos maquinários em São Paulo. Além destes o Ministério do Meio Ambiente destinou R\$ 40.000,00 (Quarenta mil reais) para a construção do almoxarifado, que atualmente funciona como cozinha da associação. No ano de 2005, houve ainda a Certificação SmartWood. Para tanto foi realizado um levantamento e um acompanhamento da produção pelos técnicos da AFLORAM e pela equipe da IMAFLORA. Neste relatório, constam a visita a 15 propriedades e em 2006 a certificação de apenas 8 propriedades, com realização de Planos de Manejo. A ONG Amigos da Terra também participou do processo.

Observa-se que houve um esforço muito grande no sentido de apoiar e de criar a estrutura necessária para o desenvolvimento da atividade, a preocupação com a produção e com a preservação ambiental, bem como da aceitação mercadológica do produto por meio da Certificação Ambiental e do apelo da sustentabilidade. No entanto, o terceiro pilar da sustentabilidade, também ficou esquecido neste projeto, faltou o recurso humano, faltou o lado social. A baixa escolaridade, o isolamento e falta de capacitação técnica dos moradores não foram consideradas ou colocadas como fator imprescindível para o sucesso desta atividade, embora alguns cursos tenham sido

ofertados, informações básicas como especificação quanto à qualidade do produto, acidez, produtividade foram relevadas durante a implantação do projeto.

Foram observados, desde o início da implantação da atividade, problemas relativos à gestão e à produção e, à medida que os processos foram tornando-se complexos, aumentaram os entraves para que a produção fosse bem aceita pelas empresas e os comunitários alcançassem ganhos financeiros, retorno social e confiança na atividade, de forma a manter a motivação e o interesse dos atores sociais envolvidos na produção. Os problemas iniciam-se a partir de 2006, quando a produção de polpa foi substituída pela de óleo de buriti. Nesta fase, embora inicialmente, tenha havido um grande engajamento pelos órgãos municipais e estaduais e a Associação tenha sido certificada ambientalmente pela SMARTWOOD, também as máquinas tenham sido instaladas e ainda a empresa C tenha acompanhado todo o processo, muitos aspectos foram ignorados. Este foi o contexto geral que levou a interrupção da atividade, em 2007, consequentemente, resultando na perda de todo esforço empreendido.

De acordo com o relato dos gestores do processo e lideranças do período, a empresa não firmou contrato formal com os comunitários, nem ofereceu capacitação quanto a boas práticas na produção e armazenamento do óleo. Após a instalação das máquinas, esta solicitou a produção de 350 quilos de óleos pelos quais seriam pagos R\$ 45,00 reais por quilo, sem especificar a necessidade de atenderem a determinados padrões de qualidade, principalmente a de manter a acidez do óleo produzido abaixo de 10%.

Neste momento, a comunidade formada por agricultores familiares estava realizando a sua primeira produção industrial. Eles nunca tinham fornecido ou se relacionado com indústrias especializadas. A maioria de seus associados não havia concluído o ensino fundamental, não possuíam o conhecimento das dinâmicas industriais e não estavam preparados para o contato com o mercado competitivo que exige normas de qualidade e especificações técnicas quanto ao produto a ser entregue. Verificou-se, portanto, que todas estas exigências estavam distantes da sua realidade. Após a produção dos 350 quilos de óleo solicitados pela empresa C, o diretor presidente desta empresa compareceu à comunidade acompanhado de uma profissional da área química, o que causou surpresa aos comunitários. Após as análises, a mesma constatou uma acidez de 22% no produto. Fato que levou a empresa à desistência da compra, uma vez que a acidez máxima aceita pela empresa seria de 10%.

Desta forma, a empresa C inviabilizou todo o processo, faltou com comprometimento e responsabilidade social. A comunidade foi abandonada com toda a produção e seus compromissos para com os comunitários que se envolveram no processo produtivo. Esta atitude causou espanto e indignação na comunidade que não aceitou este posicionamento. Iniciou-se assim, o processo de

rompimento do vínculo na parceria Empresa C - Abonari e de desmotivação dos comunitários em participar do projeto.

Neste processo de inserção da comunidade Santo Antônio do Abonari, observa-se um despreparo e um desconhecimento dos gestores da empresa C quanto a este tipo de projeto, considerando que uma empresa transforma agricultores familiares em seus fornecedores. É preciso reconhecer o fato destas comunidades de agricultores necessitarem de legislação para sua proteção e da biodiversidade envolvida nos processos produtivos. E mais, necessitam de assessoramento técnico participativo para não ocorrerem problemas quanto a prazo e qualidade. Devem também, estarem amparados por contratos justos de acordo com a legislação vigente. Para incluir estas sociedades em suas cadeias produtivas, as empresas precisam se conscientizar sobre a responsabilidade social e a ética necessária para gerir estas relações.

Após a quebra do acordo verbal, a Associação precisou recorrer aos órgãos públicos para recuperação de parte do trabalho aplicado e para garantir que recebimento do valor prometido fosse pago pela empresa. O restante a ser recebido foi doado pela Prefeitura Municipal, para pagamento pelo menos das despesas realizadas durante a produção. Assim, a Associação não conseguiu continuar desenvolvendo a atividade, pois o único comprador de sua produção havia rompido com a parceria. Após a quebra da parceria entre a empresa C e a Associação, com a falta de perspectivas quanto ao futuro da produção e pela inexperiência com os mecanismos de mercado, muitos dos que participaram do processo inicial do extrativismo do buriti para produção de óleo deixaram essa atividade e todo o processo produtivo foi desarticulado.

Somente em 2011, quando o Sr. J.G. torna-se presidente da comunidade e busca parcerias, reinicia-se o processo de reativação da produção de óleo de buriti. Neste estágio, precisaram buscar novos consumidores e o processo se modificou. Contaram com o apoio e incentivo de um professor e pesquisador da Universidade Federal do Amazonas que havia participado da implantação da miniusina, e de um candidato a prefeito de Presidente Figueiredo, ambos tornaram-se fundamentais para a ligação entre a comunidade e o mercado comprador, fornecendo inclusive aporte financeiro para o capital de giro inicial, no montante de R\$ 20.000,00. Com este novo impulso, a Associação se reorganizou e retomou a produção, cuja soma foi de 663 quilogramas de óleo com uma acidez de 4,41%. Isso demonstra que a Associação com capital de giro, capacitação dos agricultores associados e acompanhamento estão capacitada em produzir o óleo com a qualidade necessária. Como o pagamento era garantido e imediato, os próprios agricultores entregaram os frutos colhidos na sede da associação, pois desta forma o preço era superior ao colhido nas propriedades pela equipe da associação.

Toda a produção foi vendida, o empréstimo de R\$ 5.000,00 ao professor foi pago e o saldo líquido foi positivo em, aproximadamente, R\$ 12.000,00 (doze mil reais). No entanto, não conseguiram saldar o empréstimo de R\$ 15.000,00 ao candidato a prefeito. Como agravante, naquele exercício foram apresentadas duas prestações de contas: em uma os custos totalizaram R\$ 20.216,30 e em outra totalizou R\$ 26.462,30. Ou seja, em nenhum dos casos os valores aferidos com a venda seriam suficientes para cobrir os custos de produção. Principalmente, levando-se em conta a necessidade de quitação do empréstimo do candidato a prefeito. Mesmo sendo considerada um sucesso o fato da Associação ter fechado o período com um capital de giro de aproximadamente R\$ 12.000,00, os associados não aceitaram a prestação de contas e os gestores tiveram dificuldades em explicar as diferenças nos resultados apresentados. A confiança no processo e a credibilidade da gestão começam a ser enfraquecidas dentro da comunidade.

O sucesso aparente estimulou a comunidade e no ano de 2012, foram produzidos 600 quilogramas de óleo. Para alcançar esse resultado em um período fora da safra, a Associação comprou frutos de buriti de um vendedor do Estado de Roraima, cuja produção ocorre em outro período. Os frutos de buriti comprados ultrapassaram o período de 24 horas entre a coleta e a entrega na miniusina da Associação e o óleo produzido apresentou acidez acima do máximo estabelecido pelas empresas (10%). Desta forma, o óleo produzido não pode ser comercializado pelo preço de mercado e foi vendido para uma empresa sediada no estado do Pará, este foi enviado pelo porto de Manaus e o montante total auferido pela Associação foi R\$ 8.700,00 (oito mil e setecentos reais). Os ganhos foram bem inferiores ao do ano anterior e não houve registro de prestação de contas, informando a real situação financeira da Associação.

Na transação ocorreram problemas de comunicação o que resultou na devolução e reenvio do primeiro lote, fato que acarretou custos extras à Associação. Além deste, os associados afirmam que a empresa agiu de má fé, pois quando recebeu a segunda remessa, negou-se a realizar o pagamento. Após um período de negociações a empresa propôs um pagamento em prestações de R\$ 500,00, o que levou todo o ano de 2014 para integralizar a soma total da dívida. Com isto, pode-se verificar mais uma vez as fragilidades da Associação frente a um mercado competitivo, com empresas em cidades distantes e sem ferramentas eficientes de controle e de cobrança resultou em comprometimento financeiro e, conseqüentemente, em falta de recursos disponíveis para prosseguir com as atividades. Mais uma vez, as empresas compradoras comportaram-se dentro da lógica de mercado, que busca a otimização dos resultados financeiros, e fora dos padrões éticos, pois quebraram acordos comerciais verbais e aproveitaram-se do isolamento e dificuldade de acesso a instrumentos de cobrança por parte dos agricultores fornecedores para adiar pagamentos e a beneficiar-se indevidamente da situação.

De modo geral, no discurso e pelas atitudes dos agricultores, percebe-se que estas denotam uma falta de confiança no futuro da atividade de extrativismo de buriti para geração de renda monetária. Dentre os fatores a serem considerados, a capacidade de gestão é outro fator preocupante. As decisões e prestações de contas simples são dominadas por alguns associados, mas quando ocorre alguma complexidade, como negociações de prazos e principalmente a resolução de conflitos internos, percebe-se deficiências que podem gerar problemas à produção e comercialização do óleo de buriti. Quanto ao fator social, espera-se que haja um retorno para a comunidade, melhoria na renda, nos serviços comunitários, na qualidade de vida das pessoas. Pode-se afirmar que quando o processo de extração de buriti para produção de óleo foi iniciado, os associados mostraram interesse em participar das reuniões, da coleta e produção e desejavam cursos de capacitação para melhorar as condições de trabalho.

No entanto, a capacitação demorou a chegar e foi muito restrita, cursos para os escaladores e o de boas práticas só vieram após o rompimento do vínculo com a empresa C., ou seja, quando o projeto perdeu o seu elo com o restante da cadeia produtiva e procurava encontrar canais próprios para a distribuição. Enriquez (2008) afirma que, ao confrontar-se a percepção dos pesquisadores com a realidade das comunidades, percebe-se que a atividade extrativa é insuficiente para garantir o sustento familiar, os agroextrativistas precisam recorrer a outras fontes, principalmente devido à falta de estratégias para agregar valor e diversificar a produção. A produção de óleo de buriti na comunidade Santo Antônio do Abonari, em um olhar superficial pode ser considerada como uma vocação regional, como fator de desenvolvimento endógeno. No entanto, ao se analisar mais profundamente, observa-se que, tradicionalmente, a comunidade já se relacionava com as indústrias de sorvete da cidade de Manaus, as quais consegue acessar facilmente e manter um relacionamento até os dias atuais. Ao contrário do que ocorria com a indústria de cosméticos, visto que esta se encontra muito distante da comunidade.

A introdução de uma comunidade rural na cadeia produtiva de uma grande e competitiva indústria, como a de cosméticos deve ser pensada de forma holística e sistêmica. Holística, porque é necessário pensar na comunidade ao se relacionar com o todo, ou seja com a indústria competitiva global e como esta indústria vai se relacionar com a comunidade. Como estas vão formar um mesmo sistema, mesmo vivendo realidades tão distintas. No caso da Comunidade Santo Antônio do Abonari, o projeto foi imposto sem oferecer as bases técnicas necessárias para que se desenvolvesse, nem mesmo informações básicas como a necessidade da acidez abaixo de 10% foi repassada. Faltou comprometimento por parte da empresa, pois este problema técnico poderia ter sido facilmente superado como demonstrado pela produção, pela comunidade, de 663 quilogramas óleo com acidez abaixo de 4% e em 2014, quando conseguiu um índice de acidez de apenas 2%. A

empresa comprometida com a compra do óleo produzido desfez o vínculo estabelecido com a Comunidade sem se preocupar com o futuro dos envolvidos, após ter provocado mudanças profundas na rotina, na vida das pessoas e na organização social da produção na comunidade em estudo.

A Comunidade Santo Antônio do Abonari foi inserida na cadeia produtiva de cosméticos, com o objetivo de promover a melhoria da qualidade de vida desta população e manutenção de seus recursos naturais. Desta forma, o processo de inserção desta comunidade em um mercado global e o desenvolvimento desta atividade deve ser analisado e compreendido como forma de contribuir para o debate acadêmico sobre a sustentabilidade dessas ações.

6. Considerações finais

A inclusão de comunidades amazônicas na cadeia produtiva de produtos industrializados costuma ser defendida como opção de desenvolvimento sustentável para estas comunidades e para melhoria do processo produtivo como um todo pela redução de bases químicas e do uso de fontes de matérias-primas ecológicas. No entanto, a experiência mostra que, em muitos casos, a atividade é iniciada e posteriormente abandonada pelas empresas prospectoras.

A Comunidade Santo Antônio do Abonari, tornou-se objeto deste estudo por sua inserção na cadeia produtiva de cosméticos como fornecedora de óleo de buriti para indústrias que produzem ou que beneficiam este produto para empresas deste setor. A inserção da comunidade Santo Antônio do Abonari surgiu pela busca de uma fonte de matéria-prima para uma indústria de cosméticos. Embora o projeto inicialmente tenha recebido apoio de órgãos governamentais, ONGs, certificação ambiental e o acompanhamento da empresa interessada no óleo de buriti, muitos fatores não foram considerados. A falta de comprometimento e de responsabilidade social das empresas compradoras, somadas às limitações quanto ao entendimento e relacionamento dos agricultores familiares com o mercado competitivo global em que estavam sendo inseridos, tornou-se um impeditivo da sustentabilidade desta atividade nas dimensões econômica e social.

A ideia de utilizar os potenciais ou vocações regionais como diferenciais competitivos para o desenvolvimento regional, no caso da Comunidade Santo Antonio do Abonari não vislumbrou as dificuldades em se atender às especificidades técnicas de indústrias globais em uma localidade distante dos grandes centros, com pouca infraestrutura e mão de obra não especializada para a produção e relacionamento com o mercados, este contexto levou ao rompimento e estagnação da atividade.

Depreende-se, portanto, que as empresas precisam buscar formas de relacionar-se com estas comunidades, oferecendo não apenas máquinas e equipamentos, mas capacitação técnica,

administrativa e financeira, acompanhando o processo nas fases iniciais, de forma a criar um vínculo com a comunidade, uma relação de confiança que permita a interação e a troca de experiências e conhecimentos para que quando surgirem os entraves ou dificuldades possam ser resolvidos em parceria, reduzindo as diferenças entre a lógica do agricultor familiar e a cultura organizacional do mundo empresarial.

O principal problema, no entanto, foram os rompimentos de acordos que demonstra a falta compromisso e de responsabilidade social das empresas para com os agricultores familiares. De um modo geral, apesar de usarem o discurso da sustentabilidade as empresas demonstram visar apenas ao lucro ao fazerem ofertas de compra a preços abaixo dos praticados no mercado e ao não cumprirem os acordos estabelecidos, uma vez que estes são feitos verbalmente e algumas vezes por intermédio de terceiros, o que dificulta a cobrança de prazos e valores. Outro ponto fundamental é a inexistência de contratos formais que atendam à legislação vigente e protejam estas populações.

A partir do estudo de caso da Comunidade Santo Antônio do Abonari, constatou-se que a inserção de uma comunidade de agricultores familiares na economia global, precisa ser planejada por meio de um estudo profundo que envolva uma equipe multidisciplinar para a avaliação inicial e o acompanhamento durante os primeiros ciclos produtivos para que as populações locais possam assimilar os conhecimentos e a práticas de manejo, produção e armazenamento para garantir a qualidade dentro das especificações técnicas de cada produto e condições de manutenção da atividade por boas práticas de gestão e controle financeiro.

Este acompanhamento, também deve ser feito pelo setor público, principalmente com a oferta de assistência técnica e com a supervisão e busca dos acordos comerciais para que garantam a remuneração dos envolvidos na produção e no cumprimento da legislação vigente e de contratos e de acordo dos pagamentos nos prazos e valores combinados, de forma a trazer confiança dos comunitários na atividade, retorno financeiro e melhoria real à vida destas populações.

Desta forma, mudando-se algumas práticas, esta atividade pode tornar-se sustentável, gerar um círculo virtuoso de crescimento. Poder-se-ia então, promover o desenvolvimento local para as comunidades fornecedoras de matéria-prima, ao mesmo tempo em que atende a demanda de empresas socioambientalmente responsáveis, as quais produzem bens e serviços para consumidores conscientes, preocupados com as pessoas e o ambiente.

Referências

- ABRANTES, Joselito S., *Bio(sócio)diversidade e empreendedorismo ambiental na Amazônia*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.
- AFONSO, Sandra R. *A política pública de incentivo à estruturação da cadeia produtiva do pequi (Caryocar brasiliense)*. [Distrito Federal] 2012. 162 p.
- APEX-Brasil, - Agência de Promoção de Exportação e Investimentos. 2008 Endereço: <http://www.apexbrasil.com.br/interna.aspx?id=1>. Acesso em: 19/08/2015.
- BATALHA, M. O.; BUAINAIN, A. M.; FILHO, H. M. de S. *Tecnologia de Gestão e Agricultura Familiar. Gestão Integrada da Agricultura Familiar*. São Carlos:EdUFSCar, 2005.
- BECKER, Dinizar F.(org). *Desenvolvimento sustentável: necessidade e/ou possibilidade?* 4 ed. Santa Cruz do Sul: BATISTA, Djalma. *O complexo da Amazônia – Análise do processo de desenvolvimento*. 2ª Ed. Manaus: Editora Valer, Edua e Inpa, 2007.
- CAPRA, F. *A teia da Vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. 10 ed. São Paulo: Cultrix. 2006.
- CLEMENTE, Ademir e HIGACHI, Hermes. *Economia e desenvolvimento regional*. São Paulo: Atlas, 2000.
- DRUCKER, Peter F. *As novas realidades no governo e na política, na economia e nas empresas, na sociedade e na visão do mundo*. São Paulo: Pioneira, 1989.
- DRUMMOND, J. Augusto. 1996. *A extração sustentável de produtos florestais na Amazônia brasileira: vantagens, obstáculos e perspectivas*. Estudos Sociedade e Agricultura 6: 115-137.
- ENRIQUEZ, G.E.V., *Desafios da sustentabilidade na Amazônia: Biodiversidade, cadeias produtivas e comunidades extrativas integradas*. Tese de doutorado. 460 p. Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.
- GENAMAZ, 2000. *Rede interinstitucional para conservação e uso dos Recursos Genéticos Amazônicos*. Endereço: www.genamaz.org.br/estudcosmetico01.html. Acesso em: 15.03.2012.
- HOMMA, A.K.; MATOS, G.B.; MENEZES, A.J.E. *Manejo de bacurizeiros como alternativa econômica para áreas degradadas da Amazônia*. Ribeirão Preto, 24 a 27 de Julho de 2005. Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural - XLIII CONGRESSO DA SOBER. In <http://www.sober.org.br/palestra/2/176.pdf>, em 10 de junho de 2009.
- IBD. Instituto de Biodinâmica. 2008. Endereço: http://www.ibd.com.br/News_Detalhe.aspx?idnews=99. Acesso em: 19/03/2011.
- MIGUEL, Laís M. *Uso sustentável da biodiversidade na Amazônia brasileira: experiências atuais e perspectivas das bioindústrias e cosméticos fitoterápicos*. 2007. 160 fls. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana). Programa de pós-graduação em Geografia Humana da Universidade de São Paulo.
- MILLER, J. DuPont. In: Kanter, R.S.; KAO, J.; WIERSEMA.F; (Ed) *Inovação: pensamento inovador na 3M, DuPont, G.E., Pfizer. e Rubbermaid*. Tradução: June Camargo. São Paulo: Negócio Editora, 1998. p. 75-104.

NODA, Sandra N., *et al.* *Utilização e apropriação das terras por agricultura familiar amazonense de várzeas*. In: DIEGUES, A.C. MOREIRA, A.C. *Espaços e recursos naturais de uso comum*. São Paulo: Núcleo de Apoio à Pesquisa sobre Populações Humanas e Áreas Úmidas Brasileiras, USP, 2001.

NODA, S. N. NODA, H. e SILVA, A.I.C. *Socioeconomia das unidades de agricultura familiar no Alto Solimões: formas de produção e governança ambiental*. In: NODA, H. *et al.* *Dinâmicas socioambientais na agricultura familiar na Amazônia*. Manaus, AM: Weg, 2013.

PENA-VEIGA, A., NASCIMENTO, E.P. (Org.) *O pensar complexo: Edgar Morin e a crise da modernidade*. Rio de Janeiro: Garamond, 1999.

PLANETA ORGÂNICO. Planeta Orgânico. In <<http://www.planetaorganico.com.br/site>>. Acesso em: 15/11/2010.

REVILLA, Juan. *Apostamentos para a cosmética Amazônica*. SEBRAE – AM/ INPA, 2002.

SEMMA-PF. Secretária Municipal de Meio Ambiente de Presidente Figueiredo. *Plano de Desenvolvimento Sustentável e Conservação do Município de Presidente Figueiredo*, 2013.

SIQUEIRA, E. S.; SPERS, V.R.: *Responsabilidade Social: o potencial transformador da atuação social das empresas*. Itui: Ottoni Editora, 2003.

SUFRAMA. Endereço:
http://www.suframa.gov.br/modelozfm_opcaoinvest_am_pr_bioindustria.cfm. Acesso em
19/03/2012.

VERGARA, S. C., BRANCO, Paulo Durval. *Empresa Humanizada: a organização necessária e possível*. Revista de Administração de Empresas – RAE. São Paulo: FGV/EAESP, v. 41, n. 2, p. 20-30, abr./jun.,2001.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.