

O AGROEXTRATIVISMO COMO BASE DA CADEIA PRODUTIVA DE COSMÉTICOS ORGÂNICOS E ECOLÓGICOS

Rute Holanda Lopes¹
Hiroshi Noda²

Resumo

Na segunda metade do século XX, com o apelo da sustentabilidade, inicia-se um processo de mudança de comportamento do consumidor pela conscientização da finitude dos recursos naturais. As indústrias iniciam um processo de adequação a esta nova exigência de mercado. A produção de matéria prima para biocosméticos precisa ter características que atendem as especificações e padrões de qualidade de indústrias regionais, nacionais e internacionais. Localmente, a produção de óleos encontra-se distribuída por várias comunidades no interior do estado do Amazonas, representando incremento na renda de extrativistas coletores por meio de mini-usinas de beneficiamento.

Palavras-Chaves: sustentabilidade, cadeia produtiva, agroextrativismo.

Introdução

O debate acadêmico sobre o desenvolvimento sustentável é amplo e evolutivo. Inclui vertentes sociais, econômicas e ambientais que perpassam a produção industrial, o mercado consumidor e a produção agropecuária, ressaltando o caráter sistêmico e complexo que entrelaça estas questões.

A globalização da economia, os meios de comunicação e, dentre eles, a Internet tornaram-se molas propulsoras para a universalização do consumo. Hoje há uma tendência de padronização mundial em relação ao consumo das famílias e das empresas. A multiplicação dos centros de pesquisa e desenvolvimento passa a ofertar cada vez mais novas tecnologias e produtos que se tornam obsoletos rapidamente. Este ambiente majora consideravelmente o consumo, levando ao aumento da exploração dos recursos naturais ao mesmo tempo em que eleva o descarte dos produtos considerados ultrapassados. O avanço tecnológico e seus impactos mostram-se praticamente ilimitados, afetando a vida das pessoas independente da diversidade étnica, cultural ou geográfica.

Todo esse movimento causou inúmeros questionamentos no meio acadêmico, social e político mundial levando à mudança das pessoas e organizações, no sentido de rever hábitos e submeter-se a normas internacionais de regulamentação ambiental. Camargo (2003) ressalta que um dos mais importantes avanços do século XX foi o despertar de uma consciência ambiental e a necessidade de encontrar um equilíbrio entre as ações humanas e a preservação do meio ambiente onde vivemos.

Entre as mudanças desencadeadas por este debate ressalta-se o comportamento do consumidor que passa a exigir das empresas produtoras e vendedoras posturas de defesa ao meio ambiente, incluindo a prática da coleta ou produção de matéria prima, processo de industrialização, distribuição, comercialização e descarte. Um mercado que incorporou rapidamente esta tendência como diferencial competitivo ou apelo de mercado foi o setor de cosméticos.

Este fato mudou sua base produtiva, substituindo produtos químicos por matérias primas naturais, como ceras, corantes, óleos essenciais e óleos vegetais. A principal medida foi a utilização de insumos provenientes da natureza que possibilitasse a inclusão de populações locais e reduzisse a poluição e a produção de carbono no processo. Outro ponto utilizado como apelo de mercado para a

1. Universidade Federal do Amazonas – Centro de Ciências do Ambiente

2. Universidade Federal do Amazonas – Centro de Ciências do Ambiente; INPA – Instituto Nacional de Pesquisas na Amazonia.

extração de óleos vegetais é sua qualificação como recurso renovável, podendo ser utilizado indefinidamente, desde que se respeite sua capacidade de suporte e reprodução biológica dentro do sistema em que se insere.

Este interesse vem gerando um novo cenário produtivo regional no Estado do Amazonas que possibilita a inclusão das populações rurais na cadeia produtiva de cosméticos. Os insumos utilizados milenarmente pelos amazônidas passam a compor produtos cosméticos artesanais e posteriormente são incorporados a indústria regional, nacional e internacional de cosméticos.

De um lado estão as grandes empresas de um mundo globalizado que visam à produção e incentivam o consumo em massa e, de outro, as sociedades regionais com seus recursos naturais e culturais em busca da sua preservação. Hall (1997 p.83-84) destaca que ao lado da homogeneização global coexiste a fascinação com a diferença e com a mercantilização da etnia e alteridade, há um novo interesse pelo local. É este interesse global pelo local que potencializa a atratividade dos conhecimentos e saberes da população tradicional amazônica sobre o manejo e aplicação da biodiversidade local na medicina e na cosmetologia.

A SUFRAMA - Superintendência da Zona Franca de Manaus - (2008) ressalta que no Brasil o mercado de medicamentos e cosméticos é avaliado em torno de 25 bilhões de dólares, com 25% dos produtos fabricados, a partir de princípios ativos naturais. Prevê ainda que o mercado mundial de medicamentos poderá alcançar 700 bilhões de dólares em faturamento e o mercado brasileiro ultrapassará a faixa de 50 bilhões de dólares com a participação mais intensiva dos produtos fabricados à base de princípios ativos naturais, nos próximos anos.

A natureza e a sociedade exigem mudanças

A partir da segunda metade do século XX, o planeta e as sociedades modernas mostram sinais de sobrecarga. Torna-se necessário a ressignificação de alguns conceitos e a substituição de modelos de exploração econômica e social e principalmente dos recursos naturais. O homem teve ao longo de séculos, por meio de muitas lutas, alguns direitos conquistados e começa a resgatar sua dignidade, mas aliado a isso vem o poder de compra e o consumismo que aumenta a pressão sobre meio ambiente. Embora não exista um conceito pronto, para entender melhor Meio Ambiente recorre-se a Abrantes (2002) ao mostrar que o conceito de meio ambiente deve se definir em três instâncias:

- a) Como fornecedor de recursos naturais e receptor de dejetos oriundos das atividades humanas;
- b) Como espaço onde se dão as interações entre processos naturais e socioculturais; e
- c) Como habitat, em sentido amplo, correspondendo à infra-estrutura física e institucional que influencia as condições gerais de vida das populações e a própria sustentabilidade ecológica dos sistemas sociais.

A natureza por sua vez, começa a mostrar sinais de exaustão, esgotamento de recursos naturais, poluição do ar, água e solo, chuvas ácidas, surgimentos de doenças fazem com que a sociedade perceba a necessidade de mudanças nos processos produtivos, desde a exploração da matéria-prima, passando pelas formas de produção e alcançando o consumo desregrado. Clemente e Higashi (2000) argumentam que a economia, assim como outros ramos da ciência, sempre tratou historicamente o ambiente como fonte inesgotável de materiais e energia e como recipiente infinito de rejeitos de toda ordem.

O homem começa a perceber que a natureza chegou ao seu limite, que é necessário um ordenamento das atividades e intervenções políticas que obriguem as empresas a mudar o modo de produção industrial. São tomadas medidas de redução e tratamento de resíduos líquidos, sólidos e gasosos. Esta nova forma de enxergar o meio ambiente levou os pesquisadores, empresários e empreendedores a buscarem novas formas de aproveitamento dos recursos naturais e novas fontes de

matérias-primas e energia. Tigre (2006) ressalta que o ponto de vista ambiental influencia a difusão de novas tecnologias, oriundas das preocupações da sociedade com a preservação do ar, da água e dos recursos naturais. Este cenário gerou uma onda de inovações destinadas a reduzir os impactos ambientais, desenvolver fontes alternativas de energia, reduzir emissões e produzir de uma forma mais limpa.

O conceito de bens renováveis, de capacidade de suporte, resiliência, entre outros, começam a ser difundidos e a população inicia um movimento de consumo consciente ou sustentável o que força a empresas a buscarem melhores práticas produtivas e a substituição de produtos químicos por produtos naturais, extraídos ou cultivados de maneira ambientalmente correta e socialmente justa. Esta mudança na preferência do consumidor leva as empresa a buscarem novas tecnologias, fontes de energia renováveis ou menos poluentes, novas forma produtivas e a substituição de sua base química por produtos naturais, entre outras medidas.

Além da redução dos impactos ambientais e da pressão sobre os recursos naturais, as inovações e pesquisas também caminham no sentido de substituir produtos poluidores e/ou químicos por materiais orgânicos ou naturais, no intuito de melhorar a qualidade de vida dos produtores e usuários de produtos como medicamentos, alimentos, cosméticos, tecidos, entre outros. 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.

Ocorre a partir desse processo, a valorização da natureza, dos produtos naturais e do modo de vida de sociedades ancestrais e isso muda a direção do progresso, o homem que cada vez mais se distanciava da natureza em busca da modernidade, percebe que é necessário uma reaproximação. Esse movimento resgata o valor do extrativismo vegetal e o torna um elo de ligação entre a sociedade moderna e a natureza, agregando valor econômico a produtos antes considerados bens livres, utilizados tradicionalmente por determinadas populações, com sua aplicação ligada a cultura, a religião, as práticas medicinais e aos costumes de cada povo. Entre esses podemos citar os óleos e as essências amazônicas.

Ao tratarmos de extrativismo vegetal, devemos diferenciar o se extrativismo volta-se a subsistência ou ao comércio. É a partir deste ponto desencadeiam-se as demais discussões que envolvem exploração predatória, demanda de mercado, domesticação, sintetização, biodiversidade, biopirataria, tecnologia utilizada, entre outros. Homma (1993) sustenta que: a economia extrativa inicia-se com a descoberta do recurso natural que apresenta possibilidade econômica ou útil. A seguir inicia-se o extrativismo como atividade econômica. Em geral, o crescimento do mercado e o processo tecnológico fazem com que seja iniciada a domesticação desses recursos extrativos e/ou a pesquisa por substitutos sintéticos.

Essa lógica segue os padrões de mercados estabelecidos pelo capitalismo e, portanto, não condiz com a proposta de preservação da natureza. E representa ainda o conflito entre o interesse de empresas produtoras de bens finais e os extrativistas que lidam diretamente com a coleta de recursos naturais. A indústria acostumada durante séculos a manter linhas de produção abastecidas com bases químicas fornecidas de acordo com a demanda tem dificuldade em se adequar a um processo produtivo baseado nas sazonalidades da natureza.

Cada semente, fruto, planta tem uma região específica no planeta e um determinado período do ano em que a produção torna-se abundante, seguido por um período de escassez que impede a continuação da produção fabril. Esse é um dos fatores que as empresas devem aprender a lidar quando trabalham com produtos oriundos da natureza, colhidos de acordo com a sazonalidade de cada espécie.

Sachs (2002) afirma ainda que os mercados são míopes para transcender os curtos prazos e cegos para quaisquer considerações que não sejam lucros e a eficiência smithiana de alocação de recursos que pode ser superada pela eficiência keynesiana da plena utilização do potencial produtivo e pela inovação tecnológica schumpeteriana. Deste modo, se a busca capitalista pelo lucro aliar-se a regulamentação governamental e as inovações poderemos mudar este cenário e criar opções lucrativas e ecologicamente corretas, ou seja, ecoeficientes.

Inovações Tecnológicas Ambientais

O papel da inovação engloba várias medidas, dentre elas estão: o melhor aproveitamento dos recursos existentes, a substituição do uso de recursos não-renováveis por recursos renováveis e a mudança de processos produtivos poluentes por processos que não agridam o meio ambiente. Portanto, neste momento de crise mundial, torna-se necessário o surgimento de idéias que sejam soluções eficazes para o problema ambiental. Para Thurow (2001), o caos fomenta o crescimento de novas idéias, em ambientes caóticos as idéias são mais fortes que o impedimento gerado pelos interesses já investidos e permitem a germinação de inovações e de setores como a biotecnologia. Neste sentido, Sachs (2010, p.2) ressalta que “seis meses de petróleo caro realizaram o que 30 anos de discursos ambientalistas não conseguiram”.

Esta nova forma de enxergar o meio ambiente levou os pesquisadores, empresários e empreendedores a buscarem novas formas de aproveitamento dos recursos naturais e novas fontes de matérias-primas e energia. Tigre (2006) ressalta que o ponto de vista ambiental influencia a difusão de novas tecnologias, oriundas das preocupações da sociedade com a preservação do ar, da água e dos recursos naturais. Este cenário gerou uma onda de inovações destinadas a reduzir os impactos ambientais, desenvolver fontes alternativas de energia, reduzir emissões e produzir de uma forma mais limpa.

Além da redução dos impactos ambientais e da pressão sobre os recursos naturais as inovações e pesquisas também caminham no sentido de substituir produtos poluidores e/ou químicos por materiais orgânicos ou naturais, no intuito de melhorar a qualidade de vida dos produtores e usuários de produtos como medicamentos, alimentos, cosméticos, tecidos, entre outros. 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.

Biosociodiversidade

A Amazônia é conhecida mundialmente por ser uma floresta tropical rica em biosociodiversidade. Esta riqueza atrai pesquisadores à procura de material genético e de codificar o conhecimento tradicional existente para que possa ser utilizado em benefício dos seres humanos, para tanto utilizam-se de tecnologia e conhecimento científico na busca de aperfeiçoamentos e de novas descobertas. Sachs (2002) coloca também que o estudo da biodiversidade não deve estar limitado a um inventário das espécies e genes, por dois motivos: o conceito de biodiversidade envolve também os ecossistemas e as paisagens e porque a biodiversidade e a diversidade cultural estão entrelaçadas no processo histórico de co-evolução.

Almeida *et al* (2006) definem, de maneira simples, a Biodiversidade como a variedade total de vida no Planeta, incluindo todos os genes, espécies e ecossistemas de uma região. Abrantes (2002) cita que consoante ao Art, 2º da CDB, a diversidade biológica é conceituada como “a variabilidade dos

organismos vivos de toda origem, 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”.

Cada região do planeta possui características específicas quanto ao uso e manejo de sua biodiversidade e na Amazônia estas especificidades tornam-se essenciais para o desenvolvimento de atividades ligadas ao uso de seus recursos naturais, uma vez que o relacionamento milenar humano e cultural com a floresta resultou em conhecimento intrínseco passado de geração a geração sem codificação ao longo dos séculos. Para Porto-Gonçalves (2006), a diversidade cultural e a diversidade biológica não podem ser preservadas prescindindo a da contribuição das populações tradicionais, visto que o legado de riqueza de diversidade biológica que a humanidade hoje dispõe tem as diferentes culturas como parte de sua contribuição.

No entanto, esta diversidade social e biológica precisa ser protegida, uma vez que representa grande atrativo para as indústrias biotecnológicas mundiais. Santilli (2010) ressalta que o mercado mundial de produtos biotecnológicos movimentava entre 470 bilhões e 780 bilhões de dólares por ano e em grande parte as empresas de biotecnologia patenteiam e monopolizam produtos desenvolvidos a partir de conhecimentos tradicionais.

Para que a biodiversidade amazônica torne-se viável econômica, social e ambientalmente torna-se necessário alcançar o saber tradicional amazônico e incluí-lo nas práticas e processos produtivos, respeitando o espaço e os seres que interagem neste ambiente, de modo a intensificar as trocas de conhecimento entre os cientistas e povos locais, aumentando o capital produtivo local por um processo de gestão ambiental do conhecimento. Leff (2000) ressalta que quando a unidade econômica camponesa conserva suas bases de organização cultural e certa autonomia na articulação com o mercado, tende ao equilíbrio e opõe-se a maximização do lucro capitalista. Neste sentido, Sachs (2002) defende que o problema não é retroceder aos modos ancestrais de vida, mas transformar o conhecimento dos povos dos ecossistemas, decodificado e recodificado pelas etnociências, em um ponto de partida para a invenção de uma moderna civilização de biomassa, posicionando-se em um ponto completamente diferente da espiral do conhecimento e do progresso da humanidade.

Análise do Setor de Cosméticos Orgânicos - Biocosméticos

A partir de uma mudança no comportamento do comprador surge um nicho de mercado no mercado nacional e internacional de cosméticos. A busca por produtos mais saudáveis, ecologicamente corretos e socialmente responsáveis surge de uma mudança nos valores dos consumidores a partir de uma conscientização sobre os impactos sociais e ambientais que resultaram da intensificação do uso de produtos industrializados com forte base química. 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.

Dentre os produtos orgânicos, começa a destacar-se no comércio mundial o mercado de cosméticos. As primeiras empresas interessadas em biocosméticos ou cosméticos orgânicos caracterizavam-se por serem de pequeno porte e concentrarem-se em um nicho de mercado preocupado com o uso excessivo de produtos químicos pela sociedade industrial, sendo seguidas pelas grandes marcas que desenvolveram linhas específicas, a partir do sucesso das primeiras. O GENAMAZ (2002) 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 e 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 a qualidade dos produtos 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.

Embora a melhoria na qualidade e na variedade de cosméticos disponíveis seja importante, outros fatores de caráter sociais também influenciam o crescimento da demanda neste setor, entre eles destacam-se o acesso feminino à renda, a oferta de produtos destinados ao público masculino e o aumento da qualidade de vida nos últimos anos. Isto se reflete nos resultados publicados pela Abihpec – Associação Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos - (2011) apontando algumas razões que explicariam o acentuado crescimento deste setor nos últimos anos:

- a) participação crescente da mulher no mercado de trabalho;
- b) incorporação de novas tecnologias de produção pelas empresas com, conseqüente aumento da produtividade;
- c) lançamentos constantes de novos produtos que atendem cada vez mais às necessidades do mercado;
- d) aumento da expectativa de vida, o que traz a necessidade de conservar uma aparência mais jovem;
- e) aumento significativo do consumo de produtos cosméticos masculinos.

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 (2002) 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: está associado aos ecologistas e protetores do meio ambiente que questionam os impactos do extrativismo comercial sobre a floresta e sobre as populações tradicionais. O uso de insumos naturais tem por limite a escala da coleta e a sustentabilidade da floresta. Na grande maioria dos casos, a indústria busca novos cultivares que garantam a escala de produção dos insumos. Este é o caso do Ginkgo biloba, originário da China, produzido, atualmente, na França e nos Estados Unidos.

2º) coleta de matéria prima: a institucionalização da coleta de matéria prima que supra os bancos genéticos para a bioprospecção de moléculas a serem sintetizadas quimicamente. 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.

Esta discussão abrange, também, os efeitos socioeconômicos e o processo de patenteamento de produtos. Para Abrantes (2002), o debate seria em relação à dependência que geraria a aplicação da biotecnologia à agricultura dos países em desenvolvimento versus a contribuição para o aumento da produtividade e em relação ao ritmo de desenvolvimento da biotecnologia e o ritmo da atualização da normatização legal da concessão de patentes e abordagem de questões econômicas, éticas e políticas que estão sendo atualmente debatidas.

Capanema *et al* (2007) colocam que o setor de cosméticos é caracteriza-se pela presença de grandes empresas internacionais, com atuação global, diversificadas ou especializadas nos segmentos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, e pelas pequenas e médias empresas nacionais, em grande número, focadas na produção de cosméticos. Segundo a Abihpec (2011), no mercado interno, a indústria também registrou bons resultados, com um aumento médio de 7,4% em volume e 15,1% em faturamento nos últimos cinco anos, atingindo 27,3 bilhões de reais em 2010. A previsão é de que os investimentos se mantenham em US\$ 100 milhões ao ano.

A Abihpec (2011) ressalta que os cosméticos brasileiros têm um importante compromisso com o tripé da sustentabilidade ao se preocupar em ser ecologicamente correta, economicamente viável e socialmente justa e que a resposta positiva do mercado internacional é uma prova de que caminham na direção certa.

No Amazonas, a indústria de biocosméticos vem despontando por meio de marcas regionais já estabelecidas no mercado (Pharmacos da Amazônia, Amazon Ervas e Pronatus) e ao atrair novas instalações de empresas nacionais que produzam localmente linhas cosméticas que possuam entre seus componentes essências ou princípios da biodiversidade local, permitindo o uso da marca “Amazônia”.

Além destas o Pólo de Biocosméticos também já atraiu a empresa AmazonGreen, inicialmente instalada no Centro de Incubação e Desenvolvimento Empresarial (Cide) paraense, que investiu 3 milhões na ampliação de sua produção de 20 mil para 150 mil unidades por mês (shampoos, cremes para corpo e rosto e óleos de massagem).

Atualmente, destaca-se a entrada de duas empresas em municípios próximos a Manaus. A empresa Anavilhanas Indústria e Comércio de Cosméticos que esta investindo 1,7 milhão de reais em uma unidade de extração e processamento de óleos e está em fase de instalação em Novo Airão, município membro da Região Metropolitana de Manaus (RMM), com a previsão de produzir 150mil itens já nos primeiros seis meses. A empresa VitaDerm também estará instalada até final de março de 2011 e investiu inicialmente 1,2 milhão de reais no município de Manaquiri, que dista cerca de 80 quilômetros da capital. Há ainda a expectativa de envolver municípios vizinhos a sede da empresa a partir de sua expansão produtiva. Este município possui desde 2008 uma unidade industrial para produção de óleo vegetal, com capacidade para produzir 50 litros de óleo por hora, isto aumentou a produtividade e melhorou a qualidade do produto final, ao substituir um processo produtivo que durava semanas para a extração do óleo e envolvia extração da semente, cozimento, trituração e secagem ao sol em uma base côncava que escorra somente o óleo que sai do material triturado.

Esta agroindústria é administrada por um comitê gestor que inclui representantes do SEBRAE, da prefeitura de Manaquiri e da Coopfitos (Cooperativa dos Produtores e Beneficiadores de Plantas Medicinais, de Fitoterápicos e Fitocosméticos em Manaquiri). A Agroindústria movimenta atualmente toda cadeia produtiva de óleos, incluindo os coletores de sementes para extração de óleo, os

associados da agroindústria e as grandes empresas de cosméticos são as principais consumidoras do produto.

Também no interior do estado, verifica-se que embrionariamente existem alguns núcleos baseados em associações/cooperativas que se mostraram viáveis e podem servir como base de estudo para a formatação de um modelo replicável nos municípios produtores do interior do estado. O que atenderia a demanda do pólo industrial e melhoraria as condições sociais e econômicas dos agricultores/extrativistas envolvidos no processo. Além dos efeitos de renda para os fornecedores, espera-se ainda que ocorra o desenvolvimento e/ou utilização de novas tecnologias no cultivo, extração e manejo dos recursos locais, melhorando a produtividade pelo uso racional dos recursos, o aproveitamento deste e as condições de conservação e distribuição do produto.

Um dos municípios que se destacam neste cenário é Silves, conforme vídeo do Provárzea/IBAMA (2008) a experiência do Projeto Comunitário de Produção Sustentável de Óleos Essenciais é compartilhada principalmente pelas mulheres das ilhas e comunidades envolvidas no projeto, mas já conta com a participação de alguns homens e muitas vezes envolvem toda a família na extração de óleos e coleta de folhas, frutos e semente.

A descoberta foi feita pelas mulheres que fabricam incensos, sabonetes, velas aromáticas, óleos essenciais e começou com uma experiência frustrada com a produção de remédios, que os farmacêuticos e a falta de licenças inviabilizaram. A participação da ASPAC (Associação de Silves pela Preservação Ambiental e Cultural) e da AVIVE (Associação Vida Verde Amazônia) mostrou-se de fundamental importância para o desenvolvimento da atividade. A capacitação técnica e o manejo florestal são apontados como os principais fatores para o sucesso da atividade, que já foi reconhecida nacional e internacionalmente ao receberem 5 prêmios, inclusive em dinheiro que foi repassado para as cooperadas.

Como benefício social identificou-se além da melhoria da renda e da aquisição de bens, o resgate destas populações. De um modo geral os envolvidos ressaltam que adquiriram conhecimentos (saber), deixaram de viver isolados, hoje tem amigos, sentem úteis, perderam a timidez, aprenderam a falar, regataram a auto-estima e a dignidade.

Em geral a experiência mostra-se positiva, as dificuldades estão sendo superadas e o resgate de conhecimentos tradicionais e o desenvolvimento de novas técnicas a partir da troca de experiências mostra-se um excelente indicativo das melhorias impulsionadas nestas localidades pelas iniciativas e parcerias que apóiam as atividades. Segundo a ADS (2011) - Agência de Desenvolvimento Sustentável do Amazonas - a Comunidade do Roque, em Caruarari foi pioneira na implantação de uma micro-usina com produção em escala em 2002 pelos comunitários em parceria com a UFAM. A geração de renda estimada é de R\$ 1.600,00 por pessoa durante a safra do produto que inicia em dezembro e se estende até abril. Os principais produtos são andiroba, copaíba, virola e murumuru e o número de famílias envolvidas é de 250.

A comunidade Santo Antônio do Abonari, localizada no município de Presidente Figueiredo, foi beneficiada em 2005 e se tornou a primeira comunidade certificada FSC (*Forest Stewardship Council*) da linha de produção de óleo de buriti e em manejo de óleos no Brasil. Beneficia 45 e em 2004 obtiveram individualmente um rendimento de R\$1.660,00. Além deste podemos destacar Lábrea com a produção de andiroba e babaçu, por 100 família com uma renda anual de R\$ 1.250,00 para cada e Tabatinga com a produção de óleos de andiroba e murumuru beneficiando 50 família com R\$ 1.500,00 anuais.

As principais alternativas econômicas em relação a extração de óleos são a andiroba, o uricuri, a virola, o buriti, o babaçu, o murumuru, a copaíba, entre outras sementes, que são abundantes em muitas comunidades ribeirinhas e contribuem para a conservação da floresta em pé, ao mesmo tempo em que oferecem oportunidades para incremento de renda e melhoria da qualidade de vida dos povos

tradicionais do Amazonas. Ainda segundo ADS (2011), a produção de óleos ainda possui potenciais desconhecidos para as indústrias e oferecem um impacto positivo ao meio ambiente, o que vem se comprovando pelo índice de crescimento de pequenas empresas sediadas no interior do Amazonas que já estão exportando material semi-beneficiado para grandes empresas de cosméticos nacionais e regionais.

Considerações Finais

Percebe-se que de modo geral as mudanças no consumo global afetam diretamente a demanda de cosmético em dois aspectos, o primeiro está ligado ao aumento do consumo em si, ou seja, a quantidade demandada aumentou devido ao aumento da expectativa de vida e da inclusão de novos nichos de mercado como o público masculino. Além deste fator a demanda de cosméticos mantém-se crescente devido a sua abrangência, pois permeia todas as classes sociais, desde as de menor poder aquisitivo na qual se limita a produtos de higiene até as com maior poder aquisitivo nas quais o maior enfoque é a manutenção da juventude e beleza.

O segundo aspecto que afeta este público é mudança de comportamento relativa as mudanças nas preferências do consumidor que passaram a procurar por produtos orgânicos e/ou ecologicamente corretos, que estejam ligados a natureza pela ausência de componentes químicos ou tóxicos, sendo estes substituído por insumos biológicos e que preservem o meio ambiente, sendo considerados como produtos sustentáveis.

Este segundo fator desencadeou toda uma substituição da base química dos cosméticos como corantes, essências, ceras e óleos por similares de origem natural que tem menor propensão a gerar processos alérgicos, são mais saudáveis e não agredem o meio ambiente. A partir deste cenário a Amazônia surge como estoque natural de matéria-prima e como banco de bioprospecção a ser estudado, identificado e catalogado a partir de pesquisas científicas exploratórias e da investigação de usos e saberes das populações tradicionais.

Este interesse está gerando um novo mercado regional que possibilita a inclusão social e melhoria na renda e condições de vida das populações da floresta a partir de investimentos em mini-usinas e melhorias nas condições de trabalho e de manejo das espécies produtoras de insumos naturais amazônicos. Desta forma o produto regional agrega valor favorecendo o produtor regional e ganha qualidade o que o torna atraente para o mercado regional, nacional e internacional da industrial de biocosméticos.

Referências

Abrantes, Joselito S., *Bio(sócio)diversidade e empreendedorismo ambiental na Amazônia*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

Abhipec – Associação Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – *Panorama do Setor 2010*. In: http://www.abihpec.org.br/conteudo/panorama_do_setor_2010-2011-14042011.pdf. Visitado em 20 de abril de 2011.

ADS - Agência de Desenvolvimento Sustentável do Amazonas - *Óleos Vegetais* (2003 - 2010). In: <http://www.ads.am.gov.br/pagina.php?cod=38>>. Visitado em 22 de abril de 2011.

Almeida, Josimar R., *et al. Políticas e Planejamento Ambiental*. 3 ed. Rio de Janeiro: Thex Ed., 2004.
Apex-Brasil, - Agência de Promoção de Exportação e Investimentos. 2008 Endereço: <http://www.apexbrasil.com.br/interna.aspx?id=1>. Acesso em: 19/03/2008

- BARQUERO, Antonio Vázquez. *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*. Madrid, Ed. Pirámide, 1988.
- Becker, Dinizar F.(org). *Desenvolvimento sustentável: necessidade e/ou possibilidade?* 4 ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.
- Braun, Ricardo. *Novos paradigmas ambientais: desenvolvimento ao ponto sustentável*. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.
- Camargo, Ana Luiza Brasil. *Desenvolvimento sustentável: Dimensões e desafios*. Campinas, SP: Papirus, 2003.
- Capanema, Luciana X. L., *Panorama da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos*. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n.25, p 131-156, mar. 2007.
- Castro, Edna e Pinton, Florence. *Faces di trópico úmido: conceitos e novas questões sobre desenvolvimento e meio ambiente*. Belém: Cejup: UFPA-NAEA, 1997.
- Freitas, Marcílio de. *Amazônia e desenvolvimento sustentável: um diálogo que todos os brasileiros deveriam conhecer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- Genamaz, 2000. Rede interinstitucional para conservação e uso dos Recursos Genéticos Amazônicos Endereço: www.genamaz.org.br/estudcosmetico01.html. Acesso em: 15.03.2011.
- Guanziroli, C. E, et al. *Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI*. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.
- Hall, Stuart. *Identidade cultural na pós-modernidade*. Ed. DP&A, Rio de Janeiro, 1997.
- 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.
- Homma, Alfredo K. O. *Extrativismo Vegetal na Amazônia - Limites e Oportunidades*. Brasília: EMBRAPA-SPI, 1993
- Fraxe, Therezinha J. P. *Homens Anfíbios: etnografia de um campesinato das águas*. São Paulo: AnnaBlume; Fortaleza: Secretária da Cultura e Desporto do Governo do Estado do Ceará, 2000.
- IBD. Instituto de Biodinâmica. 2008. Endereço: http://www.ibd.com.br/News_Detalhe.aspx?idnews=99. Acesso em: 19/03/2011.
- Leff, Enrique. *Ecologia, Capital e Cultura: Racionalidade Ambiental, Democracia Participativa e Desenvolvimento Sustentável*. Blumenau: Ed. Da FURB, 2000.
- Lopes, Rute H. *O Pólo de Biocosméticos no Amazonas: os atrativos para o arranco desenvolvimentista*. Manaus: UFAM, 2008.
- Miller, G. Tyler. *Ciência Ambiental*. Tradução All Tasks; revisão técnica: Wellington Braz Carvalho Delitti. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- Perroux, F. (1967) *Economia do Século XX*. Lisboa, Herder.
- Porto-gonçalves, Carlos Walter. *A globalização da natureza e a natureza da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- Provárzea/Ibama. Projeto Comunitário de Produção Sustentável de Óleos Essenciais em Silves. Vídeo. AmazonSat/IBAMA, 2008.
- Rezende, Ciro. *História Econômica Geral* - São Paulo: Contexto, 2005.

Rego, J. F. do. *Amazônia: do extrativismo ao neoextrativismo*. Ciência Hoje, Rio de Janeiro, v. 25, n.147, p. 62-65, mar. 1999.

Sachs, Ignacy. *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

_____. Barricadas de ontem, campos de futuro. *Estud. av.*, São Paulo, v. 24, n. 68, 2010.

In: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142010000100005&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 10 de abril de 2011.

Santilli, Juliana. *A biodiversidade e as comunidades tradicionais*. In: <http://homologa.ambiente.sp.gov.br/EA/adm/admarqs/JulianaS.3.pdf>. Visitado em: 21 de abril de 2011.

Santos, Boaventura S. *A gramática do tempo: para uma nova cultura política*. São Paulo: Cortez, 2006. (Coleção para um novo senso comum; v.4).

Suframa. In: http://www.suframa.gov.br/modelozfm_opcaoinvest_am_pr_bioindustria.cfm. Acesso em 19/03/2008.

Tigre, Paulo Bastos. *Gestão da inovação: a economia da tecnologia do Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

Theodoro, Suzi Huff. *Conflito e uso sustentável dos recursos naturais*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

Thurow, Lester C. *A construção da riqueza: as novas regras para indivíduos, empresas e nações numa economia baseada no conhecimento*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

Witikoski, Antônio Carlos. *Terras, florestas e águas de trabalho: os camponeses amazônicos e as formas de uso de seus recursos naturais*. 2 ed. São Paulo: Annablume, 2010.