

RELAÇÕES DE INTEGRAÇÃO ENTRE ESTABELECIMENTOS AGRÍCOLAS FAMILIARES E EMPRESA NO MUNICÍPIO DO ACARÁ (PA), AMAZÔNIA¹

*Diego Andrews Hayden*²

*Gutemberg Armando Diniz Guerra*³

Resumo

Este artigo tem como objetivo descrever e analisar as relações entre estabelecimentos agrícolas familiares e empresa de processamento do açaí no município de Acará, no Estado do Pará. Estas relações são caracterizadas como de subordinação e integração dos estabelecimentos à cadeia de produção determinada pela empresa que adquire a matéria-prima, a beneficia e disponibiliza no mercado. Este fenômeno foi constatado em comunidades do município do Acará/PA, e foi registrado durante exercício acadêmico realizado no Curso de Especialização em Agriculturas Amazônicas (DAZ). Foram feitas entrevistas com dirigentes da empresa e com agricultores envolvidos no fornecimento à empresa.

Palavras chave: Integração. Amazônia. Comunidade. Empresa. Açaí.

Abstract

This article aims to describe and analyze the relationships between family farms and açaí (*Euterpe oleracea*, Mart) processing company in the municipality of Acará, in Pará. These relationships are characterized as subordination and integration of the properties to the production chain determined by the company that acquires the raw material, benefits and make available on the market. This phenomenon was observed in commu-

¹ Trabalho realizado como requisito parcial avaliativo no curso de especialização em Agricultura familiar e Desenvolvimento Agroambiental na Amazônia (DAZ) do Núcleo de Ciências Agrárias e Desenvolvimento Rural (NCADR) da Ufpa.

² Graduado em Licenciatura e Bacharelado em Geografia; graduando em tecnologia em geoprocessamento e especialista em Agricultura Familiar e Desenvolvimento Agroambiental na Amazônia.

³ Professor Associado do Núcleo de Ciências Agrárias e Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Pará. Contato: gguerra@ufpa.br

nities of the municipality of Acará (PA), and was recorded during academic exercise on Specialization Course in Amazon Agricultures - DAZ. Interviews were made with managers of the company and farmers involved in the supply to the company.

Keywords: Integration. Amazon. Community.Company. Açáí.

INTRODUÇÃO

O conceito de integração enquanto relação social é entendido como um processo de combinação de componentes/elementos de um sistema, sejam eles de pessoas, organizações ou instituições. O termo integração é utilizado para designar a incorporação de determinados atores em um plano social ou econômico e sua compatibilização em diferentes subsistemas constituídos.

A partir desse entendimento de integração, faz-se necessário o esclarecimento de como os elementos/indivíduos se combinam de modo ordenado, ou seja, como se organizam as relações entre atos de pessoas singulares ou coletivas. Sendo assim, esta pode ser distinguida entre social: como os indivíduos são incorporados num espaço social comum através de seu relacionamento – laços de pertença simbólica e coletiva –, ou seja, é a relação entre indivíduos, agrupamento de indivíduos e de atos individuais e coletivos; e sistêmica: como são compatibilizados entre si os subsistemas no interior de um sistema –, ou seja, a ordenação das relações entre papéis, instituições, lugares e hierarquias⁴ (Pires, 2012, p. 56).

Segundo Pires (1999), o conceito de integração não exclui os conflitos; ou seja, é errado pensar que integração e consenso sejam as mesmas coisas, bem como o contrário, que integração seja conflito. A integração requer muito mais consenso sobre valores fundamentais/comuns e a existência de consenso sobre procedimentos de regulação dos desacordos e divergência sobre tais questões.

Outro fator importante a analisar são as diferenciações dos processos que podem ocorrer de forma funcional, a partir de especializações de diferentes domínios, como: a economia, a política, a lei, a religião e a família e que requer papéis específicos em cada domínio; ou estrutural, que requer três mecanismos básicos para concretização das relações socioespaciais: a interação, a organização e a institucionalização (Pires, 2012, p. 58-59).

⁴ Neste trabalho utiliza-se o conceito de integração sem as “subclassificações” em social e integrado.

Os processos de integração têm se tornado comum em muitas atividades produtivas, principalmente nos setores da avicultura e suinocultura, como aponta Sopeña (2013). Segundo este autor, a industrialização, o crescimento produtivo e a representatividade na exportação são mais significativos e ocorre a partir de relações jurídicas contratuais,⁵ que concretizam a integração entre estabelecimentos agrícolas familiares e empresas agroindustriais, a partir dos ciclos de produção, transformação e venda de produtos específicos.

É possível averiguar a intensificação dessas relações de integração no Estado do Pará, principalmente, no que se refere a produtos para o consumo interno e de exportação como o dendê, açaí, piri-piri, entre outros. Constatou-se a relação entre empreendimentos agrícolas familiares para a comercialização do fruto do açaí com uma empresa chamada Petruz Fruit,⁶ a partir de 2004 até a atualidade, que se utilizam da articulação das coletividades, seja entre empreendedores agrícolas familiares individuais seja através das associações locais para adquirir a matéria-prima para o seu processo industrial.

Neste trabalho pretendeu-se, dada a sazonalidade dessa espécie e das características específicas de sua produção, compreender e analisar as relações entre empreendedores agrícolas familiares e empresa e as transformações econômicas e socioespaciais decorrentes da produção do açaí em comunidades agrárias no município do Acará/PA. Para atingir os objetivos dessa pesquisa identificaram-se os atores envolvidos na comercialização do açaí, o papel das associações locais neste processo, mapeou-se as rotas horizontais e verticais de produção e comercialização entre os empreendimentos agrícolas familiares, e conseqüentemente, entre as comunidades locais, e destas com empresas, além da empresa com o mercado internacional, entre outras. Foi realizada revisão bibliográfica, visitas a campo para entrevista direcionada a atores-chave, como propõem Ribeiro *et al.* (1997), a utilização de caderno

⁵ Essas relações de integração são regidas pelos contratos que estabelecem obrigações sobre um conjunto de atividades focadas na produção de determinados bens, o que requer a submissão a normas técnicas e controle de qualidade, além da permissão de fiscalização do processo produtivo nos estabelecimentos agrícolas familiares e a obrigação de remuneração, insumos, assistência técnica, entre outros por parte das empresas que tem se consolidado como importante meio de produção do agronegócio brasileiro (Sopeña, 2013).

⁶ Empresa de beneficiamento de vários frutos amazônicos, mas principalmente do açaí, localizada no município de Castanhal/PA e que passou por várias ressignificações, mudando, inclusive, de nome três vezes: primeiro São Pedro, segundo Bela Iça e terceiro Petruz Fruit e se inserindo competitivamente no mercado nacional e internacional.

de campo (Beaud e Webwe, 2007), observação participativa da dinâmica das comunidades, entre outros.

O presente trabalho está estruturado em três partes, para além da introdução e das considerações finais: na primeira, focalizam-se as relações de integração desde o início da colonização amazônica no século XVII até a atualidade; na segunda, estabelecem-se as relações comerciais entre o local-global dos produtores agrários familiares e empresa, e na terceira, caracteriza-se o processo das relações de integração e a criação de redes para comercialização do açaí em comunidades do município do Acará.

O EVENTO⁷ DOS RECURSOS AMAZÔNICOS E A INTEGRAÇÃO DA REGIÃO AO COMÉRCIO MUNDIAL

Desde o início da colonização amazônica, em 1616, com a apropriação do espaço e a construção de fortes, além de outras estratégias para aumentar a posse do território pelos portugueses (Tavares, 2011, p. 60) fez-se com que a Amazônia fosse inserida dentro de um processo integrativo socioeconômico. Processo que se deu através de surtos devassadores, vinculados à expansão capitalista mundial (Becker, 2011), em busca da extração de recursos naturais para apoio das atividades de comércio exterior (Homma, 2008) e que pode ser periodizado em, pelo menos, quatro momentos.

O primeiro momento se dá desde 1616 até 1777, com o adentramento dos europeus na Amazônia em busca de especiarias, ou seja, em busca das drogas do sertão utilizadas como condimentos na farmacopeia europeia (Becker, 1991, p. 11). Este movimento é presidido por interesses econômicos, o que pode ser visto, segundo Castro (2008, p.11), nas ações do Estado colonial e em sua legislação, como também no modo de produção e de exploração de mão de obra praticados no povoamento das missões religiosas espalhadas nos territórios do Grão-Pará e Maranhão, em lugares estratégicos, situados na interseção entre os cursos d'água e a floresta.

⁷ Utilizamos o conceito de evento de Milton Santos (2006) para caracterizar os vários processos de integração ocorrentes na Amazônia, desde o período colonial até a atualidade, que subordinam o lugar e seus acontecimentos a uma lógica de produção voltada a grupos sociais e lugares diferenciados, fazendo com que estes processos de integração sejam fruto de movimento da totalidade que se instala no lugar amarrando diversos acontecimentos que se dão concomitantemente, unificando os instantes e “causando” a fusão de ocasiões atuais.

O segundo momento é identificado pelo período que compreende meados do século XIX, com a descoberta do látex da seringueira e o processo de vulcanização que proporcionou o primeiro *boom* da borracha.⁸ Essa produção foi direcionada para ser parte integrante das maquinarias resultantes da revolução industrial dos Estados Unidos e da Europa (Ribeiro, 2006). Essa borracha era retirada principalmente das regiões das Ilhas, inclusive o Marajó, alcançando o rio Xingu, o Jari, o Guamá, o Acará e o Moju e seu primeiro ostracismo⁹ econômico (Tavares, 2011, p. 114); neste mesmo período, ocorre o auge do extrativismo e comercialização da castanha-do-pará, que “sustentou” economicamente a região amazônica durante as primeiras décadas do século XX (1910-1940) e, posteriormente, com o segundo *boom* da borracha no período da Segunda Guerra¹⁰ Mundial, dando subsídio à produção de pneumáticos para a guerra e novamente seu ostracismo (Becker, 1991; Ribeiro, 2006; Tavares, 2011).

O terceiro momento começa ainda no período do segundo *boom* da borracha, por volta de 1920-1930, com o início das frentes pioneiras agropecuárias e minerais espontâneas e, posteriormente, nos anos do governo militar. É importante frisar que é neste período de integração ao mercado nacional e internacional que é alterado o espaço e o tempo amazônico (Porto-Gonçalves, 2005; Castro, 2008) e, conseqüentemente, sua configuração.

Neste período, surge um projeto de modernização, acelerando uma radical reestruturação do país em que a Amazônia e o Pará são peças fundamentais para este projeto. É implementada uma estratégia que impõe uma malha de duplo controle sobre o espaço estadual, implantando uma rede de

⁸ É importante frisar que, segundo Castro (2008) o *boom* da borracha deve seu auge aos interesses internacionais e proporcionou o “aparecimento” de vilas e povoados, além de uma malha de produção e trocas de mercadorias que organizava a circulação pré-existente e canalizava a produção agroextrativista trazida das terras interiores.

⁹ O primeiro ostracismo da borracha é decorrente do entendimento de que a extração do látex e a produção da borracha eram feitas de forma rudimentar e limitada e que não dariam suporte para as necessidades da demanda industrial recente naquele momento; sendo assim, optou-se pela produção de cultivos da seringueira, biopirataada pelo inglês Henry Alexander Wickham e plantada/adaptada no sudeste da Ásia. Na seqüência, a Amazônia passa a ser marginalizada no mercado internacional da borracha, o que produziu o declínio econômico da região (Ribeiro, 2006).

¹⁰ A Segunda Guerra Mundial teve um extraordinário impacto geopolítico sobre a Amazônia por pô-la novamente em evidência no cenário internacional, com uma nova “reativação” da produção da borracha extrativista amazônica e com a celebração do Acordo de Washington, que traçava diretrizes sobre produção, comercialização e preço-base da borracha da Amazônia, em 3 de março de 1942, em decorrência da impossibilidade de produção no sudeste asiático que estava sob jugo do Eixo (Japão, Alemanha e Itália) (Ribeiro, 2006).

integração espacial que se dará através: das rodovias, das redes de telecomunicação, das hidroelétricas e dos subsídios ao fluxo de capitais e pessoas (Becker, 1991, p. 14-19), que darão subsídios ao aumento da capacidade de transformação da natureza e apropriação de outros recursos naturais como a bauxita, o ferro, o caulim, o manganês, o ouro, ou de produção de celulose (Gonçalves, 2005, p. 102). Desta forma, são implementados grandes projetos que são, segundo Becker (1991), parte integrante de uma economia planetária, mas também de afirmação do poder do Estado nacional acarretando a exploração dos recursos da Amazônia e assegurando a expansão de empresas estatais e a sua transnacionalização (Becker, 1991, p. 62-63). Neste momento, os grandes projetos estão inseridos dentro de uma política do nacional-desenvolvimento levada a efeito pelo governo ditatorial que não leva em consideração as demandas sociais e ambientais; sendo assim, este período, ambientalmente falando, sofre diversos desgastes, o que é reverberado nacional e mundialmente.

E, por fim, o período atual, que representa o quarto momento, nascido ainda no período anterior, com os debates ambientalistas em escala internacional e ganha força nos fins dos anos de 1980 e início dos anos de 1990, no Brasil, com a morte do seringalista Chico Mendes (Homma, 2008), com a criação e atuações de partidos políticos e ONGs ambientalistas e com o adentramento no debate sobre outro modelo de desenvolvimento – o desenvolvimento sustentável – que visa o desenvolvimento econômico, o aumento da equidade social e a conservação ambiental.

Neste contexto, a Amazônia enquanto patrimônio ambiental, brasileiro e mundial, passa a ser valorizada como capital de realizações e como fonte de poder (Becker, 2004), sendo representada como um recurso extremamente importante e, conseqüentemente, com grande necessidade de proteção e controle (Almeida, s/data), inclusive em escala planetária. É importante destacar neste período a criação da “marca Amazônia”¹¹ como uma matriz cultural produzida pela globalização perpassando modos de vida (universos simbólicos) apropriados de forma midiática e ofertados ao mercado mundial (Amaral Filho, 2010).

¹¹ Esta marca, segundo Pontes (2013), pode ser considerada uma das mais valiosas da atualidade, pois remete consumidores do mundo inteiro a uma região com necessidades especiais de preservação/conservação o que agrega, desta forma, valores econômicos, acompanhando bons investimentos em inovações e *marketing* (Almeida, s/data).

DO LOCAL AO GLOBAL: O EVENTO DA PRODUÇÃO DO AÇAÍ, MARKETING AMBIENTAL E CERTIFICAÇÃO PARA COMERCIALIZAÇÃO EM ESCALA MUNDIAL

Segundo Sanches-Pagliarussi, Santos e Pessoa (2012), a partir do final dos anos de 1980 e do início da década de 1990, com o aumento da pressão internacional para a preservação da Amazônia, os produtos florestais passam a ganhar importância como alternativa para evitar desmatamentos, queimadas e conflitos sociais que se apresentam de forma violenta (Almeida, s/data). Essa exposição da Amazônia na mídia mundial chamou a atenção para diversos frutos regionais, como o guaraná, o cupuaçu, o açaí, a pupunha e o bacuri, entre os principais, que tiveram forte crescimento no mercado nacional e atraíram o interesse do mercado internacional. O suco de açaí foi gradativamente ampliando seus horizontes e conquistando novas fronteiras de mercado, atendendo não apenas ao mercado local, mas também a outras regiões do país e do mundo (principalmente os Estados Unidos, países da União Europeia, Japão e Coreia do Sul). Sendo assim, o suco do açaí tem deixado de ser consumido apenas na região Amazônica e vem ganhando novos mercados no Brasil e no exterior (Enríquez, Silva, Cabral, 2003).

Devido a essa gama de fatores, consideradas como eventos (Santos, 2006), neste trabalho, a Amazônia e diversas comunidades do seu interior, especialmente no município do Acará/PA, têm sido cooptadas para iniciarem um processo de integração com empresas nacionais e internacionais para a produção de açaí, neste caso, o orgânico sem insumos químicos.

Essa relação para integração entre empresas e estabelecimentos agrícolas familiares é iniciada devido às ameaças vindas da crescente globalização econômica e cultural, além da crescente pressão da sociedade civil organizada, que exerce papel de força reguladora suplementar ao Estado, detectando e propagando os abusos e ameaçando a reputação das empresas (Morsello, 2004). Isso faz com que as empresas venham investindo intensamente seus recursos em projetos e pesquisas que almejam “unir crescimento econômico ao desenvolvimento socioambiental das comunidades” que fornecem estes ativos, como estratégia de agregação de valor decorrente de uma revalorização dos produtos naturais; dessa maneira, é estruturada uma forte vertente de mercado e são atribuídas novas formas de mercadorização da natureza, ou seja, uma reinvenção da natureza, ou mesmo, uma imagem virtual ao desejo dos consumidores (Fernandes, 2008). Com este mercado em ascensão, há necessidade, da parte das empresas, de agregação de valor aos produtos fabricados,

mas estes só terão este caráter quando houver o reconhecimento por parte dos consumidores (Almeida, s/data, p.6). Nesse sentido, os produtos de origem florestal devem ter origem a partir de um manejo da floresta que maximize os benefícios sociais e a conservação do meio ambiente, ao mesmo tempo que justifique a sua viabilidade econômica a médio e longo prazo (Queda, 1996, p. 53) evitando, assim, os boicotes a empresas que não são ambientalmente corretas e socialmente responsáveis (Ribeiro, 2004).

É nesse contexto que empresas consideradas “verdes” observam a possibilidade de agregação de valor. Sendo assim, utiliza-se o *marketing* ambiental em busca de um público-alvo, constituído de consumidores conhecidos como “ecologicamente corretos”, e que classificam os produtos pelos padrões das leis de proteção ambiental, do cuidado na produção e no trato das matérias-primas advindas da natureza (Amaral Filho, 2010, p. 27-29). Desta forma, o resultado desta diferenciação pode resultar em margens mais altas de lucro para compensar os gastos realizados em pesquisa e desenvolvimento, capacitações ou mesmo relacionamento com os clientes (Almeida, s/data, p.6; Morsello, 2004). Com esta estratégia, as empresas operam em ambiente mais competitivo, ampliando, diversificando e “controlando” mercados, recebendo prêmios pelos produtos ecologicamente corretos e reforçando cadeias de abastecimento.

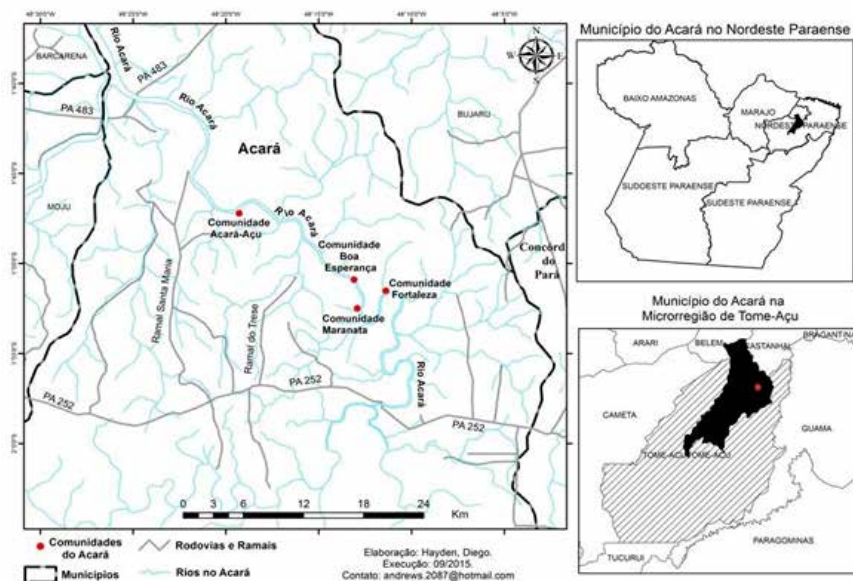
RELAÇÃO ENTRE ESTABELECIMENTOS AGRÍCOLAS FAMILIARES E EMPRESA: INTEGRAÇÃO PARA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO AÇAÍ EM COMUNIDADES DO ACARÁ/PA, AMAZÔNIA

As relações entre estabelecimentos agrícolas familiares e empresas, na atualidade amazônica, são dadas pela integração que compreende várias características, desde as implantadas no local, como a assistência técnica para adequação do *locus* e do *modus* de produção, as que transformam a rotina das comunidades e que promovem variabilidade de laços de sociabilidade, até as implantadas pelos sistemas jurídicos e empresariais em âmbito nacional e internacional, como normas contratuais e certificações de qualidade internacionais.

A área de estudo está localizada na região do Baixo Tocantins, nordeste paraense, no município do Acará, com proximidade de 19 km da sede municipal e compreende, *a priori*, a comunidade Nossa Senhora da Boa Esperança, como local de concentração da produção e escoamento dos fluxos de produção

do açaí e algumas comunidades no entorno, como comunidade Fortaleza, Bom Futuro, Acará-Açu, Maranata,¹² entre outras, conforme o mapa 1.

Mapa 1: Localização de comunidades produtoras de açaí no município do Acará



Fonte: Prefeitura Municipal do Acará, adaptado por HAYDEN, Diego. 2015

Os processos de integração entre empreendimentos agrícolas familiares e a empresa Petruz Fruit serão expostos a seguir e são caracterizados em dois momentos distintos nas comunidades do Acará. O primeiro momento é iniciado no período de 2002-2004 e vai até meados dos anos 2007, e o segundo momento se inicia no ano de 2008 e perdura até os dias atuais.

Primeiro momento de integração

O primeiro momento é iniciado com aproximação da empresa alemã Amazon Organic, antecessora à Petruz Fruit, em busca da produção¹³ do açaí

¹² Para este trabalho, consideramos estas, com base nos dados recolhidos em entrevistas a atores-chave no trabalho de campo, as principais comunidades produtoras que estão mantendo relações comerciais.

¹³ Este processo está inserido dentro das características de valorização-desvalorização dos lugares e dependem de sua situação enquanto ponto estratégico “dentro do sistema

orgânico de comunidades localizadas no município do Acará,¹⁴ e intermediada por um consultor do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio as Pequenas e Micro Empresas), que possui uma rede de contatos em várias comunidades amazônicas. Após esta primeira aproximação, estimulou-se o aumento da produção de forma orgânica e as relações comerciais do fruto do açaí foram intermediadas pelas associações locais (Associação dos Trabalhadores Rurais da Comunidade Boa Esperança – Atracbe; Associação Padre Alberton Pierabom; Associação dos Produtores Assentados do Bom Futuro e Associação Ecológica dos Moradores Ribeirinhos, Pescadores e Agroextrativista do Rio Acará) que “surtem” ou ganham força de ação (Motta, 2011, p. 26) para mobilizar elementos necessários (absorção socioculturais, técnicas e organizacionais) para comercialização como resposta dos ordenamentos propostos pela empresa e mercado internacional,¹⁵ ou seja, através destas associações, o local, neste momento, realiza adaptações necessárias para a comercialização e uma nova regulação (p. 26) que é baseada em uma nova forma de produção e colheita.

Outro fato importante, nesta primeira integração, é a relação entre empresa-empresa, ou seja, a relação realizada pela Amazon Organic na cooptação¹⁶ da empresa São Pedro (nome antigo da Petruz Fruit) como debulhadora do açaí no Estado do Pará. Há relação direta com atores-chave, geralmente, líderes das comunidades locais ou das associações que servem como captadoras-repassadoras de recursos para os estabelecimentos agrícolas familiares, nas diversas comunidades, como mostra o organograma 1. Além da “utilização” da comunidade Boa Esperança como espaço de captação/recolhimento da produção das “comunidades” do seu entorno para a empresa, pode-se caracterizar esta comunidade como sendo, nos dizeres de Santos (2006), de estrutura nodosa ou, simplesmente, nó que é o encontro das horizontalidades (neste caso, da produção) e verticalidades (do produto/produção), tornando-se, assim, de fundamental importância para integrar em rede os múltiplos espaços e con-

de reprodução ampliada das relações sociais controlados por estruturas que permitem ao sistema mundial se manter e se reproduzir” (Carlos, 2007, p. 31).

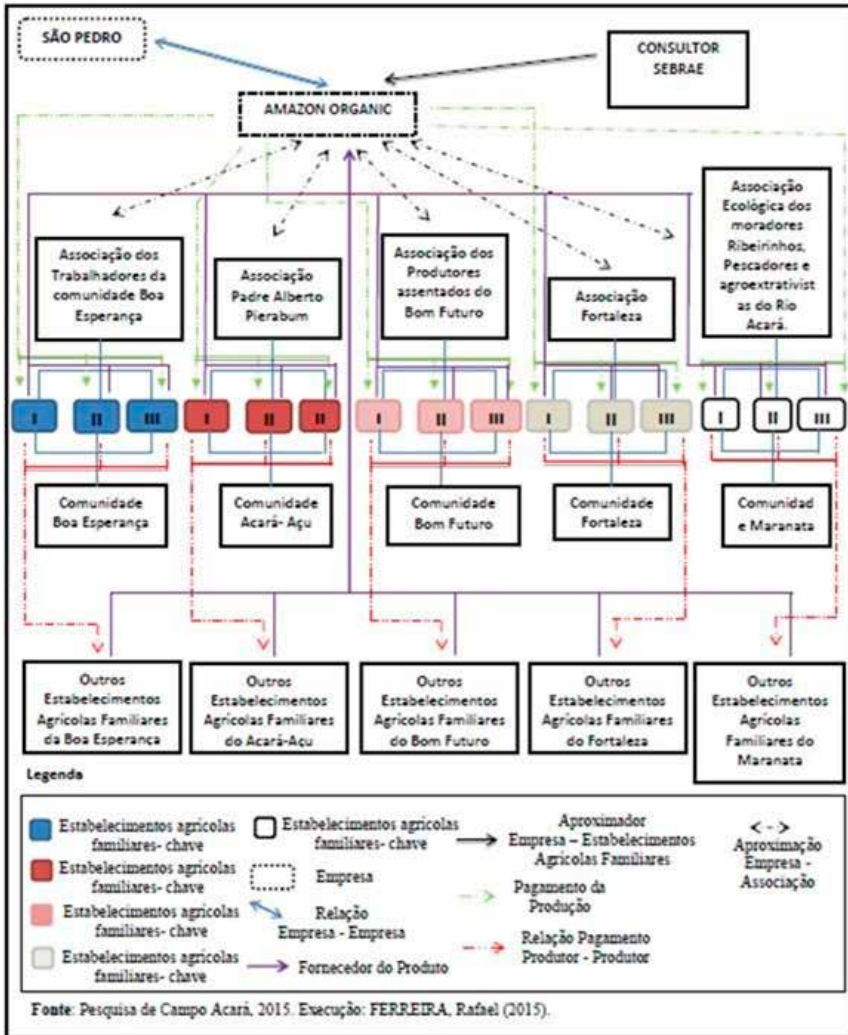
¹⁴ Neste momento ocorre o que Ana Fani Carlos (2007) chama no seu trabalho “O lugar na era das redes” de acionamento do lugar pelo mundo a partir das disponibilidades materiais (produção do açaí) e sociais (mão de obra), e sua resposta depende de todo seu conteúdo estruturante.

¹⁵ Aquisição de certificações internacionais de comercialização de produtos orgânicos através de normas estabelecidas pelo Instituto Biodinâmico (IBD).

¹⁶ Cooptação realizada na forma de aluguel do espaço da empresa, ou seja, da estrutura fabril.

vertê-los em um espaço cada vez mais uno. E, por fim, concluindo o primeiro momento da quebra da filial da empresa Amazon Organic no Estado do Pará, em meados de 2007 ela deixou os estabelecimentos agrícolas familiares e seus produtores tecnicamente bem amparados, mas economicamente frustrados.

Organograma 1: Primeiro momento de integração entre estabelecimentos agrícolas familiares empresa.



Segundo momento de integração

O segundo momento é iniciado no ano de 2008, quando a empresa Amazon Organic sai desse cenário de integração com as comunidades, na figura das associações, devido à falência de sua filial estadual. A partir deste momento, os produtores familiares se veem desamparados economicamente, mas possuindo uma estrutura produtiva mínima para a produção do açaí orgânico.

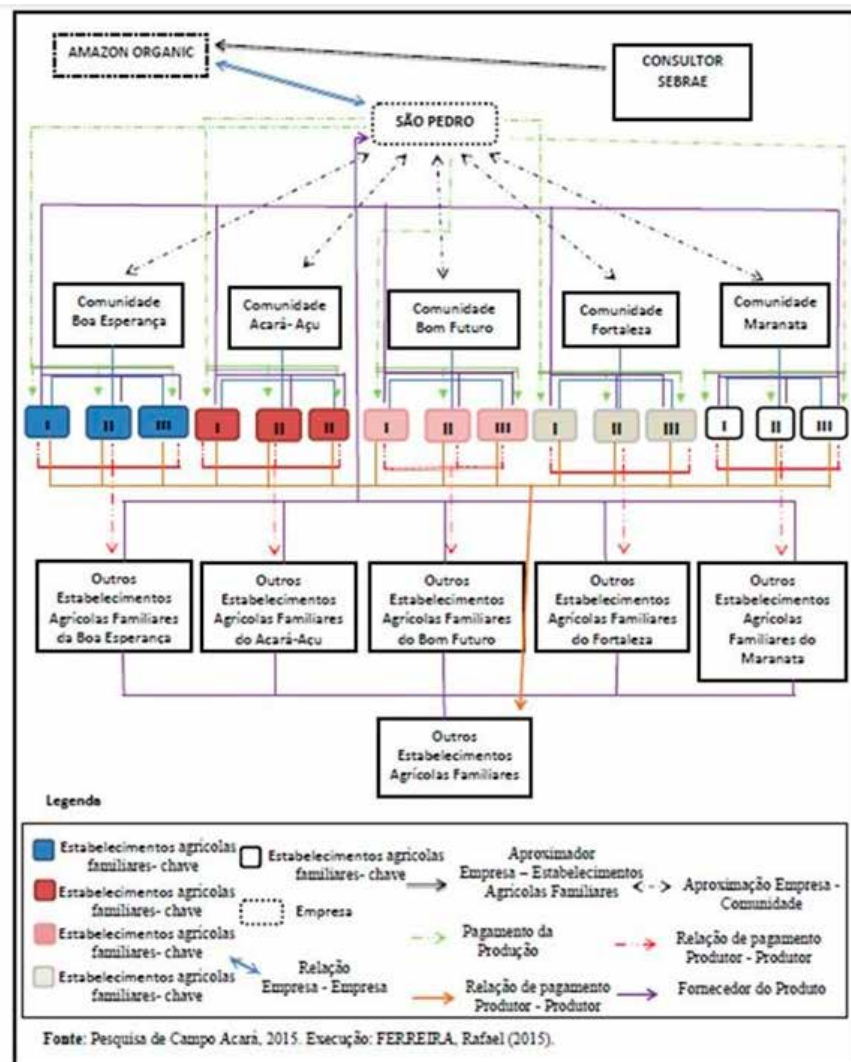
A fim de continuar com a produção de açaí orgânico, um grupo de produtores familiares das comunidades locais se reúne e decide procurar a empresa São Pedro (antiga debulhadora do açaí orgânico da empresa Amazon Organic) para estabelecimento de relações de integração para comercialização. Assim, a partir de meados de 2008 “iniciam” esses processos utilizando as estruturas deixadas pela antiga empresa.

Neste novo momento, as relações não serão mais mediadas pelas associações, e sim realizadas de forma direta com os estabelecimentos agrícolas familiares, conforme organograma 2, ou seja, com os produtores familiares ancorados por contratos individuais que estabelecem obrigações aos produtores, como: seguir as diretrizes para extrativismo orgânico (diretrizes IBD, IN 17 do governo brasileiro, regulamento europeu 834/2007 e norma NOP-USDA) e dar a liberdade total de acesso aos estabelecimentos familiares e de informações a qualquer momento. Em contrapartida, o contratante se compromete a treinar os produtores nos requisitos necessários para a produção de açaí orgânico.¹⁷ Entre as principais normas exigidas pela empresa podemos destacar: o modo de coleta do fruto do açaí, a criação de estrutura sanitária e de coleta de lixo, o controle sobre quantidade de açaí vendido por safra, declaração de extração do palmito expedida pela Secretaria de Meio Ambiente (Sema), entre outras.¹⁸

¹⁷ Dados retirados do contrato do ano de 2014-2015, do Sr. J. A. S. S., em 2015.

¹⁸ Informações recolhidas em entrevistas com o Sr. J. N. S. M., técnico agrícola e a Sra. W. S. C. M., tecnóloga em alimentos, ambos da empresa Petruz Fruit.

Organograma 2: Primeiro momento de integração entre estabelecimentos agrícolas familiares e empresa.

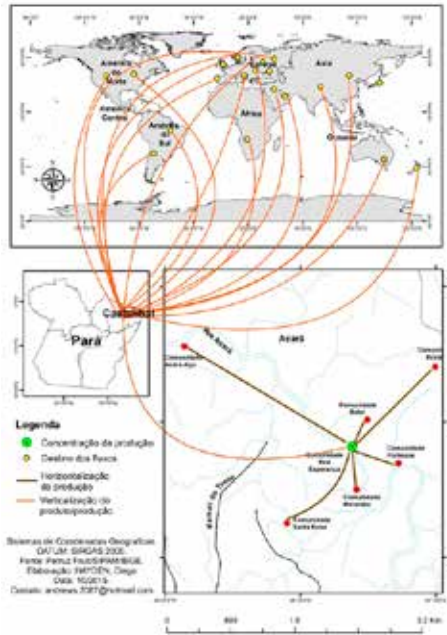


Um fato importante constatado em campo foi a horizontalização da produção por determinados produtores que possuem certificação do açaí orgânico, na compra de açaí de outras localidades que não estão adequados às normas. Essa comercialização horizontal é dada pela compra do açaí por empreendedores

agrícolas familiares-chave (geralmente líderes das associações) que possuem recursos para pagamento imediato, o que não é feito pela empresa.¹⁹ Outro fato importante é a troca do nome da empresa de São Pedro para Petruz Fruit, em 2012, o que representa, segundo Pontes (2013) e Amaral Filho (2010), uma estratégia de *marketing* ambiental sobre a “marca Amazônia”. Isso, com o intuito de valorizar a produção/comercialização e o aumento da competitividade no mercado internacional, o que remete à sustentabilidade ambiental e social nos lugares de extração da produção, neste caso, do açaí.

Desta forma, a partir deste momento de integração para produção de açaí orgânico, a empresa aumenta sua comercialização em âmbito internacional para países como Nova Zelândia, Israel e Japão, conforme o mapa 2, além da aquisição de várias certificações internacionais.

Mapa 2: Fluxos comerciais entre estabelecimentos agrícolas familiares-empresa.



Fonte: Prefeitura Municipal do Acará, adaptado por HAYDEN, Diego. 2015.

¹⁹ O pagamento não é feito de forma imediata para os empreendedores familiares que estão adequados à norma contratual pela necessidade da empresa, de análise físico-química da polpa do açaí, a qual, inclusive, pode diminuir o preço do quilo e aumentar o tempo para pagamento da produção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o início da colonização da Amazônia, no século XVII, até a atualidade, a Amazônia tem sido inserida em processos integrativos de vários produtos para o mercado internacional; primeiro das drogas do sertão, posteriormente, da borracha, castanha-do-pará e minérios e, atualmente, de frutos como o açaí, o guaraná e produtos como a pirioca. Essa relação de integração ocorre de várias formas modificando *modus e locus* de produção no espaço agrário; é imposta pela lógica de uma racionalidade diferenciada que “obriga” e subordina a uma determinada forma de produção que requer cuidados especiais. As comunidades amazônicas, principalmente do município do Acará, caso em foco, que estão inseridas neste processo, têm se adequadado na tentativa de extrair algum benefício econômico, utilizando estratégias dentro e fora (como a compra de açaí de outros estabelecimentos que não estão adequados ao modelo de produção de açaí orgânico). Constata-se que, devido às relações com estabelecimentos agrícolas-chave, esses benefícios não têm chegado de maneira “universal” às comunidades, mas, sim, a determinado grupo de indivíduos beneficiados pelo processo de integração.

REFERÊNCIAS

- AMARAL FILHO, Otacílio. *Amazônia versus meio ambiente: sedutoras armadilhas discursivas da mídia para fidelizar novos consumidores*. In: AMARAL FILHO, Otacílio; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos (Orgs.) *Pesquisa em Comunicação na Amazônia*. Belém: Fadesp, 2010, p.19-44.
- ALMEIDA, Ruth Helena Cristo. *Empresas de biocosméticos, comunidades rurais e o uso de recursos naturais da Amazônia*. Disponível em: http://actacentifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT27/GT27_AlmeidaR.pdf. Acesso em: jun. 2015.
- BEAUD, S; WEBWE, F. *Guia para pesquisa de campo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BECKER, Bertha Koiffmann. *Amazônia*. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1991. (Serie Princípios).
- _____. *Amazônia: geopolítica na virada do III milênio*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. O lugar na era das redes. In: *O lugar no/do mundo*. São Paulo: FFLCH, 2007, p. 21-26.
- CASTRO, Edna. Urbanidade, pluralidade e singularidade das cidades amazônicas. In: CASTRO, Edna (Org.). *Cidades na Floresta*. São Paulo: Annablume, 2008, p.11-40.

- CRAVIOTTI, Clara. La agricultura familiar en los mercados globales: Articulación horizontal y vertical en la citricultura del Noreste Argentino. *In: CONTERATO, Marcelo Antonio et al. (Org.) Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos*. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013, p.19-35.
- ENRÍQUEZ, G; SILVA, M. A. da; CABRAL, E. *Biodiversidade da Amazônia: uso e potencialidades dos mais importantes produtos naturais do Pará*. Belém: Ufpa, 2003.
- FERNANDES, Thiara. Parcerias Empresa-Comunidade: oportunidade para potencializar a comercialização dos Produtos Florestais Não Madeireiros. Relatório de pesquisa, 2008.
- HAYDEN, Diego Andrews *et al.* Organização social e produção: uma análise preliminar sobre a dinâmica do açaí na Comunidade Nossa Senhora da Boa Esperança, Acará (PA)Amazônia. *In: CONGRESSO NACIONAL DE RESIDÊNCIA AGRÁRIA*, 2015, Brasília. *Anais...*, 2015.
- HOMMA, Alfredo Kingo Oyama. *Extratativismo, biodiversidade e biopirataria na Amazônia*. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2008.
- MAYERS, J. Company-community forestry partnerships: a growing phenomenon. *Unasylva*, v.51, 2000, p. 33-41.
- MAYERS, J.; VERMEULEN, S. Company-community forestry partnerships: From raw deals to mutual gains? Instruments for sustainable private sector forestry series. *International Institute for Environment and Development*, London, 2002, p. 22-46.
- MOTA, Giovanna da Silva. Do mundo ao lugar: técnicas e assimilações locais. *In: ROCHA, Gilberto Miranda (Org.) Município e território*. Belém: Numa/Ufpa, 2011, p. 15-34.
- MORSELLO, Carla. *Parcerias comerciais entre empresas e comunidades amazônicas: oportunidades, problemas e desafios*. *In: II Encontro da Associação de Pesquisa e Pós-graduação em Meio Ambiente e Sociedade*. Campinas: ANPPAS, 2004.
- PONTE, Lucivânia Filomeno *et al.* A marca Amazônia: Uma promessa publicitária. *Revista "Vianna Sapiens"*, v. 2, p. 22, 2013, p. 22-36.
- PIRES, Rui Pena. O problema da integração. *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, v. XXIV, 2012, p. 55-87.
- _____. Uma teoria dos processos de integração. *Sociologia: problemas e práticas*, n. 30, 1999, p. 9-54.
- PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter. *Amazônia, Amazônias*. 2ª ed. São Paulo: Contexto. 2005.
- QUEDA, Oriowaldo. O empreendimento florestal e a comunidade. *Série Técnica IPEF, Piracicaba*, v.10, n.29, p.52-58, nov.1996.
- RIBEIRO, Maria de Fatima S. *et al.* Métodos e técnicas de diagnóstico de sistemas de produção. *In: RIBEIRO, Maria de Fátima et al. (Orgs.). Enfoque sistêmico*

- em PD: a experiência metodológica do Iapar*. Iapar, Curitiba. Circular n. 97, dez. de 1997.
- RIBEIRO, Nelson de Figueiredo. *A questão geopolítica da Amazônia: da soberania difusa à soberania restrita*. Belém: Ufpa, 2006.
- SANCHES-PAGLIARUSSI, M.; SANTOS, M. O.; PESSOA, J. D. C. Planejamento da Produção na Cadeia Industrial do Açaí. *Relatório de pesquisa*, 2012.
- SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4ª ed. São Paulo: Edusp, 2006. (Coleção Milton Santos, 1).
- SOPEÑA, Mauro Barcellos; BENETTI, Rodrigo Alexandre. Regulamentação e *enforcement* em contratos agrícolas de integração vertical. *RACE*, Unoesc, v. 12, n. 1, p.225-248, jan./jun. 2013.
- TAVARES, Maria Goretti da Costa. A Amazônia brasileira: formação histórico-territorial e perspectivas para o século XXI. *Geousp - Espaço e Tempo*, São Paulo, n. 29 - especial, p. 107-121, 2011.