

A economia política do mercado verde
na Amazônia indígena: a parceria
Amazoncoop-The Body Shop sob a
perspectiva do etnodesenvolvimento
The political economy of the green market
in indigenous Amazonas: the partnership
Amazoncoop-The Body Shop from the
perspective of ethno-development

Fabio Augusto Nogueira Ribeiro*

Resumo: como resultado dos processos de liberalização da economia brasileira e avanço do ambientalismo, a comercialização de produtos florestais não madeireiros através de parcerias entre a FUNAI e empresas vem sendo apresentada como uma ferramenta para o desenvolvimento indígena e para a conservação ambiental na Amazônia. Sob a perspectiva do etnodesenvolvimento, entretanto, ainda não está claro se os regimes implementados por esse 'indigenismo público-privado' operam no sentido do empoderamento e da autonomia dos povos indígenas. Como exemplo concreto do problema, o artigo apresenta o caso da parceria entre a cooperativa Amazoncoop e a empresa de cosméticos The Body Shop. A pesquisa de campo no Médio Xingu (Pará) evidenciou que a parceria, ao reproduzir velhas formas da economia extrativista na Amazônia, foi incapaz de romper com a histórica assimetria de poder entre povos indígenas e a economia de mercado.

Palavras-chave: Amazônia indígena; produtos florestais não madeireiros; etnodesenvolvimento.

Abstract: As a result of the processes of Brazil's economy and advancement in environmentalism, the commercialization of non-timber forest products through partnerships between the National Indian Foundation and companies have been presented as a tool for indigenous development and environmental conservation in Amazonas. From the perspective of ethno-development, however, it is not clear yet if the methods implemented by this 'public-private action in indigenous areas' operate in the sense of the empowerment and autonomy of the indigenous peoples. As a concrete example of the problem, the article presents the case of the partnership

* Economista, mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental da Universidade de São Paulo (Procam-USP). Pesquisador do Centro de Trabalho Indigenista (CTI). Agradeço à CAPES e à Rainforest Alliance (EUA) pelo financiamento da pesquisa. Endereço eletrônico: fabaonr@gmail.com

between the cooperative Amazoncoop and the cosmetic company The Body Shop. Field research in the Middle Xingu (Pará) made clear that the partnership, by reproducing old forms of the extraction economy in Amazonas, was incapable of breaking with the historical asymmetry of power between indigenous peoples and the market economy.

Key-words: Indigenous Amazonas; non-timber forest products; ethno-development.

A economia política do mercado verde na Amazônia indígena

O triunfo da ideologia neoliberal trouxe consigo novos discursos nos quais se observa uma dupla mudança de foco. Por um lado, em detrimento da polarização leste-oeste vigente na Guerra Fria e da oposição entre centro e periferia, maior ênfase passou a ser dada na relação entre o global e o local (Hann, 2000), entendidos por seus proponentes como as duas únicas escalas na geografia do mundo contemporâneo (ver a crítica de Moraes, 2005). Por outro, a ‘ultrapassada’ oposição representada pela exploração do homem pelo homem, cristalizada até então nas contradições de classes, foi suplantada pela relação mais neutra entre ser humano e ambiente (Ribeiro, 1991), o que contribuiu para a consolidação do ambientalismo como uma nova força política no contexto da globalização.

Pelo fato de a idéia de *desenvolvimento* ser o mito fundador do Ocidente (Furtado, 1974; Gallois, 2001) e, portanto, ocupar lugar central dentro da visão de mundo da sociedade contemporânea, a decadência do Estado de bem-estar social e do comunismo não foi suficiente para suprimir o uso do termo. Pelo contrário, tanto no plano conceitual como no domínio político foram criadas novas qualificações para a velha noção de desenvolvimento, que de tão ampla e elástica havia se tornado vazia de significado (Ribeiro, 1991). Dentre as novas qualificações, a de *desenvolvimento sustentável* teve grande impacto na geopolítica capitalista mundial. Como mostra Leff (2006, p. 223), a emergência da idéia de desenvolvimento sustentável está relacionada à percepção de que “a crise ambiental foi o grande desmancha-prazeres na comemoração do triunfo do desenvolvimentismo, expressando uma das falhas mais profundas do modelo civilizatório da modernidade”. Consolidada pelo relatório *Nosso futuro comum* publicado em 1987 (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1991), essa ideia em pouco tempo transformou-se na nova ideologia/utopia do desenvolvimento. Ou seja, tornou-se o “núcleo duro ao redor do qual movimentam-se as tentativas de colocar o ambientalismo cada vez mais fortemente dentro do campo maior de

lutas econômicas, ideológicas e políticas relativas ao desenvolvimento” (Ribeiro, 1991, p. 75). A falta de definição semântica e conceitual (Lélé, 1991) do termo permitiu, no entanto, sua apropriação por segmentos e atores de várias orientações político-ideológicas. Como resultado, por ser pouco elaborada do ponto de vista da economia política (Ribeiro, 1991) e por representar uma visão de mundo relativamente cega à alteridade cultural (Gallois, 2001; Gardner e Lewis, 1996), muitos autores têm criticado essa noção por seu caráter ambíguo e generalista.

Seguindo essa tendência mundial, os processos sincrônicos de globalização e difusão da problemática ambiental desencadearam várias transformações no debate sobre o modelo de desenvolvimento da Amazônia. Com o avanço das forças democráticas, que identificavam o planejamento federal com o autoritarismo dos militares, novos instrumentos de gestão ambiental foram colocados em prática (Mello, 2006). Através de parcerias que visam soluções compartilhadas, o espaço de ação e regulação do Estado foi reduzido. A expressão concreta dessa situação foi a explosão da atuação de ONGs, agências multilaterais de fomento e empresas supostamente ‘socioambientalmente responsáveis’, caracterizando aquilo que Turner (1995) denominou de ‘ecopolíticas neoliberais’.

Essa nova conjuntura política, ideológica e gerencial observada na Amazônia também desencadeou diversas transformações nas relações entre sociedades indígenas, Estado, sociedade civil e mercado. Tendo os processos de globalização, descentralização do Estado e avanço do discurso ambientalista atingido também a cena indigenista, observou-se, a partir dos anos 1990, a emergência do chamado ‘indigenismo público-privado transnacional’ (Souza, 2000). Ou seja, paralelamente às mudanças constitucionais, e em parte por consequência dessas, intensificou-se, no campo etnopolítico, a atuação de diversos novos atores: ONGs indigenistas, organizações indígenas, empresas, agências multilaterais de fomento, universidades e órgãos governamentais não ligados diretamente à questão indígena.

Pelo fato de representarem aproximadamente um quinto do território da Amazônia brasileira (Lentini *et al.*, 2003), os territórios indígenas reconhecidos oficialmente passaram a ser entendidos como peças fundamentais para a conservação ambiental da região (Peres, 1994). As sociedades indígenas, por sua vez, entraram no foco dos interesses conservacionistas devido às ‘funções ambientais’ que exercem (Gallois, 2001). Dentro desse movimento pela sustentabilidade, a comercialização de produtos florestais não madeireiros (PFNMs) passou a ser apresentada como estratégia duplamente eficaz para o desenvolvimento das sociedades

indígenas e, ao mesmo tempo, de conservação ambiental (Clay, 2002). Baseando-se neste instrumento, um número crescente de projetos de comercialização em áreas indígenas foram estabelecidos por meio de parcerias¹ (Morsello; Adger, 2007), várias das quais entre a Fundação Nacional do Índio (Funai) e empresas.

As motivações para o estabelecimento desses acordos são várias. Para a Funai, o estabelecimento de parcerias com empresas é uma das formas assumidas pelo indigenismo público-privado, o qual busca soluções para a escassez crônica de capacitação e de recursos financeiros do órgão indigenista (Souza, 2000). Para as empresas, a possibilidade de comercialização de PFNMs oriundos de territórios indígenas permite acessar recursos naturais controlados por sociedades florestais (Mayers e Vermeulen, 2002), atender às demandas da sociedade civil por práticas corporativas socioambientalmente corretas e associar o nome das empresas à causa amazônica (Morsello e Adger, 2007) e indigenista. Ou seja, no contexto dessa nova economia simbólica fundamentada na ética ambientalista, para a ótica empresarial os territórios indígenas passaram a representar fontes expressivas de recursos materiais (*commodities*) e imateriais (uso da imagem) (Turner, 1995).

A idéia de um desenvolvimento sustentável das sociedades indígenas não é, contudo, consenso. A partir de uma perspectiva antropológica, as críticas recaem basicamente sobre o caráter genérico da definição consagrada pelo relatório *Nosso Futuro Comum*². Gardner e Lewis (1996), por exemplo, ao analisarem a idéia de satisfação das ‘necessidades básicas’, argumentam que a definição proposta pelo relatório peca principalmente por ignorar o fato de que tais necessidades são culturalmente determinadas. Em contraposição, a noção de *etnodesenvolvimento*, proposta inicialmente pela *Declaração de San José* (1981) e posteriormente por Stavenhagen (1985) representa uma alternativa a um desenvolvimento sustentável pensado genericamente em nível mundial. Criada a partir da ‘periferia’, a definição proposta pela Declaração (1981, p. 16) refere-se à

[...] ampliação e consolidação das esferas de cultura própria, através do fortalecimento da capacidade autônoma de decisão de uma sociedade culturalmente diferenciada para orientar seu próprio desenvolvimento e o exercício da autodeterminação, qualquer que seja o nível que as considera: o que implica uma organização equitativa e própria do poder. Isto significa que o grupo étnico é unidade político-administrativa com autoridade sobre seu território e capacidade de decisão no âmbito de seu projeto de desenvolvimento, dentro de um processo de crescente autonomia e autogestão [...].

Apropriada principalmente pelo movimento indigenista, a nova qualificação foi associada a “[...] toda e qualquer iniciativa que evidencie que um grupo autóctone ou local está disposto e é capaz de se liberar de mecanismos de dependência” (Gallois, 2001, p. 170). Com base nessa perspectiva, a relação entre sociedades indígenas e a economia de mercado pode ser vista por outro prisma. Nesse sentido, o modelo da *rainforest harvest*³, cristalizado nas iniciativas de comercialização de produtos ‘sustentáveis’ envolvendo empresas e sociedades indígenas, deixa de ser interpretado apenas como ferramenta para o desenvolvimento dessas sociedades. Autores críticos desse modelo argumentam que, além de muitas vezes não representarem uma alternativa concreta para as atividades ambientalmente predatórias (Turner, 1995), essas práticas baseadas na produtividade econômica podem perpetuar a unilateralidade da relação entre as sociedades indígenas e o mercado: é este que impõe às sociedades indígenas o quê, por quanto e como transacionar (Azanha, 2005; Corry, 1993). Além disso, ao cercear, em nome da conservação ambiental, o leque de alternativas econômicas propostas pelos índios, as políticas de ‘sustentabilidade indígena’ representam uma nova forma de intolerância (Gallois., 2001). Em outras palavras, ao proporem alternativas ‘de fora para dentro’ e ao considerarem essas sociedades como objeto das políticas de sustentabilidade, tais políticas terminam por negar a autonomia e a capacidade de autodeterminação dos povos indígenas. Em contraste, a noção de etnodesenvolvimento enfatiza a questão de como colocar o ponto de vista indígena sobre o ‘sustentável’ em projetos ou políticas públicas. Nesse caso, Azanha (2005, p. 18) argumenta que o importante é saber se a produção da sociedade indígena, “apesar de *ecologicamente* correta, não se sobrepõe ao *sociologicamente* correto” (grifo do autor).

Embora estudos recentes (Kusters *et al.*, 2006; Morsello; Adger, 2007; Ros-Tonen; Wiersum, 2005) apresentem evidências de que o mercado de PFNMs gera efeitos ambíguos em termos de desenvolvimento e conservação, são escassas as pesquisas sobre o tema a partir da perspectiva do etnodesenvolvimento. Sendo assim, o presente artigo tem como objetivo responder à seguinte pergunta: *as parcerias para a comercialização de produtos florestais não madeireiros estabelecidas entre a Funai e empresas constituem instrumento efetivo para o etnodesenvolvimento indígena na Amazônia?*

Parte-se da premissa de que a noção de etnodesenvolvimento, por enfatizar a questão da autonomia e do empoderamento indígena no contexto das relações interétnicas constitui, quando comparada à noção de desenvolvimento sustentável, um melhor referencial para a interpretação da relação entre sociedades indígenas e o mercado de PFNMs na Amazônia.

O artigo procura explorar o problema proposto por meio da análise da parceria para a comercialização de óleo de castanha-do-pará (*Bertholletia excelsa* Humb. & Bonpl.) estabelecida entre a Administração Executiva Regional (AER) da Funai em Altamira, Estado do Pará, através da cooperativa *Amazoncoop*, e a empresa britânica de cosméticos *The Body Shop* (TBS). A partir do estudo da história, da estrutura e da economia política da parceria, o objetivo específico é investigar a maneira pela qual a atividade estava organizada, se os processos decisórios contavam com a participação indígena, se os recursos monetários foram obtidos com relativa igualdade nos termos de troca e quais as regras estabelecidas entre as partes envolvidas.

Metodologia

As informações sobre o histórico da atuação da TBS no Médio Xingu foram obtidas por meio da consulta aos estudos feitos por Clay (2002), Morsello e Adger (2007) e Turner (1995). As informações relativas à parceria Amazoncoop-TBS foram levantadas ao longo dos períodos em campo (em 2004, 2005 e 2006), na cidade de Altamira (Estado do Pará) e na Terra Indígena (TI) Koatinemo (povo Asuriní do Xingu), por meio de entrevistas semiestruturadas e não estruturadas e conversas informais com os dirigentes da cooperativa e com indígenas aldeados e urbanos envolvidos na parceria. Além disso, as observações do curso dos acontecimentos foram registradas diariamente em um caderno de campo. Foram consultadas também as informações sobre a parceria divulgadas na mídia.

A Parceria Amazoncoop-The Body Shop

O conceito de comércio comunitário é fundamental para o credo da The Body Shop. [...] acredito que estamos criando um modelo de consciência, um paradigma de como tratar os economicamente fracos e frágeis. Anita Roddick (2002), Fundadora da TBS.

[...] houve um respeito por parte da Funai pela parte antropológica dos grupos [...] e a cooperativa surgiu pela necessidade e pela vontade dos índios [...].

(Benigno Marques Administrador da AER da Funai em Altamira, idealizador e Presidente Honorário da Amazoncoop)

(i) História e estrutura

A primeira parceria para a comercialização de óleo de castanha-do-pará envolvendo a empresa de cosméticos britânica TBS e sociedades indígenas no Médio Xingu foi estabelecida durante a realização do protesto de Altamira, em 1989 (Turner, 1995). Posta em prática em 1991, de acordo com esse autor, esta parceria fez com que os Kayapó se tornassem o primeiro povo indígena na Amazônia a participar da nova onda do 'capitalismo verde' fundamentado na produção ambientalmente 'sustentável' de PFNMs.

Apresentado como um projeto de *trade not aid* (comércio, não ajuda) que concretizava o ideal da *rainforest harvest* (Clay, 2002) e representava uma alternativa ao assistencialismo do indigenismo oficial, o empreendimento da TBS entre os Kayapó foi, entretanto, muito criticado no meio científico (ver Corry, 1993; Morsello; Adger, 2007; Turner, 1995). Tais críticas enfatizavam principalmente os impactos da atividade comercial sobre as práticas de subsistência e a desigualdade nas relações de poder entre a empresa e a sociedade indígena. Houve também um consenso entre esses autores quanto ao fato de que a comercialização de óleo de castanha não conseguiu substituir, mas apenas complementar a renda gerada por atividades ambientalmente predatórias como a extração madeireira e o garimpo.

Uma outra crítica referia-se ao fato de que, embora a coleta comercial da castanha fosse frequentemente apresentada como uma atividade 'sustentável' devido ao menor impacto ambiental quando comparada com outras atividades voltadas para o mercado, a superexploração comercial poderia prejudicar o ciclo regenerativo e a dispersão de sementes da espécie (Morsello; Adger, 2007). Já o fato de a empresa pagar pelo quilograma do óleo um preço muito acima do valor de mercado gerou controvérsias. Pois, se por um lado essa prática poderia ser entendida como um benefício para as sociedades indígenas (Clay, 2002), por outro esse alto preço poderia gerar uma dependência financeira por parte dos indígenas e afugentar novos compradores (Corry, 1993). No entanto, alguns autores enfatizam que é preciso reconhecer que a empresa, ao instituir uma nova modalidade de distribuição da renda baseada no esforço individual, viabilizou o acesso à renda por todos os indivíduos da aldeia, inclusive as mulheres (Morsello; Adger, 2007).

A crítica mais ácida referia-se, entretanto, ao fato de que os Kayapó não foram compensados pelo principal produto que eles forneciam à empresa: o uso da imagem e a identificação da marca TBS à floresta tropical e às sociedades indígenas amazônicas. Nesse sentido, e

explorando a disparidade entre a retórica idealista e a prática capitalista da empresa, Turner (1995, p. 117) afirma que

[...] O interesse da The Body Shop em projetos é claramente o valor deles como propaganda, e ela [a empresa] não tem interesse em expandi-los além dos níveis de produção requeridos para essa finalidade. Ela não está interessada em permitir que os Kayapó se engajem em 'comércio' no sentido econômico de acesso livre e competitivo aos mercados [...] O projeto assim toma o caráter mais de trabalho assalariado do que de comércio de produto no mercado; são operações estritamente reguladas baseadas no total controle do volume da produção e da demanda por um dos parceiros (tradução livre do inglês).

Pelo fato de a empresa determinar unilateralmente o preço e a quantidade comercializada, o autor conclui que a experiência não poderia ser identificada com a abordagem da *rainforest harvest*, fundamentada no princípio do livre mercado. Por isso, e ao contrário do que dizia a publicidade da empresa, a atividade não promoveu o empoderamento indígena. O fato de os Kayapó terem apoiado a iniciativa, prossegue o autor, não significa que eles entendam a economia simbólica na qual o valor do produto comercializado (no caso o óleo da castanha) tem apenas um valor incidental para a empresa. Nesse sentido, e invertendo a relação sujeito/predicado do slogan *trade not aid*, Turner (1995, p. 117) indaga: “não será isso uma forma velada de ‘ajuda, não comércio’ (*aid not trade*) pelos Kayapó para a The Body Shop?” (tradução livre do inglês; grifo nosso).

No caso da Amazoncoop, a iniciativa de montar a cooperativa partiu do Administrador da AER da Funai (B.M.), em Altamira, no ano de 1998. Segundo ele⁴, a criação da cooperativa teve várias razões. Em primeiro, estender os benefícios da comercialização de óleo de castanha com a TBS para outras sociedades indígenas no Médio Xingu: “[...] o objetivo da cooperativa é dar suporte ao índio para que ele tenha um sistema de vida bom [...], sabendo que o índio não vai poder viver anos e anos bebendo água de uma cacimba [...]”.

Em segundo, pelo fato de a Funai ser uma repartição pública e, portanto, não poder estar envolvida no fomento de atividades empresariais com fins lucrativos, a cooperativa foi criada por uma “necessidade jurídica”. Finalmente, a última razão mencionada para a criação da cooperativa era a autonomia e a autodeterminação indígena. De acordo com B.M., a finalidade:

[...] é fazer com que no futuro os índios assumam a liderança da cooperativa e andem com os próprios pés [...] mas, como eles estão com um grau de aculturação um pouco atrasado, ainda é impossível que os índios gerenciem a cooperativa por conta própria. (Entrevista com o Administrador da AER [B.M.]

Quando indagado sobre os motivos que levaram as sociedades indígenas a se envolverem na Amazoncoop, o Administrador afirmou que as sociedades indígenas não entraram na cooperativa por necessidades básicas como alimentação, mas sim por uma “[...] necessidade básica dos nossos costumes [...] que eles [os índios] procuram copiar da nossa sociedade [...]”. (Entrevista com o Administrador da AER [B.M.]

Nesse sentido, ele declarou que não houve qualquer pressão por parte da Funai para que as sociedades indígenas ingressassem no mercado. Pelo contrário, “[...] houve um respeito por parte da Funai pela parte antropológica dos grupos [...] e a cooperativa surgiu pela necessidade e pela vontade dos índios [...]”. (Entrevista com o Administrador da AER [B.M.]

Amazoncoop, entretanto, era o nome fantasia da Cooperativa Agrícola Mista dos Produtores Extrativistas de Altamira (Campealta). Esta organização econômica, como o próprio nome indica, era composta não apenas pelas sociedades indígenas médio xinguanas, mas também por pequenos produtores agrícolas assentados na rodovia Transamazônica. Ao longo de oito anos (1998-2005) de atuação, a Amazoncoop, em conjunto com a AER da Funai, em Altamira, e a Fundação Body Shop (*The Body Shop Foundation - TBSF*), esteve envolvida no desenvolvimento e na administração dos seguintes negócios e atividades: (i) comercialização de óleos vegetais; (ii) Farmácia Verde; (iii) Hotel Tataquara e (iv) provedor de internet e *cyber* café.

O óleo de castanha-do-pará era o único PFNM comercializado entre a Amazoncoop e a TBS. De acordo com o Administrador da Funai, a escolha do produto comercializado foi feita pela empresa, que, na prática, era a única compradora do óleo produzido pela Amazoncoop. Como no início da parceria o capital de giro da cooperativa era nulo, a TBS viabilizou a instalação da infraestrutura necessária ao desenvolvimento da atividade através de empréstimos e doações. Os empréstimos foram utilizados principalmente para a compra do maquinário para extração do óleo e para custear a atividade de coleta. As doações foram feitas na forma de um galpão e de um barco utilizado no transporte das castanhas até a cidade. Além disso, a empresa fez, como contrapartida à atividade de coleta pelos indígenas, alguns investimentos nas aldeias, principalmente nas áreas de saneamento básico e educação: instalou chuveiros, pias, tanques, caixas d’água e poços artesianos e financiou parte das escolas indígenas e postos de saúde.

Embora, segundo o Administrador da Funai, a tecnologia de extração do óleo tenha sido trazida da experiência entre os Kayapó, na qual todas as fases do processo produtivo eram realizadas na aldeia; ao

contrário desta, a cadeia produtiva no caso da Amazoncoop estava estruturada em duas etapas, uma realizada nas TIs e outra na cidade de Altamira. Nos anos de vigência da comercialização, a primeira etapa era realizada pelas sociedades indígenas aldeadas formalmente envolvidas na Amazoncop: Asurini do Xingu, Araweté, Arara da TI Laranjal, Xikrin e Kayapó-Kararaô. De acordo com ele, embora outros povos indígenas médio xinguanos como os Parakanã, os Arara da TI Cachoeira-Seca, e os Xipaya, Kuruaya e Juruna aldeados não fossem membros formais da cooperativa, eles, no entanto, vendiam a safra de castanha para a Amazoncoop.

Após a queda das castanhas em janeiro e fevereiro, a coleta era realizada nos meses de fevereiro e março. Além da coleta, que envolvia as difíceis tarefas de quebrar o ouriço que envolve as castanhas e de carregá-las pela floresta, nas TIs também eram realizados os processos de lavagem e, em alguns casos, secagem das castanhas coletadas. De acordo com o Diretor Financeiro da cooperativa⁵, não foram elaborados planos de manejo do PFNM explorado e não havia monitoramento dos potenciais impactos socioambientais gerados pela atividade. Entretanto, o manejo da castanha, segundo ele, era realizado corretamente, pois estava fundamentado nos “conhecimentos tradicionais indígenas”. No mesmo sentido, o Administrador da Funai afirmou que, no caso da coleta, não foi realizado qualquer tipo de treinamento, pois a atividade de coleta de castanha pelas sociedades indígenas no Médio Xingu “[...] remonta à época do SPI [Serviço de Proteção ao Índio] [...] e está fundamentada no modelo cultural de cada etnia [...]”.

No mês de abril, finalizado o período da coleta, as castanhas eram enviadas para a cidade de Altamira. Segundo o Administrador da Funai, os chefes de posto da Funai nas aldeias eram os responsáveis pela organização do escoamento da safra e pelo pagamento, feito de acordo com a quantidade coletada por cada grupo familiar. Dessa forma, “[...] não há margem para corrupção na distribuição do dinheiro”.

Considerando o longo percurso fluvial entre as aldeias e a cidade, ele disse que os custos de transporte das castanhas eram repartidos entre a Amazoncoop e a Funai, caso contrário, a atividade daria prejuízos para a cooperativa. Parte das castanhas eram transportadas pelo barco *Maia*, doado à Amazoncoop pela TBSF com essa finalidade.

A segunda fase da produção ocorria na cidade de Altamira, no galpão doado pela empresa à cooperativa. Durante os três meses anuais (de abril a junho) em que a atividade era realizada, cerca de cinquenta índios citadinos organizados na associação *Akarirá*⁶ realizavam os

processos necessários à extração do óleo. Sob a supervisão de um não indígena, os membros da associação faziam a secagem, a quebra, a moagem, a queima e a prensagem das castanhas.

As informações relativas às técnicas de extração de óleo fornecidas pelo Administrador da Funai e pelo Diretor Financeiro da Amazoncoop entraram, entretanto, em contradição, embora ambos tenham dito que a técnica havia sido trazida da experiência prévia entre os Kayapó. Enquanto o primeiro afirmou que a empresa realizou “longas pesquisas para descobrir as técnicas de extração do óleo, que então foram ensinadas aos índios [Kayapó]”, o segundo disse que os Kayapó de A’Ukre “há muito tempo já extraíam o óleo para ser usado na alimentação”, afirmação que, segundo a pesquisadora Carla Morsello (informação pessoal)⁷, não é verdadeira. A despeito dessa incoerência, ambos afirmaram que, no caso das atividades de moagem, prensagem e queima foram realizados treinamentos prévios, e também que não houve qualquer problema quanto à padronização da produção ou contaminação do produto. Da mesma forma, não houve atraso no prazo de entrega do óleo, principalmente pelo fato de a produção estar condicionada à dinâmica sazonal da castanheira. Ao final do processo, o óleo extraído era enviado por via fluvial e em tonéis de duzentos litros para Belém, e de lá seguia para a Grã-Bretanha, por navio. A Amazoncoop arcava com os custos do frete e não havia intermediários.

(ii) A economia política da parceria

Pelo fato de a Amazoncoop ser, em tese, uma cooperativa, a análise da economia política da parceria está fundamentada, em parte, em alguns princípios fundamentais da chamada Economia Solidária. Embora não seja desconsiderado o fato de que a teoria cooperativista tenha sido formulada em contextos sociopolíticos e econômicos distintos dos das sociedades indígenas contemporâneas, a Economia Solidária, na medida em que enfatiza princípios como a participação, a autogestão e a autonomia (Singer, 2002) aponta, dentro de suas particularidades, para a mesma direção que a noção de etnodesenvolvimento (Stavenhagen, 1985). Nesse sentido, quatro são os princípios cooperativistas adotados na análise: i) princípio do controle, gestão e organização democráticos; ii) princípio da adesão livre e voluntária; iii) princípio da participação econômica dos membros e iv) princípio da autonomia.

Analisada sob o princípio do controle, gestão e organização democráticos, a Amazoncoop, enquanto instituição cooperativa, representa um caso bastante peculiar. Pois, embora tenha sido apresentada tanto pelo idealizador da Amazoncoop quanto pelo relatório da TBSF (2001) como uma cooperativa indígena, ela, na prática, estava estruturada em bases hierárquicas. O topo da pirâmide organizacional era composto por três dirigentes não indígenas: o Administrador da AER da Funai em Altamira, que ocupava o posto de presidente honorário, um empresário local, que ocupava a posição de presidente executivo e um missionário da Associação Linguística Evangélica Missionária (ALEM), designado para o posto de diretor financeiro. O cargo de vice-presidente da cooperativa era destinado a um indígena, sendo que, até o início de 2006, tal posto foi ocupado por uma mulher asurini.

Embora tenha sido veiculada pela mídia (ver Em Altamira [...], 2005) a informação de que a cooperativa contava com a “participação ativa de vinte e seis lideranças indígenas”, ao longo da pesquisa de campo foi observado que os três dirigentes não indígenas não foram eleitos por uma assembleia mas, pelo contrário, foram designados pelo Administrador da Funai (que se auto designou presidente honorário). Da mesma forma, os processos decisórios não estavam ao alcance dos indígenas, nem mesmo da vice-presidente, ainda que, segundo o administrador, todas as decisões da Amazoncoop fossem tomadas coletivamente através do ‘conselho’ da cooperativa (composto pelas lideranças indígenas, pelos dirigentes da Amazoncoop e por alguns diretores da TBSF).

Nesse sentido, o depoimento da Vice-Presidente⁸ sobre as reuniões do conselho e sobre os procedimentos administrativos utilizados pelos dirigentes não indígenas tornou evidente que o conselho era, parafraseando Turner (1995), ‘pra inglês ver’⁹. Segundo ela, a assembleia da cooperativa se reunia uma vez por ano no galpão da Amazoncoop, em Altamira, contando com a presença de membros das sociedades indígenas ‘cooperadas’, do administrador da Funai e do diretor financeiro da cooperativa. Fora a participação nessas reuniões anuais, ela disse que não fazia nada como vice-presidente da Amazoncoop. As decisões eram tomadas pelo administrador da Funai e pelo diretor financeiro, e apenas depois é que ela era informada sobre o assunto.

A adesão à Amazoncoop não era livre, ficando a critério dos dirigentes não indígenas. O resultado foi a exclusão da parceria comercial de outras sociedades indígenas aldeadas no Médio Xingu (Apyterewa-Parakanã, Arara da TI Cachoeira, Xipaya e Kuruaya) e de um grande contingente indígena urbano. A exclusão das sociedades indígenas

aldeadas talvez esteja vinculada ao fato de que as TIs das sociedades excluídas ainda não haviam sido (e, em alguns casos, ainda não foram) homologadas e regularizadas pela União. Nesse caso, a indefinição jurídica da situação fundiária poderia dificultar o estabelecimento de áreas de floresta cujo uso fosse exclusivo das sociedades indígenas. De acordo com o administrador da Funai, a adesão dessas sociedades à cooperativa estava “[...] aguardando nova assembleia, porque [a adesão] depende de recursos [...]”. Ou seja, paradoxalmente, a adesão das sociedades indígenas ao mesmo tempo em que era determinada pela via democrática – a assembleia –, dependia inteiramente dos recursos provenientes da TBSF, sendo, portanto, na prática, determinada unilateralmente pela empresa.

No caso das sociedades indígenas urbanas, a questão da adesão se mostrou tão ou mais complicada que no caso das sociedades vivendo em TIs. Pois, além de agregar um grande contingente populacional, esses grupos citadinos são mais organizados politicamente que os aldeados. Embora existam três organizações indígenas urbanas em Altamira (ver CTI, 2006), apenas a associação Akarirá foi incluída na parceria. Isso, no entanto, gerou grande descontentamento, pelo fato de ter excluído da parceria mais de 95% da população indígena da cidade de Altamira. A heterogeneidade dos discursos dos indígenas citadinos indica que a inclusão da associação Akarirá foi uma decisão determinada não por procedimentos democráticos, mas pela afinidade política, ideológica e religiosa entre os dirigentes da cooperativa e os membros da associação indígena.

Por um lado, a fala da Sra. M. X.¹⁰ (presidente da Akarirá e evangélica) claramente apoiava a iniciativa da Amazoncoop que, segundo ela, era “o pai e a mãe dos índios da cidade”, pelo fato de que antes desse projeto era enorme a taxa de desemprego indígena e os problemas de saúde na cidade. Por outro lado, o depoimento dado por X. J.¹¹, uma jovem indígena vinculada ao Cimi, contrapôs-se ao de M. X., pois para X. J. a Amazoncoop não representava um emprego garantido para o contingente urbano e os membros da associação Akarirá trabalhavam sem registro em carteira de trabalho. Além disso, a inclusão na cooperativa de apenas cinquenta indígenas urbanos contribuiu para a fragmentação e acirramento de rivalidades entre os grupos citadinos. Segundo ela, a Amazoncoop funcionava como um intermediário na relação entre as sociedades indígenas e a empresa, comprando as castanhas a um preço baixo (ainda que superior ao praticado no mercado local) e vendendo o óleo a um preço alto, cotado em dólar.

Ainda com relação à adesão, o Administrador da Funai foi claro ao afirmar que os integrantes da associação Akarirá não eram membros da cooperativa, mas apenas “prestadores de serviços”, não estando sujeitos, portanto, aos procedimentos cooperativistas, entre eles a participação na eleição de dirigentes e na repartição de benefícios. No caso das sociedades aldeadas, o Administrador disse que a diferença entre os grupos incluídos e os não incluídos na parceria era “apenas jurídica” e que todos os grupos tinham acesso aos benefícios gerados. Nesse caso, afirmou que a cooperativa era composta por aproximadamente 1.700 índios aldeados, 50 índios não aldeados (urbanos) e trinta membros não indígenas representados pelos funcionários empregados nas diferentes atividades da Amazoncoop.

Analisada sob o prisma da participação econômica dos membros, a Amazoncoop caracterizava-se por uma grande complexidade. A dinâmica econômica fundamentada na interdependência de quatro atividades (comércio de óleos vegetais, Farmácia Verde, Hotel Tataquara e Provedor de internet) – que agregavam aproximadamente 1.800 pessoas – apresentou-se como uma intrincada rede, impossível de ser decifrada, senão superficialmente. Nesse sentido, não foram obtidas informações exatas sobre a movimentação financeira (i) dos recursos que entravam na cooperativa através das doações feitas pela TBSF; (ii) das receitas geradas pela venda de produtos ou prestação de serviços pela Amazoncoop e (iii) das sobras (lucros) geradas pelo conjunto das atividades comerciais e a sua divisão entre os membros da cooperativa.

Com relação à remuneração das atividades de coleta e extração do óleo de castanha-do-pará foram obtidos, no entanto, dados mais transparentes. No caso da coleta, através de repasses financeiros à Amazoncoop, a empresa fornecia um crédito aos indígenas, ou seja, adiantava-lhes as cestas de mercadorias (mantimentos, alimentos e instrumentos de trabalho) que seriam utilizadas durante o período de permanência na floresta para coleta e que deveriam ser quitadas posteriormente com as castanhas coletadas.

No início da parceria, a Amazoncoop chegou a comprar dos indígenas, segundo o Administrador da Funai, aproximadamente 3.300 caixas de castanha, que renderam aproximadamente 15 toneladas de óleo. Em 2003, a quantidade de caixas compradas caiu para cerca de 1.300 (6 toneladas de óleo). Nesse ano, a Amazoncoop pagou R\$ 24,00 pela caixa de 23 kg de castanha, o que gerou uma receita bruta para as sociedades indígenas da ordem de R\$ 31.000,00. O valor pago pela cooperativa pela caixa representava um preço-prêmio, se comparado ao preço praticado

no mercado local (R\$ 13,00 a caixa). De acordo com ele, o fato de a Amazoncoop trabalhar com exportação é que viabilizou o pagamento desse valor elevado.

Em 2005, o preço pago pela caixa subiu para R\$ 30,00. Nesse ano, foram coletadas um total de 1.832 caixas (8,2 toneladas de óleo), o que gerou uma renda bruta de aproximadamente R\$ 55.000,00, desigualmente distribuída entre as diferentes sociedades envolvidas na atividade. Com o pagamento (quitação do débito) das cestas de mercadorias adiantadas, entretanto, é bastante provável que a renda líquida apropriada pelos indígenas tenha sido bem menor, existindo também a possibilidade de alguns indígenas terem se endividado.

Como uma espécie de ‘política de sustentação’ da renda indígena, de acordo com o Administrador da Funai, a Amazoncoop comprava das sociedades indígenas uma quantidade de castanha que muitas vezes excedia o volume necessário para a extração da quantidade de óleo demandado pela empresa. Nesse caso, a cooperativa vendia no mercado local o excedente da castanha a um preço muito menor que aquele pago aos indígenas. Segundo ele, essa prática é um dos fatores que está na origem do déficit contábil da cooperativa.

No caso da extração de óleo, realizada no galpão da Amazoncoop em Altamira, durante três meses por ano, cada membro da Akarirá recebia um salário mínimo mensal (R\$ 240,00 em 2004), complementado por horas extras (R\$1,35 a hora). A única exceção era a atividade de quebra das castanhas, sendo que, nesse caso, a remuneração era feita de acordo com a quantidade quebrada (R\$ 0,90 o kg). Além dessa remuneração, os membros da associação Akarirá tinham acesso gratuito aos medicamentos da Farmácia Verde. No entanto, eles trabalhavam sem registro em carteira e não eram membros plenos da Amazoncoop.

Com relação à exportação, segundo o Administrador, a TBS, pelo fato de ser o único “cliente” da Amazoncoop, é quem decidiu o valor a ser pago pela mercadoria produzida pela cooperativa. No início da parceria, a empresa chegou a comprar 15 toneladas de óleo, a um preço de US\$ 15,00 o kg (receita bruta de aproximadamente US\$ 225.000,00). Em 2003, com o acirramento da concorrência gerada pela entrada do óleo peruano no mercado, o preço por quilograma pago pela empresa e a quantidade exportada despencaram para US\$ 9,75 e 6 toneladas, respectivamente, resultando em uma receita financeira bruta para a cooperativa da ordem de US\$ 58.500,00. Já em 2005, a cooperativa exportou 9 toneladas de óleo a US\$ 12,00 por kg, o que gerou uma receita bruta de US\$ 108.000,00.

Apesar de a receita bruta gerada pela atividade ter, em termos nominais, crescido aproximadamente 85% no período 2003-2005, a desvalorização do dólar de 22,5% ocorrida no mesmo período¹² teve como resultado um crescimento da receita real da cooperativa de apenas 43% (de R\$ 174.000,00 para R\$ 250.000,00). Ou seja, em função da desvalorização, a cooperativa deixou de ganhar, em 2005, um valor de aproximadamente R\$ 72.000,00. Em decorrência disso, o administrador da Funai afirmou que estava estudando, através de um diálogo com o proprietário da empresa, Gordon Roddick, uma maneira de a Amazoncoop e a The Body Shop compartilharem riscos, de modo a tornar a cooperativa imune às oscilações do sistema financeiro internacional. Pois, caso contrário, as sociedades indígenas é que estariam pagando pelo prejuízo.

Analisada a partir do princípio da autonomia, essa vulnerabilidade da cooperativa aponta para uma questão crucial, ou seja, as regras estabelecidas entre as partes envolvidas em parcerias comerciais. No caso da parceria estabelecida entre a Amazoncoop e a TBS, observou-se uma falha de origem: as regras do acordo comercial, assim como as responsabilidades e os direitos de cada um dos atores envolvidos na parceria não foram pré-estabelecidas através de um contrato formal. Pelo contrário, segundo o diretor financeiro da Amazoncoop, o acordo com a TBS representava um “acordo de cavalheiros”.

Da mesma forma, o Administrador da Funai afirmou que

[...] quando você vai entrar no mercado você tem que, primeiro, confiar na pessoa que vai comprar [...] a Body Shop é justa e sempre esteve preocupada com a causa indígena [...] tanto é que a empresa tem acesso a todo movimento financeiro da cooperativa [...] a Body Shop não é um cliente, mas sim um parceiro da cooperativa. A Body Shop empresa compra o óleo e a Body Shop fundação é a carta de crédito da cooperativa, ou seja, ela representa a cooperativa no mercado internacional como também nas doações [...].

A despeito dessa aparente harmonia entre as partes não indígenas envolvidas na parceria, ao longo do tempo as relações foram se deteriorando. Isso ficou claro quando, no dia 11 de setembro de 2005, durante uma reunião realizada na aldeia Koatinemo, o administrador da Funai e o diretor financeiro da cooperativa expuseram aos Asurini a reestruturação pela qual havia passado a parceria Amazoncoop-TBS em decorrência de alguns desentendimentos relativos à gestão financeira da cooperativa. Nessa ocasião, os dirigentes informaram aos indígenas que, enquanto a comercialização do óleo de castanha e a Farmácia Verde passariam a ser administrados unicamente pela Amazoncoop, a gestão do Hotel Tataquara ficaria sob a responsabilidade da TBSF. Ambos

reiteraram que, a despeito dessa nova organização, a atividade de coleta de castanhas pelos indígenas não seria afetada.

A partir do final de 2005 e início de 2006, entretanto, a evolução da situação de tensão foi tal que aquilo que ambos haviam caracterizado durante a reunião como “desentendimentos administrativos” tornou-se uma séria disputa política e jurídica envolvendo os dirigentes da Amazoncoop e da TBSF. Referindo-se à atuação da TBSF no âmbito da parceria, o documento veiculado pela AER da Funai em Belém (PA) (FUNAI, 2006, p. 5) afirma que “[...] os confrontos com os antigos diretores e associados da cooperativa passaram a ser constantes, culminando com a suspensão do contrato de compra do óleo em 2005, e a apropriação [pela TBSF] dos valores a serem pagos para a cooperativa pela venda do óleo [...]”. Ainda que a acusação careça de provas concretas, e que não houvesse entre as partes um contrato formal estabelecido, em um aspecto o relatório é correto, pois como resultado do conflito a parceria comercial chegou ao fim. As atividades de coleta e produção de óleo de castanha-do-pará não foram realizadas em 2006.

Embora, ao longo da investigação, tanto o administrador da Funai quanto o diretor financeiro tenham reiterado repetidas vezes que as atividades da Amazoncoop eram compostas não apenas pela produção do óleo de castanha mas, entre outras, também pela Farmácia Verde, no último período da pesquisa de campo (novembro de 2006), quando a parceria Amazoncoop-TBS já havia deixado de existir, o administrador desmentiu parte das informações por ele fornecidas em 2004. Segundo ele, o galpão da Amazoncoop, em Altamira (que em 2006 foi interditado pelo Ministério Público Federal, por razões [des]conhecidas), não havia sido doado pela TBSF. A Farmácia Verde, por sua vez, nunca teve qualquer relação com a Amazoncoop. Como prova desse não vinculamento, o administrador argumentou que, mesmo com o fim da parceria, a Farmácia Verde continuava a fornecer medicamentos para os indígenas. Finalmente, afirmou que, com o fim da parceria, a marca ‘Amazoncoop’ passou a se referir unicamente ao provedor de internet.

A parceria sob a perspectiva do etnodesenvolvimento

Conforme indicado anteriormente, a TBS foi a primeira empresa a fomentar o ‘capitalismo verde’ em territórios indígenas no Médio Xingu e, possivelmente, na Amazônia. Nesse sentido, guardadas as particularidades históricas das duas situações, assim como as especificidades

culturais dos povos indígenas envolvidos, algumas das falhas apontadas por Morsello e Adger (2007) e Turner (1995) sobre a experiência de comercialização de óleo de castanha-do-pará entre os grupos Kayapó do sul do Pará repetiram-se no caso da parceria com a Amazoncoop. Tais semelhanças foram observadas principalmente no que diz respeito às relações de poder entre as partes indígenas e não indígenas envolvidas e à disparidade entre o discurso e a prática dos proponentes das duas alternativas econômicas.

Em primeiro lugar, foi observado um problema estrutural quanto à organização da cooperativa. Tendo em vista a idéia de Singer (2002), segundo a qual a autogestão é, em oposição à heterogestão, o pressuposto da organização cooperativa, o caráter hierárquico da Amazoncoop era, em si mesmo, uma contradição em termos. Ou seja, a não participação indígena nos mecanismos de gestão e a assimetria de forças entre as partes envolvidas indicam que o poder executivo e os processos decisórios da Amazoncoop eram caracterizados pela centralização e por procedimentos não democráticos. Pode-se perceber, por essa via, que a designação de um indígena como Vice-Presidente da Amazoncoop não modificou substancialmente as relações de poder dentro da parceria, no sentido do empoderamento dos povos indígenas. Pelo contrário, essa concessão de poder político assemelha-se às situações, descritas por Cardoso de Oliveira (1978, p. 92), em que havia uma “[...] manipulação de poder pela sociedade regional mediante o uso de papéis interculturais desempenhados por índios, investidos pelo branco de autoridade e prestígio político”. Embora a vice-presidente não gozasse de autoridade e prestígio político sequer entre os Asurini, é evidente que a designação dela para o cargo era vital para a imagem da TBS enquanto empresa ‘verde’ fundamentada no modelo *trade not aid*, e para a Funai, enquanto órgão federal responsável pela política indigenista e pela defesa dos direitos constitucionais indígenas.

Em segundo lugar, em relação à adesão indígena à cooperativa, outros problemas foram observados. Por um lado, a inclusão da associação Akarirá no processo de extração de óleo e a sua contrapartida – a exclusão da atividade comercial de 95% do contingente indígena urbano –, indicam que, além de não ter cabido aos indígenas, a decisão de participar na cooperativa foi uma decisão política não democrática, determinada pela afinidade ideológica-religiosa entre os membros da associação indígena e os dirigentes da cooperativa. Por outro lado, a exclusão das sociedades Arara (TI Cachoeira Seca), Parakanã (TI Apyterewa), Xipaya (TI Xipaya), Kuruaya (TI Kuruaya) e Juruna (TI Paquiçamba) – cujos

territórios, em alguns casos, por serem aqueles que apresentam maiores problemas de invasão e atividade madeireira, ainda não foram regularizados pela União – indica que a integridade territorial, pressuposto básico das políticas de etnodesenvolvimento (Azanha, 2005; Declaração de San José, 1981; Gallois, 2002), foi negligenciada.

No que tange à participação econômica, os indígenas envolvidos na parceria não eram cooperados de fato, ou seja, não participavam da divisão das sobras (lucros) da cooperativa. Por um lado, os indígenas aldeados eram remunerados apenas pela quantidade de castanhas coletadas. Embora tanto o administrador da AER da Funai, em Altamira, quanto o Diretor Financeiro da Amazoncoop tenham afirmado que o retorno, nesse caso, não se dava em termos monetários, mas sim na forma de investimentos em infraestrutura nas aldeias, ao longo da investigação não foi observada qualquer iniciativa nesse sentido. Os investimentos pontuais (instalação de pias, chuveiros, tanques, sanitários e poços artesianos) feitos pela empresa no início da parceria serviram, entretanto, como um argumento, no discurso dos dirigentes, para justificar o caráter não regular do retorno dado aos indígenas envolvidos na coleta. Por outro lado, os membros da associação Akarirá recebiam um salário mínimo, mais horas extras, apenas nos três meses em que a atividade de extração era realizada. Mas, nesse caso, o Administrador afirmou que os indígenas não eram cooperados, mas sim “prestadores de serviços”. Sendo assim, é possível afirmar que as atividades indígenas de coleta, realizada nas TIs, e extração do óleo, realizada em Altamira, não eram outra coisa senão serviços terceirizados prestados à Amazoncoop. Essa interpretação entra em contradição com a afirmação do administrador, segundo o qual a cooperativa “[...] procurou valorizar a mão-de-obra do índio [...]”.

No mesmo sentido, o procedimento pelo qual a empresa oferecia um crédito aos indígenas, ou seja, adiantava os mantimentos para a execução da atividade de coleta, pode ser caracterizado como uma forma contemporânea, certamente mais amena, do velho sistema de ‘aviamento’. Nesse sistema, uma das práticas consiste no adiantamento, por parte de algum empresário ou patrão, dos mantimentos necessários à execução de atividades extrativistas, os quais devem ser quitados posteriormente com o desconto sobre o valor do produto extraído. O sistema tem como princípio norteador, entretanto, a desigualdade dos termos de troca (valor dos produtos industrializados relativamente maior que o valor dos produtos florestais), a unilateralidade na determinação dos preços das mercadorias transacionadas e, conseqüentemente, o endividamento dos

trabalhadores. Conforme argumenta Hugh-Jones (1992), é essa lógica que permite a perpetuação desse sistema particular.

Outro aspecto marcante é a ausência de um contrato formal e de terceiras partes, os quais, para autores como Mayers e Vermeulen (2002), constituem fatores importantes para o sucesso de parcerias envolvendo comunidades e empresas. Estando a parceria comercial fundamentada em um “acordo entre cavalheiros”, a empresa, por ser a única “cliente” da cooperativa, ficou livre para colocar em prática a política que mais lhe convinha. Um exemplo claro dessa assimetria foi a decisão unilateral da empresa de diminuir o preço e a quantidade de óleo comprada quando da entrada do óleo peruano no mercado. Da mesma forma, o fato ocorrido em 2005, quando a desvalorização do dólar gerou impactos negativos sobre a receita real da cooperativa, mostra que essa alternativa, da forma como estava estruturada, não representou um meio para o empoderamento indígena, mas, pelo contrário, contribuiu para o aprofundamento da vulnerabilidade econômica dos grupos em relação às determinações da economia global.

Embora autores como Michi (2007) enfatizem o papel do Estado como um mediador de parcerias entre sociedades indígenas e empresas, no caso apresentado, a atuação da Funai não pode ser interpretada no sentido da mediação entre os interesses da TBS e os das sociedades indígenas médio xinguanas. Pelo contrário, a análise da estrutura e da economia política da parceria indicam que a Funai, no âmbito da parceria abordada, era mais uma beneficiária que uma reguladora da atividade. Em outras palavras, a parceria em questão não era entre a TBS e as sociedades indígenas e regulada pela Funai (terceira parte), mas sim uma parceria sem regulamentação entre a TBS e a Funai as quais, através da Amazoncoop, utilizavam a mão-de-obra e os recursos naturais indígenas.

Em suma, em termos de organização política e econômica, a parceria estabelecida entre a Funai, através da Amazoncoop, e a empresa TBS não constituiu um instrumento para o etnodesenvolvimento indígena. Embora a Declaração de San José (1981) tenha sido assinada há mais de duas décadas, e a Constituição Federal de 1988 tenha representado uma mudança de orientação na política indigenista oficial, o caso em questão indica que a atuação da Funai no âmbito local continua fundamentada na idéia da tutela, ou seja, no pressuposto de que os povos indígenas não são capazes de gerenciar o próprio processo de desenvolvimento. Dito de outro modo, ainda que a alternativa representada pela parceria tenha sido apresentada como uma ferramenta para a autodeterminação indígena, a apropriação do discurso nativo por parte dos dirigentes da coopera-

tiva, no sentido destes estabelecerem o que é melhor para aqueles, mostra que a participação dos indígenas no desenvolvimento de alternativas econômicas para eles próprios, condição *sine qua non* para o etnodesenvolvimento (Gallois, 2001; Stavenhagen, 1985), ainda não é uma realidade concreta no Médio Xingu.

Notas

¹ Seguindo a definição proposta por Mayers e Vermeulen (2002), o termo ‘parceria’ (*partnership*) é entendido ao longo do artigo como o conjunto de relações e acordos estabelecidos com o objetivo de beneficiar duas ou mais partes envolvidas em uma determinada atividade econômica.

² Segundo o qual desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade de satisfação das necessidades das gerações futuras.

³ Segundo Turner (1995, p. 113), “[...] a idéia básica da abordagem da *rainforest harvest* é que demonstrar que os ecossistemas da floresta tropical podem ser economicamente produtivos, através do envolvimento de comunidades indígenas e outros habitantes da floresta em modos sustentáveis de produção de produtos florestais comercializáveis, é o único modo realista de salvá-las da destruição economicamente motivada por fazendeiros, madeireiros e garimpeiros. Fazer o ecossistema gerar lucro, proponentes dessa abordagem argumentam, é no longo prazo um caminho mais efetivo e confiável do que abordagens convencionais baseadas em ajuda e proteção política do governo [...]” (tradução livre do inglês).

⁴ Todas as informações dadas por B.M. foram obtidas por meio de entrevistas, nos dias 9, 13, 16, 17/02/2004 e nos dias 20/10/2005 e 20/11/2006, na sede da AER da Funai, em Altamira.

⁵ Entrevista realizada com O.S. em 16/2/2004, no escritório da Amazoncoop em Itamira.

⁶ Presidida por M. X. e composta por Xipayas, Kuruayas e Jurunas, que há décadas vivem em Altamira.

⁷ Informação fornecida pela Profa. Carla Morsello (da USP) em 14/05/2008, por meio de conversa informal.

⁸ Informações fornecidas por M.A. durante entrevista (não estruturada) em 18/10/2005, na aldeia Koatinemo.

⁹ A Amazoncoop era, de fato, ‘pra inglês ver’. Nesse sentido, são bastante ilustrativos, e curiosos, quatro episódios: (i) a experiência de M.A. – que no ano 2000 participou de uma ‘viagem de negócios’ pela Inglaterra e Suécia, em companhia de J. M. (diretora da TBSF) e B. M. (Administrador da Funai) –, na qual ela disse que teve de pronunciar um discurso pronto (escrito pela diretora da TBSF) perante uma platéia de estrangeiros; (ii) a “estranha visita” da Ministra da União Européia, Margot Wallstrom, ao Médio Xingu em 2001, impulsionada por uma série de documentários sobre a Amazoncoop transmitidos no continente europeu (ver Costa, 2001); (iii), a participação da Amazoncoop, em 2005, como concorrente a um prêmio para iniciativas ‘sustentáveis’ concedido por uma ONG sueca, ocasião na qual tive a

oportunidade de conversar (na aldeia Koatinemo no dia 25/1/2005) com o ambientalista responsável pela análise das iniciativas sul-americanas e (iv) o evento ocorrido em 18/2/2005, na aldeia Koatinemo, quando M.A. mostrou-me um folder de divulgação no continente europeu das atividades da Amazoncoop e do Hotel Tataquara, no verso do qual lia-se “*Amazoncoop: sustainable development benefiting the education, healthcare and protection of the indian tribes of the middle Xingu – Altamira region of the Amazon basin*”.

¹⁰ Informação fornecida durante conversa informal em 16/2/2004, no escritório da Amazoncoop, em Altamira.

¹¹ Informação fornecida durante conversa informal em 12/2/2004, na Casa do Índio, em Altamira.

¹² Considerando as cotações em agosto, mês em que era efetivada a exportação do óleo, o dólar caiu de R\$ 2,99 (agosto de 2003) para R\$ 2,32 (agosto de 2005).

Referências

AZANHA, Gilberto. Sustentabilidade nas sociedades indígenas brasileiras. *Revista Tellus*, Campo Grande, v. 5, n. 8/9, p. 11-28, abr/out 2005.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. *A sociologia do Brasil indígena*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

CLAY, Jason. Os Kayapó e a Body Shop: a parceria de comércio com ajuda. In: ANDERSON, Anthony; CLAY, Jason. (Eds.). *Esverdeando a Amazônia*. São Paulo: Peirópolis/Brasília: IIEB, 2002. p. 31-51.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. Nosso Futuro comum. Relatório da ONU. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

CORRY, Stephen. The rainforest harvest: who reaps the benefit? *The ecologist*, Londres, v. 23, n. 4, p. 148-153, 1993.

COSTA, Nilder. A estranha visita da ministra da União Européia ao Xingu. *Diário do Pará*, 20/8/2001. Disponível em: <www.amazonia.org.br/>. Acesso em: 29 nov. 2007.

CTI. *Diagnóstico socioambiental do bloco de Terras Indígenas no Médio Xingu – Corredor Sul Amazônico – Pará*. Relatório final. Brasília: Centro de Trabalho Indigenista, 2006.

Em Altamira, índios exportam óleo para a Inglaterra. *Diário do Pará*, 26/7/2005. Disponível em: <<http://www.diariodopara.com.br/>>. Acesso em: 29 nov. 2007.

FUNAI. MEMO n. 049/GAB/AERBEL/06. Belém: Fundação Nacional do Índio, 2006.

FURTADO, Celso. *O mito do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

GALLOIS, Dominique Tilkin. Sociedades indígenas e desenvolvimento. In: GRUPIONI, Luís Donisete; VIDAL, Lux; FISCHMANN, Roseli (orgs.). *Povos indígenas e tolerância*. São Paulo: Edusp/Unesco, 2001.

GARDNER, Kate; LEWIS, David. *Anthropology, development and the post-modern challenge*. London: Pluto Press, 1996.

HANN, Leo J. Globalization, localization and sustainable livelihood. *Sociologia Ruralis*. Exeter, v. 40, n. 3, p. 339-365, 2000.

- HUGH-JONES, Stephen. Yesterday's luxuries, tomorrow's necessities: business and barter in northwest Amazonia. In: HUMPHREY, Caroline; HUGH-JONES, Stephen (Eds.). *Barter, exchange and value*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
- KUSTERS, Koen *et al.* Balancing development and conservation? An assessment of livelihood and environmental outcomes of non-timber forest product trade in Asia, Africa and Latin American. *Ecology and Society*. Ontário, v. 11, n. 2, p. 20, 2006.
- LEFF, Enrique. *Racionalidade ambiental: a reapropriação social da natureza*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- LÉLÉ, Sharachchandra M. Sustainable development: a critical review. *World Development*, v. 19, n. 6, p. 607-621, 1991.
- LENTINI, Marco; VERÍSSIMO, Adalberto; SOBRAL, Leonardo. *Fatos florestais da Amazônia*. Belém: Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia, 2003.
- MAYERS, James; VERMEULEN, Sonja. *Company-community forestry partnership*. London: IIED, 2002.
- MELLO, Neli Aparecida. *Políticas territoriais na Amazônia*. São Paulo: Annablume, 2006.
- MICHI, Leny N. *O papel do Estado nas parcerias comerciais entre povos indígenas amazônicos e empresas na comercialização de produtos florestais não madeireiros*. Dissertação (Mestrado em Ciência Ambiental) – PROCAM/USP, São Paulo, 2007.
- MORAES, Antônio Carlos Robert. *Território e história no Brasil*. São Paulo: Annablume, 2005a.
- MORSELLO, Carla; ADGER, Neil. Do partnerships between large corporations and amazonian indigenous groups help or hinder communities and forests. In: ROS-TONEN, Mirjam F.; HOMBERGH, Heleen; ZOOMERS, Annelies (eds.). *Partnerships in sustainable forest resource management. Learning from Latin America*. Amsterdã: Zoomers, 2007.
- OLIVEIRA, Roberto C. DECLARAÇÃO de San José. Editorial. *Anuário Antropológico* 81. Brasília, p. 15-20, 1983.
- PERES, Carlos. Indigenous reserves and nature conservation in Amazonian forests. *Conservation Biology*. Montpellier, v. 8, n. 2, p. 586-588, jun. 1994.
- RIBEIRO, Gustavo Lins. Ambientalismo e desenvolvimento sustentado. Nova ideologia/utopia do desenvolvimento. *Revista de Antropologia*. São Paulo, n. 34, p. 59-101, 1991.
- RODDICK, Anita. *Meu jeito de fazer negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- ROS-TONEN, Miriam; WIERSUM, K.F. The scope of improving rural livelihoods through non timber forest products: an evolving research agenda. *Forest, trees and livelihoods*. Aberdeenshire, v. 15, n. 2, p. 129-148, 2005.
- SINGER, Paul. *Introdução à Economia Solidária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.
- SOUZA, Hélcio Marcelo. Reforma do estado e políticas públicas de etnodesenvolvimento na década de 90. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – DAN/UnB, Brasília, 2000.

STAVENHAGEN, Rodolfo. Etnodesenvolvimento: uma dimensão ignorada no pensamento desenvolvimentista. *Anuário Antropológico* 84. Brasília, 1985, 11-44.

TBSF. The Body Shop Foundation. Financial statements, 2001. Disponível em: <www.thebodyshopfoundation.org/downloads/tbsf-fs-2001.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2007.

TURNER, Terence. Neoliberal Ecopolitics and Indigenous Peoples: the Kayapó, the rainforest harvest and the Body Shop. *Yale F & ES Bulletin*, n. 98, p. 113-127, 1995.

ZAGONEL, Carlos Albino. *Igreja e imigração italiana*. Porto Alegre: ed. Sulina, 1975.

Recebido em 23 de dezembro de 2008.

Aprovado para publicação em 18 de março de 2008.