



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
*Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente e
Sustentabilidade na Amazônia – PPG/CASA- Mestrado
Acadêmico*

**MARKETING E CONSERVAÇÃO DOS RECURSOS
NATURAIS EM MANACAPURU - AM**

Carlos Norberto Freire Silva

MANAUS
2011



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
*Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente e
Sustentabilidade na Amazônia – PPG/CASA- Mestrado
Acadêmico*

Carlos Norberto Freire Silva

**MARKETING E CONSERVAÇÃO DOS RECURSOS NATURAIS EM
MANACAPURU - AM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade da Amazônia – PPG-CASA, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade da Amazônia, área de Conservação dos Recursos Naturais.

Orientadora: Profª. Dra. Sandra do Nascimento Noda

MANAUS
2011

Carlos Norberto Freire Silva

**MARKETING E CONSERVAÇÃO DOS RECURSOS
NATURAIS EM MANACAPURU - AM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade da Amazônia – PPG-CASA, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade da Amazônia, área de Conservação dos Recursos Naturais.

Aprovado em: ____ / ____ / ____

Banca Examinadora

Prof.(a) Dr.(a) Sandra do Nascimento Noda
Universidade Federal do Amazonas

Prof.(a) Dr.(a) Elisabete Brocki
Universidade Estadual do Amazonas

Prof.(a) Dr.(a) Edilza Laray de Jesus
Universidade Estadual do Amazonas

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da UFAM

S586m Silva, Carlos Norberto Freire
Marketing e conservação dos recursos naturais em Manacapuru - AM. /
Carlos Norberto Freire Silva. - Manaus, AM : UFAM, 2011.
95 f.: il. color.; 30 cm

Inclui referências.

Dissertação (Mestre em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade da Amazônia). Universidade Federal do Amazonas. Orientador: Prof. Dra. Sandra do Nascimento Noda.

1. Desenvolvimento sustentável 2. Sustentabilidade 3. Marketing I.
Noda, Sandra do Nascimento (Orient.) II. Título

CDU (2007):

502.131.1:658.8(811.3)(043.3)

DEDICO

Aos meus filhos, Paula e Thiago, força motriz da minha vida;
À minha neta Flora a quem tenho que amar à distância;
Ao meu irmão Haroldo (Zézinho) ainda que com tanto afastamento;
Ao meu avô, à minha mãe e a minha irmã (in memoriam) por haverem me ensinado tanto;

A Titinha, fonte de minha inspiração, coragem e amor.

AGRADEÇO

À minha orientadora, Sandra Noda, por todo conhecimento oferecido;
Aos colegas Carlos Augusto e Railma pela valiosa colaboração;
Aos comunitários do Ramal Nova Esperança em especial à Dona Lindinha;

A todos aqueles que de alguma maneira contribuíram
para a realização deste trabalho.

Há o bastante no mundo para as
necessidades de todos,
mas não para nossa ganância.
Mohandas Ghandi

Então tudo é incluído no poder.
O poder se faz vontade, a vontade se faz apetite;
E o apetite, um lobo universal;
Com o duplo sustento da vontade e do poder,
Deve atacar uma presa universal,

E acaba devorando a si mesmo.
Shakespeare

RESUMO

A necessidade do estabelecimento de novas formas de relacionamento entre o Homem e o Ambiente tornou-se evidente desde a Convenção de Estocolmo, 1972.

Nesta época começou a ser conceituado o Desenvolvimento Sustentável que veio a se firmar na Convenção do Rio de Janeiro – ECO 92, quando foi elaborado um documento denominado Agenda 21 e que estabelecia os parâmetros do Desenvolvimento Sustentável.

Desde então, inúmeras tentativas de implantação de programas ou mesmo de práticas de Desenvolvimento Sustentável vêm se sucedendo sendo que, segundo estudos realizados no Brasil pela Fundação Konrad Adenauer, a maioria não consegue se efetivar, incapazes de promover as mudanças necessárias e a consequente melhoria da qualidade de vida, dentro dos parâmetros do Desenvolvimento Sustentável.

Considerando a convivência entre as iniciativas sustentáveis e o capitalismo, ainda que excludentes entre si, percebe-se que as primeiras são prejudicadas pelo segundo, impedindo seus melhores resultados.

Com o intuito de buscar maior equilíbrio entre iniciativas sustentáveis e capitalismo, no sentido de melhorar as condições dos praticantes do desenvolvimento sustentável, o presente trabalho verifica a possibilidade de alcançar tais objetivos utilizando e aplicando junto às iniciativas sustentáveis as ferramentas do marketing moderno.

Para isso focalizou, dentre os diversos segmentos que compõe as populações tradicionais, os agricultores familiares, mais especificamente, os agricultores familiares estabelecidos no Ramal Nova Esperança, no município de Manacapuru, Amazonas, realizando junto aos mesmos pesquisa que levasse a concluir sobre a viabilidade ou não, do emprego das ferramentas do marketing com ganhos concretos para os agricultores.

Para isso foram avaliados os conceitos de desenvolvimento dos participantes da pesquisa, as condições e os métodos de trabalho, assim como, a utilização aleatória de práticas do marketing.

A conclusão a que se chegou foi de que, o marketing moderno pode contribuir significativamente para a melhoria da qualidade de vida e conservação dos recursos naturais dos agricultores familiares do Ramal Nova Esperança, desde que, de forma sistêmica, outros aspectos sejam também desenvolvidos.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Desenvolvimento Sustentável, Agricultura familiar e Marketing.

ABSTRACT

The need for establishing new forms of relationship between man and the environment has become evident since the Stockholm Convention, in 1972, where the term Sustainable Development was coined. The term was further established during the ECO 92 conference, in Rio de Janeiro, where the Agenda 21 document determined the parameters for achieving sustainable development.

Since then, the implementation of sustainable development programs or practices have been countlessly attempted. Studies carried by the Konrad Adenauer Foundation in Brazil show that the majority of these attempts does not succeed, being incapable of promoting the necessary changes to achieve the aimed increase in quality of life, within the parameters of sustainable development. Considering the co-existence between sustainable initiatives and capitalism as opposing ideas, it is noticeable that the first are hampered by the second, preventing the achievement of its best results.

Aiming to find a better equilibrium between sustainable initiatives and capitalism, in the sense of improving the life conditions of the people practicing sustainable development, the present research evaluates the possibility of reaching sustainable development goals while using and applying modern marketing tools, within the capitalist framework.

For that, we applied a questionnaire to the small household farmers from Ramal Nova Esperança, in the township of Manacapuru, Amazonas, Brazil, to evaluate whether the use of marketing tools was a viable option, capable of bringing tangible gains to the population. The questionnaire evaluated the concept of development within the participants, as well as their work methods and work conditions, together with the random use of marketing practices.

The conclusion reached was that modern marketing concepts can significantly contribute for the improvement of quality of life and for the conservation of natural resources among the small household farmers in Ramal Nova Esperança, as long as other aspects of sustainable development are concurrently implemented in a systemic manner.

Keywords: sustainability, sustainable development, household farming, marketing

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Evolução do Índice de Desenvolvimento Social	13
QUADRO 2 – Estrutura da Metodologia Aplicada	22
QUADRO 3 – ASPECTOS ABORDADOS PARA CONCEITUAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO	48
QUADRO 4 – ASPECTOS ABORDADOS PARA AVERIGUAÇÃO DE POSSIBILIDADES DE TRABALHO E RENDA	56
QUADRO 5 – ASPECTOS ABORDADOS PARA VERIFICAÇÃO DA UTILIZAÇÃO DAS FERRAMENTAS DO MARKETING	62
QUADRO 6 – PROCESSO PRODUTIVO DAS HORTALIÇAS	70
QUADRO 7 – PROCESSO PRODUTIVO DE MANDIOCA E FARINHA	71

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Localização da Área de Estudo	18
FIGURA 2 – Mapa Cognitivo	19

LISTA DE TABELAS

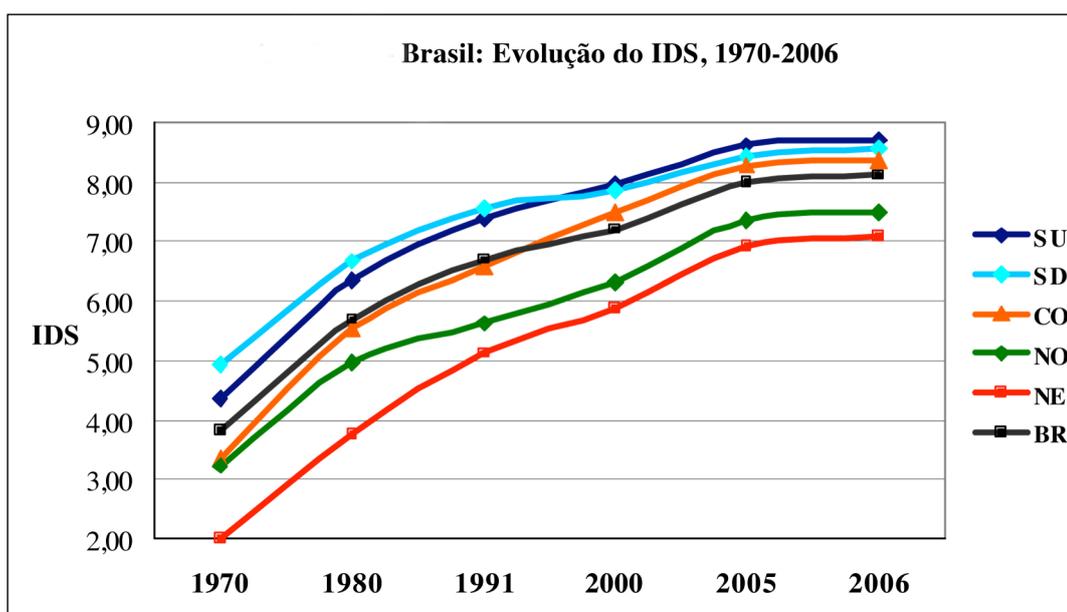
Tabela 1 – Avaliação melhorias passadas e expectativas futuras	48
Tabela 2 – Investimento	49
Tabela 3 – Desenvolvimento	50
Tabela 4 – Papel da Comunidade	52
Tabela 5 – Importância dos recursos externos	53
Tabela 6 – Conceituação de Qualidade de Vida	54
Tabela 7 – Avaliação dos impactos da Ponte do Rio Negro	55
Tabela 8 – Fontes de Renda e Renda	57
Tabela 9 – Dados da Produção	58
Tabela 10 – Controle e discriminação das despesas e custos	58
Tabela 11 – Mix de Produtos	59
Tabela 12 – Identificação de novas possibilidades de trabalho e renda	60
Tabela 13 - Existência e identificação de outras técnicas de produção	60
Tabela 14 – Reconhecimento, identificação e restrições para melhorias futuras	61
Tabela 15 – Utilização de recursos financeiros externos	61
Tabela 16 – Definição do "mix" de produtos e fatores limitadores	63
Tabela 17 – Controle de custos de produção	64
Tabela 18 – Sistema de venda	64
Tabela 19 – Preço de Venda	65
Tabela 20 – Composto de Produto – Os 4 P's	66
Tabela 21 – Iniciativa do laço comercial	67
Tabela 22 – Transporte	67

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 HIPÓTESE	15
2 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO	15
3 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA	17
3.1 Localização da Área de Estudo	18
3.2 Abordagem Teórico Metodológica	19
4 COMPLEXIDADE, MARKETING E SUSTENTABILIDADE	23
4.1 Complexidade	25
4.2 Agricultura Familiar	29
4.3 Marketing	32
4.4 Sustentabilidade	39
5 AGRICULTURA FAMILIAR NO RAMAL NOVA ESPERANÇA	46
5.1 Análise e Resultados	46
5.1.1 Percepção e Conceituação de Desenvolvimento	47
5.1.2 Identificação de Possibilidades de Geração de Trabalho e Renda	56
5.1.3 Avaliação da Utilização Espontânea das Ferramentas do Marketing	62
5.2 Unidades de Análise	68
5.2.1 Unidade de Análise Principal	68
5.2.1.1 Unidade de Análise Incorporada 1: Forma de Associação	68
5.2.1.2 Unidade de Análise Incorporada 2: Processo Produtivo	69
5.2.1.3 Unidade de Análise Incorporada 3: Sistema de Trabalho	72
5.2.1.4 Unidade de Análise Incorporada 4: Sistema de Distribuição das Receitas Geradas	73
5.2.1.5 Unidade de Análise Incorporada 5: Processo de Marketing	73
5.2.1.6 Unidade de Análise Incorporada 6: Sistema Administrativo	74
6 CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	74
7 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS	79
ANEXOS	82
ANEXO I – Formulário de Pesquisa	83
ANEXO II – Carta da Terra	86
ANEXO III – Parecer Conselho de Ética	95

Introdução

Considerando-se a evolução dos índices econômicos, levantados por inúmeras instituições pode-se concluir que, nesse aspecto – econômico- ocorreram grandes transformações no Brasil nos últimos 10 anos, as quais interferiram no índice de desemprego, no aumento da renda e em melhores condições de vida e inclusão social. Segundo o Índice de Desenvolvimento Social – IDS, desenvolvido pelo Instituto Nacional de Altos Estudos, em trabalho de Roberto Cavalcanti de Albuquerque¹, entre 1970 e 2006 houve crescimento constante deste índice, ainda que com disparidades entre as diversas regiões do Brasil (Quadro 1).



Quadro 1 – Evolução do Índice de Desenvolvimento Social – 1970/2006.
Fonte: Estudos e Pesquisas 213 – Instituto Nacional de Altos Estudos

A elaboração do Índice de Desenvolvimento Social – IDS considera: saúde, educação, trabalho, rendimento e habitação.

Os índices superiores a 8,5 refletem situações de Alto Desenvolvimento Social, índices entre 7,5 e 8,5 apontam para Médio-Alto Índice de Desenvolvimento Social, aqueles abaixo de 7,5 e maiores que 5,0 configuram Médio-Baixo Desenvolvimento Social e os inferiores a 5,0 refletem Baixo Desenvolvimento Social.

Ainda assim, isso não significa que o Brasil resolveu a totalidade de seus problemas. Segundo o censo do IBGE 2010, ainda existem cerca de 16,2 milhões de brasileiros com renda individual de até R\$ 70,00, o que segundo parâmetros da Organização das Nações

¹ Diretor Técnico do Instituto Nacional de Altos Estudos, INAE – Fórum Nacional. Ex-secretário de Planejamento da Secretaria de Planejamento da Presidência da República.

Unidas - ONU, os coloca em situação de miséria absoluta. Esse dado é importante para demonstrar que o país ainda está longe de poder reduzir seu ritmo de crescimento econômico-social e, até pelo contrário, deve buscar caminhos que possibilitem acelerar esse crescimento e possibilitar a inclusão destes milhões de brasileiros.

Por outro lado, os modelos de desenvolvimento e crescimento econômico utilizados até o momento, não mais atendem às necessidades da sociedade e provocam impactos ambientais que são, na conjuntura atual, impossíveis de serem absorvidos.

É imprescindível, portanto, que se busquem novas formas de desenvolvimento que ao mesmo tempo em que façam a inclusão social necessária, possibilitem o crescimento econômico, preservem os aspectos culturais e contemplem com o mesmo grau de importância a preservação do ambiente e a conservação dos recursos naturais, ao que se convencionou chamar de Sustentabilidade.

Considerando as experiências realizadas ou em andamento relativas à projetos deste tipo, assim como, os resultados efetivos obtidos, percebe-se a defasagem existente entre as necessidades existentes e a efetividade dos referidos projetos. Nas palavras de (SOUZA FILHO et al, 2005 p. 46): “É crucial, portanto, desenvolver mecanismos de coordenação do sistema como um todo, respeitando e considerando as especificidades do conjunto de agentes envolvidos.”

Nesse sentido, e com o intuito de colaborar para a eficácia destas iniciativas, o presente estudo verifica a possibilidade da utilização das ferramentas, técnicas e metodologias do marketing moderno como forma de potencializar essas ações, tornando-as mais efetivas na realização de seus objetivos e consequentemente interferindo positivamente na qualidade de vida dos sujeitos destas ações e também na preservação e conservação dos recursos naturais.

Ainda que com bastante significância, a questão abordada nesse estudo, que inclui desde o planejamento até os momentos pós-produção, não tem sido foco de estudos e pesquisas, levando a um hiato no processo produtivo estudado.

...a falta de pesquisas sobre o tema, aliada à baixa capacidade de absorção e utilização de ferramentas gerenciais modernas pelos agricultores familiares é um entrave fundamental à competitividade desse importante segmento da agropecuária nacional. (SOUZA FILHO et al, 2005 p. 45)

Assim, tem-se neste trabalho como Objetivo Geral analisar a viabilidade da utilização das técnicas do marketing como instrumento para obtenção de melhores resultados na atividade de agricultura familiar, melhoria da qualidade de vida e consequente preservação dos recursos naturais.

O marketing, como será visto mais adiante, surgiu com a função de avaliar processos produtivos, no que se refere ao o quê, como e quanto produzir, em um momento em que a economia mundial apresentava uma produção maior que a demanda. Todos os estudos nessa área levaram a um banco de conhecimentos que podem vir a ser úteis para os agricultores familiares do Ramal Nova Esperança.

Para isso foram definidos três Objetivos Específicos que pesquisados e analisados levarão à conclusões sobre a proposta do Objetivo Geral. São eles:

1. Conceituar desenvolvimento sob a ótica dos pesquisados;

É importante considerar que deve partir dos comunitários os conceitos de desenvolvimento, ao invés de impor-lhes algo fora de sua realidade.

2. Verificar possibilidades de trabalho e renda não aproveitadas;

No processo de planejamento devem ser consideradas todas as possibilidades de trabalho e renda, dentro dos parâmetros do marketing de diversificação de produtos, diversificação de mercados ou diversificação completa.

3. Verificar a utilização aleatória de ferramentas de marketing.

As atividades do marketing estão intrinsicamente ligadas aos conhecimentos de quem as utilizará, como também, ao bom senso. Dessa forma, pode ocorrer de estarem os agricultores valendo-se dessas ferramentas sem o saber e, em consequência, subutilizando-as.

1 Hipótese

A hipótese a ser avaliada é a de que “O Marketing Aplicado potencializa os processos de Conservação dos Recursos Naturais em áreas de agricultura familiar”.

Para analisar a adequação das metodologias , ferramentas e técnicas do marketing em estudos de avaliação de unidades familiares de produção em agricultura, levando-se em conta os aspectos relevantes da Sustentabilidade (social, econômico, cultural e ambiental) usou-se os dados gerados em um Estudo de Caso realizados junto aos agricultores familiares do Ramal Nova Esperança, no município de Manacapuru, cidade pertencente à Região Metropolitana de Manaus.

2 Organização do Trabalho

As premissas adotadas neste estudo foram:

- a. A viabilização da vida neste planeta implica na modificação das formas de relacionamento entre o Homem e o Ambiente;

- b. as aplicações práticas atuais dos conceitos de Sustentabilidade não permitem alcançar, efetivamente, condições satisfatórias de equilíbrio social, econômico e ambiental no processo de desenvolvimento;
- c. as ferramentas desenvolvidas pela área do conhecimento do Marketing podem vir a potencializar a realização das mudanças necessárias.

A partir destas premissas, foram definidas as categorias de análise, quais sejam:

- Teoria da Complexidade
- Conceito de Agricultura Familiar
- Conhecimento de Marketing
- Conceito de Sustentabilidade

À Teoria da Complexidade, conceituada por Morin, 2008, coube definir a base epistemológica sobre a qual se deram todas as análises e propostas. O pensar complexo, a abordagem das partes como indissolúveis do todo, assim como, a interação entre elas, o dinamismo e a importância fundamental das relações como sendo a única ocorrência real.

...o problema da complexidade não é o da completude, mas o da incompletude do conhecimento. Num sentido, o pensamento complexo tenta dar conta daquilo em que os tipos de pensamentos mutilantes se desfaz, excluindo o que eu chamo de simplificadores e por isso ele luta, não contra a incompletude, mas contra a mutilação. (MORIN, 2008 p.176)

O objetivo final foi a Sustentabilidade, como modelo de desenvolvimento que extrapola as questões econômico-financeiras, segundo (FERREIRA,2005): “Numa sociedade sustentável, o progresso é medido pela qualidade de vida (saúde, longevidade, maturidade psicológica, educação, ambiente limpo, espírito comunitário e lazer criativo) ao invés de puro consumo material.

As ferramentas desenvolvidas pela área de conhecimento do Marketing, foram avaliadas como sendo o caminho para potencialização das atividades de trabalho e geração de renda que poderão (ou não) levar a obtenção da sustentabilidade em seu mais amplo sentido.

Por fim e considerando o universo da pesquisa, realizada junto a agricultores familiares, fez-se necessária a inclusão desta categoria de análise tendo por objetivo não só conceituar, como também contextualizar a atividade da Agricultura Familiar no presente estudo.

Assim tem-se no Capítulo 4 a revisão da literatura sobre as quatro categorias de análise sob o ponto de vista histórico e do estado da arte em que se encontram.

No Capítulo 5, por meio do trabalho de campo realizado, identificam-se e demonstram-se os requisitos inerentes à trabalho e geração de renda, encontrados e praticados pelos moradores do Ramal Nova Esperança.

Tais quesitos foram:

- Formas de Associação,
- Processo Produtivo,
- Sistema de Trabalho,
- Sistema de Distribuição das Receitas Geradas,
- Processo de Marketing (divulgação e Venda) e
- Sistema Administrativo dos agricultores familiares incluídos na pesquisa.

No Capítulo 6 apresenta-se a confrontação entre a realidade encontrada, as práticas adotadas pelo Marketing social moderno e as formas possíveis de utilização das ferramentas como forma de potencializar os resultados. Tudo sob a ótica epistemológica da Teoria da Complexidade e tendo no horizonte a Conservação dos Recursos Naturais e a Sustentabilidade.

3 Estratégia Metodológica

Esta etapa da dissertação tem como objetivo analisar e avaliar as condições em que se deu o estudo, caracterizando a região, a metodologia utilizada e, principalmente, as atividades destacadas como objetos de análise desta pesquisa, relativas à agricultura familiar no ramal Nova Esperança – Manacapuru, Manaus – AM. São elas:

- Conceito de Desenvolvimento sob a ótica dos Agricultores Familiares;
- Oportunidades de geração de trabalho e renda existentes e
- Utilização das ferramentas do marketing aleatoriamente.

3.1 Localização da Área de Estudo

2.1. Caracterização da Área de Estudo

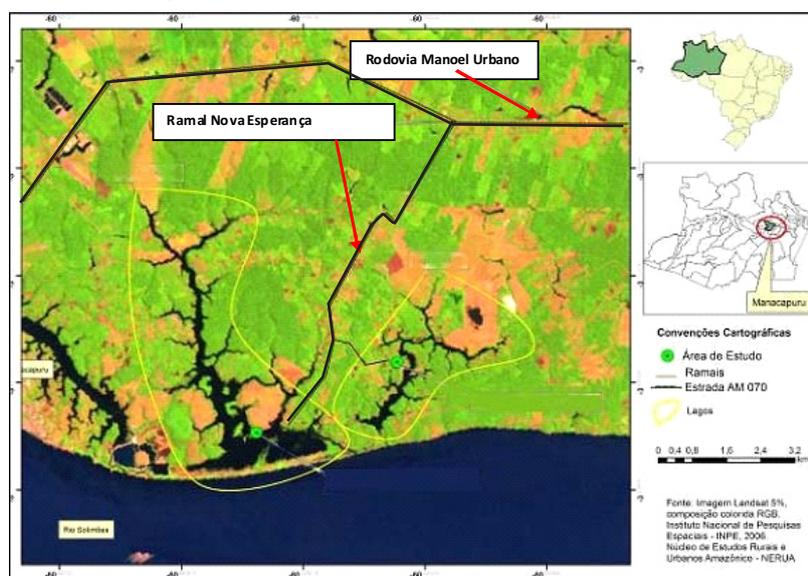


Figura 1 – Localização da Área de Estudo. Ramal Nova Esperança. Manacapuru – AM – Fonte NERUA 2005

Na figura 1 pode ser localizada o conhecido regionalmente Ramal Nova Esperança, localizado no município de Manacapuru distante 96 km de Manaus, no Km 62 da Rodovia Manoel Urbano, que liga Iranduba a Manacapuru, tendo como coordenadas: S 3° 16' 12.9" e W 60° 32' 49.9" (Figura 1).

Manacapuru é um município do Estado do Amazonas que conta com 86.472 habitantes, sendo 87% desta população assentada em área urbana e os restantes 13% em área rural. A área total do município é de 7.329 Km², apresentando um PIB per capita de R\$ 4.594,00/ano, (IBGE 2009).

O município se encontra na Zona Metropolitana de Manaus e entre outras atividades tem o turismo como fonte de trabalho e renda, em decorrência das festas populares, notadamente a Ciranda, no mês de Agosto.

Sua base econômica está na cultura da juta, ainda que tenha, no setor agropecuário outras atividades. Destacam-se ainda o cultivo de mandioca, banana, milho e malva (IBGE, 2001). Além destas, atividades extrativistas são realizadas destacando-se a extração de borracha e castanha e atividades de caça e pesca. (Manacapuru 2009)

O Ramal Nova Esperança inicia-se no Km 62 da Rodovia Manoel Urbano - AM 010, à esquerda no sentido Iranduba/Manacapuru e termina após 7 km nas margens do Lago Calado (Figura 1). É asfaltado em toda sua extensão. Foi fundado em 1980 sendo a área uma doação do proprietário original para efetivação de assentamento do INCRA.

Conforme Mapa Cognitivo exposto na Figura 2, o ramal conta com aproximadamente 34 famílias moradoras que desenvolvem, entre outras atividades, a agricultura familiar, direcionando a produção para consumo próprio e negociação das sobras. Estão organizadas no ramal três sociedades denominadas Bom Jardim, São Raimundo e Nova Aliança.

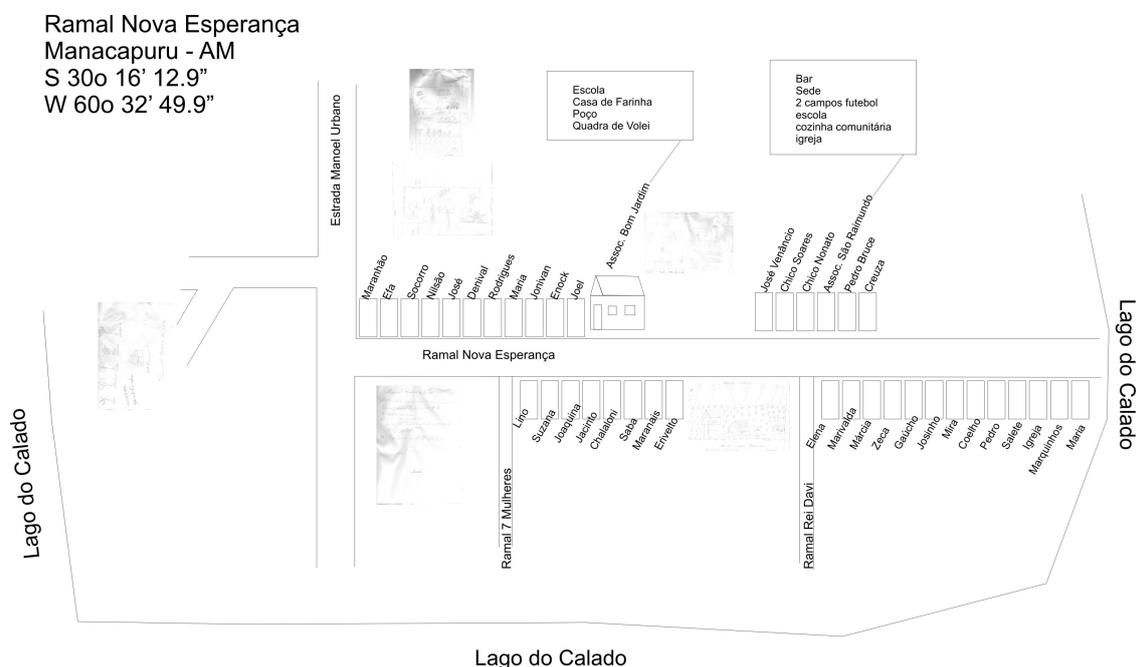


Figura 2 - Mapa Cognitivo – Ramal Nova Esperança – Fonte PARTICIP – Distribuição das famílias no Ramal.

O trabalho de pesquisa teve início por meio de contato com Dona Erminda Mendes do Nascimento, “Dona Lindinha”, agricultora familiar estabelecida há 12 anos na região.

Ainda que não seja presidente ou exerça qualquer outro cargo em nenhuma das associações, Dona Lindinha demonstra ser uma forte liderança da região, pelo seu empreendedorismo, capacidade de trabalho e inteligência.

A partir do contato com a comunitária, desenvolveu-se a pesquisa contando com sua ajuda. A aplicação dos questionários deu-se entre os meses de setembro a outubro de 2010 e envolveu 10 famílias moradoras da região.

3.2 ABORDAGEM TEÓRICA E METODOLÓGICA

A abordagem adotada nesta pesquisa foi sistêmica e o sistema formado pela “comunidade” caracteriza-se como sendo um sistema aberto, biológico e vivo e, portanto, sujeito à *autopoiese* assim conceituada por Francisco Maturana.

Trata-se de uma rede de processos de produção, nos quais a função de cada componente consiste em participar da produção ou da transformação de outros componentes da rede. Desse modo, toda a rede, continuamente, “produz a si mesma”. Ela é produzida pelos seus componentes e, por sua vez, produz esses componentes. “Num sistema vivo, explicam os autores, o produto de sua operação é a sua própria organização.”(MATURANA E VARELA *apud* Capra 1996, p.89)

Conceituando Sistema temos que, de acordo com Capra (1996, p. 40) sistemas são:

As propriedades essenciais de um organismo ou sistema vivo são propriedades do todo, que nenhuma das partes possui. Elas surgem das interações e das relações entre as partes. Essas propriedades são destruídas quando o sistema é dissecado, física ou teoricamente, em elementos isolados.

A compreensão apresentada por Capra (1996) é a de que os sistemas são totalidades integradas que não podem ser estudadas pela análise de entidades isoladas, mas somente como interconexões, ou correlações entre vários processos de observação e medida. “O mundo não pode ser decomposto em unidades elementares que existem de maneira independente. A natureza não nos mostra blocos de construção isolados, mas, em vez disso, aparece como uma complexa teia de relações entre as várias partes de um todo infinito.”

Desta maneira, as propriedades das partes só podem ser entendidas dentro do contexto do todo maior, isto porque, o pensamento sistêmico é “contextual”, ou seja, possível de ser explorado considerando o seu ambiente, onde as partes são apenas um padrão, numa teia inseparável de relações onde é possível conhecer-se a partir de concepções e teorias limitadas e aproximadas da realidade construída por meio de respostas provisórias.

Para Morin (2008, p. 274): “ O sistema não é uma palavra- chave para a totalidade; é uma palavra-raiz para a complexidade. A complexidade entendida como ‘dificuldade, como incerteza e não como uma resposta .’ ”

O método escolhido foi o de Estudo de Caso Incorporado, considerando a proposta de transformação de uma realidade por meio da ação dos participantes do estudo.

... o estudo de caso representa uma investigação empírica e compreende um método abrangente, com a lógica do planejamento, da coleta e da análise de dados. Pode incluir tanto estudos de caso único quanto de casos múltiplos, assim como abordagens quantitativas e qualitativas de pesquisa. (YIN, 2005, p.25)

A própria consideração do grupo em estudo como sendo um sistema autopoiético, e portanto, um sistema que se produz continuamente, determinou a opção pelo Estudo de Caso que, por suas características, proporciona essa interação entre pesquisador e pesquisados.

O estudo de caso conta com muitas técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas, mas acrescenta duas fontes de evidências que usualmente não são incluídas no repertório de um historiador: observação direta dos acontecimentos que estão sendo estudados e entrevistas das pessoas neles envolvidas. (YIN, 2005, p. 26)

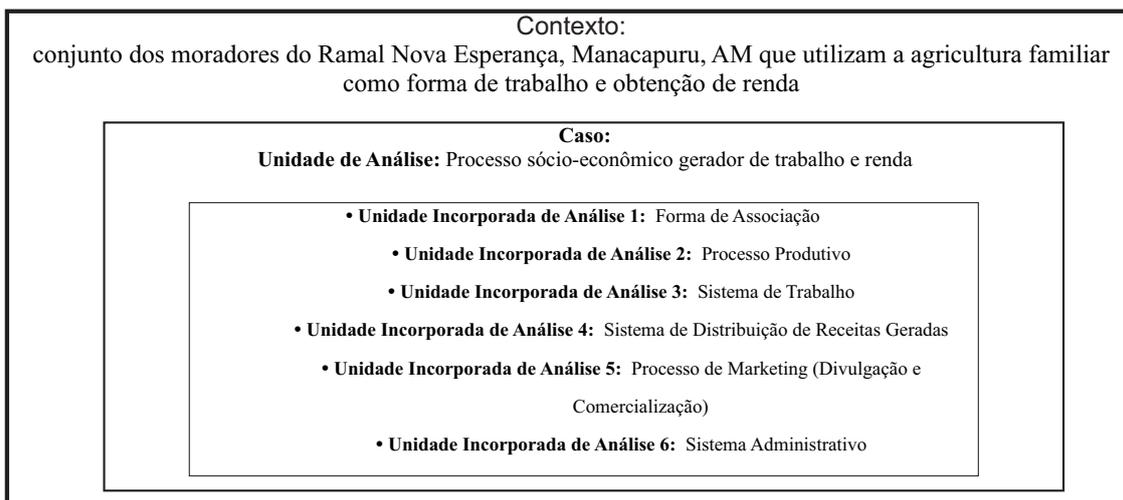
Em conformidade com Yin 2005, o Estudo de Caso Incorporado permitiu considerar os seguintes elementos, na área estudada e representada no Quadro 2.

Contexto: conjunto dos moradores do Ramal Nova Esperança, Manacapuru, AM que praticam atividades características da agricultura familiar como forma de trabalho e obtenção de renda.

A agricultura familiar, segundo Lamarche (1997), é orientada por uma lógica familiar que, alimentada por um patrimônio sociocultural, define a especificidade da relação entre o trabalho, a família e a propriedade. O estabelecimento familiar, tal como o percebemos, corresponde a uma unidade de produção agrícola onde propriedade e trabalho estão intimamente ligados à família. A interdependência destes três fatores no funcionamento do estabelecimento engendra necessariamente noções mais abstratas e complexas, tais como a transmissão do patrimônio e a reprodução do trabalho. (LAMARCHE, 1997, p. 15).

Caso - Unidade de Análise: Processo sócio-econômico gerador de trabalho e renda, representado por:

- **Unidade Incorporada de Análise 1:** Forma de Associação
- **Unidade Incorporada de Análise 2:** Processo Produtivo
- **Unidade Incorporada de Análise 3:** Sistema de Trabalho
- **Unidade Incorporada de Análise 4:** Sistema de Distribuição de Receitas Geradas
- **Unidade Incorporada de Análise 5:** Processo de Marketing (Divulgação e Comercialização)
- **Unidade Incorporada de Análise 6:** Sistema Administrativo



Quadro 1 - Estrutura da Metodologia Aplicada

O ponto de partida do estudo foram as questões levantadas pelas Unidades de Análise Incorporadas no contexto de agricultura familiar, visando obter as respostas relacionadas à conservação dos recursos naturais vivenciado pelos sujeitos da pesquisa.

As unidades familiares que fizeram parte do universo da pesquisa, atenderam as seguintes premissas:

- ser morador (a) do Ramal Nova Esperança há pelo menos 5 anos;
- ser o proprietário (a) ou arrendatário da área em que trabalha;
- ter a agricultura familiar como responsável por parte dos rendimentos totais da família;
- estar diretamente envolvido (a) com a execução operacional do trabalho.

O recrutamento se deu por meio de contato direto com os comunitários, aos quais foi apresentada a proposta do trabalho que se realizaria e seus objetivos e o convite à colaborar com a realização do mesmo.

Das 34 famílias moradoras no Ramal Nova Esperança, 10 atenderam às premissas estabelecidas e ainda concordaram em participar do estudo.

As informações foram obtidas por meio de questionário estruturado, aplicado por intermédio de entrevista específica (Anexo I) realizadas com os participantes.

Além do questionário e entrevista, as diversas visitas ao Ramal Nova Esperança propiciaram a observação direta do cotidiano dos moradores daquela região e de seus hábitos e costumes.

Realizado o trabalho de campo, as informações obtidas foram tabuladas, organizadas e submetidas aos entrevistados para validação.

As informações coletadas, organizadas e validadas foram analisadas sob a episteme do marketing moderno, com o objetivo de estabelecer identidades, discrepâncias e possibilidades de implantação de novas técnicas.

4 COMPLEXIDADE, AGRICULTURA FAMILIAR, MARKETING E SUSTENTABILIDADE,

Considerando que o maior objetivo deste estudo consiste na avaliação da efetividade da contribuição das ferramentas do marketing para a melhoria das condições de produção, comercialização e vida dos comunitários, o que pode ser traduzido como desenvolvimento, fez-se necessário, “a priori” conceituar “desenvolvimento”.

Levando-se em conta o pensamento sistêmico, desenvolvimento é uma palavra ou um conceito que está, desde sempre, muito presente em todos os projetos, propostas e discursos com as mais variadas origens. Homens, mulheres, comunidades, cidades, países, o mundo, o Universo buscam incessantemente o desenvolvimento. Ainda que, com toda essa frequência no cotidiano, conceituar-se “desenvolvimento” por si só, de forma híbrida, demonstrou ser de grande complexidade.

Assim como os direitos humanos, a noção de desenvolvimento é central nas preocupações da ONU. Ao longo dos últimos 50 anos, ela se enriqueceu consideravelmente. A idéia simplista de que o crescimento econômico por si só bastaria para assegurar o desenvolvimento foi rapidamente abandonada em proveito de uma caracterização mais complexa do conceito, expressa pelas adições sucessivas de epítetos: *econômico, social, cultural,* naturalmente *político,* depois *viável [sustainable],* enfim, último e recente acréscimo, *humano,* significando ter como objetivo o desenvolvimento dos homens e das mulheres em lugar da multiplicação das coisas. (Sachs, 1998 p.1)

A característica permanente em todas as buscas é de que, ao desenvolvimento, sempre estão associados os conceitos de movimento, dinamismo, mudança. E é, a partir destas características, que surge sempre a necessidade de adjetivação. Ao sair de um ponto para chegar a outro ponto é necessário traçar um caminho. Esse caminho adjetiva o desenvolvimento.

Desenvolvimento Capitalista, Desenvolvimento Sustentável, Desenvolvimento Pessoal, Desenvolvimento Financeiro, todas as atividades humanas são passíveis de desenvolvimento e sempre em uma direção pré-determinada pelos aspectos culturais, econômicos, religiosos e outros.

Por muito tempo tentei resistir à moda que consiste em pregar no substantivo "desenvolvimento" um rosário cada vez mais extenso de adjetivos: econômico, social, político, cultural, sustentável, e agora (socialmente) incluyente. Eu preferiria usar o termo "desenvolvimento total". Mas não tenho costume de perder tempo com a semântica. (Sachs, 2010, p.8)

Armando Dias Mendes, estabelece a ligação entre os conceitos de Desenvolvimento e Envolvimento, colocando-os da seguinte maneira:

Para os fins deste ensaio, defino desenvolvimento como a criação de condições tendentes à produção do ser humano em sua integridade. É, portanto, um processo e o sucesso resultante. Incorpora objetivos, destina-se a certos fins. E o desenvolvimento econômico e material é visto como um elemento importante, mas em si insuficiente, para a promoção do desenvolvimento humano.

Como envolvimento defino as articulações do ser humano com o ambiente que o cerca: seu comprometimento e os cometimentos correspondentes. E, ao falar em ambiente, não falo só do meio natural, que precede, condiciona, e afinal sucede o homem. Falo também do ambiente que precede o homem, fruto das relações que ele entretém com o entorno e consigo mesmo. (MENDES *apud* CAVALCANTI, 2003, p.54)

Encarado, portanto, como um “processo e o sucesso resultante”, reforça a ideia da ação, do sair de um ponto e chegar a outro.

A partir dessa qualificação do desenvolvimento tem-se que em seguida admitir que alguns tipos de desenvolvimento são antagônicos e excludentes entre si.

O Desenvolvimento Capitalista, o mais comum entre todos, tem sentido de direção, intensidade, frequência e componentes antagônicos àqueles que encontramos no Desenvolvimento Sustentável, o mais falado na atualidade. Onde existe um é impossível a existência do outro.

Ao buscar-se um desenvolvimento sustentável hoje está-se, ao menos implicitamente, pensando em um desenvolvimento capitalista sustentável, ou seja uma sustentabilidade dentro do quadro institucional de um capitalismo de mercado. No entanto, não se colocando a questão básica quanto à própria possibilidade de uma tal sustentabilidade... (STHEL *apud* CAVALCANTI, 2003, p. 104)

É evidente que a conservação dos Recursos Naturais, objetivo maior da presente pesquisa, passa obrigatoriamente pela adoção de estratégias que proporcionem às populações tradicionais uma vida digna, com liberdade de escolhas econômicas, sociais, políticas e religiosas. Uma vida que tenha entre suas características, segundo a Carta da Terra:

“Construir sociedades democráticas que sejam justas, participativas, sustentáveis e pacíficas.

a. Assegurar que as comunidades em todos níveis garantam os direitos humanos e as liberdades fundamentais e proporcionem a cada um a oportunidade de realizar seu pleno potencial.

b. Promover a justiça econômica e social, propiciando a todos a consecução de uma subsistência significativa e segura, que seja ecologicamente responsável.” (CARTA DA TERRA, PRINCÍPIOS, p.2)

Além desse aspecto e considerando a Amazônia especificamente, faz-se necessária a criação de barreiras às tentativas de invasão, implícitas ou explícitas, que poderão acontecer quando os recursos abundantes na região e fundamentais a todas as sociedades, chegarem aos picos de escassez no restante do mundo.

No todo, cerca de um quarto das 49 guerras e conflitos armados (ocorridos no continente africano) travados durante 2000 possuía um forte conteúdo de recursos, no sentido que a exploração legal ou ilegal deles ajudou a provocar ou agravar conflitos violentos ou financiou sua continuação.” (RENNER, 2002, p. 175)²

A proposta consiste em potencializar a geração de trabalho e renda de forma a manter a qualidade de vida das populações em níveis adequados, em harmonia com a Natureza e preservando os recursos naturais.

Dotar tais populações de conceitos básicos de planejamento, gestão empresarial e marketing que, alicerçados na capacidade empreendedora demonstrada poderá modificar substancialmente as condições de trabalho e renda atuais.

Isso posto, neste capítulo iremos estudar quatro unidades de análise – Complexidade, Agricultura Familiar, Marketing e Sustentabilidade – e as suas correlações, focando de forma mais aprofundada a validade da aplicação dos conhecimentos e ferramentas do marketing, área de conhecimento desenvolvida sob a égide do capitalismo e priorizando sempre a questão econômica e o lucro financeiro, como sendo forma possível e efetiva de promover a sustentabilidade das comunidades e populações tradicionais que habitam a Amazônia, preservando os seus “habitus” e buscando confirmar ou refutar a hipótese de que “O Marketing Aplicado potencializa a Conservação dos Recursos Naturais”.

4.1 COMPLEXIDADE

A Teoria da Complexidade, segundo Morin (2008), emerge neste trabalho como base epistemológica de todas as pesquisas e análises a serem empreendidas. A nova forma de encarar a vida, entendendo a impossibilidade de separar a parte do todo e a consciência de que a única realidade está nas relações entre estes, são o norte de todos os raciocínios aqui realizados.

² O Estado do Mundo -2002 – Parte 2

Durante mais de 300 anos as ciências de forma geral foram influenciadas e parametrizadas pelas teorias desenvolvidas por Newton e Descartes. Eram teorias que pregavam a segmentação e a independência de tudo que havia no Universo.

Desse modo, no final do século XIX, a mecânica newtoniana, a ciência das trajetórias eternas, reversíveis, tinha sido suplementada por duas visões diametralmente opostas da mudança evolutiva... (CAPRA, 1996 p.54)

O mundo, na visão newtoniana, era um grande relógio composto por diversas partes e o todo era igual à soma das partes. O Universo, um enorme vazio em que partículas, moléculas e átomos circulavam, encontrando-se de quando em quando e depois seguindo seu caminho isoladamente.

Historicamente temos que, a partir de meados do século XX, grandes transformações aconteceram em função de fatos e desenvolvimento científico e tecnológico. Tais mudanças ocasionaram novas formas de comportamento e relacionamento em todas as áreas.

Desde o início do século passado, um grupo de cientistas das mais diversas áreas começou a estudar o universo do “muito pequeno” e, a partir destes estudos, começou a questionar as teorias de Newton e Descartes que prevaleciam e ditavam os caminhos de todas as ciências.

Ao invés do universo segmentado, fracionado, separado apregoado por Newton e Descartes, esse grupo de cientistas afirmava ser, o Universo, um todo indissolúvel que interagia de forma permanente. Como se fosse uma grande teia, tudo, absolutamente tudo que existia sobre a face do planeta, fosse vivo ou não - vivo, fazia parte deste processo interativo.

Tais teorias eram de difícil comprovação matemática, posto que, extrapolavam a linearidade das análises newtonianas e necessitavam para tal de cálculos extremamente complexos. Em meados do século passado, com o surgimento dos computadores de grande porte, tais cálculos passaram a ser possíveis de realizar, comprovando as teses dos cientistas. Surgia aí a Teoria da Complexidade, Nova Ciência ou Teoria Quântica como passou a ser conhecida.

A complexidade parece ser negativa ou regressiva já que é a reintrodução das incertezas num conhecimento que havia partido triunfalmente à conquista da certeza absoluta. É preciso enterrar esse absoluto. Porém, o aspecto positivo, o aspecto progressivo que a resposta ao desafio da complexidade pode ter, é o ponto de partida de um pensamento multidimensional. (MORIN, 2008, p. 188)

Além da incerteza que a Nova Ciência introduzia na forma de pensar, a abordagem do todo e das partes de forma indissolúvel, assim como o reconhecimento de que os únicos fatos reais eram as relações mantidas permanentemente, ajudavam a promover uma verdadeira revolução nas ciências.

De acordo com a visão sistêmica, as propriedades essenciais de um organismo, ou sistema vivo, são propriedades do todo, que nenhuma das partes possui. *Elas surgem das interações e das relações entre as partes*. Essas propriedades são destruídas quando o sistema é dissecado, física ou teoricamente, em elementos isolados.” (CAPRA, 1996, p. 40 – grifo nosso)

Frente ao já mencionado desenvolvimento científico e tecnológico, estas teorias newtonianas não mais ofereciam respostas satisfatórias às questões que se apresentavam.

Novos padrões de relação social e de política ocupam o centro de nossa atenção hoje em dia. Os conhecidos padrões de família, comunidade, negócio e até de nação estão ruindo. Os antigos sistemas políticos e econômicos se desmancham ou se encontram no limite da ruptura. Já não tem resposta para as nossas necessidades e indagações mais profundas, já não nos inspiram com uma visão, nem nos motivam à ação. A nossa relação com a Natureza atingiu um ponto de urgência global. Todo conjunto do paradigma mecanicista da sociedade já não consegue lidar com a realidade contemporânea. (ZOHAR, 1993, p.27)

Da biologia organísmica o pensamento sistêmico passa a influenciar todas as demais áreas de conhecimento. Na física, o pensamento newtoniano é substituído pela Física Quântica, a Psicologia Gestáltica com Wertheimer e Köhler e posteriormente com Reich, a Ecologia é também permeada pelo pensamento complexo e surgem os conceitos de ecossistemas desenvolvido primeiramente pelo ecologista britânico A.G. Tansley e no final do século XIX o conceito de Biosfera pelo geólogo austríaco Eduard Suess.

O Universo passa a ser entendido como algo permanentemente interligado, sem a existência de vazios, como numa enorme teia.

Na década de 40 surge a teoria geral dos sistemas de Ludwig Von Bertalanffy, que estabelece o pensamento sistêmico como manifestação científica de primeira grandeza.

A teoria geral dos sistemas é uma ciência geral de “totalidade”, o que até agora era considerada uma concepção vaga, nebulosa e semi-metafísica. Em forma elaborada, ela seria uma disciplina matemática puramente formal em si mesma, mas aplicável às várias ciências empíricas. Para as ciências preocupadas com “totalidades organizadas”, teria importância semelhante àquela que a teoria das probabilidades tem para as ciências que lidam com “eventos aleatórios. (BERTALANFFY, 1968, p. 37)

Outros estudos somam-se aos já realizados e incrementam a Teoria dos Sistemas. Maturana e Varela realizam estudos sobre a organização nos sistemas vivos e definem o que denominam Autopoiese, *auto* significa “si mesmo” e *poiese* que significa “criação”, “construção”, ou seja, a capacidade que os sistemas vivos têm de reconstruir a si mesmos.

Tendo esclarecido que seu interesse é com a organização e não com a estrutura, os autores prosseguem então definindo autopoiese, a organização comum a todos os seres vivos. Trata-se de uma rede de processos de produção, nos quais a função de cada componente consiste em participar da produção ou da transformação de outros componentes da rede. Desse modo, toda a rede, continuamente, “produz a si mesma”. Ela é produzida pelos seus componentes e, por sua vez, produz esses componentes. “Num sistema vivo”, explicam os autores, “o produto de sua operação é a sua própria organização. (CAPRA, 1996, p.88)

Foi quando o químico James Lovelock, ao realizar estudos para a NASA, começou a pesquisar sobre a vida no nosso e nos demais planetas. Concluiu, primeiramente, que a mais comum característica da vida era o fato de retirar energia e deixar resíduos no ambiente. Ao mesmo tempo, as plantas produzem oxigênio e outros organismos outra infinidade de gases tornando a Terra, segundo Kapra (1996): “um sistema aberto, afastado do equilíbrio, caracterizado por um fluxo constante de energia e matéria. Sua análise química detectava a própria “marca registrada” da vida.”

Para mim, a revelação pessoal de Gaia veio subitamente – como um flash de iluminação. Eu estava numa pequena sala do pavimento superior do edifício do Jet Propulsion Laboratory, em Pasadena, Na Califórnia. Era outono de 1965...e eu estava conversando com um colega, Dan Hitchcock, sobre um artigo que estávamos preparando...Foi nesse momento que num lampejo, vislumbrei Gaia. Um pensamento assustador veio a mim. A atmosfera da Terra era uma mistura extraordinária e instável de gases, e, não obstante, eu sabia que sua composição se mantinha constante ao longo de períodos de tempo muito longos. Será que a vida na Terra não somente criou a atmosfera, mas também a regula – mantendo-a com uma composição constante, e num nível favorável aos organismos? (LOVELOCK, 1991, p. 21-22 *apud* CAPRA, 1996, p.91-92).

Lovelock tinha como certa a sua concepção sem, porém, entender completamente muitos dos processos ali envolvidos. No mesmo período a microbiologista Lynn Margulis, em sua área, buscava as mesmas explicações sem também encontrá-las.

A química de Lovelock e a microbiologia de Margulis forneceram, a ambos, as respostas que necessitavam, fechando o ciclo e formulando a Hipótese de Gaia.

Enunciada de maneira simples, a hipótese [de Gaia] afirma que a superfície da Terra, que sempre temos considerado o meio ambiente da vida, é na verdade parte

da vida. A manta de ar – a troposfera – deveria ser considerada um sistema circulatório, produzido e sustentado pela vida...Quando os cientistas nos dizem que a vida se adapta a um meio ambiente essencialmente passivo de química, física, rochas, eles perpetuam uma visão seriamente distorcida. A vida, efetivamente, fabrica e modela e muda o meio ambiente ao qual se adapta. Em seguida, esse “meio ambiente” realimenta a vida que está mudando e atuando e crescendo nele. Há interações cíclicas constantes. (MARGULIS, 1989 *apud* CAPRA, 1996, p. 94)

Assim como a Hipótese de Gaia, a própria Teoria da Complexidade encontra sérias resistências no mundo acadêmico-científico. Os grandes mestres recusam-se a incluir a complexidade em seus estudos e, como consequência, seus discípulos também a desconsideram.

Com o surgimento e disseminação da informática e da teoria da informação, potencializa-se demais o acesso a todo tipo de dados que, em sendo de interesse do objeto de estudo específico passam a ser informação que, por sua vez, obtida e processada se transforma em conhecimento. Vem daí que, sob a ótica da complexidade e da interatividade entre todas as ciências, a busca pela alta especialização é substituída pela necessidade do conhecimento horizontalizado, capaz de enxergar e entender as interrelações existentes entre as ciências, as culturas, os povos, as nações, as formas de vida.

Da mesma forma, as universidades que, desde sua criação no período renascentista, eram tidas como única fonte de geração de conhecimento, no processo de estudo da Natureza e de sua preservação, assim como nas demais áreas, começam a reconhecer os inúmeros saberes das populações tradicionais, contribuindo para a complexidade das relações.

4.2 AGRICULTURA FAMILIAR

O termo “agricultura familiar”, assim como, a figura do agricultor familiar são recentes na história da agricultura do país.

Até a última década do século passado eram comumente designados como: “pequeno produtor, pequeno proprietário e, por vezes, camponês” (Neves, 2007, p. 1) .

A designação de “agricultura familiar” veio a partir do Censo Agropecuário de 1995/1996 e, posteriormente, no estudo realizado por Guanziroli e Cardim em 2000.

Ainda que ambos estudos tivessem o mesmo foco, havia divergências entre eles, o que poderia interferir nos estudos a serem realizados.

No estudo Novo Retrato da Agricultura Familiar – O Brasil Redescoberto, resultado de cooperação técnica INCRA/FAO, conduzido por Guanziroli e Cardim (2000), caracterizou-se como estabelecimento familiar aqueles que atendiam simultaneamente duas condições:

- a) a direção dos trabalhos do estabelecimento era exercida pelo produtor;
- b) o trabalho familiar era superior ao trabalho contratado.”

Por sua vez, o Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA, por intermédio da Lei 11.326 de 24 de julho de 2006, estabelece os seguintes parâmetros para a classificação como Agricultura familiar:

Art. 3o Para os efeitos desta Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;

II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;

III - tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;

IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

§ 1o O disposto no inciso I do caput deste artigo não se aplica quando se tratar de condomínio rural ou outras formas coletivas de propriedade, desde que a fração ideal por proprietário não ultrapasse 4 (quatro) módulos fiscais. Brasil. Lei 11.326 de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Diário Oficial da União, 25/07/2006.

Após inúmeros estudos e pesquisas envolvendo as mais diversas categorias, das mais diversas áreas, convencionou-se que o termo “agricultura familiar designava:

Consagra-se para dar visibilidade ao projeto de valorização de agricultores e trabalhadores rurais sob condições precárias de afiliação ao mercado e de reprodução social, diante de efeitos da interdependência entre agricultura e indústria e do processo de concentração da propriedade dos meios de produção no setor agropecuário. (Neves, 2006, p. 15)

A agricultura familiar, envolvida no estudo, tem grande importância na matriz agrícola do Brasil. Segundo dados do Censo Agropecuário IBGE 2006, neste período os estabelecimentos caracterizados como sendo de agricultura familiar somavam pouco mais de 4,3 milhões de propriedades, ou seja, 84,4% do total de propriedades agrícolas. Ocupavam, ainda, área superior a 80 milhões de hectares ou 24,3% do total.

Ainda com base no referido Censo, um terço da receita dos estabelecimentos agropecuários originavam-se na agricultura familiar. Importante ressaltar que 1/3 dos

agricultores familiares declararam não ter obtido rendimentos naquele ano, 2006. Com relação ao Valor Total da Produção, 38% é creditado a atividade de agricultura familiar.

Para complementar o perfil dos agricultores familiares, outros dados apresentam-se como relevantes: representam 74,4% do total de trabalhadores, 37% dos parentes de agricultores familiares eram analfabetos, com maior incidência na faixa de 14 anos ou mais, 13,7% dos estabelecimentos eram dirigidos por mulheres e 74,4% dos agricultores eram proprietários das terras e 5,6% eram produtores sem área.

A atividade surge com grande participação no fornecimento da cesta básica de alimentos, contribuindo significativamente para a segurança alimentar. Ainda segundo o estudo citado, coube à agricultura familiar: 87% da produção nacional de mandioca, 70% da produção de feijão, 46% do milho, 38% do café, 34% do arroz, 58% do leite (composta por 58% do leite de vaca e 67% do leite de cabra), 59% do plantel de suínos, 50% das aves, 30% dos bovinos e, ainda, 21% do trigo.

Na região Norte, área desta pesquisa, a agricultura familiar, segundo o Censo Agropecuário 1995/1996 – IBGE, apresenta os seguintes números:

. Total de Estabelecimentos	380.895
. % sobre o número total de estabelecimentos na região	85,4
. Área Total em mil ha	21.860
. % sobre a área total da região	37,5
. Valor Bruto da Produção VBP (R\$ mil)	1.352.656
. % do VBP sobre a produção total da região	58,3

A área média das propriedades é de 57 ha, com uma renda média anual de R\$ 355,12 por propriedade. Ainda que com uma significativa participação no VBP da região, 58,3%, o resultado por propriedade fica aquém das necessidades .

A agricultura familiar tem, ainda, significativa importância na ocupação da mão de obra. A região Norte conta com aproximadamente 1,5 milhão de pessoas ocupadas na agricultura, sendo que destas, 82,15% estão na agricultura familiar. (IBGE 1995-1996)

A região Norte apresenta um percentual de 43,3% de propriedades com áreas entre 5 e 50 ha, sendo que 84,6% dos agricultores são proprietários das terras em que trabalham.

Para avaliação e comparação dos níveis de renda dos agricultores familiares, O Censo Agropecuário 1995-1996 – IBGE, e o Convênio FAO/Inra estabeleceram 4 níveis de renda.

Nível A:	renda média anual	R\$ 15.986,00
Nível B:	renda média anual	R\$ 3.491,00
Nível C:	renda média anual	R\$ 1.330,00
Nível D:	renda média anual	R\$ 98,00

Os agricultores familiares da região Norte posicionavam-se, em 76,4% dos casos, entre os níveis B e D, ou seja, com rendas anuais variando de R\$ 98,00 a R\$ 3.491,00.

4.3 MARKETING

A hipótese a ser comprovada ou refutada refere-se à efetividade da aplicação dos conhecimentos obtidos na área denominada Marketing, surgida a partir de meados do século passado. Acredita-se que a utilização destas ferramentas possam contribuir para a obtenção efetiva da sustentabilidade e da conservação dos recursos.

De forma contemporânea e simultânea, as mudanças que vinham ocorrendo nas áreas científicas e também no comportamento social, terminavam por causar alterações nas demais áreas também.

Do ponto de vista da organização econômica, percebe-se uma evolução que é ao mesmo tempo vetor das demais mudanças e objeto das alterações ocorridas. De forma *autopoiética* vai-se formando uma nova forma de administrar empresas e fazer negócios, uma nova forma de relacionamento entre empresas, instituições, entidades ou outro tipo de associação com um mesmo fim.

Durante a vigência do Sistema Feudal, os vassallos que trabalhavam na terra, entregavam uma parte daquilo que produziam aos senhores, ficando com o restante para si. Parte dessa cota era destinada ao consumo próprio e, com o excedente faziam trocas na busca de obtenção de maior variedade de bens de consumo. Tais trocas eram realizadas em feiras montadas ao redor do muro dos feudos, conhecidas como burgos. Dos burgos emergem os burgueses que por meio das trocas realizadas obtêm, mais que os produtos que necessitam, independência do jugo feudal.

O feudalismo tem seu fim com o término das Cruzadas e dá início à Renascença, na França, que promove uma revolução política e cultural. Concomitantemente, tem início a Revolução Industrial, na Inglaterra, que tem como foco os meios de produção e que, partindo desta atividade interfere em todos os demais aspectos econômicos e sociais.

O domínio sobre a energia do vapor e o desenvolvimento das linhas de montagem modificaram o cenário econômico e social e inauguraram o capitalismo.

Surgem os capitalistas, proprietários do capital e dos meios de produção e no outro lado os trabalhadores assalariados que vendiam sua capacidade de trabalho como forma de sobrevivência. No bojo destas mudanças inicia-se também o surgimento dos grandes centros urbanos, a migração do campo para as cidades e o processo de *desenvolvimento* com as coisas naturais.

O século XIX foi palco de inúmeras e profundas transformações resultantes da nova conjuntura econômica e da evolução da ciência. Neste período surgiram: o barco a vapor (1807), o início da história dos computadores com Charles Babbage que percebe a existência de uma harmonia natural entre a matemática e as máquinas (1812), locomotiva (1814), revestimento de pedra nas estradas (1819), energia elétrica (1827), telégrafo (1836), telefone (1876), carros à gasolina (1885), cinematógrafo (1894), telégrafo sem fio (1895), motor à diesel (1897) e o rádio em 1898.

A interrelação entre tudo, ainda que não considerada na época, era evidente. Com o calçamento das estradas, o automóvel que era tido como um objeto de lazer e diversão passa a ter maior utilidade e começa a ser fabricado em série. O avanço nas comunicações com o surgimento em sequência da energia elétrica, telégrafo, telefone, telégrafo sem fio e do rádio promovem a aproximação das cidades e de seus habitantes. Todos estes fatores, interagindo entre si, terminam por alterar as relações de tempo, tornando o tempo capitalista mais acelerado que o tempo natural.

A partir daí, do ponto de vista econômico, assistiu-se a uma sucessão de períodos definidos pela necessidade do capitalismo de produzir sempre mais e, por conseguinte, necessitar de consumo crescente também, sem que houvesse qualquer preocupação com a preservação ambiental.

Primeiramente, no início da revolução industrial, houve um período conhecido com a Era da Produção, em que havia desequilíbrio entre oferta e procura, ficando a primeira em inferioridade à segunda. Tudo que se produzia era absorvido pela sociedade. Seguiu-se a Era da Distribuição quando a produção total não era mais absorvida localmente, precisando ser distribuída para outras localidades. A Era da Venda, que veio em seguida, já prenunciava a inversão da relação oferta e procura e por fim veio a Era do Marketing decorrente da complexização dos mercados e que permanece até os dias de hoje.

Acompanhando os diversos momentos econômicos acima, a atividade de administração de empresas adaptava-se a cada um deles. Com o término da Segunda Guerra

mundial, momento em que empresas que até então se ocupavam em produzir armamentos e outros artefatos de guerra, voltaram a produzir bens de consumo, notadamente bens duráveis, levaram o mercado ao ápice do desequilíbrio na relação oferta x procura. A oferta passou a ser muito superior à procura, levando ao crescimento dos estoques e em muitos casos ao encalhe mesmo de grande quantidade de mercadorias, ocasionando prejuízos para os fabricantes.

Nesse cenário surgiu a área de conhecimento do Marketing que tinha, a princípio, como principal função pesquisar o mercado e suas necessidades para, em seguida, orientar a produção, se não evitando, ao menos reduzindo o risco de prejuízos.

Tão rápido foi o crescimento da capacidade produtiva durante esse período que as indústrias frequentemente se encontravam com estoques e capacidades excedentes. Essas indústrias precisavam de soluções para o problema de baixa demanda. Esse problema foi entregue ao marketing. (KOTLER, 1980, p. 554)

Deste período em diante a atividade do marketing foi ganhando corpo e importância no processo de realização de negócios, deixando de ser uma simples atividade para ser reconhecida como filosofia de gestão empresarial, até chegar aos dias de hoje em que cabe ao marketing as funções estratégicas de planejamento e administração dos inúmeros relacionamentos existentes em todo e qualquer tipo de atividade. Segundo Philip Kotler, 1980: “Marketing é a atividade humana dirigida para a satisfação das necessidades e desejos, através dos processos de troca.”

O pensamento complexo influencia também as atividades de administração, gestão e marketing, tirando o foco da linha de montagem, símbolo da Revolução Industrial e passando a enxergar as empresas/organizações/ entidades/instituições como sistemas vivos.

Gradualmente os modelos e metáforas da física estão sendo transferidos para referenciais oriundos da biologia. Com isso, os referenciais básicos em todas as áreas, inclusive nas empresas, também deverão passar do modelo da física – que sugere o linear, mecanístico, determinístico, programável/programado, analítico, causa/efeito racional, intensivo em energia – para o da biologia – que sugere o holístico, interconectado, adaptativo, orgânico, sistêmico, intensivo em informação. (MOTOMURA, 1998, p. 36)

Surge o conceito de “Composto de Marketing” apresentado por Kotler (1980) como Teoria dos 4 P’s: Produto, Praça, Promoção (composto promocional) e Preço são as principais variáveis nos planos de marketing, conceituados, segundo o autor, da seguinte forma:

- **Produto:** Qualidade, características e opções, estilo, marca, embalagem, linha de produtos, garantias, nível de assistência técnica, outros serviços;
- **Praça:** Canais de distribuição, cobertura da distribuição, pontos de vendas, zonas de vendas, níveis e locais dos estoques e transporte;
- **Promoção:** Propaganda, venda pessoal, promoção de vendas, publicidade;
- **Preço:** Nível, descontos e reduções, formas de pagamento.

Assim, o marketing tornou-se um conjunto de ferramentas com o objetivo primordial de potencializar o resultado financeiro das empresas, incrementando seus negócios e majorando o lucro. Para isso, e de acordo com o momento de seu surgimento, as ações de marketing desconsideravam totalmente a questão ambiental.

Uma ameaça ao meio ambiente é um desafio apresentado por uma tendência desfavorável ou um distúrbio específico no meio ambiente e que levaria, na ausência de uma ação objetiva de marketing, à estagnação ou à falência da empresa, do produto ou da marca. (KOTLER, 1980, p.64)

Percebe-se que o autor já demonstra atenção com o meio ambiente, mas apenas no sentido de preservar a continuidade e as margens de lucro da empresa. Percebe-se também que, já naquele momento, o marketing era apontado como o elaborador das estratégias de adequação.

É interessante destacar também a maneira como Kotler apresenta “O conceito de Ecosistema”:

Todas as organizações e indústrias mantêm um equilíbrio delicado com as forças de seu meio ambiente. Considere a indústria automobilística. É um setor básico para um vasto sistema ecológico de negócios (ecossistema), abrangendo borracha, vidro, aciarias... (KOTLER, 1980, p. 64)

Na década de 70, nos países mais desenvolvidos, começam a surgir os movimentos de proteção ao consumidor, caracterizando, segundo Kotler (1980), o “consumerismo”. Esse movimento preocupa-se, basicamente, com os direitos do consumidor no que se refere à qualidade do produto e seus atributos, sem questionar, porém, o consumo excessivo de bens desnecessários.

As propostas relacionadas às considerações de qualidade de vida incluem a regulamentação dos ingredientes que entram em certos produtos (detergentes, gasolina) e embalagem (vasilhames de refrigerantes), reduzindo o nível de propaganda e “barulho” promocional e criando representações de consumidores nas

assembléias de empresas, a fim de introduzir as considerações de bem estar do consumidor nas tomadas de decisões. (KOTLER, 1980 p. 557)

Outro movimento social começa a surgir nesse mesmo período após a publicação de Rachel Carson, “Silent Spring”, com críticas contundentes sobre poluição e meio ambiente. Em 69, Paul Erlich simboliza o impacto de certas práticas negociais sobre o meio ambiente como eco-catástrofe”.

Esse movimento passa a ser conhecido como “ecologismo”. “O ecologismo é um movimento organizado de cidadãos e governos preocupados em proteger e intensificar o meio ambiente de vida do homem contra aqueles que o destroem”. (KOTLER, 1980, p. 557)

Além das questões relativas ao “consumerismo” e “ecologismo”, a década de 70 caracteriza-se pelo surgimento da escassez de bens e produtos indispensáveis à estrutura econômica vigente. As sociedades deparam-se com a realidade da finitude dos recursos naturais e suas implicações práticas.

As implicações sombrias dos ecologistas de que os homens irão exaurir seus recursos naturais, tornaram-se reais em 1973, quando o mundo foi subitamente atacado pela escassez alarmante do petróleo, diversos minerais e mesmo alimentos (!) (KOTLER, 1980, p. 561)

Ao consumerismo, ecologismo e à escassez de produtos ainda somaram-se, nessa década, o crescimento da inflação mundial que atinge 2 dígitos em boa parte dos países e a ocorrência, como consequência dos aspectos anteriormente mencionados, da recessão afetando fortemente a vida nos países desenvolvidos.

Neste cenário, o marketing passa a ser visto como conjunto de ferramentas que podem ser utilizadas para as causas sociais. Chamado, a princípio, de Marketing Social, sofre adaptações para atender às necessidades de instituições sem fins lucrativos.

O marketing social é um dos novos desenvolvimentos promissores, pelos quais se espera aumentar a eficácia de agentes sociais de mudança, no sentido de proporcionarem as mudanças sociais desejadas. (KOTLER, 1980, p. 569)

Após Michael Porter, em Estratégia Competitiva (2004), o marketing passou a se encarregar do planejamento e estratégias, surgindo o conjunto de ferramentas que denominou-se Planejamento Estratégico.

Planejar estrategicamente, segundo Motomura, significa: “... ocupar pontos vazios no futuro. Enxergar as megatendências e posicionar-se de forma a relacionar-se com elas de forma positiva” (**anotações de aula**).

No princípio o Planejamento Estratégico apresentava uma visão restrita e essencialmente competitiva.

A essência da formulação de uma estratégia competitiva é relacionar uma companhia ao seu meio ambiente. Embora o meio ambiente relevante seja muito amplo, abrangendo tanto forças sociais como econômicas (*não se refere às forças naturais!* - Nota do pesquisador), o aspecto principal do meio ambiente da empresa é a indústria ou as indústrias em que ela compete. (PORTER, 2004 p. 3)

Com o passar do tempo, o progresso científico e tecnológico e o gradiente de complexidade dos mercados, as ferramentas do marketing foram sendo desenvolvidas e a atividade passou a ser uma filosofia de gestão empresarial.

As mudanças ocorridas em todas as áreas, em função do desenvolvimento tecnológico, trouxe a humanidade a uma realidade inimaginável há alguns anos atrás. Internet, satélites, chips, globalização são realidades incorporadas ao dia a dia da grande maioria das sociedades. A facilidade de comunicação e a abundância de informação também são aspectos recentes e que terminam por desenhar uma nova maneira de viver.

O panorama econômico atual é moldado por duas forças poderosas: tecnologia e globalização.(...) A tecnologia é o formatador último, não apenas da subestrutura material da sociedade, mas também dos padrões do pensamento humano. (KOTLER, 1999, p. 16-17)

Percebeu-se ainda que, assim como nas demais áreas de conhecimento, a área dos negócios teria mais a ganhar com a cooperação que com a competição. Na verdade um misto de cooperação e competição.

O Planejamento Estratégico continua sendo necessário, apenas que mudam as formas de operacionalizá-lo e os objetivos finais.

Negócio é cooperação quando o objetivo é criar o bolo e concorrência quando chega a hora de dividi-lo.(...) A combinação estabelece um relacionamento mais dinâmico do que as palavras “competição” e “cooperação” sugerem individualmente.(NALEBUFF e BRANDENBURGER, 1996, p. 14)

A atividade de planejar estrategicamente é estruturada e composta por diversos processos de coleta e análise de informações, assim como, de objetivos e metas definidos

pelos seus atores. Assim temos os seguintes passos na formulação de um Planejamento Estratégico:

- . histórico;
- . premissas básicas;
- . recursos financeiros;
- . recursos tecnológicos;
- . recursos humanos e
- . recursos naturais;
- . pontos fortes e pontos fracos no ambiente interno;
- . problemas, ameaças e oportunidades no ambiente externo;
- . análise do microambiente;
- . análise do macroambiente;
- . processo produtivo;
- . fatores limitantes da produção;
- . análise do mercado e dos concorrentes;
- . estabelecimento de objetivos e metas;
- . planos de ação e
- . indicadores de resultados.

Outras análises são necessárias para formulação da estratégia, como as cinco forças que regulam o mercado, de Porter (2004, p.5). São elas: entrantes potenciais, produtos substitutos, fornecedores, clientes e concorrentes.

O marketing para formação de sua base de conhecimentos, utiliza os estudos de outras áreas e ciências. Assim temos, como disciplinas formadoras do conhecimento de marketing: Administração, Economia e Comunicação Social, e mais ainda, Matemática, Estatística, Sociologia, Psicologia, Antropologia e outras mais.

A atividade do marketing e as ferramentas desenvolvidas ao longo do tempo surgiram e foram desenvolvidas por empresas capitalistas, buscando essencialmente a obtenção de lucros financeiros. Atingiu-se nível tal de sofisticação e efetividade de resultados que, na atualidade, tornaram a atividade indispensável à gestão empresarial.

Por outro lado, os conhecimentos acumulados e o ferramental técnico desenvolvido mostraram-se compatíveis a outras atividades que não tinham como objetivo o lucro financeiro e, também nestas áreas, a sua utilização demonstrou potencializar significativamente os resultados.

O marketing nada mais é que um conjunto de ferramentas que podem ser utilizadas das mais diversas formas. Tem-se, como em qualquer outra área de atuação bons e maus profissionais. Devido ao caráter comunicativo da atividade do marketing e à falta ética dos maus profissionais, estes se destacam e acabam tendo grande exposição na mídia, levando a entender que a atividade do marketing é, na essência, portadora de mal caráter, falta de ética e honestidade.

Isso não é verdade, uma vez que, sendo a atividade do marketing um conjunto de ferramentas, pode ser utilizado por este ou aquele, com este ou aquele fim. Os bons profissionais de marketing reconhecem na atividade o objetivo de realizar planejamento de curto, médio e longo prazo e gerir todos os relacionamentos da empresa, entidade, instituição ou qualquer outro que a venha utilizar.

Gerir relacionamentos institucionais ou organizacionais não difere muito da gestão de relacionamentos pessoais. Com todas as nuances que pode apresentar, unanimemente pode-se dizer que, confiança, respeito, honestidade e verdades são fundamentais para a manutenção de qualquer relacionamento. No marketing não é diferente e as ações que são empreendidas em nome do marketing e que diferem dessa postura ética e honesta, são na verdade ações de anti-marketing.

4.4 SUSTENTABILIDADE

Nesse mesmo período da história, final do século XIX, durante o século XX e chegando até os dias de hoje, o desenvolvimento desenfreado da humanidade foi baseado apenas na consideração das questões econômicas.

Tal abordagem, conduzida pela sociedade capitalista a partir da revolução industrial, ainda que tenha proporcionado a uma pequena parcela das sociedades uma situação de consumo, posses e conforto inimaginável, foi também a responsável pelo eminente esgotamento dos recursos naturais e colocação em cheque da continuidade da vida no Planeta.

A degradação ambiental manifesta-se, assim, como um sintoma de uma crise de civilização marcada pelo modelo de modernidade, em que o desenvolvimento da tecnologia predomina sobre a Natureza (LEFF, 2000, p 260)

A partir da década de 60 e representando um dos maiores acontecimentos do século passado, começou a emergir a consciência de que os recursos naturais eram finitos e mais,

que a continuar no mesmo ritmo de degradação a vida sobre o Planeta estaria, em muito pouco tempo, comprometida significativamente.

Tornou-se evidente, em alguns segmentos e a partir da realização de estudos científicos, a necessidade de mudança de paradigmas, objetivando uma nova forma de desenvolvimento menos baseada na utilização de recursos não renováveis e que privilegiasse, ao contrário, as práticas passíveis de renovação.

Está claro que a inevitabilidade dessa grande transição das sociedades industriais para uma produtividade sustentável e baseada em recursos renováveis já era evidente há décadas para as pessoas formadas nas ciências biológicas, bem como para muitos estudiosos da termodinâmica, químicos, engenheiros, físicos, analistas de sistemas, sem falar nos sociólogos, antropólogos e psicólogos e os milhões de cidadãos com uma educação diversificada e genérica”. (HENDERSON, 1991, p.86)

Na década de 60, a preocupação com o ambiente ganha espaço e começa a fazer parte das discussões do meio científico e, paulatinamente, vai se espalhando por outros segmentos da sociedade.

No Brasil, destaca-se a política de “Integrar para não Entregar” visando a colonização da Amazônia.

Por meio desta política oferecia-se 6 hectares de terra a todos aqueles que desmatassem 1 hectare na Amazônia. O Projeto de Integração da Amazônia coloca a derrubada da floresta como símbolo maior do desenvolvimento e a construção da rodovia Transamazônica como a mais significativa ação para corroborar tal política.

É atingida, em particular, nossa herança cultural ocidental – o Iluminismo como um “progresso”, a racionalidade científica e a marcha do Positivismo – sem mencionar nossas tradições judaico-cristãs, que vêem os homens como ápice de uma ordem hierárquica (...)

Não causa surpresa que a nova geração de ambientalistas tenha começado, durante a década de 60 a correr o mundo em busca de outras tradições culturais e religiosas que respeitassem mais a Terra e outras formas de vida. (Henderson, 1991 p.80)

Fica patente a necessidade de se construir um novo modelo de desenvolvimento que apresentasse uma abordagem sistêmica e preocupação com os recursos naturais.

O desenvolvimento científico e tecnológico já facilita a adoção de práticas mais “limpas”, falta, porém, a determinação política necessária à implementação das mudanças.

Porém, o grande desafio que os empreendedores irão enfrentar, no seu afã e vontade de gerar novos negócios, é o desenvolvimento de tecnologias de menor risco. O grande avanço obtido, em função do próprio desenvolvimento tecnológico, e em razão dos resultados pela pesquisa aplicada, permitem pensar novas formas de

produção, em que exista uma maior harmonia entre os ciclos produtivos e os ciclos naturais. (BRUSH in PAULI, 1999 p.9)³

Em 1972, durante a Conferência da Estocolmo, apontou-se como caminho para mitigar a exploração ambiental, o controle do crescimento das nações. Essa postura agradava aos países ricos e desenvolvidos e, ao mesmo tempo, desagradava aos países em desenvolvimento que necessitavam crescer para resolver seus graves problemas sociais. A Organização das Nações Unidas – ONU, no intuito de buscar um denominador comum entre as partes apresentou uma proposta que conciliava o desenvolvimento e a preservação, documento esse que foi o berço do Desenvolvimento Sustentável.

...a postura deles fez com que a ONU, tentando conciliar os interesses conflitantes, começasse a preparar a tese que propunha o casamento do crescimento com a conservação ambiental. Essa veio ser a base do conceito de desenvolvimento sustentável, proposto no Relatório Brundtland e adotado oficialmente na Conferência do Rio, em 1992 (Pierri, 2001 apud Jatobá et al, 2009 p.57).

O termo Desenvolvimento Sustentável surgiu no Relatório Brundtland (Nações Unidas, 1987), que passou a nortear as ações ligadas ambiente. Com postura antropocentrista, em contraposição às idéias do ecocentrismo, o relatório defende o desenvolvimento e ao invés de ambientalismo adota postura voltada à qualidade de vida humana.

Na Conferência do Rio de Janeiro, ECO 92, a proposta do Desenvolvimento Sustentável consolidou-se selando o ambientalismo moderado contido em suas teses.

A conferência reuniu representantes de 175 países, inúmeras organizações do terceiro setor que reuniram-se em fórum paralelo. Como resultado destas reuniões surgiram oficialmente 5 documentos. As convenções da Biodiversidade, Desertificação e Mudanças Climáticas, uma declaração de princípios a Carta da Terra e a Agenda 21 conjunto de ações que parametrizavam o Desenvolvimento Sustentável.

Estamos diante de um momento crítico na história da Terra, numa época em que a humanidade deve escolher o seu futuro. À medida que o mundo torna-se cada vez mais interdependente e frágil, o futuro enfrenta, ao mesmo tempo, grandes perigos e grandes promessas. Para seguir adiante, devemos reconhecer que, no meio de uma magnífica diversidade de culturas e formas de vida, somos uma família humana e uma comunidade terrestre com um destino comum.(Carta da Terra – 1982)⁴

³ UpSizing – Prefácio de Lúcio Brush – Presidente da Fundação Zeri Brasil

⁴ Preâmbulo

Isso não significou, porém, que os modos de produção, os hábitos de consumo e nem a sustentabilidade de regiões ou de populações, foco dos estudos, tivesse a mesma evolução. Inúmeras foram as iniciativas em busca da sustentabilidade, sendo que, grande parte delas não alcançou os objetivos desejados em função, segundo Steffen, 2008, “da inexistência de ações estruturadas que promovessem a sustentabilidade do projeto e a melhoria da qualidade de vida dos atores envolvidos.

A principal crítica às metodologias, na prática, está no fato de que a maioria das experiências dão ênfase às etapas do planejamento em si, ou seja às fases de construção. Pouca ênfase é dada à fase de gestão que sucede ao esforço inicial da construção implicando insustentabilidade do próprio projeto. (Fundação Konrad Adenauer, 2004 p.36)

Dez anos após, em Johannesburgo, África do Sul, a Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável ou Cúpula da Terra 2 (Rio +10) ao realizar-se um balanço da evolução das propostas apresentadas e acordados no Rio de Janeiro, verificou-se um retrocesso nos indicadores sócio-ambientais e na redução da ajuda dos países ricos aos países pobres.

Tais fatos fizeram com que a Conferência de Johannesburgo fixasse seu foco nas questões sociais, notadamente a redução da pobreza, voltando-se para as questões sócio-ambientais. Surge daí a questão social como fundamental no conceito de sustentabilidade, assim como a necessidade da inclusão social em todos os níveis - local, nacional e global – evidenciando os paradoxos contidos na proposta do Desenvolvimento Sustentável.

Isso porque, a obtenção da sustentabilidade dentro de uma estrutura capitalista é questionável, talvez impossível, pois, ambas as práticas são antagônicas em seus princípios básicos. Senão vejamos:

Capitalismo e sustentabilidade apresentam, ambos os lados, uma gama de promessas. A ideologia capitalista coloca o consumo e a possibilidade de consumir como o motivador das ações das sociedades que são mais ou menos desenvolvidas, na medida em que têm maior ou menor acesso aos bens de consumo. Suas bases estão, entre outras coisas, no consumo permanente e crescente, que movimenta a economia, gerando empregos que pagam salários que se transformam em renda discricionária para consumir das mais diversas maneiras em um processo crescente e insaciável. Quanto mais tem, mais precisa.

Cross constrói uma argumentação convincente de que é o consumismo que define nossa era, e é a lente por meio da qual a maioria das pessoas vê nosso tempo. (Flavin, Christopher em “O Estado do Mundo”, 2004 –parte I Prefácio p. XXIX)

Mas, ainda que ambos ofereçam bens intangíveis, em sua grande parte, o Capitalismo possui a capacidade de tangibilizá-los com muita velocidade e variedade. Essa tangibilização se dá através da oferta de produtos e serviços que geram conforto que surge como fator de convencimento e imediata aceitação dos benefícios dessa ideologia. Ar-condicionado, carros, roupas, geladeiras, micro-ondas e muito mais, materializam-se rapidamente dando substância e consistência à proposta capitalista .

Em busca desse conforto, colocado como esteio da qualidade de vida, as sociedades criam a cada momento novas necessidades que são, imediatamente, saciadas pelo sistema de produção capitalista.

A própria classificação acerca de quais são as nações desenvolvidas e quais não são, está firmemente baseada na quantidade de conforto que seus habitantes desfrutam. Uma determinada sociedade que tem acesso a inúmeros itens de consumo é tida como desenvolvida e com alta qualidade de vida.

Isso independe do lugar onde habita, do fato de respirar ar poluído constantemente, de passar horas e horas em engarrafamentos intermináveis, de empregar a maior parte de seu tempo em produzir capital para alimentar a cadeia de consumo. Ao mesmo tempo decreta-se a “primitividade” das populações tradicionais, como os agricultores familiares da Amazônia, e sua baixa qualidade de vida. Essa questionável miséria inexistente de fato, até o momento em que é revelada pelas lentes capitalistas que descobrem que vivem sem inúmeros itens que são, sob a ótica burguesa, indispensáveis à vida.

Mais ainda, todo o conhecimento acumulado por gerações e gerações é descartado e substituído por um conhecimento pasteurizado e mercantilizado que faz das populações tradicionais, dentre as quais os agricultores familiares alvo da presente pesquisa como seres ignorantes.

Os modos de produção tradicionais, envolvidos com a Natureza e seguindo o mesmo ritmo são insuficientes para satisfazer a gula capitalista. São catalogados como primitivos e insuficientes e necessitam ser substituídos para proporcionar a essas populações tradicionais melhores condições de vida.

A miséria, a ignorância, a “primitividade” das populações tradicionais são, portanto, decretadas pelo sistema capitalista, isso porque, se não há indústria, não há desenvolvimento. A industrialização leva à geração de empregos, à obtenção de renda, ao afastamento ou *desenvolvimento* com as coisas naturais. Todas as soluções procuradas estão no processo de industrialização que leva à produção em massa e, por consequência, ao consumo em massa.

Com efeito, ambas (*as ideologias socialista e capitalista- N.A.*) compartilham as mesmas metas do industrialismo, e a maioria dos economistas seguidores tanto de Adam Smith quanto de Karl Marx, da direita à esquerda, compartilham de seu entusiasmo pelo industrialismo como a melhor resposta às aspirações humanas. (HENDERSON, 1991, pág.81)

O consumo não pode parar porque se isso acontecer, pára a economia e cessa o desenvolvimento.

A unidade de medida de todo esse processo é conhecida como PIB – Produto Interno Bruto e é a maior referência do economicismo até os dias de hoje, ainda que tenha surgido como indicador da recuperação econômica dos países após a Segunda Grande Guerra. O PIB na verdade, é muito mais uma medida de consumo do que de riqueza.

Assim, essas ferramentas (macroeconômicas) de avaliação continuam a operar a marginalização de grupos que não se amoldam aos valores industriais e de regiões que não conseguem competir com os regimes sócio-tecnológicos típicos da industrialização. (HENDERSON, 1991, pág.41)

O conforto é o sub-produto direto do consumo que é, por sua vez, uma das bases do capitalismo e do economicismo. O conforto interfere diretamente na vida, no cotidiano dos indivíduos, produzindo bem-estar, alegria, satisfação, status e outros benefícios mais. O conforto coopta os indivíduos para o consumismo e por decorrência para o capitalismo. Aqueles que têm acesso ao conforto distinguem-se daqueles que não tem e que almejam ter, esforçando-se para isso.

A proposta de sustentabilidade, segundo os princípios enumerados na Carta da Terra (1992, p.2) por sua vez, oferece às sociedades, também, benefícios intangíveis, tais como: qualidade de vida, planeta limpo, sociedade mais justa, rendimentos equitativos, redução do fosso social e outras. (Vide Anexo 2)

Aos conceitos de consumo e conforto, preconizados pelo capitalismo, contrapõe-se o de “bem estar” que, segundo Gardner e Assadourian (2004, p. 204 – 205), pode ser considerado como sendo:

- Base de sobrevivência, incluindo alimento, abrigo e segurança;
- Boa saúde, em termos pessoais e de um meio ambiente robusto;
- Boas relações sociais, inclusive uma vida de coesão social e uma estrutura de apoio social;
- Segurança, tanto em termos pessoais quanto de posses pessoais,

- Liberdade, o que inclui a capacidade de atingir o potencial de desenvolvimento.

Ao contrário da volúpia consumista, o conceito de bem estar remete a uma vida mais planejada, menos corrida, com menos estresse, que valorize as relações, que possibilite tempo para o convívio social com os vizinhos, a família, os amigos. O princípio da sustentabilidade emerge assim no contexto da globalização econômica, como uma nova visão do processo civilizatório da Humanidade. (LEFF, 2000, p. 261).

A partir dessa nova visão, os elementos de quantificação tendem e devem ser alterados, baseando-se em parâmetros diferentes do PIB. Sobre isso publicou a conceituada revista *The Economist*:

(...) no presente, a maioria das atividades econômicas mal leva em conta os custos que impõe sobre o ambiente à sua volta. As fábricas poluem os rios como se águas limpas fluíssem gratuitamente; as usinas de força queimam carvão sem cobrar de seus clientes os efeitos do dióxido de carbono lançado na atmosfera; as madeireiras destroem florestas sem ligar para o impacto sobre a vida selvagem ou o clima. Essas contas são deixadas para que outros as paguem- os vizinhos, os cidadãos de outros países, as gerações futuras. (THE ECONOMIST *apud* HENDERSON, 1991 p.83)

Sobre o mesmo tema Leff tece as seguintes considerações: “O conceito de sustentabilidade é o reconhecimento da função da Natureza como suporte, condição e potencial do processo de produção. (LEFF, 2000 p. 261)

Na sequência destas mudanças deveriam surgir também mudanças comportamentais, no estilo de vida dos indivíduos, nas suas formas de se relacionar com os mais diversos interlocutores.

No entanto, destarte todos os estudos, as pesquisas e a gama de conhecimento acumulado sobre a questão ambiental, os velhos modelos permanecem em uso, priorizando o aspecto econômico e desconsiderando todos os outros.

No bojo desse sistema cruel vem, segundo Henderson (1991), “a corrida armamentista, a fome, a poluição, o crime, as drogas e a falência social.”

Torna-se, porém, cada vez mais evidente a impossibilidade de manutenção destas formas de atuação. A prevalência do aspecto econômico associada ao neoliberalismo já demonstrou ser altamente concentrador de renda, por um lado e excludente, por outro lado.

Afora isso, essa ganância capitalista vai terminar por tornar a vida impossível tanto para uns, quanto para outros. O Planeta não resiste a mais agressões. Buscar novas formas de organização social, econômica e política é imprescindível e inadiável e os conceitos da Sustentabilidade apresentam-se como alternativa para tal, sendo porém, que antes de tudo é

preciso que haja coragem e desprendimento das lideranças políticas e econômicas mundiais para aceitar estas que, mais que mudanças, são rupturas do “status quo”.

5 AGRICULTURA FAMILIAR NO RAMAL NOVA ESPERANÇA

Para elaboração deste capítulo foi tomado como base o livro *Gestão Integrada de Agricultura Familiar* organizado por Hildo Meirelles de Souza Filho e Mário Otávio Batalha, publicado em 2005, pela identidade de abordagens que possibilitaram a obtenção de parâmetros de comparação.

Ainda que o foco desta pesquisa seja a Região Norte, mais especificamente o Ramal Boa Esperança, Manacapuru, AM, é importante ter dados da agricultura familiar em todo Brasil, para que se possa avaliar a situação da região pesquisada em relação às demais.

Na região do Ramal Nova Esperança encontram-se três comunidades formalizadas: Associação Bom Jardim, Associação São Raimundo e Associação Nova Aliança. Apesar da existência destas associações, a atuação de todas elas é limitada a momentos em que se faz necessária a solicitação de alguma ação dos órgãos públicos. Afora isso, não existe atuação permanente, nenhum sentimento de parceria e nem participação dos associados nas mesmas. Uma das manifestações dos entrevistados referia-se justamente a esse ponto, colocado como sendo uma das maneiras de melhorar o próprio trabalho. Na opinião de um dos comunitários, Sr. A.W., 69 a, Ramal Nova Esperança: “Aqui as pessoas plantam coisas diferentes. Se plantassem a mesma coisa seria melhor. Elas também se desenvolveriam.”

5.1 ANÁLISE E RESULTADOS

Iniciou-se a pesquisa, seguindo a metodologia traçada que optou pelo Estudo de Caso Incorporado, em que se definiu como Contexto “o conjunto de moradores do Ramal Nova Esperança, Manacapuru, AM que utilizam a agricultura familiar como forma de trabalho e obtenção de renda.”

O Caso estudado teve a seguinte abordagem:

. Unidade de Análise: Processo Sócio-econômico Gerador de trabalho e Renda

. Unidades Incorporadas de Análise:

Forma de Associação;

Processo Produtivo;

Sistema de Trabalho;

Sistema de Distribuição das Rendas Geradas;

Processo de Marketing (Divulgação e Venda) e

Sistema Administrativo.

A pesquisa foi aplicada através de questionário estruturado, com entrevista direta, perguntas abertas. Foi aplicado filtro de acordo com os parâmetros estabelecidos para qualificação de agricultores familiares (Capítulo 2.2). Foram entrevistados dez agricultores familiares e, em sendo perguntas abertas, houve vezes em que se obteve mais de uma resposta para uma mesma pergunta.

O questionário foi dividido em três etapas atendendo, cada uma delas, a um Objetivo Específico pré- estabelecido, quais sejam:

1. Conceituação de Desenvolvimento sob a Ótica do Grupo Estudado;
2. Identificar as possibilidades de geração de trabalho e renda e
3. Avaliar a aplicação das ferramentas do marketing de maneira não sistematizada.

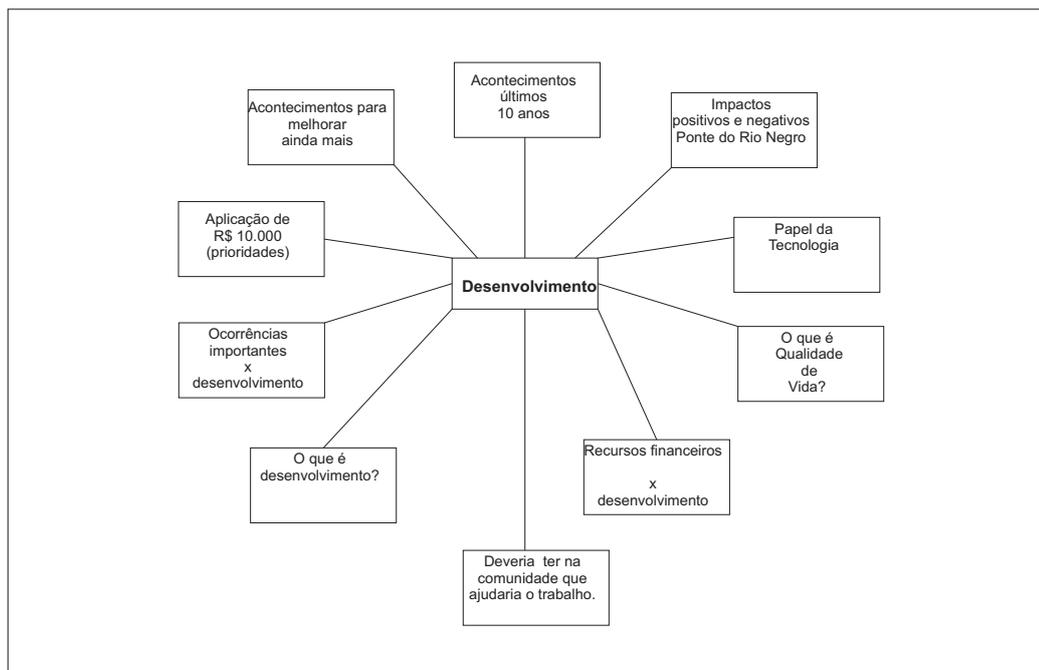
A partir das respostas obtidas e realizando-se a análise com base nas Unidades de Análise Incorporadas e nos Objetivos Específicos, pode-se concluir sobre a veracidade ou não da hipótese formulada de que:

“O Marketing Aplicado potencializa a Conservação dos Recursos Naturais”.

5.1.1 PERCEPÇÃO E CONCEITUAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO

Buscando-se conceituar desenvolvimento, sob a ótica dos agricultores familiares, foram formuladas perguntas, partindo da história recente de cada um dos entrevistados, até a expectativa de cada um deles em relação à conclusão da ponte sobre o Rio Negro.

Não caberia, à pesquisa, determinar qual o padrão de desenvolvimento seria o estabelecido, permitindo que, autopoieticamente a comunidade assim o fizesse.



Quadro 3 – Aspectos abordados para Conceituação de Desenvolvimento

Buscou-se contextualizar o caminho trilhado pelos entrevistados em seu passado recente, buscando os acontecimentos que interferiram em seu cotidiano, assim como, o que deveria acontecer para melhorar ainda mais a situação.

Tabela 1 - Avaliação melhorias passadas e expectativas futuras		
	Especificação	Percentual
Melhorias ocorridas nos últimos 10 anos	Melhoria na Infraestrutura	50,00 %
	Aquisição de Conhecimento	27,27 %
	Local de Moradia	13,64 %
	Tipo de Trabalho	4,55 %
	Bolsa Família	4,55 %
	Total	100,00 %
Aspectos necessários para incremento das melhorias	Infraestrutura	50,00 %
	Diversificação de Produtos	37,50 %
	Aspectos Sociais	37,50 %
	Capacitação	12,50 %
	Transporte	12,50 %
	Total	100,00 %

As respostas obtidas destacaram, em ambos os casos, as questões de infraestrutura com 50% das citações tanto nas ocorrências passadas, quanto na expectativa futura.

Destacaram-se como ocorrências passadas: a chegada da energia elétrica e o asfaltamento do ramal. Outras referências foram feitas a questões também ligadas à infraestrutura, tais como: linha de ônibus, poço na comunidade e bomba d'água.

A aquisição de conhecimento surge com 27,27% das menções.

Aspectos tais como: o benefício do Bolsa Família, retorno ao lugar de origem, possibilidade de trabalhar na roça também foram mencionados como tendo sido importantes nos últimos 10 anos.

Quando eu cheguei aqui era mais atrasado e a gente não tinha acesso aos órgãos (públicos). Aí foi o tempo que chegaram os órgãos competentes em 2003/2004, com o gasoduto. Desse período pra cá a coisa começou a mudar e mudou muito. (E., 39 a, 09/2010)

No que se refere ao o quê melhoraria a vida de cada um deles, obteve-se como respostas, mais uma vez, as questões ligadas à infraestrutura. Dentre essas, possuir uma Casa de Farinha própria apareceu com maior destaque. Houve ainda menções para criação de galinha poedeira e frango de corte, melhorar a própria casa, transporte próprio, posto de saúde, plantar hortaliça, disponibilidade de água, gerenciamento da comunidade, união de todos.

O que se destaca e dá um sentido de convergência às respostas obtidas é que estas, na maior parte das vezes, referiam-se a assuntos ligados à geração de trabalho e renda.

Tabela 2 - Investimento

	Especificação	Percentual
Prioridades	Diversificação de Produtos	33,33 %
	Infraestrutura	23,81 %
	Investimento na Produção	23,81 %
	Aspectos Sociais	19,05 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Foi solicitado aos entrevistados que declarassem suas prioridades em investimentos, caso dispusessem de recursos para tal da ordem de R\$ 10.000,00. Mais uma vez a questão do trabalho e renda surgiu como prioridade maior, destacando-se os investimentos em diversificação de produtos.

Infraestrutura, investimento na produção e aspectos sociais obtiveram percentuais bastante próximos com segunda opção.

Diversificação concêntrica. Consiste na tentativa da empresa adicionar novos produtos que tenham sinergias tecnológicas e/ou operacionais e/ou de marketing com as linhas de produtos existentes; esses produtos atrairão normalmente outra classe de consumidores. (Kotler, 1980 p.82)

Neste ponto da entrevista buscou-se ligar as respostas obtidas ao conceito de desenvolvimento, sob o ponto de vista de cada um dos entrevistados.

Tabela 3 - Desenvolvimento

	Especificação	Percentual
Reconhecimento das melhorias ocorridas como sendo desenvolvimento	Trabalhar com hortaliças	10 %
	Trabalhar com plantas medicinais	10 %
	Não sabe/não respondeu	80 %
	Total	100,00 %
Conceituação de desenvolvimento	Social	27,78 %
	Econômico	22,22 %
	Infraestrutura	5,56 %
	Saúde	16,67 %
	Produção	5,56 %
	Não sabe/ Não respondeu	22,22 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Quando chamados a identificar, em suas próprias vidas, o quê significou desenvolvimento, partindo-se de um conceito abstrato e buscando materializá-lo, a maior parte dos entrevistados abstiveram-se de responder. Apenas dois dos entrevistados mencionaram fatos, acontecimentos ou ações como sendo desenvolvimento em suas próprias vidas.

É importante destacar que dada a característica das perguntas, buscando manifestações dos entrevistados sobre a compreensão do mundo ao seu redor, a não manifestação é interpretada como ausência da compreensão buscada. Assim, o não manifestar-se tem caráter significativo no contexto da pesquisa.

Como forma de obter a conceituação por outro caminho, fez-se a pergunta a seguir de forma direta.

Das respostas obtidas, 27,78% referiam-se a aspectos ligados à vida social, tais como: pensar no futuro, ter pessoas de responsabilidade na liderança da comunidade. Os fatores econômicos aparecem em segundo lugar, tanto no que se refere a dispor de recursos para investir, quanto em receber mais pelo trabalho que executa.

Percebe-se que, quando na questão anterior solicitou-se a manifestação do reconhecimento daquilo que representou conhecimento, de forma abstrata, houve um grande percentual de dúvidas ou dificuldade de fazê-lo. No entanto, quando, de forma concreta, foi-se direto ao ponto, perguntado diretamente, esse percentual foi significativamente reduzido.

Explicar desenvolvimento não é uma coisa fácil. O conceito de desenvolvimento é muito subjetivo. Pode-se inferir das respostas obtidas que há uma ideia nublada do que é desenvolvimento e que este está ligado à melhoria da vida, em todos seus aspectos. Como visto anteriormente, o conceito de desenvolvimento está ligado à existência de algum tipo de movimento. O movimento, ligado ao desenvolvimento, pressupõe o sair de um ponto em direção a outro. Na medida em que o desenvolvimento não é visto de forma clara, o movimento também fica nublado, tornando difícil o reconhecimento de caminhos que podem ser seguidos e que, aqui, são entendidos como planejamento formal.

A categoria desenvolvimento é proposta como insumo e produto do amor ao próximo, ao semelhante. É o amor que não apenas “move o sol e as outras estrelas”, mas move, sobretudo, o ser humano em favor do ser humano – “o amor ao próximo como a si mesmo”. E esse amor expressa-se de muitas maneiras, mas, em resumo, pelo atendimento às necessidades humanas: alimento, abrigo, educação, saúde, lazer, e, por fim, mas não por último, aprimoramento moral, elevação espiritual...Dar de comer e beber, vestir, instruir, justificar, pacificar, assistir ao próximo – e, mais que tudo, elevá-lo. (MENDES *apud* CAVALCANTI, 2003, p.54)

Ainda que, a princípio, o autor apresente sua visão de desenvolvimento de forma bastante subjetiva, ele procura, em seguida, tangibilizá-la, dando-lhe forma e rumo.

Se anteriormente foi solicitada a identificação das prioridades individuais, agora, na sexta questão, buscava-se as necessidades em grupo. A inter-relação entre agricultores e a comunidade em que vivem.

Tabela 4 - Papel da Comunidade

	Especificação	Percentual
O que poderia ter para facilitar o trabalho	Social	46,15 %
	Infraestrutura	53,85 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Sobre o que poderia ter na comunidade que ajudaria no trabalho destacaram-se o aspecto social, notadamente o desejo de que houvesse mais união entre os comunitários e a necessidade de maior infraestrutura para potencializar a produção.

Aflora claramente um desejo de que haja maior união entre os comunitários para realizações conjuntas. No entanto, ainda que hajam três associações no Ramal Nova Esperança, nenhuma delas promove essa união de objetivos entre os associados.

Essa desunião fica patente quando dentre os itens priorizados anteriormente, cita-se o desejo de casa de farinha própria, sendo que há, na comunidade, uma casa de farinha construída pelo Gasoduto e que não é utilizada.

“(...)aquela casa de farinha, foi pelo gasoduto, a escola ganhou, que essa comunidade aí ficou dentro do raio do gasoduto, mas tem aquelas polêmicas, tem aqueles negócios, e tal, e quem vai fazer, assim é, vai fazer tem que repassar num sei quanto pra comunidade, tem que dar num sei o quê...” EMN,61 anos.

Do ponto de vista estratégico, essa união é fundamental para a obtenção de resultados mais positivos nas diversas atividades desenvolvidas. Desde a origem do processo de produção, representado pelo planejamento daquilo que será produzido, utilizando as possibilidades de todos e de cada um, passando pela aquisição de insumos em maior quantidade e assim reduzindo custos, até o momento da comercialização, a atuação em grupo fortalece os comunitários frente aos compradores além de abrir-lhes novas possibilidades inexistentes quando da atuação individual, no que se refere ao acesso a novos mercados.

Para tanto, é necessário o fortalecimento organizacional das comunidades em suas diferentes formas associativas e de expressão, como base de um novo modelo de governança local, favorável ao desenvolvimento. (AGENDA 21 LOCAL, p.22)

Tabela 5 - Importância dos recursos externos

Especificação		Percentual
Recursos Financeiros	É importante	40,00 %
	Não é importante	10,00 %
	Não sabe/Não respondeu	50,00 %
	Total	100,00 %
Especificação		Percentual
Recursos Tecnológicos	Não auxilia	10,00 %
	Auxilia Produção	20,00 %
	Não sabe/ Não respondeu	70,00 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Buscou-se verificar a importância dada aos recursos financeiros, como promotor de desenvolvimento e também como forma de avaliar a presença de iniciativa, de espírito empreendedor e do “fazer acontecer”.

A metade dos entrevistados absteve-se de responder, o que demonstra a dificuldade em avaliar como utilizar os recursos financeiros, caso houvesse. Alguns colocaram como sendo indispensável para o crescimento, outros colocaram como fator de melhoria das condições de trabalho e outros ainda afirmaram que, mesmo sem dispor de recursos financeiros, tem-se como fazer as coisas acontecerem.

Da mesma forma e, considerando ser impossível que se faça qualquer análise, nos dias de hoje, em qualquer atividade, sem se avaliar o impacto que o desenvolvimento tecnológico tem sobre a mesma, buscou-se avaliar o papel da tecnologia no cotidiano dos comunitários.

Assim, solicitou-se aos entrevistados que manifestassem a importância da tecnologia no seu dia a dia. A maioria absteve-se de responder e os demais variaram entre o desconhecimento do termo, do significado do termo até a perfeita noção de aplicação de tais recursos.

Indagados ainda se eles próprios se consideravam como criadores de novas tecnologias, mostraram-se surpresos com esta possibilidade e satisfeitos ao entenderem que estudavam e produziam novas técnicas.

Então eu tô cheia de tecnologia aqui (risos) porque eu faço o meu fertilizante, meto a mão lá e eu mesma faço. EMN, 61 anos.

Não se pode, porém, desconsiderar a alavancagem advinda da utilização da tecnologia nas atividades de agricultura familiar e o acréscimo de produtividade que pode proporcionar tanto na etapa de produção, quanto na fase de comercialização.

Tabela 6 - Conceituação de Qualidade de Vida

	Especificação	Percentual
Qualidade de Vida	Social	28,57 %
	Econômico	14,29 %
	Governamental	14,29 %
	Infraestrutura	14,29 %
	Não sabe/Não respondeu	28,57 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Um dos indicadores de desenvolvimento é a existência de maior ou menor qualidade de vida, conceito que já é bem subjetivo, por si só. O conceito está diretamente ligado à cultura e aos hábitos de cada indivíduo, grupo ou comunidade. Em função disto, procurou-se conceituar também a qualidade de vida sob a ótica dos entrevistados.

Das respostas obtidas surgiram percentuais iguais, 28,57%, ligando a qualidade de vida aos aspectos sociais e também para a opção por não responder. Os aspectos econômico, governamental e de infraestrutura também foram mencionados como sendo promotores de qualidade de vida.

Porém, a partir das respostas obtidas e tomando-se como base os estudos realizados por Maslow, percebe-se que a maior parte dos comunitários entrevistados encontra-se na base da pirâmide das necessidades humanas, ou seja, buscando satisfazer suas necessidades básicas.

A hierarquia das necessidades de Maslow é a seguinte:

1 – Necessidades Fisiológicas: São as que respondem pela manutenção da vida e conservação da espécie,

como as de alimentação, de moradia e de sexo. 2 – Necessidades de Segurança

Este grupo de necessidades compreende o desejo do indivíduo de proporcionar para si e para os seus um ambiente físico e emocional seguro e livre de ameaças.

3 – Necessidades Sociais

Uma vez que as necessidades fisiológicas e, posteriormente, as de segurança estejam razoavelmente satisfeitas, aparecem as sociais como dominantes na escala. Estas vinculam-se à vontade da pessoa de ser aceita por outras de seu convívio, bem como de desenvolver, com as mesmas, um relacionamento amistoso.

4 – Necessidades de Estima

Correspondem ao desejo da pessoa de desenvolver uma auto-imagem positiva e de

receber atenção e reconhecimento dos outros, desde que tenham sido satisfeitas as necessidades sociais, a satisfação das necessidades provoca, por sua vez, sentimentos de autoconfiança, de prestígio, de poder e de ser útil e necessário.

5 – Necessidades de Auto-Realização

Após terem sido satisfeitas as necessidades de estima, surgem as de auto-realização, que correspondem a categoria mais alta na escala, que se referem à realização máxima do potencial individual e, segundo Maslow, resumem-se na idéia de que “o que um homem é capaz de ser, deve ser”. (MASLOW *apud* SCHIMDT, 2000, p.27)

Neste cenário, a qualidade de vida, com toda sua abrangência, passa a ser secundária, abstrata, etérea.

Tudo é qualidade de vida, assim como, qualidade de vida não é nada. Segundo o comunitário E. 39 a, Ramal Nova Esperança, 2010:

“Qualidade de vida é você ser um bom cidadão, trabalhador, honesto, ser um exemplo onde andar, pra mim é uma qualidade de vida. Hoje aqui nas duas comunidades, temos algumas pessoas que estão dando mal exemplo. Por isso a gente tá tendo que correr atrás de segurança. Se essas pessoas tivessem qualidade de vida seria diferente.”

Tabela 7 - Avaliação dos impactos da Ponte do Rio Negro

	Especificação	Percentual
Positivos	Transporte	41,18 %
	Trabalho	17,65 %
	Imobiliário	17,65 %
	Comercialização	17,65 %
	Desenvolvimento	5,88 %
	Total	100 %
Negativos	Segurança	100 %
	Total	100 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

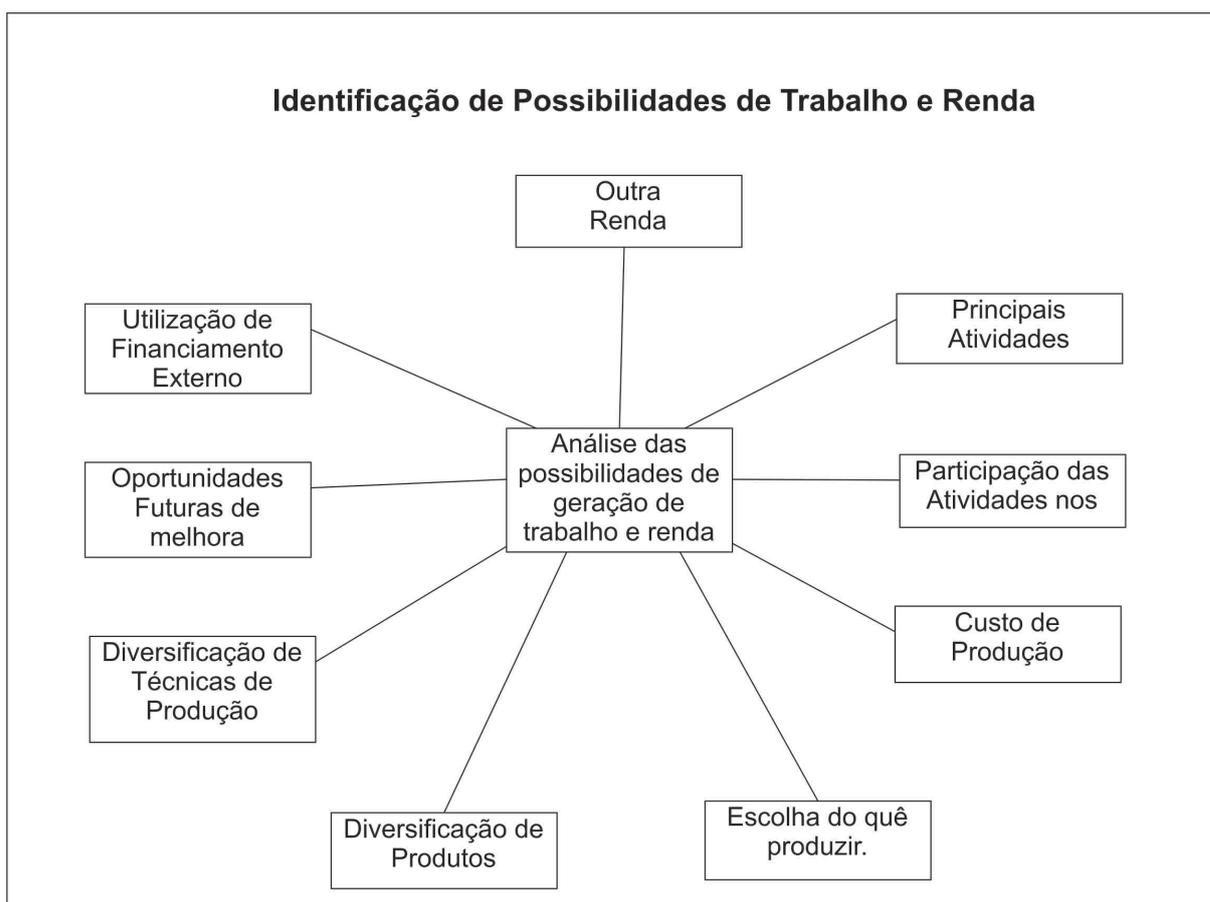
A inauguração da ponte sobre o Rio Negro, já com o cronograma em atraso, irá abrir uma nova era para as populações que habitam a outra margem do rio. Trará facilidades em diversos pontos, como também acarretará problemas em outros tantos.

Sobre essa inauguração, os entrevistados demonstraram que há uma percepção mais concreta dos resultados, tanto os positivos, quanto os negativos.

Dentre os positivos os mais citados foram os aspectos ligados a transporte, notadamente o acesso mais rápido a Manaus. No que se refere aos negativos, houve unanimidade na ideia de que passaria a ter mais ladrões na comunidade e, portanto, menos segurança.

Questões tais como a especulação imobiliária ou a maior exposição ao contexto urbano não foram mencionadas, ainda que sejam ameaças que pairam sobre o Ramal.

5.1.2. IDENTIFICAÇÃO DE POSSIBILIDADES DE GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA



Quadro 3 – Aspectos abordados para averiguação das possibilidades de geração de trabalho e renda.

O segundo Objetivo Específico pesquisado buscou identificar a existência de possibilidades não exploradas de atividades geradoras de trabalho e renda. Foram formuladas questões com o objetivo de analisar e avaliar a situação vigente.

Tabela 8 - Fontes de Renda e Renda

	Especificação	Percentual
Fontes de Renda	Bolsa Família	30,00 %
	Aposentadoria	20,00 %
	Trabalho Externo	20,00 %
	Seguro Desemprego	10,00 %
	Não respondeu	20,00 %
	Total	100,00 %
Renda Média Mensal	de R\$ 100 a R\$ 200	10,00 %
	de R\$ 201 a R\$ 300	20,00 %
	Acima de R\$ 300	10,00 %
	Não sabe/ não respondeu	60,00 %
	Total	100,00 %

Todos os entrevistados possuem outra renda fora do trabalho agrícola que realizam. A maior parte recebe o Bolsa Família, com valores distintos, seguido por aposentadoria.

As faixas de renda total, considerando o trabalho de agricultor familiar e os diversos benefícios ficaram entre R\$ 100,00 e R\$ 300,00 por mês.

Dentre os que informaram o rendimento mensal, obteve-se uma média de: R\$ 388,00. Contrapondo as faixas de renda encontradas e a média entre elas aos estudos realizados por Souza Filho e Batalha (2005, p.29), os agricultores familiares do Ramal Nova Esperança que se manifestaram encontram-se na classe de renda B, estando, portanto, fora da classificação de “pobres rurais”.

Para avaliar a forma de produção e o aproveitamento das possibilidades, buscou-se verificar o número de atividades produtivas mantidas pelos entrevistados assim como, o tipo de atividade mantida (Tabela 9).

A primeira constatação é que a maioria desenvolve apenas uma atividade em sua propriedade. Poucos possuem várias atividades.

Considerando aspectos tais como: ciclo de produção e sazonalidade, a adoção de um único produto interfere diretamente nos resultados e, por conseguinte, na condição de vida.

Tabela 9 - Dados da Produção

	Especificação	Percentual
Quantidade de itens produzidos	Uma	60,00 %
	Duas	20,00 %
	Várias	20,00 %
	Total	100,00 %
Tipos de Produtos	Verdura	20,00 %
	Mandioca	70,00 %
	Implantando	30,00 %
	Total	100,00 %
Participação da Produção na Renda Total	De 0 a 50%	20,00 %
	Mais de 51%	30,00 %
	Não sabe/ Não respondeu	40,00 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Há que se considerar também que o desenvolvimento de mais de uma atividade é limitado pela capacidade de trabalho de cada uma das unidades produtivas (família).

A agricultura é a atividade prevaiente, dividindo-se entre horta (verduras) e roçado (mandioca) para produção de farinha.

Uma comunitária mantém negócio de venda de doces na feira de Manacapuru, alegando que rende mais que a atividade agrícola, mas é uma excepcionalidade. Ainda se encontra comunitários que criam galinha como forma de complementar a renda.

Perguntados sobre quanto o trabalho na agricultura representa da renda mensal total, 20% alegam representar até 50% do total e 30% responderam que representa mais de 50% de sua renda total. Os 50% restantes abstiveram-se de responder.

Tabela 10 - Controle e discriminação das despesas e custos

	Especificação	Percentual
Itens de Custo	Insumos	20,00 %
	Mão de Obra	50,00 %
	Energia	50,00 %
	Não gasta	10,00 %
	Total	100,00 %

Abordando a questão de controle dos gastos chegou-se à constatação de nenhum dos entrevistados realiza controle efetivo sobre despesas e custos. Eles sabem mencionar alguns gastos, mas não sabem diferenciar ou quantificar essas despesas e custos.

Verificou-se, ainda, a preferência dos entrevistados sobre trabalhar com este ou aquele produto.

	Especificação	Percentual
Preferência para trabalhar	Plantas Medicinais	10 %
	Hortaliça	20 %
	Roça Mandioca	60 %
	Outros	10 %
	Total	100,00 %
Justificativa da Preferência	Hábito	20 %
	Mais fácil	10 %
	Rende mais	10 %
	Não usa adubo	30 %
	Não respondeu	30 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

A maior parte dos entrevistados afirmou preferir trabalhar com Mandioca/Farinha, por estarem habituados com essa variedade e também por não necessitar de adubo. Isso demonstra a escassez de recursos financeiros para a produção, como também, a mão de obra da família como recurso e limite da produção e os efeitos que tudo isso vem a ter sobre a produtividade.

Foram perguntados sobre outras possibilidades de trabalho e geração de renda em suas propriedade e houve uma polarização com 50% de respostas afirmativas, ou seja, que enxergavam outras possibilidades e outros 50% afirmando não existir outras possibilidades.

Entre os que afirmaram existir outras possibilidades que não eram utilizadas, a questão financeira foi apontada como maior responsável por isso. (Tabela 12)

Tabela 12- Identificação de novas possibilidades de trabalho e renda

	Especificação	Percentual
Reconhecimento da existência	Sim	50 %
	Não	50 %
	Total	100,00 %
Identificação das possibilidades	Hortaliça	20 %
	Frutíferas	20 %
	Granja	10 %
	Não sabe/não respondeu	50 %
	Total	100,00 %
Dificuldades para implantação	Financeiro	20 %
	Ambiental	10 %
	Infraestrutura	10 %
	Operacional	10 %
	Não sabe/não respondeu	50 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Sobre a existência de outras técnicas que poderiam ser aproveitadas, três afirmaram e apontaram outras técnicas, outros três manifestaram não conhecer ou não existir e os demais furtaram-se a responder.

Tabela 13 - Existência e identificação de outras técnicas de produção

	Especificação	Percentual
Identificação de novas técnicas	Hidroponia	10 %
	Adubação	20 %
	Que eu conheça não	20 %
	Não existe	10 %
	Não sabe/não respondeu	40 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Tabela 14 - Reconhecimento, identificação e restrições para melhorias futuras

	Especificação	Percentual
Reconhecimento	Sim	60 %
	Não sabe	40 %
	Total	100,00 %
Identificação	Diversificação de Produtos	66,67 %
	Infraestrutura	33,33 %
	Total	100,00 %
Restrições	Recurso Financeiro	33,33 %
	Capacitação	16,67 %
	Não sabe/ Não respondeu	50,00 %
	Total	100 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Quando buscou-se identificar possibilidades de melhora no trabalho, seis comunitários manifestaram-se afirmativamente. Solicitados a identificar tais possibilidades, quatro manifestaram a possibilidade de melhoria por meio da diversificação de produtos e dois mencionaram a melhoria da infraestrutura como fator de alavancagem no resultado do trabalho. Um número expressivo de entrevistados não visualizava possibilidades de melhorias futuras.

Como fatores limitadores do aproveitamento destas possibilidades foram apontados a falta de: recursos financeiros e conhecimento técnico.

O baixo nível tecnológico dos agricultores familiares brasileiros não pode ser explicado apenas pela falta de tecnologia adequada; ao contrário, em muitos casos, mesmo quando a tecnologia está disponível, não se transforma em inovação em razão da falta de capacidade e condições para inovar. (SOUZA FILHO et al, 2005 p.44)

Tabela 15 – Utilização de recursos financeiros externos

	Especificação	Percentual
Utilização	Não	90 %
	Nunca teve acesso	10 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Nenhum dos entrevistados nunca usou financiamentos externos por nunca ter tido acesso aos mesmos.

5.1.3 AVALIAR A UTILIZAÇÃO ESPONTÂNEA DAS FERRAMENTAS DO MARKETING

Considerando que na atualidade o marketing é tido como ferramenta de gestão empresarial, ao se avaliar a utilização das ferramentas do marketing, avalia-se todo o processo de gestão estabelecido ou não.

Neste sentido, a proposição e o desenvolvimento de ferramentas que venham a suprir deficiência em atividades de gestão por parte de administradores familiares são necessários. Tais ferramentas devem ser compatíveis com a complexidade de um empreendimento rural; devem assegurar a compreensão da interdependência das diversas variáveis que regem esse empreendimento; e, finalmente, devem auxiliar na aprendizagem e tomada de decisão dos produtores rurais. (LOURENZANNI et al, *apud* SOUZA FILHO et al, 2005, p.68)

Assim, buscou-se verificar se, ainda que de forma espontânea e aleatória, os comunitários utilizavam ferramentas do marketing no seu dia a dia. Para isso foram analisados 13 aspectos ligados à atividade do marketing, conforme exposto no Quadro XXXX, abaixo.



Quadro 5 – Aspectos abordados para verificação da utilização das ferramentas do marketing

A escolha dos produtos a serem trabalhados ocorre a partir de fatores culturais, ou seja, o hábito de trabalhar com os mesmos há muito tempo e da “facilidade de produção” que

também aparece como fator de escolha dos produtos a cultivar. Essa facilidade pode ser entendida como a possibilidade de cultivar sem a necessidade de adubos ou outros insumos, dependendo apenas do trabalho de cada um.

Um produto é qualquer coisa que pode ser oferecida a um mercado para aquisição ou consumo; inclui objetos físicos, serviços, personalidades, lugares organizações e idéias.

O caráter do produto poderá ser encarado diferentemente pelo comprador e pelo vendedor. É útil distinguir três conceitos de um produto: produto tangível, produto genérico e produto ampliado. (KOTLER, 1980, p.224)

Entre os agricultores familiares do Ramal Nova Esperança percebe-se que os produtos são caracterizados como genéricos e as consequências disso serão vistas mais a frente.

Tabela 16 - Definição do "mix" de produtos e fatores limitadores

	Especificação	Percentual
Razões da escolha de produtos	Ciclo Produção	20,00 %
	Cultural	60,00 %
	Facilidades de Produção	80,00 %
	Facilidades Operacionais	10,00 %
	Total	100,00 %
Fatores limitadores da produção	Insumos	10 %
	Infraestrutura	10 %
	Ambiente	20 %
	Mão de Obra	30 %
	Planejamento	20 %
	Não Sabe/Não Respondeu	10 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Foram apontados diversos fatores limitadores da produção, entre os comunitários, destacando-se a dificuldade para roçar e capinar. Nesta etapa do ciclo produtivo o agricultor familiar tem as opções de contratar mão de obra de terceiros, quando dispõe de recursos para tal ou ficar limitado ao possível de se fazer com sua capacidade e de sua família para preparar o terreno em tempo hábil.

Tabela 17 - Controle de custos de produção

	Especificação	Percentual
Controle de custos da produção	Não tem controle	50 %
	Só o trabalho	40 %
	Não sabe/não respondeu	10 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

A inexistência de um controle efetivo de custos e despesas, torna difícil a identificação destes. Isso irá interferir mais adiante quando da necessidade de fixação de preço mínimo de venda. Reconhece-se apenas o trabalho como sendo despesa e, mesmo assim, o mesmo não é computado como tal.

As mudanças exigidas para adequação a esse novo panorama competitivo (ambiente externo) atingem fortemente o gerenciamento dos empreendimentos rurais (ambiente interno). As ferramentas de gestão, como sistemas de custeio e seus indicadores, quando adequadas à realidade desses empreendimentos, são importantes para a competitividade do negócio. (Queiroz e Batalha *apud* Souza Filho, 2005 p.252)

Tabela 18 - Sistema de venda

	Especificação	Percentual
Forma	A granel	100 %
	Total	100,00 %
Unidade de venda	Quilo	10,00 %
	Maço	40,00 %
	Feixe	10,00 %
	Saco	40,00 %
	Unidade	10,00 %
	Litro	20,00 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

A totalidade dos entrevistados vende os produtos a granel (commoditie). Considerando os produtos em sua forma genérica obtém-se valores reduzidos na venda, que são possíveis de serem praticados no mercado de *commodities* devido às grandes quantidade,

o que não ocorre na agricultura familiar. Isso faz com que a própria atividade torne-se, com muita facilidade, inviável economicamente.

As unidades de venda variam, mas são todas formas diversas de comercialização a granel.

Os valores de venda são bastante variados e baixos. Vale ressaltar, conforme já visto anteriormente, que a prática da venda do produto genérico (Commodities) só se torna economicamente viável a partir de um determinado patamar de quantidade, que não é, em nenhum dos casos analisados, obtido.

Tabela 19 – Preço de Venda

Especificação	Preço	Unidade
Alface	R\$ 6,00	quilo
	R\$ 1,00	2 pés
Salsinha e Coentro	R\$ 1,00	maço
	R\$ 1,50	maço
Rúcula	R\$ 1,00	feixe
Farinha	R\$ 100,00	saco
	R\$ 120,00	saco
	R\$ 130,00	saco
	R\$ 2,50	litro
Cebola	R\$ 10,00	maço

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Os preços de venda são estabelecidos pelo mercado e pelo comprador. Em nenhuma condição os preços são estabelecidos pelos vendedores.

Os modelos de determinação de preço utilizados na prática, na maioria das vezes, também tendem a se basear numa visão limitada do problema, enfatizando um dos fatores, tais como custo, demanda ou concorrência e negligenciando outros fatores. (KOTLER, 1980 p. 301)

Porter (2004) coloca como indispensável a análise das cinco forças que regulam o mercado. São elas: Entrantes Potenciais (novos concorrentes), substitutos (produtos ou serviços que possam substituir os oferecidos), força dos fornecedores, força dos compradores e concorrentes. No caso específico dos agricultores familiares do Ramal Nova Esperança, por questões circunstanciais, encontram-se todos eles, dependentes de um único comprador. Isso dota o comprador de uma força que o capacita a determinar o preço de compra de acordo com suas conveniências.

Tabela 20 - Composto de Produto – Os 4 P's

	Especificação	Percentual
Preço	O mercado estabelece	70 %
	O comprador estabelece	10 %
	Não sabe/não respondeu	20 %
	Total	100,00 %
Promoção de Vendas	Não	90 %
	Quem leva mais, paga menos	10 %
	Total	100,00 %
Ponto de Venda	Revendedor	40 %
	Consumidor Final	20 %
	Banca na Feira do Produtor	40 %
	Total	100,00 %
Produto - Diferenciação	Não	100,00 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Outros fatores também de grande importância na definição do preço são aqueles que o consumidor reconhece como valor e que no caso dos agricultores familiares não é utilizado. O apelo à preservação dos recursos naturais, a agricultura orgânica e a própria marca Amazônia, são valores altamente reconhecidos nos dias de hoje e não utilizados na formulação do preço pela venda a um único comprador, como commodity.

O composto promocional caracterizado por propaganda e promoção de vendas, muito comum no segmento de varejo, nunca é utilizada, em função de desconhecimento, escassez de recursos e até mesmo porque todas as iniciativas de negócio são determinadas pelos compradores.

O Ponto de Venda que poderia surgir como diferencial, é também anulado pois, dentre os comunitários, 80% declarou efetuar as vendas para algum tipo de revendedor no ambiente deste último. Isso vem reforçar os aspectos ressaltados nas questões anteriores. Considerando que os revendedores constituem um mercado, os produtores familiares têm grande dependência de um único mercado que torna-se muito forte em relação a cada um dos agricultores individualmente.

Por fim, completando os 4 Ps definidos por Kotler (1980), o produto, como já visto, é genérico, sem nenhum tipo de característica própria ou diferencial. Nenhum dos produtores

tem alguma característica de produção que caracterize um diferencial e o destaque dos demais. Isso é uma característica da venda a granel, como produto genérico. Da mesma forma, nenhum dos produtores tem qualquer tipo de identificação nos produtos.

Os compradores competem com a indústria (conjunto de fornecedores) forçando os preços para baixo, barganhando por melhor qualidade ou mais serviços e jogando os concorrentes uns contra os outros – tudo à custa da rentabilidade da indústria. O poder de cada grupo importante de compradores da indústria depende de certas características quanto à sua situação no mercado e da importância relativa de suas compras da indústria em comparação com seus negócios totais. (PORTER, 2004 p.26)

Tabela 21 - Iniciativa do laço comercial

	Especificação	Percentual
A quem coube	Comprador	20 %
	Vendedor	50 %
	Não sabe/ não respondeu	30 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

A iniciativa da venda coube ao produtor/vendedor em 50% das vezes e, mesmo assim, em função da fragilidade decorrente da individualidade e da forma como os produtos são oferecidos, a determinação do preço cabe ao comprador, como exposto a seguir.

Tabela 22 - Transporte

	Especificação	Percentual
Meio de Transporte	Ônibus	90 %
	Canoa	10 %
	Total	100,00 %

Ramal Nova Esperança – Manacapuru – AM – 2.010

Noventa por cento dos comunitários declarou transportar o produto até o ponto de venda de ônibus. A questão do transporte dos produtos até o ponto de venda surge claramente como um dos grandes fatores limitadores da produção, considerando que a circulação do ônibus está restrita a apenas um dia na semana e tem uma única opção de destino. Neste ponto, a conclusão da ponte sobre o Rio Negro terá grande impacto.

Nenhum dos produtores mantém controle sobre o quê os clientes compram, o que poderia ajudar no planejamento da produção. Como também não mantém registro dos clientes e ainda não fazem nenhum tipo de divulgação.

A maior parte dos agricultores familiares expõe os produtos em estrados, tornando esse mais um fator de fortalecimento do comprador.

5.2. UNIDADES DE ANÁLISE

5.2.1. UNIDADE DE ANÁLISE PRINCIPAL:

Processo sócio-econômico gerador de trabalho e renda.

A análise principal está voltada para a verificação e avaliação do processo gerador de trabalho e renda, entre os agricultores familiares do Ramal Boa Esperança em Manacapuru.

Tal processo tem a agricultura familiar como sendo atividade básica do grupo estudado, além de avaliar as possibilidades existentes e inexploradas de melhores resultados, melhoria da qualidade de vida dos comunitários e preservação dos recursos naturais como consequência.

Para isso, foram definidas Unidades de Análise Incorporadas com o objetivo de analisar cada um dos fatores envolvidos e, a partir da análise destes fatores, pode-se avaliar a Unidade de Análise Principal

5.2.1.1. Unidade Incorporada de Análise 1:

Forma de Associação

A pesquisa aplicada aos comunitários, assim como as inúmeras visitas realizadas à Comunidade demonstraram que, ainda que existam três associações atuando naquela área, nenhuma delas cumpre o papel de reunir os comunitários de forma efetiva.

Como consequência, os comunitários trabalham isoladamente, cada um dentro de suas possibilidades. Isso leva à limitação da capacidade de produção e ao enfraquecimento no momento das negociações, deixando cada um deles à mercê dos compradores que ditam preços e condições de fornecimento.

Segundo Porter (2004) um dos fatores a ser analisado, para estabelecimento das estratégias competitivas, é a força dos clientes em relação aos fornecedores.

No caso específico dos agricultores familiares do Ramal Nova Esperança, atuando isoladamente, passam a ter um único comprador que, nessa situação, passa a ser quem define todas as condições de negócio.

Assim a maneira como atuam, os comunitários do Ramal Nova Esperança – isoladamente - leva a negociações pouco rentáveis, impossibilitando resultados que permitam o investimento no próprio negócio.

Considerando que as necessidades básicas dos agricultores familiares, como o próprio nome diz, são inadiáveis, as negociações pouco rentáveis levam à necessidade de aumentar a produção sem que isso seja possível pelo aumento da produtividade.

Ainda que a capacidade de trabalho seja um fator de limitação da produção, os agricultores são levados a aumentar a área de plantio, interferindo na busca da sustentabilidade e na conservação dos recursos naturais.

5.2.1.2. Unidade Incorporada de Análise 2:

Processo Produtivo

O processo produtivo tem início no momento em que o agricultor familiar decide iniciar o plantio de qualquer tipo de produto. Ainda que informalmente, essa decisão representa o planejamento da produção. Em seguida vem a aquisição ou obtenção dos insumos necessários, a operação representada pelas etapas de plantio e manutenção da cultura, colheita, armazenamento, comercialização e distribuição.

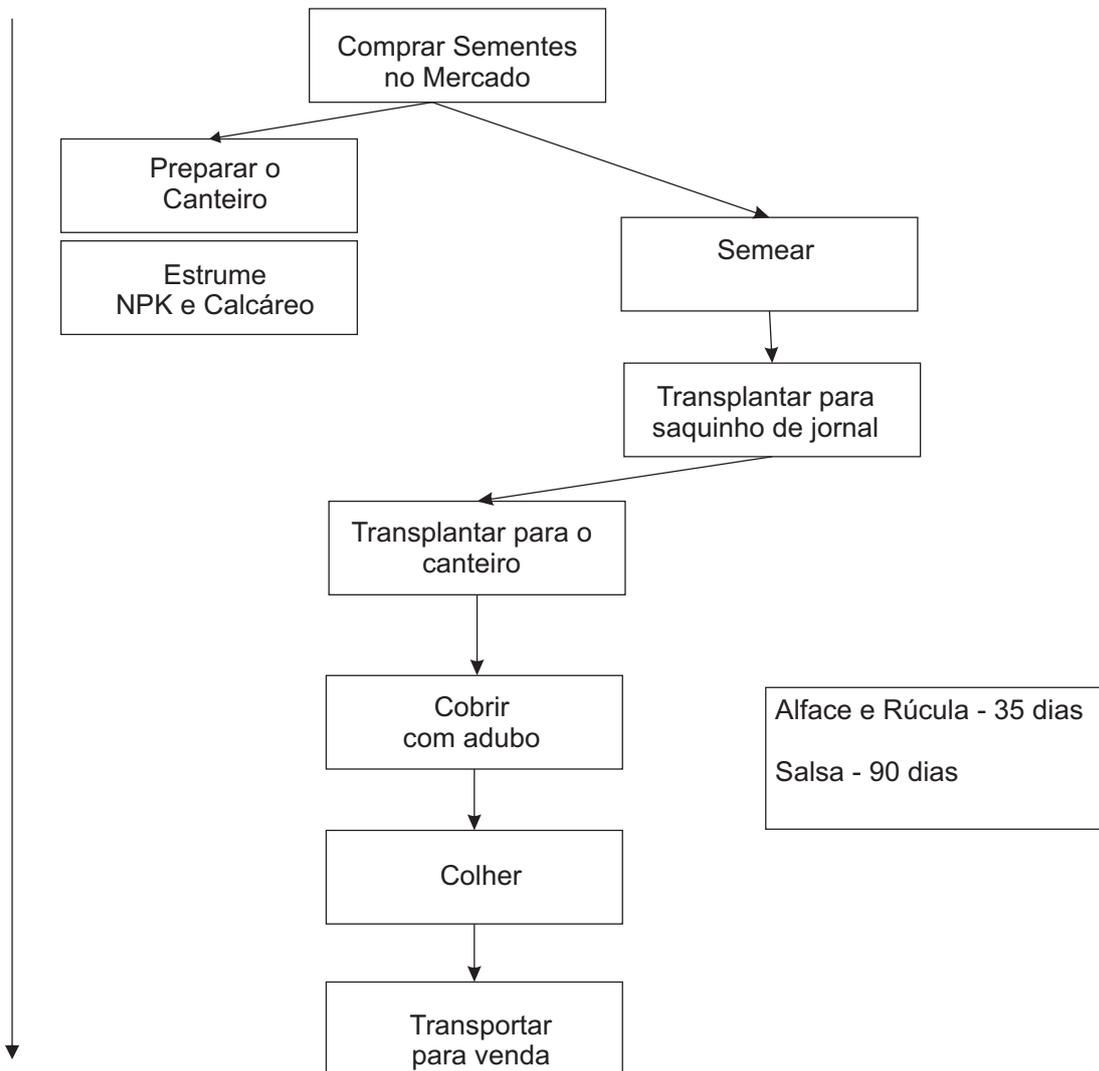
Ou seja, a análise do processo produtivo diz respeito às etapas envolvidas com a atividade, os recursos disponíveis para sua realização e os possíveis “gargalos” existentes.

Considerando-se que hortaliças e mandioca/farinha são os produtos mais comuns, apresenta-se nos Quadros 06 e 07 o diagrama do ciclo de produção de cada um deles.

A primeira característica que se percebe no processo produtivo dos agricultores familiares do Ramal Nova Esperança é a ausência de planejamento formal para as atividades desenvolvidas. Em boa parte das vezes por desconhecimento sobre o “como” fazer um planejamento e muitas vezes pela impossibilidade circunstancial de fazê-lo – faz-se o que é possível e quando é possível – mas, sempre sem nenhuma atividade similar.

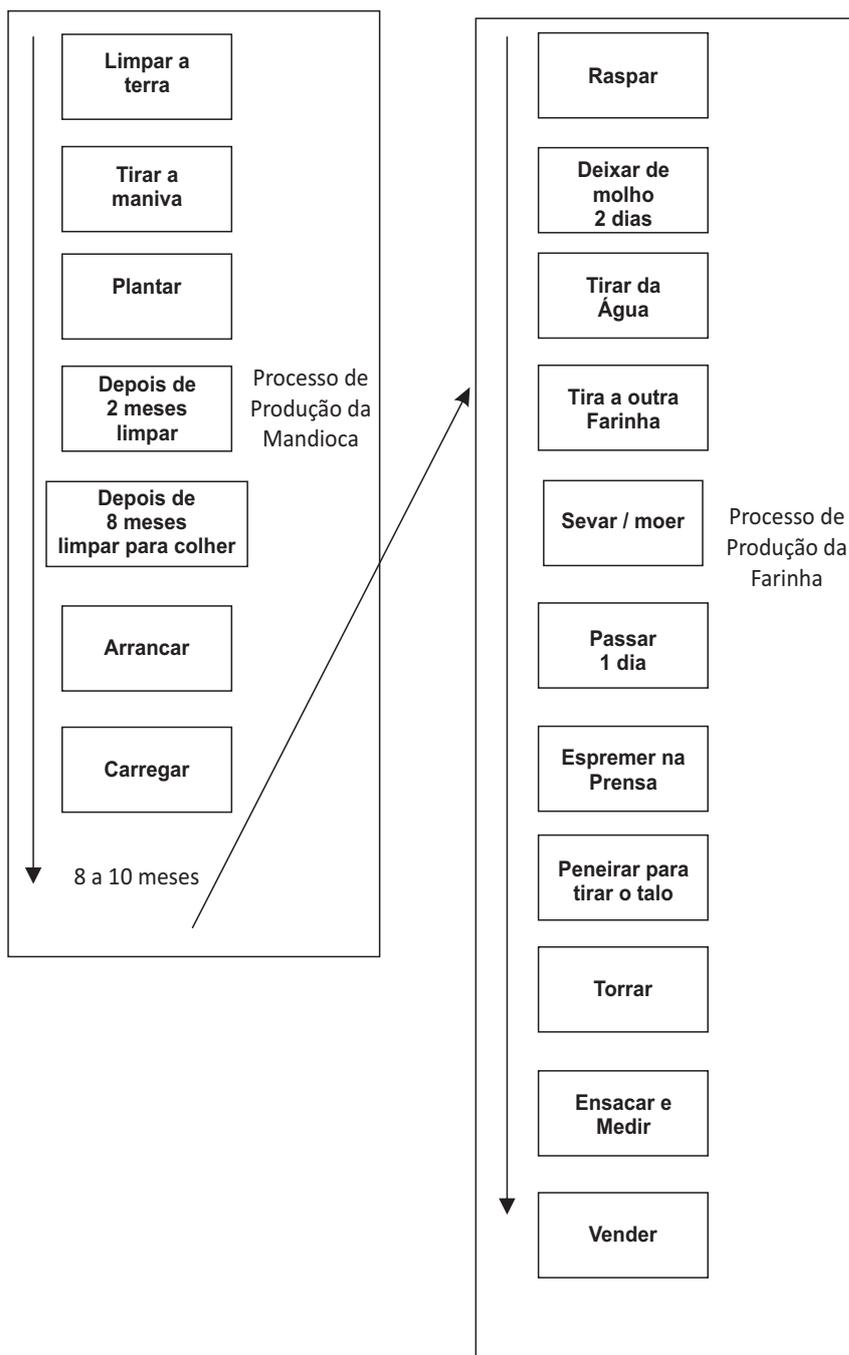
Outra característica importante, decorrente da forma de associação (ou não) adotada, é que a produção é feita individualmente pelos agricultores, envolvendo no máximo, pessoas da mesma família. A exceção ocorre, em alguns casos, nas etapas mais trabalhosas, quando os agricultores contratam diaristas para auxiliar nos trabalhos. No entanto, para aqueles que não têm condições de contratar terceiros, a produção fica limitada à sua capacidade individual e de seus familiares.

Ciclo de Produção de Hortaliças.



Quadro 6 – Processo Produtivo Hortaliças

Ciclo de Produção da Mandioca/Farinha



Quadro 7– Processo Produtivo Mandioca e Farinha.

A escolha daquilo que será produzido é feita em função da cultura, do hábito e da necessidade de recursos. Assim, a mandioca é escolhida pelo hábito existente, como também, por não necessitar de adubo, além das facilidades para obtenção de manivas.

Ao optar por culturas que tenham a possibilidade de não utilização de adubo, já se parte de uma base que irá interferir diretamente na qualidade e produtividade.

Outro aspecto importante e generalizado é a ausência de qualquer tipo de controle contábil. Nenhum dos lavradores soube dizer o quanto custava produzir uma unidade daquilo que produzia, o que impossibilita a averiguação de Margem de Contribuição e de Lucro em cada uma das atividades.

Alguns apontavam como despesas combustível ou mão de obra terceirizada, mas nada sistematizado que possibilitasse a determinação do custo dos produtos.

5.1.2.3 Unidade Incorporada de Análise 3:

Sistema de Trabalho

O sistema de trabalho e os métodos utilizados são, por si só, fatores limitadores da produção. Caracterizado pela execução individualizada ou familiar das tarefas, dificuldades impostas pelas condições de trabalho (distância entre a água e a roça, por exemplo), pela escassez de recursos tecnológicos, não utilização de recursos externos sejam financeiros, sejam relativos a insumos e ausência de planejamento, fazem com que o Sistema de Trabalho inviabilize resultados mais auspiciosos de produção e todo o resto vem como decorrência.

A falta de planejamento dá-se por falta de conhecimento, falta de recursos ou mesmo incapacidade total para sua realização. Como decorrência vê-se a não utilização de possibilidades de geração de trabalho e renda que mitigariam as consequências da sazonalidade e do ciclo produtivo dos produtos escolhidos, assim como o aprendizado e introdução de novas técnicas de produção que levariam a maior produtividade, melhor qualidade de vida e menor utilização dos recursos naturais.

Quando se planeja pode-se determinar onde se quer chegar, quais são os objetivos e as metas que se espera alcançar com a atividade. Sem isso, toda a atividade fica aleatória, sem parâmetros de avaliação e correção.

Ao desenvolver sua atividade produtiva, o produtor familiar deve determinar claramente quais são seus objetivos com aquela atividade. Ele pode estabelecer que seu principal objetivo é a produção para subsistência, sendo vendido apenas o que não for consumido na propriedade. A segunda opção é estabelecer a comercialização da mercadoria como principal objetivo da produção. Essa opção parece óbvia e bastante simples, mas, nesse segmento, é muito importante, pois é o primeiro passo para o produtor encarar sua propriedade como um empreendimento que precisa apresentar resultados para cumprir os compromissos assumidos. (VILCKAS et al *apud* SOUZA FILHO et al, 2005 p.133)

5.1.2.4 Unidade Incorporada de Análise 4:

Sistema de Distribuição das Receitas Geradas

A distribuição das receitas geradas foi incluída neste estudo, tendo como premissa que haveria trabalho conjunto. No entanto, foi encontrado um sistema de trabalho individualizado, que, de per si, redundava em uma única fonte recebedora das receitas.

No que se refere à gestão das receitas geradas pelo trabalho, percebe-se também que não existe nenhum critério profissional.

As receitas geradas pelo trabalho e produção confundem-se com as receitas pessoais dos agricultores. Aqui também, a falta de planejamento termina por reduzir as possibilidades de melhores resultados.

O aspecto financeiro/contábil da atividade de agricultura familiar é, sem dúvida, um dos grandes causadores dos inúmeros problemas encontrados.

Considerando o ciclo financeiro/contábil da atividade e constatando que nenhuma das etapas é avaliada ou analisada, inexistindo ao menos anotações contábeis, torna-se impossível pensar em termos de investimentos que resultem em lucro da atividade e benefícios para os agricultores familiares.

5.2.1.5 Unidade Incorporada de Análise 5:

Processo de Marketing (Divulgação e Comercialização)

A pesquisa aplicada e a observação durante os contatos mantidos mostraram que inexistem ações de marketing, sejam estruturadas, sejam aleatórias.

Tomando como base os 4 Ps de Kotler (obra citada) verifica-se que:

- . o produto é genérico, sem que haja qualquer ação que tenha como objetivo agregar valor ou criar diferenciais competitivos. Como decorrência são comercializados como commodities, ainda que as quantidades não viabilizem que assim seja.
- . o preço, em função da atuação individualizada e da fragilidade na negociação, é determinado pelo comprador e pelo mercado. Considerando a ausência de planejamento conjunto, individualmente todos produzem as mesmas coisas e as vendem na mesma época, o que tem interferência direta e negativa sobre o preço;
- . a promoção ou o composto promocional – propaganda, promoção de vendas, relações públicas, assessoria de imprensa – é totalmente desconhecida dos agricultores familiares e, em função da forma de produção e da forma de comercialização, torna-se inviável e desnecessária.

. o ponto de venda é, mais uma vez, desconsiderado pela dependência dos produtores de determinados compradores, aos quais procuram para comercializar a produção.

5.2.1.6 Unidade Incorporada de Análise 6:

Sistema Administrativo

A administração passou a ser encarada como gestão, tendo sido incorporada às demais atividades administrativas, o planejamento.

Viu-se anteriormente a inexistência de ações de planejamento, como também do básico da gestão. Isso termina por levar a resultados muito aquém dos possíveis, ainda que, sob determinados aspectos, as condições sejam bastante propícias.

Do ponto de vista técnico-gerencial, trata-se muitas vezes, de projetos mal concebidos, associados à adoção de opções produtivas inconsistentes, insuficientemente testadas e até mesmo descabidas. Esse problema, corriqueiro na administração de estabelecimentos rurais em geral e, em particular, na produção familiar, revela a forte deficiência em atividades de gestão. (LOURENZANI et al *apud* SOUZA FILHO et al, 2005 p.68)

Assim, finalizando as Unidades de Análise Incorporadas e como consequência da análise de todas as demais unidades, o sistema administrativo inexistente nas estruturas de agricultura familiar analisadas. Esse é mais um fator que vem colaborar para que os resultados de produção fiquem aquém das possibilidades existentes.

6. CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

A pesquisa revelou, a princípio, que as ferramentas e o conhecimento acumulado pela atividade do marketing não são utilizados pelos agricultores. Planejamento, análise e avaliação de custos, métodos de produção, posicionamento ou divulgação são aspectos desconhecidos e não utilizados.

A busca de conceituação de aspectos como qualidade de vida, desenvolvimento, tecnologia, tão corriqueiros na atualidade, revelou haver desconhecimento sobre os temas, menos por ignorância, mais pela necessidade inadiável de priorizar a sobrevivência.

É de extrema importância ressaltar que a gama e o escopo de conhecimentos, além dos aspectos culturais encontrados junto aos agricultores familiares, não significam, em nenhuma hipótese, inferioridade, sob qualquer aspecto, dos comunitários. Significa sim, e esse é o

ponto em que se deve colocar a atenção, inadequação a uma realidade capitalista que os cerca e que, o contato entre as duas realidades faz com que os comunitários tenham sempre condições piores.

Importante ressaltar que não se trata de impingir novos conceitos, novos paradigmas aos comunitários, transformando-os em novos capitalistas, distantes de sua história, de sua cultura de seus “habitus” e de suas vocações naturais.

Ficou clara, durante a elaboração deste trabalho, a visão da impossibilidade de convivência entre o capitalismo e a sustentabilidade. Foi demonstrada também que essa substituição do atual estado capitalista pelo almejado estado sustentável, depende não de mudanças, mas de rupturas na organização social, rupturas estas, que não irão acontecer em curto ou médio prazo. É patente também a impossibilidade de se adiar “ad eternum” a ocorrência destas.

Neste sentido, potencializar as capacidades e as possibilidades do comunitário, agricultor familiar, constituintes de populações tradicionais, permitindo-lhes ao menos compreender o capitalismo para que, a partir desta compreensão possam se posicionar de forma a obter melhores resultados, é, em suma, encaminhar a sociedade para a reorganização necessária.

A partir da pesquisa realizada e das visitas ao Ramal Nova Esperança pode-se chegar à conclusão sobre diversos aspectos.

A questão do desenvolvimento sob a ótica dos entrevistados mostrou ser, esse conceito, difuso entre os pesquisados.

Isso porque, em conformidade com seus “habitus” e o sistema de produção adotado, que em detrimento da linearidade e objetividade do sistema capitalista, adota a circularidade mais próxima aos processos naturais, fazem com que os objetivos de médio e longo prazo fiquem nublados, salientando apenas os objetivos de curto prazo.

Do ponto de vista da sustentabilidade, essa opção é positiva, sendo que, porém, no momento de interação com o sistema capitalista representado pelos compradores dos produtos, fragiliza os fornecedores, aqui representados pelos comunitários, desvalorizando o resultado de seu trabalho.

Isso leva a necessidade de uma produção maior para suprir as necessidades dos agricultores rurais e termina por interferir diretamente na conservação dos recursos naturais.

É importante, portanto, que se tenha essa visão de médio e longo prazo e ainda que, mais que isso, utilize-se essa visão para a realização de planejamento de toda cadeia produtiva.

A agricultura de forma geral, e a agricultura familiar principalmente, estão sujeitas a diversos fatores intrínsecos à atividade. A sazonalidade, o ciclo de produção, as variações climáticas, entre tantos outros, são fatores preponderantes para os resultados obtidos. Neste sentido, a definição do “mix” de produtos deve considerar tais fatores de forma a promover o equilíbrio de trabalho e renda durante todo período do ano.

Há que se considerar ainda que, em sua grande maioria, os produtos escolhidos para produção pelos comunitários têm entre suas características a necessidade de consumo imediato. Esse é mais um ponto que pressiona a negociação em favor do comprador, quando da comercialização.

O “mix” escolhido deveria contemplar alguns produtos que pudessem ser processados/beneficiados para comercialização em ocasiões em que o mercado estivesse mais favorável.

A primeira conclusão a que se chega, motivo do presente trabalho, é de que as ferramentas do marketing podem contribuir significativamente com os processos de geração de trabalho e renda, qualidade de vida e conservação dos recursos naturais.

Para isso, a adoção de práticas de planejamento estratégico, da gestão de marcas e imagem institucional, de posicionamento, políticas de comercialização, de preços, de diferenciação, de relacionamento com clientes, busca de novos mercados, promoção e propaganda podem alterar significativamente os resultados da atividade agrícola familiar.

Da mesma forma a utilização dos conceitos de gestão empresarial estruturando-se para definir política de compras, controle de custos, gestão de recursos e outros serão de grande valia para a atividade.

No decorrer da elaboração deste estudo, houve um grande desenvolvimento de uma área do marketing que está surgindo com muita força, conhecida como Marketing Digital, a qual é baseada na Internet. Se antes, um dos empecilhos para a utilização do marketing por pequenas empresas, entre elas os agricultores familiares, notadamente no que se referia à divulgação de produtos e serviços, eram os altos custos da propaganda, essa nova modalidade de marketing permite, a custos muito baixos, a efetivação de estratégias completas de marketing.

Os próximos trabalhos neste sentido não poderão deixar de lado esse aspecto que, se associado ao conhecimento das ferramentas de marketing e gestão empresarial se tornarão um divisor de águas para a atividade.

Assim, a adoção de práticas como planejamento, posicionamento, ações institucionais, políticas de preço, distribuição e divulgação irão potencializar sobremaneira os resultados do trabalho dos agricultores familiares.

Em resumo, como primeira conclusão tem-se que, as ferramentas do marketing podem colaborar para reverter o “status quo”.

Constatou-se durante a pesquisa, ainda, que conceitos importantes, que estão no topo das prioridades atuais, tais como: sustentabilidade, qualidade de vida, trabalho e renda, passam à margem dos comunitários, ou da maior parte deles, não por ignorância, por falta de conhecimento, mas apenas e tão somente porque para esse grupo a prioridade reside em necessidades básicas.

Na medida em que não se priorizam tais questões, mantendo-se o foco “apenas na sobrevivência”, perpetua-se uma situação que, ainda que não constitua a miséria preconizada pelos meios de comunicação capitalista, coloca os comunitários em situação de fragilidade em relação à ânsia capitalista.

Como na maior parte das demais áreas de atividade, a educação surge como elemento indispensável a qualquer proposta que se apresente.

Portanto, para que se viabilizem as necessidades descritas anteriormente, faz-se necessária a implantação de um programa extenso e abrangente de capacitação. De forma continuada, os comunitários devem capacitar-se para aplicar conceitos de planejamento, gestão empresarial, contabilidade, custos, finanças e marketing, assim como, ter contato com novas técnicas e tecnologias de produção que potencializarão o trabalho de cada um.

Da maneira como vêm atuando, os comunitários do Ramal Nova Esperança, isoladamente, cada um por si, reduzem sua capacidade de negociação, favorecendo aos compradores de seus produtos. Fica claro que não há outro caminho a seguir que não seja o planejamento, a produção e a comercialização em grupo. Seja associação, seja cooperativa ou outra forma qualquer de associação, essa é a única forma de equilibrar o relacionamento entre produtores e compradores, além de abrir a possibilidade da busca de mercados alternativos e altamente promissores, que hoje estão inexplorados.

A breve conclusão da ponte sobre o Rio Negro, ao mesmo tempo que trará inúmeros benefícios, deixará os comunitários mais expostos e no meio do processo capitalista.

Neste ambiente, a agricultura familiar pode ser assim encarada, familiarmente, enquanto estiver no ambiente interno das propriedades. A partir do momento que passa a interagir com o ambiente externo, com as estruturas capitalistas, deve ser tratada como “agro-bussines” em todas as suas peculiaridades.

Potencializar os resultados do trabalho comunitário sem modificar a cultura, os hábitos, crenças e as formas de produção e respeitando a Natureza, é a única maneira de criar barreiras à invasão capitalista que certamente ocorrerá a partir da abertura da ponte.

Finalizando é imprescindível fazer-se uma referência ao orgulho emergente que se sente pela população brasileira após a realização de trabalhos como este.

A mídia é notável em relatar casos de corrupção, enriquecimento ilícito, tráfico de drogas e outros, mas incapaz de repercutir a realidade de milhões de brasileiros que sem recursos, sem conhecimento, sem as mínimas condições, saem do nada e são capazes de produzir, de se manter e manter suas famílias, muitas vezes apenas com o objetivo de sobreviver.

7 REFERÊNCIAS

- AGENDA 21 LOCAL – orientações metodológicas para construção e avaliação. Fortaleza, Fundação Konrad Adenauer, 2004.
- BERNARDO, J. **Economia dos conflitos sociais**. São Paulo: Cortez, 1991.
- BERTALANFFY, L. V.. **Teoria Geral dos Sistemas**. Petrópolis: Vozes, 1968.
- BOFF, Leonardo. **Ecologia, mundialização e espiritualidade**. São Paulo: Editora Ática, 1993.
- CAPRA, Fritjof. **A teia da vida**. São Paulo: Cultrix/Amana Key, 1996.
- CAVALCANTI, Clovis (org). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**, São Paulo: Cortez, 2003
- Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento- **Agenda 21**; 1992, Rio de Janeiro
- DAVIS, Stan; MEYER, Christopher. **Blur: A velocidade da mudança na economia integrada**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- DE MASI, Domenico. **O Ócio Criativo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
- Estado do Mundo. HALWEIL, B. **Agricultura de interesse público WWI-UMA**, Parte2, 2002. Salvador: UMA.
- Estado do Mundo. **A Sociedade de Consumo**. WWI-UMA, Parte1, 2004. Salvador: UMA.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda e J.E.M.M. Editores. **Novo Dicionário Aurélio**. 1986, Nova Fronteira – Rio de Janeiro.
- FERREIRA, L C. **Sustentabilidade: uma abordagem histórica da sustentabilidade**. In: BRASIL. **Encontros e Caminhos: Formação de Educadoras(es) Ambientais e Coletivos Educadores**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2005.
- FISCHMANN, Adalberto Américo; ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro. **Planejamento Estratégico na Prática**. São Paulo: Atlas, 1990.
- GUANZIROLI, C. E.; CARDIM, S. E. C. S. **Novo retrato da agricultura familiar: o Brasil redescoberto**. Projeto de Cooperação Técnica INCRA/FAO, MDA Ministério do Desenvolvimento Agrário, Brasília, DF: INCRA/FAO, MDA, 2000. www.INCRA.gov.br/fao
- HENDERSON, Hazel. **Transcendendo a economia: uma visão integrada dos paradigmas emergentes transformando, pela essência, nossa concepção de governo, política, educação, empresa, trabalho e vida em sociedade**. São Paulo: Cultrix/ Amana, 1991.

JATOBÁ, Sérgio Ulisses Silva, CIDADE Lúcia Cony Faria, VARGAS Glória Maria. **Ecologismo, Ambientalismo e Ecologia Política: diferentes visões da Sustentabilidade e Território**. Sociedade e Estado, Brasília, v. 24, n. 1, p. 47-87, jan./abr. 2009

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – **Censo Agropecuário 1995/1996** – Brasília.

KOTLER, Philip. **Marketing**. São Paulo: Atlas, 1980.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Ediouro, 2009.

LAMARCHE, H. (coord) **A agricultura familiar**, vol.1 e vol.2. 2ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

LEFF, Enrique. **Ecologia, capital e cultura**. Blumenau: Ed. Da FURB, 2000.

LÉLÉ, S.M., 1991. **Sustainable development: a critical review**. World Development, 19(6), 607-621

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Carta da Terra**. Rio de Janeiro. 1992
www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/carta_terra.doc

MORIN, Edgar. **Ciência com Consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2008.

MORIN, Edgar. **O Método 4**. As idéias. Sintra: Publicações Europa-América, 1991.

MORIN, Edgar. **O Método 3**. O Conhecimento. Sintra: Publicações Europa-América, 1986.

MOTOMURA, Oscar. **Coletânea Amana Key**, São Paulo: Amana Key, 1998,

MOTOMURA, Oscar. **Curso de Gestão Empresarial**. Amana Key. São Paulo/SP, 1999.

NAÇÕES UNIDAS - COMISSÃO MUNDIAL DO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO - **Our Common Future**. Oxford: Oxford University Press, 1987

NALEBUFF, Barry J.; BRANDENBURGUER, Adam M. **Co-operação**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

NEVES, Delma P. (2006). **Agricultura familiar: quantos ancoradouros!**

http://www2.prudente.unesp.br/dgeo/nera/Bernardo2006_bibliografia/Agricultura_Familiar.pdf

NODA, Sandra do Nascimento. **Planejamento Organizacional em Agricultura Familiar**. Manaus: Edições Kintaw, 2008.

PAULI, Gunter. **Upsizing: Como gerar mais renda, criar mais postos de trabalho e eliminar a poluição**. Porto Alegre: Fundação Zeri Brasil / L&PM, 1999.

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

POSTEL, S; VICKERS, A. 2004. **Incrementando a produtividade hídrica**. In: Estado do Mundo. WWI-UMA, Parte 2, 2004. p. 55-81.

RENNER, M. **Rompendo o elo entre recursos e repressão**, in: Estado do Mundo, WWI-UMA, Parte2, 2002. Salvador: UMA p. 173-200.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o século XXI**. In: BURSZTYN, Marce(Org.). Para pensar o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Brasiliense, 1993.

SACHS, Ignacy – **O desenvolvimento enquanto apropriação dos direitos humanos** - Estudos Avançados vol.12 no.33. São Paulo:1998 - <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40141998000200011>

SACHS, Ignacy – **Barricadas de ontem, campos do futuro** - Estudos Avançados vol.24 no.68. São Paulo:2010 - <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142010000100005>

SCHMIDT, I. T. **Motivação no Trabalho: teorias Contemporâneas**. São Paulo: Arte & Ciência, 2000.

SOUZA, Herbert de. **Democracia: cinco princípios e um fim**. São Paulo: Editora Moderna, 1996.

SOUZA FILHO, Hildo Meirelles; BATALHA, Mário Otávio. **Gestão Integrada da Agricultura Familiar**: São Carlos, EdUFSCar, 2005

STEFFEN, W., 2008. **Looking Back to the Future**. AMBIO: A Journal of the Human Environment, 37(sp14), 507-513.

UNITED NATIONS, **Declaração do Milênio das Nações Unidas**, 2000. 16p.

WHEATLEY, Margaret J. **Liderança e a nova ciência: o que teremos que aprender sobre organização, relacionamento e a própria vida a partir dos referenciais científicos mais recentes**. São Paulo: Cultrix / Amana Key, 1992.

YIN, Robert K. **Estudo de caso. Planejamento e Métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZOHAR, Danah. **Sociedade Quântica: a promessa revolucionária de uma liberdade verdadeira**. São Paulo: Nova Cultural, 1993.

ANEXOS

ANEXO I

Marketing e Recursos Naturais em Manacapuru – AM**Carlos Norberto Freire Silva****Entrevista de Campo****Objetivo Geral**

Analisar a viabilidade da utilização das técnicas do marketing como vetor da Conservação dos Recursos Naturais.

Entrevista**Objetivo específico 1**

. Compreender o conceito de desenvolvimento sob a ótica dos atores envolvidos

- 1) Nos últimos 10 anos o que aconteceu de importante na sua vida e que mudou o seu dia a dia? Por que foram importantes esses acontecimentos no seu dia a dia? Em quê e como isso mudou sua vida?
- 2) Para melhorar essa mudança ocorrida em sua vida no seu dia a dia o que seria necessário?
- 3) Imagine que o Sr. recebeu um prêmio de R\$ 10.000,00 para empregar na sua propriedade. Como o Sr gastaria esse dinheiro? Quais seriam as 5 coisas mais importantes a fazer?
- 4) Na sua resposta sobre o que de importante aconteceu, para o Sr. o que significou desenvolvimento? O que significa desenvolvimento para o Sr.?
- 5) O que deveria ter na comunidade que ajudaria muito seu trabalho? Ajudaria como? Em que isso iria modificar a sua vida? Por quê?
- 6) No seu entendimento, até que ponto os recursos financeiros são importantes para que o Sr. tenha mais desenvolvimento?
- 7) O que é qualidade de vida no seu entendimento?
- 8) O que a tecnologia no seu entendimento auxilia o seu trabalho no dia a dia?
- 9) Em seu entendimento quais serão os impactos da Ponte sobre o Rio Negro em sua vida? Quais os 3 mais positivos? Quais os 3 mais negativos?

Objetivo específico 2

. Identificar as possibilidades existentes de geração de trabalho, renda e desenvolvimento;

1. O Sr. tem alguma outra renda que não venha das suas atividades de trabalho em sua propriedade? Qual? O que ela representa em sua renda total?
2. Quais são as atividades de trabalho que o Sr. desenvolve em sua propriedade para obter rendimentos (dinheiro)?
3. Mais ou menos, quanto cada uma delas representa no total de seus ganhos mensais?
4. Quanto o Sr. gasta na produção de cada uma destas atividades?
5. Com qual destes produtos o sr. mais gosta de trabalhar? Por que?
6. Existe alguma outra possibilidade de trabalho e geração de renda, na sua propriedade e que o Sr. não utiliza? Qual é? Por que não utiliza?
7. Existe alguma outra técnica de produção que o Sr. não utiliza? Por que?

8. O Sr. vê alguma oportunidade de melhorar seu trabalho e sua renda no futuro? Qual? O que o Sr. precisa para aproveitá-la?
9. O Sr. usa algum tipo de financiamento externo? Por que?

Objetivo específico 3

. Avaliar a aplicação das ferramentas do marketing de maneira não sistematizada;

1. Como o Sr. escolhe os produtos com os quais irá trabalhar?
 - a. Sazonalidade
 - b. Facilidade de Obtenção
 - c. Facilidade de Venda
 - d. Hábito
 - e. Especialidade
 - f. Outro. Qual?
2. Quais são os 3 mais significativos entre todos os que o Sr. trabalha?
3. Como é o sistema de produção de cada um deles? (elaborar fluxo de produção de cada um dos produtos ou grupos de produtos)
4. O que mais dificulta a produção de cada um destes itens?
5. Quais são os custos de produção destes produtos? Como Sr. calcula? O Sr. mantém controle destes custos?
6. Como o Sr. vende estes produtos?
 - a. Embalados
 - b. A granel
7. Qual a unidade de venda? Unidade, caixa, quilo, dúzia?
8. Como o Sr. estabelece o Preço de Venda destes produtos?
9. Existe algum tipo de facilidade para aumentar as vendas? Descontos, compre 2 leve 3, dúzia de 15 etc?
10. O Sr. vende estes produtos para revendedores (loja, supermercado, cooperativa, barraca de feira), regatão ou consumidor final?
11. Quem tomou a iniciativa deste laço comercial? O Sr. procurou o comprador ou o comprador que procurou o Sr.?
12. Quem define o preço? O Sr., o comprador ou o mercado?
13. Existe alguma coisa nestes produtos que o Sr. vende que os diferencie dos demais? Que só Sr. sabe fazer ou só o Sr. faz?
14. Existe alguma identificação do Sr. nos produtos vendidos?
15. Como estes produtos são transportados para a venda?
16. O Sr. mantém algum tipo de controle sobre o que seus clientes compram?
17. O Sr. tem algum registro de seus clientes?

18. O Sr. divulga esses produtos de alguma maneira?
19. Como o Sr. expõe esses produtos no ponto de venda

A CARTA DA TERRA

PREÂMBULO

Estamos diante de um momento crítico na história da Terra, numa época em que a humanidade deve escolher o seu futuro. À medida que o mundo torna-se cada vez mais interdependente e frágil, o futuro enfrenta, ao mesmo tempo, grandes perigos e grandes promessas. Para seguir adiante, devemos reconhecer que, no meio da uma magnífica diversidade de culturas e formas de vida, somos uma família humana e uma comunidade terrestre com um destino comum. Devemos somar forças para gerar uma sociedade sustentável global baseada no respeito pela natureza, nos direitos humanos universais, na justiça econômica e numa cultura da paz. Para chegar a este propósito, é imperativo que nós, os povos da Terra, declaremos nossa responsabilidade uns para com os outros, com a grande comunidade da vida, e com as futuras gerações.

Terra, Nosso Lar

A humanidade é parte de um vasto universo em evolução. A Terra, nosso lar, está viva com uma comunidade de vida única. As forças da natureza fazem da existência uma aventura exigente e incerta, mas a Terra providenciou as condições essenciais para a evolução da vida. A capacidade de recuperação da comunidade da vida e o bem-estar da humanidade dependem da preservação de uma biosfera saudável com todos seus sistemas ecológicos, uma rica variedade de plantas e animais, solos férteis, águas puras e ar limpo. O meio ambiente global com seus recursos finitos é uma preocupação comum de todas as pessoas. A proteção da vitalidade, diversidade e beleza da Terra é um dever sagrado.

A Situação Global

Os padrões dominantes de produção e consumo estão causando devastação ambiental, redução dos recursos e uma massiva extinção de espécies. Comunidades estão sendo arruinadas. Os benefícios do desenvolvimento não estão sendo divididos equitativamente e o fosso entre ricos e pobres está aumentando. A injustiça, a pobreza, a ignorância e os conflitos violentos têm aumentado e são causa de grande sofrimento. O crescimento sem precedentes da população humana tem sobrecarregado os sistemas ecológico e social. As bases da segurança global estão ameaçadas. Essas tendências são perigosas, mas não inevitáveis.

Desafios Para o Futuro

A escolha é nossa: formar uma aliança global para cuidar da Terra e uns dos outros, ou arriscar a nossa destruição e a da diversidade da vida. São necessárias mudanças fundamentais dos nossos valores, instituições e modos de vida. Devemos entender que, quando as necessidades básicas forem atingidas, o desenvolvimento humano será primariamente voltado a ser mais, não a ter mais. Temos o conhecimento e a tecnologia necessários para abastecer a todos e reduzir nossos impactos ao meio ambiente. O surgimento de uma sociedade civil global está criando novas oportunidades para construir um mundo democrático e humano.

Nossos desafios ambientais, econômicos, políticos, sociais e espirituais estão interligados, e juntos podemos forjar soluções includentes.

Responsabilidade Universal

Para realizar estas aspirações, devemos decidir viver com um sentido de responsabilidade universal, identificando-nos com toda a comunidade terrestre bem como com nossa comunidade local. Somos, ao mesmo tempo, cidadãos de nações diferentes e de um mundo no qual a dimensão local e global estão ligadas. Cada um compartilha da responsabilidade pelo presente e pelo futuro, pelo bem-estar da família humana e de todo o mundo dos seres vivos. O espírito de solidariedade humana e de parentesco com toda a vida é fortalecido quando vivemos com reverência o mistério da existência, com gratidão pelo dom da vida, e com humildade considerando em relação ao lugar que ocupa o ser humano na natureza.

Necessitamos com urgência de uma visão compartilhada de valores básicos para proporcionar um fundamento ético à comunidade mundial emergente. Portanto, juntos na esperança, afirmamos os seguintes princípios, todos interdependentes, visando um modo de vida sustentável como critério comum, através dos quais a conduta de todos os indivíduos, organizações, empresas, governos, e instituições transnacionais será guiada e avaliada.

PRINCÍPIOS

I. RESPEITAR E CUIDAR DA COMUNIDADE DA VIDA

1. Respeitar a Terra e a vida em toda sua diversidade.

a. Reconhecer que todos os seres são interligados e cada forma de vida tem valor, independentemente de sua utilidade para os seres humanos.

b. Afirmar a fé na dignidade inerente de todos os seres humanos e no potencial intelectual, artístico, ético e espiritual da humanidade.

2. Cuidar da comunidade da vida com compreensão, compaixão e amor.

a. Aceitar que, com o direito de possuir, administrar e usar os recursos naturais vem o dever de impedir o dano causado ao meio ambiente e de proteger os direitos das pessoas.

b. Assumir que o aumento da liberdade, dos conhecimentos e do poder implica responsabilidade na promoção do bem comum.

3. Construir sociedades democráticas que sejam justas, participativas, sustentáveis e pacíficas.

a. Assegurar que as comunidades em todos níveis garantam os direitos humanos e as liberdades fundamentais e proporcionem a cada um a oportunidade de realizar seu pleno potencial.

b. Promover a justiça econômica e social, propiciando a todos a consecução de uma subsistência significativa e segura, que seja ecologicamente responsável.

4. Garantir as dádivas e a beleza da Terra para as atuais e as futuras gerações.

a. Reconhecer que a liberdade de ação de cada geração é condicionada pelas necessidades das gerações futuras.

b. Transmitir às futuras gerações valores, tradições e instituições que apóiem, em longo prazo, a prosperidade das comunidades humanas e ecológicas da Terra.

Para poder cumprir estes quatro amplos compromissos, é necessário:

II. INTEGRIDADE ECOLÓGICA

5. Proteger e restaurar a integridade dos sistemas ecológicos da Terra, com especial preocupação pela diversidade biológica e pelos processos naturais que sustentam a vida.

a. Adotar planos e regulamentações de desenvolvimento sustentável em todos os níveis que façam com que a conservação ambiental e a reabilitação sejam parte integral de todas as iniciativas de desenvolvimento.

b. Estabelecer e proteger as reservas com uma natureza viável e da biosfera, incluindo terras selvagens e áreas marinhas, para proteger os sistemas de sustento à vida da Terra, manter a biodiversidade e preservar nossa herança natural.

c. Promover a recuperação de espécies e ecossistemas ameaçadas.

d. Controlar e erradicar organismos não-nativos ou modificados geneticamente que causem dano às espécies nativas, ao meio ambiente, e prevenir a introdução desses organismos daninhos.

e. Manejar o uso de recursos renováveis como água, solo, produtos florestais e vida marinha de forma que não excedam as taxas de regeneração e que protejam a sanidade dos ecossistemas.

f. Manejar a extração e o uso de recursos não-renováveis, como minerais e combustíveis fósseis de forma que diminuam a exaustão e não causem dano ambiental grave.

6. Prevenir o dano ao ambiente como o melhor método de proteção ambiental e, quando o conhecimento for limitado, assumir uma postura de precaução.

a. Orientar ações para evitar a possibilidade de sérios ou irreversíveis danos ambientais mesmo quando a informação científica for incompleta ou não conclusiva.

b. Impor o ônus da prova àqueles que afirmarem que a atividade proposta não causará dano significativo e fazer com que os grupos sejam responsabilizados pelo dano ambiental.

c. Garantir que a decisão a ser tomada se oriente pelas conseqüências humanas globais, cumulativas, de longo prazo, indiretas e de longo alcance.

d. Impedir a poluição de qualquer parte do meio ambiente e não permitir o aumento de substâncias radioativas, tóxicas ou outras substâncias perigosas.

e. Evitar que atividades militares causem dano ao meio ambiente.

7. Adotar padrões de produção, consumo e reprodução que protejam as capacidades regenerativas da Terra, os direitos humanos e o bem-estar comunitário.

a. Reduzir, reutilizar e reciclar materiais usados nos sistemas de produção e consumo e garantir que os resíduos possam ser assimilados pelos sistemas ecológicos.

b. Atuar com restrição e eficiência no uso de energia e recorrer cada vez mais aos recursos energéticos renováveis, como a energia solar e do vento.

c. Promover o desenvolvimento, a adoção e a transferência eqüitativa de tecnologias ambientais saudáveis.

- d. Incluir totalmente os custos ambientais e sociais de bens e serviços no preço de venda e habilitar os consumidores a identificar produtos que satisfaçam as mais altas normas sociais e ambientais.*
- e. Garantir acesso universal à assistência de saúde que fomente a saúde reprodutiva e a reprodução responsável.*
- f. Adotar estilos de vida que acentuem a qualidade de vida e subsistência material num mundo finito.*

8. Avançar o estudo da sustentabilidade ecológica e promover a troca aberta e a ampla aplicação do conhecimento adquirido.

- a. Apoiar a cooperação científica e técnica internacional relacionada a sustentabilidade, com especial atenção às necessidades das nações em desenvolvimento.*
- b. Reconhecer e preservar os conhecimentos tradicionais e a sabedoria espiritual em todas as culturas que contribuam para a proteção ambiental e o bem-estar humano.*
- c. Garantir que informações de vital importância para a saúde humana e para a proteção ambiental, incluindo informação genética, estejam disponíveis ao domínio público.*

III. JUSTIÇA SOCIAL E ECONÔMICA

9. Erradicar a pobreza como um imperativo ético, social e ambiental.

- a. Garantir o direito à água potável, ao ar puro, à segurança alimentar, aos solos não-contaminados, ao abrigo e saneamento seguro, distribuindo os recursos nacionais e internacionais requeridos.*
- b. Prover cada ser humano de educação e recursos para assegurar uma subsistência sustentável, e proporcionar seguro social e segurança coletiva a todos aqueles que não são capazes de manter-se por conta própria.*
- c. Reconhecer os ignorados, proteger os vulneráveis, servir àqueles que sofrem, e permitir-lhes desenvolver suas capacidades e alcançar suas aspirações.*

10. Garantir que as atividades e instituições econômicas em todos os níveis promovam o desenvolvimento humano de forma equitativa e sustentável.

- a. Promover a distribuição equitativa da riqueza dentro das e entre as nações.*

- b. Incrementar os recursos intelectuais, financeiros, técnicos e sociais das nações em desenvolvimento e isentá-las de dívidas internacionais onerosas.
- c. Garantir que todas as transações comerciais apoiem o uso de recursos sustentáveis, a proteção ambiental e normas trabalhistas progressistas.
- d. Exigir que corporações multinacionais e organizações financeiras internacionais atuem com transparência em benefício do bem comum e responsabilizá-las pelas conseqüências de suas atividades.

11. Afirmar a igualdade e a equidade de gênero como pré-requisitos para o desenvolvimento sustentável e assegurar o acesso universal à educação, assistência de saúde e às oportunidades econômicas.

- a. Assegurar os direitos humanos das mulheres e das meninas e acabar com toda violência contra elas.
- b. Promover a participação ativa das mulheres em todos os aspectos da vida econômica, política, civil, social e cultural como parceiras plenas e paritárias, tomadoras de decisão, líderes e beneficiárias.
- c. Fortalecer as famílias e garantir a segurança e a educação amorosa de todos os membros da família.

12. Defender, sem discriminação, os direitos de todas as pessoas a um ambiente natural e social, capaz de assegurar a dignidade humana, a saúde corporal e o bem-estar espiritual, concedendo especial atenção aos direitos dos povos indígenas e minorias.

- a. Eliminar a discriminação em todas suas formas, como as baseadas em raça, cor, gênero, orientação sexual, religião, idioma e origem nacional, étnica ou social.
- b. Afirmar o direito dos povos indígenas à sua espiritualidade, conhecimentos, terras e recursos, assim como às suas práticas relacionadas a formas sustentáveis de vida.
- c. Honrar e apoiar os jovens das nossas comunidades, habilitando-os a cumprir seu papel essencial na criação de sociedades sustentáveis.
- d. Proteger e restaurar lugares notáveis pelo significado cultural e espiritual.

IV. DEMOCRACIA, NÃO VIOLÊNCIA E PAZ

13. Fortalecer as instituições democráticas em todos os níveis e proporcionar-lhes transparência e prestação de contas no exercício do governo, participação inclusiva na tomada de decisões, e acesso à justiça.

- a. Defender o direito de todas as pessoas no sentido de receber informação clara e oportuna sobre assuntos ambientais e todos os planos de desenvolvimento e atividades que poderiam afetá-las ou nos quais tenham interesse.*
- b. Apoiar sociedades civis locais, regionais e globais e promover a participação significativa de todos os indivíduos e organizações na tomada de decisões.*
- c. Proteger os direitos à liberdade de opinião, de expressão, de assembléia pacífica, de associação e de oposição.*
- d. Instituir o acesso efetivo e eficiente a procedimentos administrativos e judiciais independentes, incluindo retificação e compensação por danos ambientais e pela ameaça de tais danos.*
- e. Eliminar a corrupção em todas as instituições públicas e privadas.*
- f. Fortalecer as comunidades locais, habilitando-as a cuidar dos seus próprios ambientes, e atribuir responsabilidades ambientais aos níveis governamentais onde possam ser cumpridas mais efetivamente.*

14. Integrar, na educação formal e na aprendizagem ao longo da vida, os conhecimentos, valores e habilidades necessárias para um modo de vida sustentável.

- a. Oferecer a todos, especialmente a crianças e jovens, oportunidades educativas que lhes permitam contribuir ativamente para o desenvolvimento sustentável.*
- b. Promover a contribuição das artes e humanidades, assim como das ciências, na educação para sustentabilidade.*
- c. Intensificar o papel dos meios de comunicação de massa no sentido de aumentar a sensibilização para os desafios ecológicos e sociais.*
- d. Reconhecer a importância da educação moral e espiritual para uma subsistência sustentável.*

15. Tratar todos os seres vivos com respeito e consideração.

- a. Impedir crueldades aos animais mantidos em sociedades humanas e protegê-los de sofrimentos.*
- b. Proteger animais selvagens de métodos de caça, armadilhas e pesca que causem sofrimento extremo, prolongado ou evitável.*

c. Evitar ou eliminar ao máximo possível a captura ou destruição de espécies não visadas.

16. Promover uma cultura de tolerância, não violência e paz.

a. Estimular e apoiar o entendimento mútuo, a solidariedade e a cooperação entre todas as pessoas, dentro das e entre as nações.

b. Implementar estratégias amplas para prevenir conflitos violentos e usar a colaboração na resolução de problemas para manejar e resolver conflitos ambientais e outras disputas.

c. Desmilitarizar os sistemas de segurança nacional até chegar ao nível de uma postura não-provocativa da defesa e converter os recursos militares em propósitos pacíficos, incluindo restauração ecológica.

d. Eliminar armas nucleares, biológicas e tóxicas e outras armas de destruição em massa.

e. Assegurar que o uso do espaço orbital e cósmico mantenha a proteção ambiental e a paz.

f. Reconhecer que a paz é a plenitude criada por relações corretas consigo mesmo, com outras pessoas, outras culturas, outras vidas, com a Terra e com a totalidade maior da qual somos parte.

O CAMINHO ADIANTE

Como nunca antes na história, o destino comum nos conclama a buscar um novo começo. Tal renovação é a promessa dos princípios da Carta da Terra. Para cumprir esta promessa, temos que nos comprometer a adotar e promover os valores e objetivos da Carta.

Isto requer uma mudança na mente e no coração. Requer um novo sentido de interdependência global e de responsabilidade universal. Devemos desenvolver e aplicar com imaginação a visão de um modo de vida sustentável aos níveis local, nacional, regional e global. Nossa diversidade cultural é uma herança preciosa, e diferentes culturas encontrarão suas próprias e distintas formas de realizar esta visão. Devemos aprofundar e expandir o diálogo global gerado pela Carta da Terra, porque temos muito que aprender a partir da busca iminente e conjunta por verdade e sabedoria.

A vida muitas vezes envolve tensões entre valores importantes. Isto pode significar escolhas difíceis. Porém, necessitamos encontrar caminhos para harmonizar a diversidade com a unidade, o exercício da liberdade com o bem comum, objetivos de curto prazo com metas de longo prazo. Todo indivíduo, família, organização e comunidade têm um papel vital a

desempenhar. As artes, as ciências, as religiões, as instituições educativas, os meios de comunicação, as empresas, as organizações não-governamentais e os governos são todos chamados a oferecer uma liderança criativa. A parceria entre governo, sociedade civil e empresas é essencial para uma governabilidade efetiva.

Para construir uma comunidade global sustentável, as nações do mundo devem renovar seu compromisso com as Nações Unidas, cumprir com suas obrigações respeitando os acordos internacionais existentes e apoiar a implementação dos princípios da Carta da Terra com um instrumento internacional legalmente unificador quanto ao ambiente e ao desenvolvimento.

Que o nosso tempo seja lembrado pelo despertar de uma nova reverência face à vida, pelo compromisso firme de alcançar a sustentabilidade, a intensificação da luta pela justiça e pela paz, e a alegre celebração da vida.

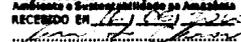
Anexo III – Conselho de Ética

PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

O Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Amazonas aprovou, em reunião ordinária realizada nesta data, por unanimidade de votos, o Projeto de Pesquisa protocolado no CEP/UFAM com CAAE nº 0220.0.115.000-10, intitulado: **“MARKETING E CONSERVAÇÃO DOS RECURSOS NATURAIS EM MANACAPURU - AM”**, tendo como pesquisador responsável Carlos Norberto Freire Silva.

Sala de Reunião da Escola de Enfermagem de Manaus (EEM) da Universidade Federal do Amazonas, em Manaus/Amazonas, 09 de junho 2010.

Prof. MSc. Plínio José Cavalcante Monteiro
Coordenador CEP/UFAM

Universidade Federal do Amazonas
Centro de Ciências do Ambiente
Programa de Pós-Graduação em Ciências da
Ambiente e Saúde - PPGCSA
RECEBIDO EM 

Escola de Enfermagem de Manaus – EEM/UFAM

Rua Teresina, 4950 – Adrianópolis – CEP: 69057-070 – Manaus-AM – Fone: (92) 3305-5130 – E-mail: cep@ufam.edu.br