

INSTITUTO
SOCIOAMBIENTAL
Documentação
Fonte: Am
Data: 10/11/98 Pg. A-9
Class.: 43

■ NACIONAL

Babaçu eleva status das mulheres de Ludovico

Venda do óleo extraído do coco para grandes indústrias de cosméticos da Europa e dos Estados Unidos tem garantido aumento da renda das quebradeiras

Telma Pinto, de São Luís

As mulheres da pequena vila de Ludovico, na região dos cocais maranhenses, tiveram que aprender da noite para o dia que tempo é mesmo dinheiro. Ludovico não aparece no mapa do Brasil, mas entrou na rota dos negócios de indústrias de cosméticos européias e americanas num passe de mágica. Num dia, as mulheres da vila contribuíam com menos de 10% do orçamento familiar. No outro, já estavam pagando 90% das contas da casa.

É difícil acreditar em tamanha mudança nessa região tradicionalmente conservadora, encravada nas matas da pré-amazônia brasileira. A área de 18 milhões de hectares é de transição entre as florestas úmidas da Amazônia e as terras semi-áridas do Nordeste, onde estão concentradas 200 palmeiras de babaçu por hectare. Cerca de 10 milhões de hectares estão em terras maranhenses, que produzem a média anual de 94.531 t. de amêndoas de babaçu, ou seja, 88% da produção nacional.

Na região dos cocais, homem que se preza não coleta e nem quebra coco de babaçu. O esforço físico é enorme, mas a tradição dita que o homem trabalhe na roça e a mulher se desdobre entre as atividades domésticas e o manejo com o babaçu. A saga das mulheres quebradeiras de coco dura quase 100 anos e a pouca renda gerada com a venda das amêndoas do babaçu sempre reforçou o reduzido poder de decisão das mulheres em casa.

Maria Alaídes Alves de Souza que o diga. Típica quebradeira de coco de babaçu, 43 anos, filha de agricultores, escolaridade mínima, mãe de sete filhos, ela passou a vida rodeada de 10 quilos de cocos para quebrar por dia. A correria sempre começa às 5 horas da manhã, fazendo o fogo de carvão e amolando o machado. Nos intervalos da quebra de coco, tem almoço para fazer e levá-lo para os homens na roça, roupa para lavar, filhos para levar à escola e a casa para limpar.

"Aqui eles dizem que homem que quebra o coco cresce a bunda. Não sei de onde eles tiraram isso, mas é um mau exemplo para os meninos, que quando fazem 13 ou 14 anos não querem mais ajudar a mãe nem na coleta, quanto mais na quebra",

diz Maria Alaídes. A credence tem a ver com a posição que as mulheres ficam ao quebrar o coco — sentadas no chão, com as pernas curvadas, batendo um pedaço de pau com uma lâmina afiada na ponta até que o coco começa a ceder e as amêndoas aparecem.

A influência e o status das quebradeiras de coco começaram a mudar em 1994, quando a organização não-governamental (ONG) americana Cultural Survival, de Nova York, começou a comprar óleo bruto de babaçu, feito a partir da prensagem manual, da Cooperativa dos Pequenos Produtores de Lago do Junco (Coppalj), para a cadeia de cosméticos inglesa The Body Shop. A Cooperativa, a 30 quilômetros de Ludovico, é a única da região que, desde 1989, compra regularmente amêndoas de babaçu das mulheres rurais e beneficia o óleo num processo 100% natural.

A experiência deu certo e a Body

Shop fechou, em 1995, um contrato direto com a Coppalj para a importação de 30 toneladas de óleo, que em 1996 subiu para 32 toneladas, e saltou para 43,2 toneladas em 1997 e outras 43,2 toneladas em 1998. O óleo sai pelo porto de Fortaleza para Roterdã (Holanda), lá é refinado e embarcado para a fábrica da Body Shop em Littlehampton (Inglaterra) para ser usado em produtos como a Ananya Lotion, SPF30 lipsticks e White Musk lotion, vendidos em 47 mercados onde a multinacional atua.

A venda, bem acima dos preços de mercado mesmo na entressafra do babaçu, quando custa R\$ 1,60 a tonelada do óleo, rendeu à Cooperativa, no ano passado, US\$ 137 mil e deve fechar nos mesmos US\$ 137 mil até o final de dezembro que vem. A Body Shop pagou US\$ 3,19 a tonelada, US\$ 1,19 acrescidos intencionalmente. O acréscimo é a contribuição da empresa para a or-



Maria Alaídes Alves de Souza

ganização e participação social e política das quebradeiras de coco em suas comunidades.

O primeiro passo da cooperativa, conta o assessor técnico Valdener Pereira Miranda, foi expandir a compra das amêndoas do maior número de comunidades rurais possível e promover, nessas áreas, a discussão dos direitos iguais entre homem e mulher. As mulheres entenderam rapidamente a impor-

tância delas para o desenvolvimento da indústria do babaçu. Em menos de quatro anos, as quebradeiras de oito comunidades organizaram-se, passaram a vender 400 toneladas de amêndoas, e formaram a Associação das Mulheres Trabalhadoras Rurais (AMTR).

A AMTR é um dos maiores exemplos de cooperativismo alternativo de que se tem notícia no País, não só pela proposta em prol da condição feminina, mas pela rapidez com que a teoria virou prática. A AMTR instalou a primeira fábrica de sabonete glicerinado de babaçu do mundo, abriu um nicho seguro no mercado e fecha o ano de 1998 com uma exportação total de 36 mil sabonetes para a empresa americana naturalista Pacific Sensuals, Inc., sediada em Los Angeles, Califórnia.

A exportação dos sabonetes para a Pacific Sensuals começou no início do ano. A AMTR, comandada, quem diria, pela trabalhadora rural Maria Alaídes, mobilizou 104 mulheres para levar adiante o projeto. A produção total foi de 62.201 sa-

bonetes de 100 gramas, também vendidos nos municípios maranhenses em torno de Lago do Junco, que renderam no final da cadeia produtiva, a cada uma das mulheres envolvidas, uma diária de R\$ 7,00.

Segundo Maria Alaídes, a fábrica da AMTR foi construída e equipada numa área de 120 metros quadrados com o apoio da United Nations Child Fund (Unicef), que liberou US\$ 80 mil para a comunidade de Ludovico levar adiante o projeto. Nesse final de ano, a pequena indústria vai faturar US\$ 225,5 mil, contabilizados os custos com a compra do óleo de babaçu da Coppalj, o processo de saponificação a frio (emulsificação do óleo com soda cáustica) e as embalagens plásticas.

As perspectivas do negócio são de pleno crescimento, sustentado pela tendência mundial de melhor aceitação de produtos com agregação de valor e pelo charme do apelo ecológico e social.

A mais recente negociação da Coppalj é com a Aveda Corporation, uma das maiores empresas naturalistas de cosméticos dos Estados Unidos, localizada em Minneapolis (MN). A Aveda, concorrente da Body Shop, está concluindo os estudos de laboratório a partir de duas toneladas de óleo de babaçu produzidas em Lago do Junco e já acenou com um contrato de 24 toneladas para o início de 1999.

A boa aceitação do óleo de babaçu dos cocais maranhenses é reforçada pelo certificado de qualidade orgânico expedido pelo Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural (IBD), de Botucatu (SP). No caso dos sabonetes, apesar da falta de comprovação científica, a experiência da AMTR revela que um grande número de consumidores consideram que o produto produz maciez e boa hidratação da pele e cura alguns tipos de doença, principalmente micoses.

A saga das mulheres de Ludovico jamais vai ser a mesma. E pensar que, por ironia do destino, a palmeira que sempre castigou as quebradeiras de coco como cidadãs de segunda classe, é a mesma que lhes abre o mercado mundial e lhes devolve o respeito e a esperança dentro da selva amazônica.

VIDA BRASILEIRA

Produto perde espaço para o azeite de dendê

Entre os anos 60 e 80, a cultura do babaçu era a principal base da economia maranhense. No total, 52 indústrias de médio e grande porte nacionais montaram unidades industriais no estado para beneficiar o babaçu, produzir óleo bruto e refinado, e abastecer as indústrias alimentícias do Centro-Sul do País e do exterior. A produção média anual do óleo de babaçu atingia 130 mil toneladas por ano e garantia o primeiro lugar na pauta de exportações do estado.

Os altos e baixos da cultura começou no final da década de 80, com a entrada do óleo de soja no mercado. Daquela época, apenas uma indústria sobreviveu, a Oleaginosas Maranhenses S.A. (Olea-

ma), subsidiária da União Fabril Exportadora, do Rio. A principal dificuldade era a redução na oferta das amêndoas do babaçu durante os meses de março a agosto, período de chuvas rigorosas. Com a queda da produção, o preço saltava e o óleo perdia competitividade.

O presidente da Oleama, Luís Fernando Renner, lembra, no entanto, que o "golpe mortal" veio no início da década de 90, quando o então presidente Fernando Collor de Melo abriu a economia e reduziu as alíquotas de importação para a entrada do óleo de palmiste (dendê). "O babaçu perdeu mercado para o óleo de dendê da Malásia e das Filipinas porque, além de funcionarem como substitutivo ideal para o

óleo de babaçu, tem a vantagem de não sofrer flutuações provocadas por intempéries."

A Oleama sobreviveu à crise redirecionando sua produção para o mercado de saponáceos e abandonando quase completamente o segmento de costáveis. No ano passado, faturou R\$ 25 milhões com a produção de 4 mil toneladas de uma diversificada linha de produção vendida no mercado nacional, mas Renner não acredita que há espaço para as indústrias tentarem reconquistar o mercado.

Pelas contas da Federação das Indústrias do Maranhão (Fiema), a produção estimada em 1998 de óleo de babaçu é de 24 mil toneladas por ano. Enquanto que o óleo

de babaçu refinado mais barato custa no mercado R\$ 1,80 e do bruto R\$ 1,20, no período de entressafra, o preço do óleo de dendê é relativamente estabilizado em R\$ 1,25 o ano inteiro. Na avaliação do superintendente da Fiema, José de Jesus Brito, a alternativa para as indústrias maranhenses é descobrir outras possibilidades industriais e comerciais para o babaçu.

Estudos do Ministério do Meio Ambiente e da Universidade Federal do Maranhão sugerem que o babaçu gera uma ampla gama de produtos úteis, que podem ser obtidos dos seus frutos, folhas e caule, embora só o carvão e o óleo esteja sendo produzidos comercialmente.

(T.P.)