

NOVAS IMAGENS DE AMAZÔNIA

IDENTIDADES COLETIVAS, CHOCOLATE NA'KAU E MERCADO

Keitte Helen de Lima Peixoto

Mestranda em Ciências Humanas (PPGICH/UEA), Pós Graduada em Desenvolvimento, Etnicidade e Políticas Públicas na Amazônia (IFAM), Cientista Social (UFAM), e Bacharel em Direito (ULBRA). E-mail: keittelimma@gmail.com.

Socorro de Souza Batalha

Doutora em Antropologia Social (PPGAS/UFAM). Mestrado em Antropologia Social (PPGAS/UFAM). Bacharel em Ciências Sociais (UFAM). E-mail: socorrobatalha19@gmail.com.

Resumo: Este trabalho é um estudo etnográfico sobre as novas imagens de Amazônia construídas na empresa Na Floresta - Alimentos Amazônicos - Na'kau, incubada do Instituto Federal do Amazonas (IFAM) - Campus Manaus Zona Leste (CMZL), tendo como foco de análise as configurações sociais e identidades coletivas dos cacaueiros de diferentes regiões do estado do Amazonas (AM). Diante dessas premissas, o trabalho faz uma reflexão das imagens dos produtores de cacau que empresa Na'kau utiliza nas suas embalagens e como essas representações visuais constroem relações de confiança entre a Na'kau, produtores e mercado. Em vista disso, concluiu-se que o consumidor ao comprar o chocolate Na'kau colabora com o fortalecimento das identidades dos cacaueiros, preservação da floresta e valorização da prática da produção de cacau no Amazonas.

Palavras-chave: Na'kau; imagética; configurações sociais; identidades coletivas.

Abstract: This paper is an ethnographic study on the new images of the Amazon constructed in the company Na Floresta - Amazonian Foods - Na'kau, incubated at the Federal Institute of Amazonas (IFAM) - Campus Manaus Zona Leste (CMZL), focusing on the social configurations and collective identities of cocoa farmers from different regions of the state of Amazonas (AM). Given these premises, the paper reflects on the images of cocoa producers that Na'kau uses in its packaging and how these visual representations build relationships of trust between Na'kau, producers and the market. In view of this, it was concluded that the consumer when buying Na'kau chocolate collaborates with the strengthening of the identities of cocoa farmers, preservation of the forest, and valorization of the practice of cocoa production in Amazonas.

Keywords: Na'kau, imagedics; social configurations; collective identities.

INTRODUÇÃO

Este estudo trata de uma etnografia sobre as novas representações através de imagens de Amazônia construídas pela Na'kau, empresa incubada do Instituto Federal do Amazonas (IFAM) - Campus Manaus Zona Leste (CMZL). O foco é compreender as diversas formas e discursos que perpassam as imagens utilizadas pela empresa nas embalagens dos seus produtos, que representam os agentes sociais específicos denominados de cacaueiros. Dentro dessa perspectiva, destacam-se as relações de parcerias entre a Na'kau e os produtores, incluindo assistência técnica e deslocamentos para a participação em eventos, além das formas de trabalho, extração, circulação do produto e trajetória de vida.

A gênese da empresa Na'kau está engendrada em uma estrutura de empresas que tem como característica a apresentação de produtos orgânicos¹ para o mercado, estabelecendo contato próximo com os povos e comunidades tradicionais (Almeida, 2011), ou seja, com organizações coletivas locais que conservam a floresta e valorizam ações de sustentabilidade utilizando os recursos naturais preservando o meio ambiente para as gerações futuras. Ademais, para ser orgânico tem que ter o selo² de produto orgânico, no Brasil

¹ Produto orgânico está definido na legislação que trata da agricultura orgânica no Brasil, Lei 10.831/2003; Art.1º Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br>.

² Lei 10.831/2003, diz que qualquer produto comercializado como orgânico no Brasil, exceto aqueles que os pequenos produtores vendem diretamente aos consumidores, precisam ter esse selo estampado na embalagem. Ele é chamado de Selo SISORG (Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica). E para ser orgânico, o produtor precisa fazer parte do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, mantido pelo MAPA e só pode se inscrever depois que estiver de posse do certificado, concedido por uma certificadora (o selo orgânico do chocolate Na'kau chancelado pelo MAPA contou com a Rede Maniva de Agroecologia-REMA) e antes de emitir os certificados, as agências certificadoras precisam fiscalizar as unidades de produção, estabelecimentos comerciais e industriais, armazenamento dos produtos, cooperativas, órgãos públicos, portos, aeroportos, postos de fronteira, veículos, meios de transporte e qualquer ambiente que faça parte da cadeia produtiva dos orgânicos e

as normas de produção e procedimentos que o produtor precisa seguir para poder vender seus produtos como orgânicos, são definidos pelo sistema oficial de certificação operado por certificadoras privadas, validadas e acompanhadas pelo MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento).

Dentro desse contexto, a Na'kau compra as amêndoas de forma direta dos produtores, a negociação com os produtos é com os próprios produtores das amêndoas na produção dos chocolates para as suas linhas: Origens, Parcerias Sustentáveis, Kit Degustação e Até o Tucupi. Ao usar as imagens dos cacauicultores em suas embalagens, a Na'kau enquanto empresa tem colaborado para a construção de uma configuração (Elias, 2008) condicionada pela ideia de desenvolvimento e contribuído também para uma reflexão sobre novas dinâmicas sociais do contexto amazônico.

Metodologicamente, o estudo tem como foco nas fotografias dos produtores utilizadas nas embalagens, levando em consideração os mínimos detalhes que perpassam o problema desta pesquisa, seja pelo aspecto etnográfico, quanto através das análises de informações divulgadas no site da empresa Na'kau e das redes sociais. Para a obtenção dos dados foi realizado um trabalho de campo mediante levantamento bibliográfico, observação participante e entrevistas (anotadas e gravadas) com idealizador e empresário Artur Bicelli Coimbra diretor executivo da Na'kau, com perguntas semiestruturadas e abertas (Laplantine, 2004). Durante a pesquisa, adotou-se uma postura mais criteriosa possível, por meio do cuidado com noções pré-concebidas (Bordieu, 1997) e também em relação aos dados (vídeos, fotos e materiais de divulgação) disponibilizados e coletados pela empresa por meio dos contatos construídos com os cacauicultores.

Em se tratando de uma investigação epistemológica de caráter qualitativo e interpretativo, para Ginzburg (1989) é relevante compreender forças que determinam o rumo dos acontecimentos e como esses elementos contribuem para pensar cada contexto, pois “os fios que compõem uma pesquisa são como os fios de um tapete”, ou seja, possuem elementos que interligam os discursos da narrativa (Ginzburg, 1989, p. 170). Assim, a pesquisa se deu ao suscitar em campo a busca de narrativas em fotografias que foram pontuados pelas informações adquiridas e refletidas ao longo do campo, que evidenciaram, sobretudo, as relações de parcerias e a configuração da identidade coletiva dos cacauicultores no Amazonas.

inspecionar as condições de produção (Organis, 2020, p. 33). Disponível em: <https://organis.org.br/o-que-e-produto-organico>.

A GÊNESE DA/NA FLORESTA ALIMENTOS AMAZÔNICOS – NA'KAU

De antemão, de discorrer sobre a etnografia e enfoque da gênese da Na Floresta Alimentos Amazônicos – Na'kau, iremos identificar neste percurso como a imagem da Amazônia sempre esteve relacionada aos mitos identificados com a ideia de mundo desconhecido em uma comum descrição de imagens de lugar exótico, de riquezas naturais e fantasioso. A visão essencial de Amazônia que temos e vemos espalhadas pelo mundo e publicidade é a de perpetuar a polarização entre o mundo civilizado (ocidental) e o mundo dos viajantes, o antigo e o exótico dos povos nativos da região marcam e sustentam o discurso dos intocáveis recursos naturais, que flui diretamente para o discurso contemporâneo sobre biodiversidade, conservação e ecologia, um discurso que prioriza aspectos naturais em detrimento deles da Humanidade, dos povos originários (Soranz, 2009, p. 02).

Nos debates acadêmicos, há duas abordagens principais sobre a importância do extrativismo, principalmente no contexto da Amazônia: uma decorre da visão atual de discutir o extrativismo em termos de importância econômica, a outra é derivada da discussão sobre as atividades extrativistas, que analisam como um dos pilares do modo de vida da população local. Seja o extrativismo utilizado exclusivamente para o manejo dos recursos naturais, uso da biodiversidade, ou utilização do conhecimento dos povos tradicionais e populações locais na conservação ambiental, em ambos o termo extrativismo designa atividades de extração e coleta de produtos (não cultivados) da natureza, predatórios ou não, para fins de troca econômica, simbólica ou para consumo familiar (Silva *et al.*, 2016, p. 558-560).

A Na Floresta Alimentos Amazônicos, Na'kau, é uma empresa incubada na Ayty³ Incubadora de Empresas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM), Campus Manaus Zona Leste (CMZL), criada pelo empresário Artur Bicelli Coimbra, para lançar no mercado chocolates amazônicos utilizando o cacau regional como matéria-prima com ausência

³ Incubadora de Empresas do IFAM tem o seu nome originado da língua tupi guarani, significa “ninho” abriga micros e pequenas empresas especialmente criado para ajudar empreendimentos (projetos e empresas) tanto nas fases de concepção e elaboração do plano de negócios quanto na fase de estruturação, e faz parte do Programa Nacional de Empreendedorismo do MEC em parceria com o SEBRAE. Disponível em: <http://www2.ifam.edu.br/pro-reitorias/extensao/proex/ayty-incubadora-de-empresas>.

de glúten e lactose, e tem como maior objetivo desenvolver a cultura cacauera do estado do Amazonas e conservar a floresta.

A Na'kau, desde a sua criação, sempre almejou a valorização dos produtos regionais a partir de recursos da biodiversidade com o intuito de desenvolver um projeto sustentável de conservação da floresta. Assim, estabeleceu parcerias com os povos e comunidades tradicionais. A garantia dos direitos dos povos e comunidades tradicionais estão engendradas no tripé da cultura, identidade e territorialidade. Por isso, é imprescindível considerar as suas lutas para a reprodução física e social, ou seja, a “prática social” relacionada ao modo de “criar”, de “fazer” e de “viver” (Shiraishi Neto, 2007, p. 30).

Figura 01: Significado Na'Kau



Fonte: Captado do site da Na'Kau, 2023

A junção das palavras “Na Floresta e Cacau” denominou o significado Na'kau, sendo que a letra “a” e “u” simboliza o cacau aberto virado para cima e para baixo, de acordo com a imagem a cima. Como enfatizado, a Na'kau vem sendo desenvolvida desde 2012/2013 para ser mais que um projeto ou uma empresa socioambiental, sustentável convencional, pois tem como objetivos alcançar o máximo dos produtores de cacau que vivem nas áreas de várzea do Amazonas. E foi dessa forma que o projeto se desenvolveu e foi criado o chocolate Na'kau, que faz questão de demonstrar todo seu processo e a identidade dos agricultores em suas embalagens (Site Na'kau, 2023).

Os produtores que mantém uma relação estreita com a Na'kau são autodenominados de indígenas, ribeirinhos, caboclos, quilombolas, extrativistas, dentre outros. Segundo Almeida (2011), “ se autodenominam e são denominados de comunidades de faxinais, quebradeiras de coco babaçu, seringueiros, comunidades de fundos de pasto, castanheiros, ribeirinhos e piaçabeiros ou de povos indígenas e quilombolas não podem ser classificados sob homogêneos e padronizados, mesmo considerando a presença de uma mesma identidade coletiva” (Almeida, 2011, p. 184), pois as modalidades de

uso comum não convergem para um modelo universal, e os processos de territorialização são diferenciados historicamente e economicamente.

O Chocolate produzido pela empresa é cultivado por oitenta famílias produtoras de cacau do Rio Madeira e Rio Amazonas, localizados em vinte e seis comunidades, em sete municípios do estado do Amazonas (Manicoré, Novo Aripuanã, Borba, Nova Olinda do Norte, Urucurituba (rios Madeira e Amazonas), Tabatinga e Benjamim Constant (rio Solimões), que tem como contrapartida aprimorar assistência técnica, sensibilização, treinamentos, equipamentos e melhoria na qualidade de vida dessas famílias (Artur Coimbra, 2023).

O pagamento estabelecido pela Na'Kau é 125% acima do mercado, com um valor oferecido no ano de 2022 de aproximadamente R\$18 o quilo, enquanto compradores locais, como: comerciantes, atravessadores e regatões⁴ pagam R\$8 o quilo para cada produtor de cacau. Esse preço ofertado pelos compradores locais estava desanimando os produtores e em decorrência dessa situação, os agricultores começaram a partir para outras atividades produtivas que visavam mais lucro e muitos desistiram do trabalho no campo e imigraram para cidade (Artur Coimbra, 2023).

Grande parte desses cacaueiros e fornecedores de amêndoas da Na'kau estavam submetidos ao “sistema de aviamento”, “conhecido historicamente na Amazônia como um sistema de trocas onde persiste uma relação social vertical entre os agentes sociais que o compõe” (Menezes, 2012, p. 113). Houve um período que produtor lamenta ter trocado 1,5 kg de cacau por 1 kg de açúcar refinado (Oliveira, 2023), os produtores vendiam por esse sistema de troca com os compradores locais, ou seja, trocavam a amêndoa por alimentos de necessidades básicas e instrumentos de trabalho para manter a produção e permanecer na comunidade construindo assim, um sistema de interdependência entre uns e outros, esse sistema fez com que grande parte desses cacaueiros contraísse dívidas e enfrentassem condições degradantes de trabalho.

⁴ O regatão é um comerciante ambulante que viaja entre centros regionais e comunidades rio acima, comercializando mercadorias para pequenos produtores caboclos e comerciantes do interior em troca de “produtos regionais”, agrícolas e extrativistas. O regatão tem uma história longa e controvertida na Amazônia: de um lado, é visto como um pioneiro heroico, trazendo a civilização para produtores isolados na floresta; de outro, como um atravessador sem escrúpulos, explorando os pobres da zona rural e roubando comerciantes locais em seus negócios (Mcgrath, 1999, p. 57).

A partir do entendimento de que era possível e necessário lançar mão de uma iniciativa para amenizar esse cenário, a empresa Na'kau desenvolvida desde 2012/2013, possui objetivo, implementar ações de impacto socioambiental positivo na Amazônia. Conforme a descrição do empresário, Artur Coimbra, e idealizador do projeto, biólogo, pesquisador e preocupado com a conservação do meio ambiente, relata que tudo começou com a ideia iniciada em 2012, quando o mesmo foi para o tradicional festejo do cacau, no município de Urucurituba (AM), distância 100 km de Manaus (AM), capital do Amazonas, ali observou que os produtores estavam abandonando o plantio, pois não era lucrativo não havia estrutura para beneficiamento da comunidade e nem escoamento.

Além disso, ele já trabalhava com ações de conservação da Floresta Amazônica desde a época de estudante e viu potencial no cacau produzido no interior do estado sendo vendido a um preço baixo, doravante, à relação com o cacau virou estudo e após anos de pesquisa, entre encontros e consultas com as comunidades, testes e mais dois anos de incubação no Instituto Federal do Amazonas - IFAM, nasceu a primeira fábrica de chocolate no Amazonas para ser lançada no mercado (Folha de São Paulo⁵, 2022).

Anualmente, a Na'kau oportuniza encontros de cacaueiros orgânicos do Amazonas por meio de parcerias⁶, tais como: Amos Amazon, Instituto Piagaçu (o qual Artur Bicelli Coimbra é também presidente), Curumin Japão, Rede Maniva, Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável do Amazonas (IDESAM), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas – IFAM, Campus Manaus Zona Leste (CMZL), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Estado do Amazonas (IDAM), que oferecem cursos, workshops e permitem a troca de conhecimento e saberes. Essas parcerias ocorrem de modo rotativo dentro de uma organização de disponibilidade de profissionais e planejamento

⁵ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha-social-mais/2022/09/ha-oportunidades-na-amazonia-diz-dono-de-fabrica-de-chocolate.shtml>.

⁶ Amos Amazon é uma empresa normal, que combina atividades baseadas na comunidade local com negócios que conectam Japão e a Amazônia (<https://www.ama-ama.co.jp/>); Instituto Piagaçu associação civil de direito privado sem fins lucrativos (<https://www.piagacu.org.br/>); Rede Maniva <https://www.instagram.com/redemaniva/>; Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável do Amazonas (IDESAM) <https://idesam.org/>; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas – IFAM; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>; Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Estado do Amazonas (IDAM) <http://www.idam.am.gov.br/>; Curumin Japão ONG sem fins lucrativos.

constantemente renovado entre as organizações, institutos, profissionais especializados e a empresa Na'Kau.

Atualmente, a Na'kau possui um quadro funcional com treze colaboradores, quatro nos serviços de escritório, seis na produção e três nas atividades de campo assessorando em assistência técnica e extensão rural às famílias produtoras das matérias primas. Em relação a estrutura, a Na'kau é uma empresa incubada e vinculada ao programa de incubação de empresas do IFAM⁷, Campus Manaus Zona Leste (CMZL), a qual utiliza uma área total de 320m², contemplados de agroindústria, banheiros, auditório, copa e escritórios. Possuí instalado em sua planta produtiva vinte e uma máquinas capazes de produzir sete toneladas de chocolates, uma tonelada de manteiga de cacau, uma tonelada de cacau em pó, uma tonelada de chocolate em pó, duas toneladas de frutas desidratadas, três toneladas de geleias e molhos salgados e mais quinhentos quilos de chás e especiarias desidratadas (Pesquisa de campo, 2023).

Dentro do Instituto Federal do Amazonas, a Na'kau tem tido boa aceitação em eventos científicos nacionais e um dos objetivos da empresa é de contribuir de alguma forma com ensino na instituição, incluindo, o empreendedorismo na grade curricular dos cursos técnicos e de graduação, assim como de continuar apoiando e fomentando novas ideias (Artur Coimbra, 2022). Os acordos realizados com o IFAM são de cooperação, conforme o regimento interno do instituto e compete à Pró Reitoria de Extensão⁸ (PROEX) criar condições favoráveis para a efetivação dessa interação entre o segmento empresarial e a sociedade e dentro dessas tratativas, há várias questões internas discutidas e debatidas para a permanência da Na'kau no IFAM/CMZL.

Outro fator importante de destacar na Na'kau, é sua relação com as unidades industriais, pois toda a agroindústria⁹ é certificada com o selo de

⁷ Disponível em: <http://www2.ifam.edu.br/pro-reitorias/extensao/proex/ayty-incubadora-de-empresas>. Acesso: em 05 jan. 2023.

⁸ Disponível em: <http://www2.ifam.edu.br/noticias/incubadora-do-ifam-completa-15-anos-de%20empreendedorismo-no-am>.

⁹ Agroindústrias são as unidades industriais responsáveis pelo beneficiamento e transformação de produtos agrícolas, visando sua conservação. Segundo Christoffoli (2012), a autonomização de partes do processo produtivo agrícola e o desenvolvimento da agroindústria enquanto atividade autônoma em relação à agricultura. Dicionário de Agroecologia e educação, SP: Expressão popular, escola politécnica de saúde Joaquim Venâncio, 2021.

produtos Orgânicos do Ministério da Agricultura, sendo que a metodologia escolhida para esse selo foi o método do Sistema Participativo de Garantia (SPG), e foi viabilizado com o apoio do SEBRAE Amazonas e a Rede Maniva de Agroecologia¹⁰ (REMA), esse tipo de certificação esse mecanismo conta muito com uma dinâmica de encontros, reuniões, controle social, uma das etapas consiste em o próprio grupo de agricultores se visitar e atestar a qualidade orgânica dos colegas, e posteriormente uma comissão desse (SPG) realiza uma segunda visita bem semelhante as dos produtores, professores e estudantes também podem fazer parte dessa comissão.

Há exatos 5 anos começou a caminhada da Na'kau para que a certificação ocorresse em 2021, o chocolate denominado NA'KAU recebeu certificação orgânica do cacau cultivado na várzea pelo Sistema Participativo de Garantia (SPG) formado pela Rede Maniva de Agroecologia (REMA) em junho 2021, a mais importante certificação para as indústrias de alimentos, o selo orgânico, chancelado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

O USO DA IMAGEM NA NA'KAU

A fotografia surge para a apreensão de uma imagem real, representativa e autêntica. Uma imagem pode retratar fatores relevantes das relações sociais e a prática de “tirar fotos” pode garantir o reconhecimento de um determinado grupo no campo da subjetividade, tanto no que se refere ao executor da fotografia e o seu interesse pela demonstração, quanto aquele que vai analisar e interpretar os fatos. Conforme afirma Bourdieu (2006, p. 34) “é compreensível que as fotografias devam ser objeto de uma leitura sociológica; e que nunca sejam consideradas em si mesmas e por si mesmas em termos das suas qualidades técnicas e estéticas”.

Segundo o autor, o que deve ser levado em consideração não a qualidade técnica e estética da linguagem fotográfica, mas sim os papéis sociais. É o momento também que o grupo reafirma a sua unidade, “a fotografia deve apenas possibilitar uma representação suficientemente crível e precisa para permitir o reconhecimento. É metodicamente inspecionada e observada, a distância, de acordo com a lógica que governa o conhecimento dos outros no quotidiano” (Bourdieu, 2006, p. 34).

¹⁰ REMA atua desde 1999 em prol da construção, otimização e implantação da agroecologia no Amazonas e coordena também a complexa criação do único Sistema Participativo de Garantia de conformidade da produção orgânica (SPG) com o intuito de ampliar, fortalecer a comercialização, e desde 2007 trabalha em prol da agricultura orgânica na região.

Posto isto, a fotografia é considerada como um recurso social, político e cultural de um determinado grupo específico (Bourdieu, 2006, p. 32-34). Nesse sentido, a ideia da imagética da Na'kau surgiu com foco primordial em valorizar a transparência e a rastreabilidade dos seus produtos para o mercado, ou seja, construir uma aproximação entre produtor e consumidor, visando o resgate de relações de confiança interpessoal.

A CONFIGURAÇÃO DA IDENTIDADE COLETIVA DOS CACAUICULTORES

A empresa Na'kau atua estrategicamente no mercado dando visibilidade aos agentes sociais que trabalham com o manejo de cacau de várzea no Amazonas, isso contribui para a expansão das suas redes de consumidores e para a reconstrução das identidades coletivas dos produtores de cacau. Essa visão preconiza desenvolver um projeto sustentável com ênfase no reconhecimento e valorização de identidades de povos e comunidades tradicionais, bem como de suas formas de organização e produção em diferentes partes da região Amazônica.

Os produtores de cacau que levam seus rostos estampados nas embalagens do chocolate são os “cacauicultores” que fornecem as amêndoas para a Na'Kau. O significado dessa categoria está relacionado aos trabalhadores que plantam, manuseiam, extraem e vendem a matéria-prima. Essa configuração de identidades específicas dos cacauicultores acionados pela Na'Kau reafirma o potencial dessa prática e o beneficiamento de 120% da renda de trabalho desses agricultores. Elias (2008) assevera que o conceito de configuração está relacionado a uma estrutura social em constante alteração e se compõe por elementos interdependentes entre si. Para ele, o conjunto de indivíduos, a partir de relações interpessoais construídas sustentam a totalidade, cria um padrão mutável (Elias, 2008, p. 140). A sustentação dessa cadeia e os contatos estabelecidas entre alguns agentes garantem a permanência dessa dinâmica, por exemplo, a sustentação dos pontos de venda da Na'Kau e a expansão das redes dos consumidores faz com que a empresa continue comprando as amêndoas desses agricultores.

Segundo o site da Na'kau, atualmente, há uma rede de cacauicultores classificados como produtores de cacau de diversas regiões do Amazonas (AM) e cada embalagem exibe as imagens dos produtores sempre sorridentes, além da porcentagem do cacau orgânico, uma pequena descrição do produto para o consumidor, os ingredientes utilizados na fabricação, e informações dizendo que o produto é vegano, sem origem animal e sem glúten; há também

informação se o produto é misturado com outros ingredientes das linhas parceiras.

Figura 02: A imagética das embalagens dos produtos da Na'Kau



Fonte: Imagem extraída do site da Na'Kau, 2023

As imagens dos cacauicultores na figura 2, do lado esquerdo, são as caixas do chocolate Na'kau de 40g e as imagens dos cacauicultores do lado direito são das embalagens de bolso de 40g e 5g. É importante enfatizar, que das oitenta famílias de sete municípios do estado do Amazonas (AM) que a Na'kau compra as amêndoas, somente os oito produtores tem os seus rostos estampados nas embalagens, ou seja, são aqueles primeiros produtores que a Na'kau fez contato.

A Linha Origens é considerada aquela que comporta os chocolates mais puros, com dois ou quatro ingredientes e, é a primeira linha desenvolvida pela Na'kau e possui quatro chocolates de destaque: o chocolate Na'kau com 54% ao leite de coco, vegano, sem leite animal, sem glúten, tem a imagem do Edmilson Lagos, da Comunidade São José das Onças do Município de Manicoré (AM); o chocolate Na'kau com 63% traz a imagem do Arilson Grana, da Comunidade Terra Preta do Limão, do município de Urucurituba (AM), produto ideal para os iniciantes do mundo dos chocolates amargos, pois possui textura cítrica de laranja, maracujá e mel; a imagem da embalagem do produto de 72% do cacau é do Raimundo Queiroz, conhecido como seu Mundico, residente na comunidade Santo Amaro, Rio Madeira (AM), onde possui 25 hectares de plantações de cacau, banana, cacau, roça e mamão.

Figura 03: Imagens embalagens Edmilson Lagos no chocolate 54%; Arilson Grana no chocolate 63%; do Raimundo Queiroz 72% e da Dinorath Figueiredo 81%



Fonte: Imagens extraídas do site da Na'Kau, 2023

A Linha Parcerias Sustentáveis comporta os tradicionais sabores do chocolate Na'kau (54%, 63%, 72% e 81%) com ingredientes de produtos dos parceiros da empresa, como o café, a Castanha, o Cupuaçu e a Pimenta. O chocolate Na'kau 63% com a castanha da Amazônia tem a imagem da Tatiane de Souza e o chocolate Na'kau 63% com o café do Apuí, exibe a imagem do Joel Oliveira, ambos residem na Comunidade do São Jose, do Município de Borba (AM). O chocolate Na'kau 72% com cupuaçu traz a imagem da Meire Castro da Comunidade Sempre Viva, do município de Manicoré (AM) e o chocolate Na'kau 72% com a Pimenta Baniwa demonstra a imagem da Lúcia França, da Comunidade Verdem, também do Município de Manicoré (AM).

Figura 04: Imagens embalagens da Tatiane de Souza e do Joel Oliveira no chocolate 54%, da Meire Castro e Lúcia França no chocolate 72%



Fonte: Imagens extraídas do site da Na'Kau, 2023

Dentro da perspectiva das imagens das embalagens dos produtos ofertados aos consumidores, a Na'kau oferece a linha de kits denominada de presenteáveis, que contém o kit pequeno de R\$ 45 reais, médio de R\$ 80 reais e o grande de R\$155 reais para degustação. O kit Origens comporta os chocolates de 5g, 40g, 80g e ainda vem acompanhado de Nibs de cacau de 150 g, no valor de R\$ 130 reais. O kit Degustação Grande de 80g, no valor de R\$ 155 reais. O kit Parcerias Sustentáveis nos tamanhos de 5g, 40g e 80g, no valor de R\$ 130 reais acompanha um Nibs de Cacau 150g. O Kit Até o Tucupi de 5g, 40g e 80g, no valor de R\$ 270 reais acompanha um Nibs de Cacau 150g é o kit mais caro do chocolate Na'kau no mercado.

Figura 05: Imagem Kit Degustação pequeno, Kit Origens, Kit Parceria Presenteáveis e Kit Até o Tucupi



Fonte: Imagens extraídas do site da Na'Kau, 2023

Partindo dessas premissas, a configuração da identidade dos cacauicultores emerge no momento que a Na'kau coloca em evidência as imagens dos agentes nas embalagens dos produtos e de como estes estão fazendo uso dos seus espaços. Cada grupo de cacauicultores tem a sua própria história de vida, que legitima a sua condição de extrativista e constrói socialmente sua territorialidade específica. Segundo Almeida (2006), a territorialidade específica não está relacionada somente ao espaço físico, mas também pela dinamicidade da terra pelo uso coletivo, político, identitário e que diferencia aquele determinado coletivo de outro grupo social. Nesse sentido, o território, indivíduos, parentesco, organização e trabalho coletivo, constituem elementos de uma identidade bastante fluída e variada (Shiraishi Neto, 2007, p. 30).

Os cacauicultores mesmo residindo em sete municípios geograficamente distantes do estado do Amazonas, estão interligados por fazerem parte da mesma configuração social constituída pela empresa Na'kau, que permite a reflexão do modo de vida local, conservação de recurso

básico, assistência técnica, articulação de interesses por meio da imagética junto ao mercado e a visibilidade do uso dessa prática tradicional.

Assim, essas identidades coletivas estão sendo sucessivamente afirmadas e reconhecidas, por meio de critérios ocupacionais e de atividades econômicas, como no caso de seringueiros e castanheiros, ou pela localização geográfica, como no caso dos ribeirinhos, assim como também, tem permitido o advento de territorialidades específicas e autônomas como reservas extrativistas, babaçuais, castanhais e seringais. Essas lutas específicas têm configurado novos desenhos e formas usuais de se pensar reconhecimento de territórios, bem como novas identidades (Almeida, 2011, p. 82).

UMA ANÁLISE DA FORÇA DE TRABALHO PELAS IMAGENS DAS MÃOS DOS PRODUTORES

Cada cacaueiro tem conhecimento do momento certo para colher os frutos dos seus sistemas de produção. Isso implica realizar limpeza do terreno, nascimentos das flores, crescimento e desenvolvimento dos frutos e colheita. Desse modo, os cacaueiros não precisam somente dos instrumentos como podão e sacos de fibras, mas também da força de trabalho e de um conjunto de técnicas corporais.

Para Mauss (2003), as técnicas corporais estão relacionadas às formas como nós expressamos socialmente através dos nossos corpos. Todas essas técnicas são frutos de aprendizados, que se culminam culturalmente aos indivíduos, pois grande parte da sociedade tem o seu hábito particular (Mauss, 2003, p. 400). A força de trabalho do produtor chama atenção, quando a Na'kau destaca em seu site as imagens dos cacaueiros, principalmente de suas mãos calejadas, dedos amputados, cicatrizes e marcas de quem pratica o trabalho árduo todos os dias, sob sol ou sob chuva, no calor ou no inverno amazônico.

Figura 06: Imagens mãos de alguns dos produtores de cacau da Na'Kau



Fonte: Imagens extraídas do site da Na'Kau, 2023

Essas mãos representam histórias dos cacaueiros que têm conhecimento distinto sobre a região, do espaço de trabalho, da trajetória de vida, do tempo guiado pelo sol, do cuidado com solo, da extração do fruto até a secagem da semente. Dentro dessa perspectiva, a imagética das mãos representa o ethos cotidiano da vida do trabalhador que vive na área rural da Amazônia, sem demonstração de uma imagem hiperbolizada, fantasiosa e harmoniosa como geralmente fazem das pessoas que vivem no campo (Almeida, 2004, p. 23). A imagética surge como a representação da identidade dos cacaueiros, por meio de um saber construído socialmente, das interações intrafamiliares e entre os diferentes grupos familiares que lutam por condições sociais e de existência.

As imagens exibidas no site da Na'kau fixam sempre momentos do grupo reunido, ou melhor, do processo de parceira e fortalecimento da união entre empresa Na'kau e dos cacaueiros, além do mais, expõe nas embalagens à importância vida social de cada uma dessas famílias. Por outro lado, a imagética dos cacaueiros utilizada nos produtos da Na'kau serve para se destacar no mercado, causando boa impressão pela transmissão uma mensagem de transparência, percepção, sentimento, significado, memória e trajetória de vida ao consumidor. Esse público que tem acesso ao chocolate

Na'kau reconhece a qualidade do produto orgânico e a sua iniciativa de gerar renda para as comunidades locais e potencializar projetos de sustentabilidade vinculados as lutas pela terra e organização participativa.

CONSIDERAÇÕES

Diante do exposto, este trabalho etnográfico buscou destacar a imagética da Na'kau, pautando as imagens utilizadas nas embalagens dos produtos, que perpassam diversas formas de relações de parcerias. Como uma forma de garantir visibilidade a esses produtores e produzir algo diferenciado no mercado, a Na'kau utiliza em suas embalagens as imagens dos cacauicultores, destacando a região onde vivem e produzem cacau, do qual a empresa adquire. Além disso, descreve todo o processo nas embalagens utilizando uma pequena biografia de cada produtor. Assim, é possível verificar o acordo feito conjuntamente com cacauicultores e de como esse tipo de contato e proximidade cria laços sociais e comerciais.

Nessa senda, a Na'kau que vem se desenvolvendo desde de 2013, com o objetivo de estabelecer parceria com os povos e comunidades tradicionais, sempre partindo da premissa de trabalhar em dois eixos principais: o acompanhamento da produção orgânica com os produtores diretamente no campo; e na compra, processamento e comercialização dos chocolates Na'kau. Desse modo, o consumidor não está comprando apenas uma barra de chocolate, mas também contribuindo para o trabalho dos cacauicultores, preservação da floresta e valorização da prática da produção de cacau no Amazonas.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, ALFREDO WAGNER BERNO. **QUILOMBOS E AS NOVAS ETNIAS.** MANAUS: UEA EDIÇÕES, 2011.

_____. TERRAS TRADICIONALMENTE OCUPADAS, PROCESSOS DE TERRITORIALIZAÇÃO E MOVIMENTOS SOCIAIS. **ESTUDOS URBANOS E REGIONAIS**, v. 6, n. 1, MAIO, 2004.

BARBOSA, ANDRÉA; CUNHA, TEODORO EDGAR. **ANTROPOLOGIA E IMAGEM:** JORGE ZAHAR EDITOR LTDA, 2006.

BOURDIEU, PIERRE. **ECONOMIA DAS TROCAS SIMBÓLICAS.** 5. ED. SÃO PAULO: PERSPECTIVA, 2011.

BOURDIEU, PIERRE. COMPREENDER. In: BOURDIEU, PIERRE (COORD.). **A MISÉRIA DO MUNDO**. RIO DE JANEIRO: VOZES, 1997.

. O CAMPONÊS E A FOTOGRAFIA, Rev. Sociol. Polít. CURITIBA, V. 26, P. 83-92, JUN. 2006.

. O CAMPONÊS E SEU CORPO, Rev. Sociol. Polít., CURITIBA, V. 26, P. 83-92, JUN. 2006.

. E A PRODUÇÃO SOCIAL DA CULTURA, DO CONHECIMENTO E DA INFORMAÇÃO. In: MARTELETO, REGINA MARIA; PIMENTA, RICARDO MEDEIROS (ORGs.). RIO DE JANEIRO: GARAMOND, 2017.

COIMBRA, ARTHUR. ENTREVISTA COM PROPRIETÁRIO E IDEALIZADOR DA NA'KAU. EM 21 DE SETEMBRO DE 2022.

DIAS, ALEXANDRE PESSOA. DICIONÁRIO DE AGROECOLOGIA E EDUCAÇÃO. SÃO PAULO: EXPRESSÃO POPULAR: RJ: ESCOLA POLÍTÉCNICA DE SAÚDE JOAQUIM VENÂNCIO, 2021.

ECOA UOL, 2021. NA'KAU PRODUZ CHOCOLATE ORGÂNICO E VALORIZA CACAU DE RIBEIRINHOS. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.UOL.COM.BR/ECO/ULTIMAS-NOTICIAS/2021/09/13/NAKAU-PRODUZ-CHOCOLATE-ORGANICO-E-VALORIZA-CACAU-DE-RIBEIRINHOS.HTM](https://www.uol.com.br/eco/ultimas-noticias/2021/09/13/nakau-produz-chocolate-organico-e-valoriza-cacau-de-ribeirinhos.htm). ACESSO EM: 04 ABR. 2023.

ELIAS, NORBERT. INTRODUÇÃO À SOCIOLOGIA. SÃO PAULO: EDIÇÕES 70, LDA, 2008.

GINZBURG, CARLO. SINAIS, RAÍZES DE UM PARADIGMA INDICIÁRIO. In: EMBLEMAS, MITOS E SINAIS; MORFOLOGIA E HISTÓRIA. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 1989.

LAPLANTINE, F. A DESCRIÇÃO ETNOGRÁFICA. TRAD. JOÃO MANUEL R.C. E SÉRGIO COELHO. SÃO PAULO: TERCEIRA MARGEM, 2004.

MAUSS, MARCEL. SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA. TRAD. PAULO NEVES. SÃO PAULO: COSAC NAIFY, 2003.

OLIVEIRA, JOEL DE. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.ORGANIS.ORG.BR/O-QUE-E-PRODUTO-ORGANICO/?GCLID=CJWKCAJW2K6LBHBXEIWA5RJTCDXXBWCCAOUXYGAJTMsfUz5FGMMQMYM6NPUKXGQZyP64PBDPjEqZhOC_KsQAvD_BWEnakau.com.br/joel](https://www.organis.org.br/o-que-e-produto-organico/?gclid=CjwKCAjw2K6LBHBXEiWA5RjtCdXXBwccAOUXYGAJTMsfUz5FGMMQMYM6nPukxGqZyP64PBDPjEqZhOC_KsQAvD_BWEnakau.com.br/joel). ACESSO EM: 12 ABR. 2023.

ORGANIS. O QUE É PRODUTO ORGÂNICO? 2020. DISPONÍVEL EM:
[HTTPS://ORGANIS.ORG.BR/O-QUE-E-PRODUTO-ORGÂNICO/?GCLID=CJWKCAJW2K6LBHBXEIWA5RJTCDXXBWCCAOUXYGAJTMsfUz5FGMMQMYM6NPUKXGqZyP64PBDPjEqZHOCKsQAvD_BwE](https://organis.org.br/o-que-e-produto-organico/?gclid=CjwKCAjw2K6LBHBXEiWA5RJTCDXXBWCCAOUXYGAJTMsfUz5FGMMQMYM6NPUKXGqZyP64PBDPjEqZHOCKsQAvD_BwE). ACESSO EM: 03 JUL. 2023.

SAFRA, PLANO. AMAZONAS BIÊNIO 2021-2022.

SHIRASHI NETO, JOAQUIM (ORG.). DIREITO DOS POVOS E DAS COMUNIDADES TRADICIONAIS NO BRASIL: DECLARAÇÕES, CONVENÇÕES INTERNACIONAIS E DISPOSITIVOS JURÍDICOS DEFINIDORES DE UMA POLÍTICA NACIONAL. MANAUS: UEA, 2007.

SILVA, DANIELLE WAGNER; CLAUDINO, LIVIO SÉRGIO; OLIVEIRA, CARLOS DOUGLAS; MATEI, ANA PAULA, KUBO, RUMI REGINA. EXTRATIVISMO E DESENVOLVIMENTO NO CONTEXTO DA AMAZÔNIA BRASILEIRA. 2016.

SORANZ, GUSTAVO. IMAGENS DA AMAZÔNIA. 2009.