

Estratégias de Comercialização para a Agricultura familiar no Pará

> Goró Nagaisa Lionel Bardin Marco A. S. Cardoso



Estratégias de comercialização para a agricultura familiar no Pará

Proposta para as comunidades rurais de Praia Grande, Camurituba, Urubuéua-Fátima e Novo Paraíso

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

Cristovam Wanderley Picanço Diniz
Reitor

Telma Carvalho Lobo Vice-Reitora

João Batista Sena Costa Pró- Reitor de Planeiamento

Alberto Cardoso Arruda Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

José Miguel Martins Veloso Pró-Reitor de Ensino e Graduação

José Carlos Simões Fontes Pró-Reitor de Extensão

Luciano Sérgio Brito Nicolau Da Costa Pró-Reitor de Administração

Norbert Fenzl Coordenador do Núcleo de Meio Ambiente

Thomas A. Mitschein

Coordenador Geral do Programa Pobreza e Meio Ambiente na Amazônia (POEMA)

INSTITUTO DO DESENVOVIMENTO ECONÔMICO-SOCIAL DO PARÁ (IDESP)

Afonso Brito Chermont
Diretor Geral

Apoio Financeiro para publicação

Fundo Estadual de Ciência e Tecnologia -FUNTEC Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente - SECTAM Governo do Estado do Pará







Universidade Federal do Pará Núcleo de Meio Ambiente Programa Pobreza e Meio Ambiente na Amazônia Série Poema

Estratégias de comercialização para a agricultura familiar no Pará

Proposta para as comunidades rurais de Praia Grande, Camurituba, Urubuéua-Fátima e Novo Paraíso

> Goró Nagaishi Lionel Bardin Marco Antônio Cardoso

> > Belém - Pará - Brasil 1998

UFPA/NUMA/POEMA. Série Poema, 8.

Exemplares desta publicação podem ser solicitados ao: Programa Pobreza e Meio Ambiente na Amazônia (Poema) UFPA, Campus Universitário do Guamá Setor Profissional - Casa do Poema - Cx. Postal 8606 CEP 66.075.900

Telefones: (091) 2111686

Fax: (091) 2111687

Belém - Pará - Brasil. Telex: (55-91)1013

E-Mail - poema@ufpa.br.

Coordenação Editorial

Maria de Nazaré Imbiriba

Organização e Revisão de Texto: Dalva Vasconcelos dos Santos

Capa: Lais Zumero/ Sandoval Ferreira. Foto: Manfred Linke / Life

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca do Poema.

E 82 Estratégias de comercialização para a agricultura familiar no Pará:
Proposta para as comunidades rurais de Praia Grande, Camurituba,
Urubuéua-Fátima, Novo Paraíso/ Goró Nagaishi, Lionel Bardin, Marco
Antônio S. Cardoso. - Belém: UFPA, NUMA, POEMA, IDESP 1998.
144p.: il. - (Série POEMA; n. 8).

Inclui bibliografia, quadros e figuras.

1. Agricultura familiar - Comercialização - Pará. 2. Produtos Agrícolas - Comercialização - Pará. 3. Comunidades Rurais - Pará. I. Nagaishi, Goró. II. Bardin, Lionel. III. Cardoso, Marco Antônio S. IV. Universidade Federal do Pará/Núcleo de Meio Ambiente. Programa Pobreza e Meio Ambiente na Amazônia. V. Instituto do Desenvolvimento Econômico-Social do Pará. VI. Série.

C.D.D 20^a ed. 370.141098115

Sumário

| APRESENTAÇÃO |
|-----------------------|
| LISTA DAS FIGURAS |
| LISTA DAS TABELAS |
| LISTA DOS FLUXOGRAMAS |

| 1. INTRODUÇÃO | 11 |
|--|----|
| Aspectos gerais da sócio-economia paraense Por uma nova formulação do desenvolvimento agrícola: a | 11 |
| agricultura sustentável | 12 |
| Amazônia: estratégias de comercialização mais justas | 13 |
| 2. METODOLOGIA | 17 |
| 3. CARACTERIZAÇÃO GEOGRÁFICA E SÓCIO- | |
| ECONÔMICA DAS COMUNIDADES | 20 |
| Considerações Gerais | 20 |
| Comunidade de Praia Grande. | 21 |
| Comunidade de Camurituba | 28 |
| Comunidade de Urubuéua-Fátima | 34 |
| Comunidade de Novo Paraíso | 38 |
| 4. DIAGNÓSTICO AGRÍCOLA DAS COMUNIDADES | 44 |
| Considerações Gerais | 44 |
| Características da Agricultura em Praia Grande | 45 |
| Características da Agricultura em Camurituba | 49 |
| Características da Agricultura em Urubuéua-Fátima | 53 |
| Características da Agricultura em Novo Paraíso | 56 |
| 5. ANÁLISE DOS CIRCUITOS DE COMERCIALIZAÇÃO | |
| DOS PRODUTOS AGRÍCOLAS | 59 |
| Considerações Gerais | 59 |
| A Comercialização dos Produtos em Praia Grande | 60 |
| A Comercialização dos Produtos em Camurituba | 77 |
| A Comercialização dos Produtos em Urubuéua-Fátima | 83 |
| A Comercialização dos Produtos em Novo Paraíso | 00 |

| 6. PROPOSTAS DE ESTRATÉGIAS DE | |
|---|------------|
| COMERCIALIZAÇÃO | 97 |
| A Organização Comunitária como Base das Alternativas | |
| de Comercialização | 97 |
| Nível Organizacional das Comunidades | 98 |
| Consequência da Organização Comunitária no Processo de | |
| Comercialização dos Produtos | 101 |
| Propostas de Estratégias de Comercialização | 102 |
| Comunidade de Praia Grande | 102 |
| Comunidade de Camurituba | 115 |
| Comunidade de Urubuéua-Fátima | 121 |
| Comunidade de Novo Paraíso | 126 |
| 7. CONCLUSÃO | 131 |
| 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 133 |
| 9. ANEXOS | |
| Anexo 1 - Questionários | 135 135 |
| Anexo 2 - Fichas de registro da produção comum | 140 |
| Anexo 3 - Evolução dos preços na CEASA de Belém | 140 |
| , <u>,</u> <u>,</u> | 172 |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| Lista das figuras | |
| Figura 1 Belém e os seus arredores | |
| Figura 2 Localização de Praia Grande | 16 |
| Figura 3 Localização de Camurituba | 22 29 |
| Figura 4 Localização de Urubuéua-Fátima | 35 |
| Figura 6 Marcado do açaí em função do número de intermediários | 40 62 |
| Figura 7 Efeito da organização comunitária na melhoria das estratégias de | 102 |
| | |

Lista das tabelas

| Tabela 1 - Estrutura por faixa etária e sexo da população de Praia grande | 25 |
|--|-----|
| Tabela 2 - Tempo de residência dos chefes de família em Praia Grande | 26 |
| Tabela 3 - Grau de escolaridade das famílias de Praia Grande, por faixa de idade | 26 |
| Tabela 4 - Estrutura por fx. etária e sexo da popul. de Camurituba | 31 |
| Tabela 5 - Tempo de residência dos chefes de família em Camurituba | 32 |
| Tabela 6 - Grau de escolarid. das famílias de Camurituba, por faixa de idade | 33 |
| Tabela 7 - Estrutura por faixa etária e sexo da população de Urubuéua- Fátima | 37 |
| Tabela 8 - Estrutura por faixa etária e sexo da população de Novo Paraíso(%) | 38 |
| Tabela 9 - Comunidade de Novo Paraíso - número de migração dos | |
| entrevistados | 41 |
| Tabela 10 - Grau de escolar. das famílias de N. Paraíso, por faixa de idade | 43 |
| Tabela 11- Praia Grande: principais produtos, utilização e proporção de | |
| produtores | 47 |
| Tabela 12 - Camurituba: principais produtos, utilização e proporção de produtores | 50 |
| Tabela 13 - Comunidade de Urubuéua-Fátima: produção média por família, a preços de | |
| abril de 1992 | 55 |
| Tabela 14 - Comunidade de Novo Paraíso: produção média por família, a preços de | - |
| abril de 1992abril de 1992 | 57 |
| Tabela 15 - Produtos selecionados por comunidade para os fluxogramas de | |
| comercialização | 50 |
| COMPERCIAIIZAÇÃO | 59 |
| Tabela 16 - Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de | 67 |
| comercialização do açaí de Praia Grande | 07 |
| Tabela 17- Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de | 68 |
| comercialização do limão de Praia Grande | 00 |
| Tabela 18 - Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de | 71 |
| comercialização da melancia de Praia Grande | , 1 |
| Tabela 19 - Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de | 72 |
| comercialização da banana de Praia Grande | 12 |
| Tabela 20 - Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de | 73 |
| comercialização do coco seco de Praia Grande | 13 |
| Tabela 21 - Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de | 75 |
| comercialização do coco verde de Praia Grande | 75 |
| Tabela 22 - Margens brutas de % da cada intermediário no processo de | |
| comercialização do feijão em Praia Grande | 77 |
| Tabela 23 - Margens brutas e líquidas em % do feirante na comercialização da | |
| farinha de mandioca de Camurituba | 81 |
| Tabela 24 - Margens brutas e líquidas em % do feirante na comercialização da | |
| banana de Camurituba | 82 |
| Tabela 25 - Margens brutas e líquidas em % do feirante na comercialização do | |
| milho de Camurituba | 83 |
| Tabela 26 - Margens em % obtidas pelos diferentes participantes do processo de | |
| comercialização da cana-de-açúcar de Urubuéua-Fátima | 87 |
| Tabela 27 - Margens em % obtidas pelos diferentes participantes do processo de | 0, |
| comercialização da banana de Urubuéua-Fátima | 90 |
| Tabela 28 - Margens em - % obtidas pelos diferentes participantes do processo de | |
| comercialização do arroz de Novo Paraíso | 92 |
| Tabela 29 - Margens em % obtidas pelos intermediários do processo de | |
| comercialização da castanha-do-Pará de Novo Paraíso | 93 |
| Tabela 30 - Margens em % obtidas pelos intermediários no processo de | |
| comercialização do cupuaçu de Novo Paraíso | 0.4 |
| Comprehensive and controlled the con | 94 |

| Tabela 31- Margens em % obtidas pelos intermediários no processo de | |
|--|-----|
| comercialização da banana de Novo Paraíso | 96 |
| Tabela 32 - Organismos responsáveis pela distribução de fundos relacionado ao desenvolvimento da agricultura | 104 |
| Tabela 33 - Preços atuais, estimativa dos custos, e preços brutos e líquidos, no | 104 |
| caso, da eliminação do transportador no fluxo de comercialização | |
| alternativa | 110 |
| Tabela 34 - Preços atuais, estimativa dos custos, e preços brutos e líquidos | |
| obtidos na comercialização na CEASA | 112 |
| Tabela 35 - Comparação dos preços atuais recebidos em Praia Grande com os | 112 |
| praticados na feira de Ponta de Pedras | 113 |
| Tabela 36 - Comparação dos preços obtidos nas alternativas de comercialização | |
| dos aumentos de cada alternativa relacionados aos preços atuais | 114 |
| Tabela 37 - Custos previstos para o funcion. mensal da "loja do camponês" | 119 |
| Tabela 38 - Custos de investimento para aquisição de material para o | |
| beneficiamento do açaí (em suco) | 120 |
| efetuada através da "loja do camponês" e ganhos brutos resultantes | 121 |
| Tabela 40 - Preços atuais estimados, custos e preços brutos e líquidos (%) | 130 |
| | 150 |
| | |
| | |
| | |
| | |
| Lista dos fluxogramas | |
| Fluxograma 1 Comercialização do açaí de Praia Grande | 66 |
| Fluxograma 2 Comercialização do limão de Praia Grande | 69 |
| Fluxograma 3 Comercialização da melancia de Praia Grande | 70 |
| Fluxograma 4 Comercialização da banana de Praia Grande | 71 |
| Fluxograma 5 Comercialização do coco seco dede Praia Grande | 73 |
| Fluxograma 6 Comercialização do coco verde de Praia Grande | 74 |
| Fluxograma 7 Alternativas da comercialização do feijão caupi de Praia Grande | 76 |
| Fluxograma 8 Comercialização da farinha de mandioca de Camurituba | 80 |
| Fluxograma 9 Comercialização da banana de Camurituba | 81 |
| Fluxograma 10 Comercialização do milho de Camurituba | 82 |
| Fluxograma 11 Comercialização do açaí em Urubuéua Urubuéua | 86 |
| Fluxograma 12 Comercialização da cana-de-açúcar de Urubuéua | 88 |
| Fluxograma 13 Comercialização da banana de Urubuéua | 89 |
| Fluxograma 14 Comercialização do arrox de Novo Paraíso | 92 |
| Fluxograma 15 Comercialização da castanha-do-Pará de Novo Paraíso | 93 |
| Fluxograma 17 Comercialização da banana de Novo Paraíso | 95 |
| Fluxograma 18 Fluxogramas alternativos: eliminação do transportador na cadeia | 96 |
| de intermediação na venda dos produtos de Praia Grande | 111 |

APRESENTAÇÃO

O Programa Pobreza e Meio Ambiente na Amazônia (POEMA), vinculado ao Núcleo de Meio Ambiente da Universidade Federal do Pará, edita com esta publicação, o oitavo número da Série Poema, sob o título Estratégias de Comercialização para a Agricultura Familiar no Pará. Foi elaborado a partir de pesquisas efetuadas nas comunidades rurais de Praia Grande, Camurituba, Urubuéua e Novo Paraíso, localizadas, respectivamente, nos municípios de Ponta de Pedras, Abaetetuba e São Geraldo do Araguaia, áreas de atuação inicial do POEMA.

Os dados aqui reunidos fazem parte de pesquisas efetuadas pelo POEMA, nessas áreas, durante o período de 1992 a 1994, com vistas a subsidiar, não apenas as ações de comercialização, mas também o planejamento e a definição de um conjunto de ações integradas para a melhoria das condições sócio-econômicas e ambientais dessas comunidades (ver o primeiro número da *Série Poema:* Alianças em defesa da vida).

As estratégias de comercialização, aqui propostas, foram elaboradas a partir dos estudos relativos aos circuitos de comercialização dos principais produtos agrícolas de cada uma das comunidades rurais selecionadas. Estão baseadas na premissa de que a organização dos produtores constitui-se, no atual contexto sócio-econômico daquelas comunidades, um instrumento-chave para a diminuição da cadeia de intermediação e, consequentemente, para a melhoria do nível de renda dos produtores.

Nesta oportunidade, registramos aqui os agradecimento do POEMA aos pesquisadores e autores deste trabalho, Goró Nagaishi, Marco Antônio Cardoso e Lionel Bardin, mestrando do Institut Supérieur d'Agriculture (Lille-França). E, em especial, ao Governo do Estado do Pará, por ter viabilizado, através do Fundo de Ciência e Tecnologia, a publicação deste relatório de pesquisa.

Com este trabalho, somado aos demais estudos e pesquisas que o POEMA tem realizado ao longo dos últimos anos, esperamos estar contribuindo para a definição e implementação de ações e de políticas públicas, condizentes com as reais necessidades das populações locais, bem como, estimulando a compreensão e a responsabilidade comum de construção de uma sociedade mais justa.

Belém, Pará, Brasil, dezembro de 1998.

THOMAS MITSCHEIN
Coordenador Geral do POEMA

1. Introdução

* Aspectos gerais da sócio-economia paraense

O Estado Pará é o segundo maior estado brasileiro, com uma superfície de 1.248.042 km² (15% do território nacional) e uma densidade demográfica de 5,2 habitantes por km². Em 1991, contava com uma população de, aproximadamente, 4,9 milhões de habitantes, 52% dos quais residindo na zona urbana e 48% na zona rural.

O território paraense caracteriza-se pela presença de imensas riquezas naturais. O clima tropical favorece a formação de uma vegetação exuberante que se constitui em um dos recurso mais importantes do Estado. A grande diversidade florestal, parcialmente identificada com mais de duas mil espécies, tem atraído a atenção de muitas empresas farmacêuticas e de cosméticos, além das numerosas madeireiras que já atuam na região, em busca de madeiras nobres. Seu vasto potencial hídrico que, favorece a atividade pesqueira em larga escala, é outro considerável recurso natural do Estado. Por fim, o seu mais importante patrimônio natural parece estar nas riquezas minerais, constituída de jazidas de ouro, bauxita, cobre, ferro, gipsita, etc., que em seu conjunto representam uma das maiores reservas do planeta.

Historicamente, a economia do setor primário paraense tem sido caracterizada como ineficiente, devido a baixa capacidade de investimentos nos setores produtivos e de pesquisas. Esse quadro, entretanto, alterou-se profundamente a partir do início da década de 1970 em decorrência de uma série de condições políticas e econômicas, marcadas pela implementação da pesquisa e da exploração mineral, entre outros; pelo início do desenvolvimento regional da pecuária, da agricultura e da exploração da floresta (madeira, palmito e castanha-do-Pará).

Em 20 anos, a criação de gado bovino aumentou de 70% e o de bubalino de 87%. Hoje, as terras ocupadas com agricultura somam em torno de 122.101.300 hectares. Mas, é a exploração mineral que responde pela mutação econômica do Estado - as exportações passaram de US\$4 milhões, em 1970, para US\$1,6 bilhões, em 1992 (Seicom, 1993).

Os custos sócio-ambientais desse rápido desenvolvimento são incalculáveis. Milhares de hectares de floresta foram crescentemente substituídos por novas áreas para a agricultura, particularmente para a

criação de gado, e pela implantação de grandes obras de infra-estrutura. Por outro lado, a grande maioria da população regional não se beneficiou com esse tipo de desenvolvimento - os camponeses em geral (as pequenas unidades familiares) permanece marginalizados, sem, portanto, se beneficiarem dos resultados desse progresso.

Belém, a capital do estado, cuja história do desenvolvimento está estreitamente ligada aos períodos de impulso e de declínio da produção de borracha na Amazônia, conta oficialmente com 1,3 milhões de moradores e posiciona-se como a décima primeira cidade do País. É o principal centro econômico regional de comercialização de produtos da região.

A sua força econômica é baseada na sua localização geográfica, situada na Foz do Rio Amazonas, e às margens da Baía de Guajárá, tendo como limite ao norte, a Baía do Marajó, que lhe dá acesso fácil ao oceano Atlântico, ao interior do continente e às localidades próximas (Figura 1). Isto confere à cidade enormes vantagens para o abastecimento, a comercialização e o transporte marítimo e fluvial dos produtos da região. O porto de Belém conta com 19 km de cais e docas tanto industriais quanto artesanais.

Por uma nova formulação do desenvolvimento agrícola: a agricultura sustentável

Os modelos de produção agrícola, responsáveis pela modernização da agricultura, ou pela "Revolução Verde", resultaram num extraordinário aumento da produtividade da agricultura e da produção mundial de alimentos, mas não resolveram o problema da fome no mundo. Sua disseminação nos chamados países em desenvolvimento, pelo contrário, contribuiu para o agravamento de uma série de problemas sociais e ecológicos.

A crescente degradação dos solos, poluição dos recursos hídricos, desertificação e muitos outros problemas, que se tem verificado nesses países, tem decorrido, em sua grande parte, devido ao uso intensivo e inadequado dos recursos naturais. O agravamento da concentração da propriedade da terra, e, em conseqüência, o aumento da marginalização dos camponeses, dos trabalhadores rurais, os quais vivem da agricultura familiar, e das comunidades indígenas, têm sido, pois, fruto dessa forma de

uso e ocupação da terra. Esse padrão de produção agrícola tem sido, enfim, apontado como um dos principais fatores do aumento do êxodo rural e da desintegração das comunidades rurais e de suas culturas.

A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (ECO 92) representa neste contexto uma nova perspectiva para o desenvolvimento mundial, na medida em que busca substituir a lógica da destruição, que preside a relação homem-natureza, por novos comportamentos responsáveis e sustentados, através de esquemas alternativos de cooperação entre países.

As novas orientações de desenvolvimento baseiam-se, nesse sentido, em um modelo de agricultura sustentável, participativo e equitativo, capaz de garantir uma renda satisfatória às populações e, ao mesmo tempo, a preservação da biodiversidade. A agricultura pode ser assim considerada sustentável quando ela é: "ecologicamente compatível, economicamente viável e socialmente justa" (Sachs, 1989).

Na Amazônia, a magnitude da destruição ambiental, os problemas sociais decorrentes da pobreza rural e urbana, bem como, as condições de vida da população, em geral, em contraste com a abundância dos recursos naturais requerem, pois, não somente reflexões, mas também ações que sejam capazes de restituir a dignidade de sua gente.

★ Uma resposta ao desenvolvimento sustentável na Amazônia: estratégias de comercialização mais justas

Historicamente, a agricultura familiar na Amazônia tem se caracterizado, em suas relações com o mercado, por um intenso processo de intermediações, que rebaixa os preços para o produtor e eleva-os no mercado urbano.

No passado era com os donos dos regatões (empórios flutuantes), que os produtores ribeirinhos costumavam negociar suas safras agricolas/extrativas, em troca de algumas mercadorias, como: combustível, açúcar, tecidos, medicamentos, etc. Hoje, com a expansão da ocupação da região, essa negociação passou a ser quase que totalmente monetizada e efetuada com uma diversidade de novos intermediários: pequenos "bodegueiros" locais, caminhoneiros, etc., financiados geralmente por médios e grandes comerciantes urbanos, que, em seu conjunto, deslocaram os regatões para um plano secundário.

A atuação desses intermediários tem sido facilitada por um conjunto de fatores relacionados ao estado de pobreza em que, geralmente, se encontram os produtores familiares; à precariedade ou à falta de infra-estrutura para o escoamento da produção; ao deficiente nível de informação que estes produtores detêm sobre o mercado agrícola e ao baixo nível de beneficiamento/ processamento dos produtos. Assim, o produtor familiar, além de forçado a entregar ao intermediário toda a sua produção, logo após a colheita, é também obrigado a negociá-la em condições de preço altamente desvantajosas.

Experiências já desenvolvidas pelo POEMA, em algumas comunidades rurais, indicam que a conquista de melhoria das condições de vida do produtor familiar rural na Amazônia depende, no atual contexto do desenvolvimento regional, da capacidade de inserção desse produtor no mercado, a partir de novas bases de produção e condições de comercialização.

Dentro dessa perspectiva, além do aumento do volume de produção e da melhoria das condições de infra-estrutura de comercialização, a elevação da renda dessas organizações de produtores depende, primordialmente, da melhoria das condições gerais de beneficiamento e processamento da produção e do estabelecimento de novos processos de capacitação desse produtor, em termos do manejo sustentável dos recursos naturais disponíveis e das suas relações com o mercado.

O primeiro caso é justificado pelo baixo nível de aproveitamento dos produtos gerados por essa categoria de produtor, limitado em geral à tradicional fabricação da farinha de mandioca. Poucos são, pois, os produtores de base familiar de produção que têm condições materiais e/ou conhecimentos técnicos para o beneficiamento, processamento e/ou aproveitamento de sua produção. O segundo, está relacionado à tendência atual de valorização de produtos naturais e de aproveitamento sustentado da biodiversidade pelo mercado, tendo-se em conta as vantagens da Amazônia nesse contexto.

Basicamente, foram essas idéias que balizaram e motivaram a realização desta pesquisa e, desse modo, a apresentação das propostas de estratégias de comercialização de produtos agrícolas, contidas neste relatório, para os contextos sócio-econômico das comunidades rurais paraenses de Praia Grande, Camurituba, Urubuéua-Fátima e Novo

Paraíso, em cujas áreas o POEMA vem atuando sob a estratégia de pesquisa-ação, desde de 1992.

Além dos procedimentos metodológicos adotados para este estudo, a seguir descritos, item 2, este relatório compõe-se de mais cinco itens. Nos itens 3 e 4 procura-se analisar os aspectos geográficos, históricos e sócio-econômico das comunidades objeto deste estudo, com o intuito de caraterizá-las em termos do contexto do Estado e dos municípios onde se situam. Nos itens 5 e 6 busca-se traçar os diferentes circuitos de comercialização dos produtos agrícolas de maior importância econômica para cada uma das referidas comunidades e as propostas de estratégias de comercialização, adaptadas às realidades econômicas e sociais dessas comunidades rurais.

Por fim, a título de conclusão (item 7), busca-se ressaltar a importância da organização camponesa, como ponto de partida estratégico para a valorização da produção e para a elevação do nível de qualidade de vida das populações dessas comunidades.

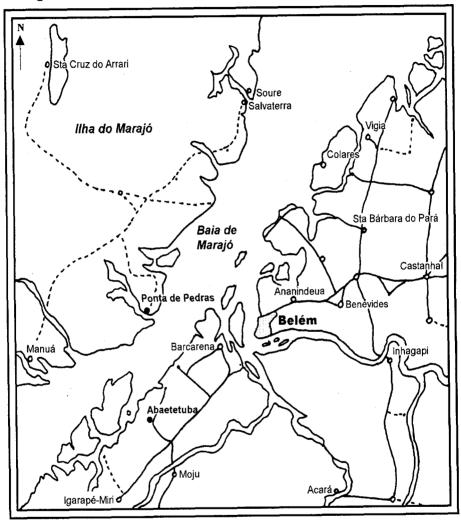


Figura 1 - Belém e os seus arredores

2. Metodologia

Procedimentos

Adotou-se como procedimentos para a elaboração deste estudo a **execução** das seguintes etapas de trabalho:

Primeira etapa - levantamento de informações estatísticas, **geográf**icas e históricas sobre a região, e "imersão" nas comunidades **rurais** objeto de estudo.

Segunda etapa - pesquisa nas comunidades envolvendo produção, comercialização e as condições sociais e culturais dos agricultores, através de visita e entrevistas com as famílias camponesas.

Terceira etapa - conhecimento das estratégias dos primeiros intermediários envolvidos na comercialização dos produtos das comunidades.

Quarta etapa - pesquisa com os intermediários nos centros consumidores que recebem os produtos das comunidades, através dos primeiros intermediários.

Quinta ctapa - caraterização e diagnóstico das comunidades e da agricultura praticada; elaboração e análise dos circuitos de comercialização dos produtos de maior importância econômica para cada comunidade; elaboração das propostas alternativas para a comercialização dos produtos de cada comunidade.

Explicação dos procedimentos

A primeira entrevista - teve como objetivo conhecer as organizações familiares; a visão do pequeno produtor sobre a sua comunidade; a mentalidade do pequeno produtor; os sistemas de produção; os produtos e o os processos de sua comercialização. Foram entrevistadas todas as famílias das comunidades de Praia Grande, Camurituba, urubuéua-Fátima e parte das famílias de Novo Paraíso.

Análise da primeira entrevista - com base nos dados obtidos, através dos questionários, buscou-se: conhecer os produtos de maior

importância econômica; identificar os compradores dos produtos; preparar as próximas entrevistas.

A segunda entrevista - objetivou conhecer: os tipos e o volume dos produtos com os quais o intermediário trabalha; a infra-estrutura do intermediário; os preços da venda e da compra; os próximos intermediários.

Análise da segunda entrevista - consistiu em: compreender as estratégias de comercialização do primeiro intermediário; conhecer o seu papel; comparar para relacionar os preços de compra e os de venda dos camponeses; identificar os próximos intermediários, assim como os locais de venda.

A terceira entrevista - foi realizadas com os atores dos centros consumidores objetivando conhecer: os tipos e o volume dos produtos com os quais os intermediários trabalham; a infra-estrutura; os preços de venda e de compra; os próximos intermediários, no caso de não ser o consumidor final.

Análise da terceira entrevista - nesta fase do estudo buscou-se, através dos dados contidos nos questionários: entender as estratégias de comercialização do intermediário; o papel que desempenha; comparar os preços de compra desses intermediários e os de venda dos intermediários anteriores; identificar se este é o último da cadeia de intermediação, caso contrario, repetir o questionário até chegar ao último intermediário.

Síntese - além da elaboração de diagnósticos das comunidades e da agricultura praticada, a síntese permite elaborar os fluxos de comercialização para cada um dos produto selecionados. Com isso, cada fluxograma permite identificar os diferentes intermediários da cadeia de comercialização, desde o produtor até o consumidor final. Foram escolhidos pelos preços, a cada etapa da cadeia, uma relação a uma base de 100 estabelecida sobre o preço final (pago pelo consumidor), para absorver os efeitos da flutuação dos preços devido aos períodos de safra e entressafra, e sobretudo a inflação.

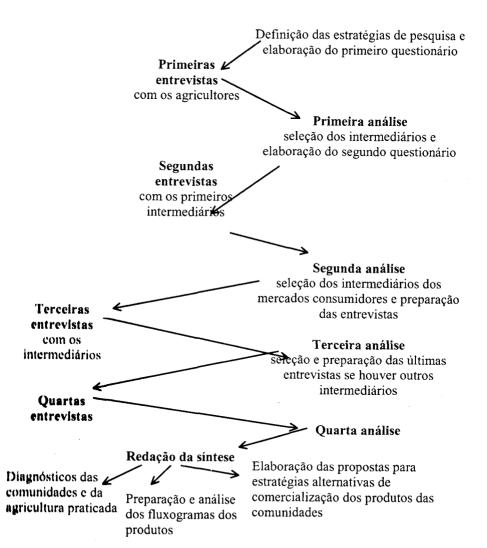
Com base nos diagnósticos e nas análises dos fluxogramas, a síntese permite a elaboração de propostas para responder aos problemas identificados e, assim, melhorar a comercialização dos produtos.

* Esquema teórico das diferentes etapas do procedimento

Pesquisas nos centros de consumo

Pesquisas nas comunidades

Trabalho no



3. Caracterização geográfica e sócioeconômica das comunidades

★ Considerações gerais

As comunidade de Praia Grande, Camurituba, Urubuéua-Fátima e Novo Paraíso são conformadas por espaços geográficos e sócioeconômicos bastante diferenciados¹.

Praia Grande, localiza-se no município de Ponta de Pedras que, de acordo com a nova classificação geográfica do IBGE, pertence à microrregião Arari, antiga microrregião Campos de Marajó. Este município caracteriza-se por uma área de transição entre os campos naturais e a floresta hidrófilas da Ilha do Marajó. A história econômica de sua ocupação data do final do século passado e está associada à formação de latifúndios, inicialmente, pelos padres jesuítas e, posteriormente, pelas oligarquias familiares, que ainda, hoje, centralizam terra, poder econômico e político naquela região.

Camurituba e Urubuéua-Fátima estão localizadas no município de Abaetetuba, pertencente à antiga microrregião do Baixo Tocantins, hoje, microrregião de Cametá. A ocupação dessa região também data do final do século passado. Caracteriza-se, em comparação a Ponta de Pedras, por uma atividade produtiva mais diversificada, porém ainda marcada pela exploração extrativa animal e vegetal, a partir da pesca, da extração da madeira, do palmito e do fruto da palmeira do açaizeiro. Essa microrregião compõe a área de influência do Projeto Albrás-Alunorte, um dos chamados mega-empreendimentos da área mínero-metalúrgica, cuja implantação, durante os anos 70, resultou em diferentes impactos na composição e distribuição demográfica dessa região.

Novo Paraíso, localiza-se no município de São Geraldo do Araguaia, pertencente à microrregião de Redenção, no sul do Pará. A história de sua ocupação está associada ao processo recente de ocupação dessa região, verificado ao longo dos anos 70 e 80, com as

¹ Ver diagnóstico detalhado dessas comunidades em Mitschein et al, 1994.

políticas de colonização e Reforma Agrária do Governo Federal, e, em particular, com a abertura da rodovia Transamazônica.

X Comunidade de Praia Grande

Localização

Praia Grande situa-se às margens da Baía do Marajó, no município de Ponta de Pedras, cujo acesso é efetuado por via fluvial, através de linhas regulares de transporte de barco, no trecho Belém / Ponta de Pedras, com um tempo médio de duração de, aproximadamente, três horas de viagem. É constituída por uma superfície de cerca de 144 hectares. E, fica a 8 km da sede municipal por via terrestre (Figura 2).

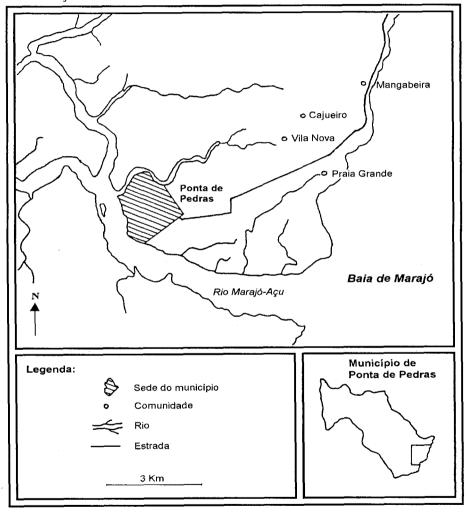
Histórico

A ocupação econômica do município de Ponta de Pedras, a semelhança de toda a Ilha do Marajó, teve início por volta do século XVII, com a formação de grandes fazendas, pelo padres Jesuítas. Com a expulsão desses pudres, esses latifúndios passaram a ser administrados por oligarquias fumiliares, cujos remanescentes mantêm ainda, hoje, o domínio de posse da terra e o poder econômico e político da região.

Aos camponeses restava-lhes, nessa época, o direito de ocupação das áreas situadas às margens das fazendas ou dos rios, sob a condição de não instalarem cultivos permanentes. Esses pequenos agricultores viviam da pesca, da colheita do fruto do açaí e de alguns outros cultivos clandestinos.

Nos anos 60, a paróquia de Ponta de Pedras e depois a diocese do Marajó, através de financiamento internacional, adquiriu mais de 20 mil hectares de terras, pertencentes a grandes fazendeiros, com o objetivo de implantar uma base econômica para as famílias camponesas que ali se encontravam. Nessas terras viviam 11 comunidades rurais, dentre as quais, a comunidade de Praia Grande. Essa iniciativa motivou a organização da Cooperativa Irmãos Unidos de Ponta de Pedras - COOPIUPE, fundada em 1967, a qual tinha como objetivo abastecer os camponeses de material agrícola e fertilizantes, e incentivar o plantio de cultivos permanentes e de valor comercial, tal como o de coco-da-baía.

Figura 2 Localização de Praia Grande



Ocorre que o monocultivo do coco mostrou-se inadaptado à realidade da pequena agricultura familiar. Não trouxe, pois, os resultados esperados, devido à falta de conhecimentos técnicos e às condições da pobreza e de degradação dos solos.

Em 1988, através de uma iniciativa conjunta, entre a Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia - SUDAM, e a Empresa Estadual de Assistência Técnica e Extensão Rural - EMATER/PA., foi incentivada a criação de suínos para, dentre outros objetivos, melhorar as condições de alimentação das famílias; aumentar a renda familiar e gerar matéria orgânica para a adubação dos cultivos.

Essa experiência também não foi bem sucedida. A definição e o planejamento do projeto foram feitos sem a participação ativa da comunidade. A raça de suíno escolhida foi considerada sofisticada e inadaptada ao clima regional, além do que, faltaram recursos para as atividades de custeio desse tipo de criação.

A comunidade de Praia Grande não conseguiu, desse modo, consolidar-se economicamente. Atualmente, a comunidade em geral vivencia um processo de estagnação econômica. Dependente dos cultivos pouco produtivos e rentáveis, sua população é obrigada a complementar seu sustento com outras alternativas de trabalho.

Desde 1992, o POEMA interessa-se pela comunidade e tenta estimular a implantação de cultivos permanentes diversificados e adaptados, como também, a organização de uma unidade de beneficiamento da fibra de coco, buscando parceria com entidades privadas, governamentais e não governamentais.

infra-estrutura

Infra-estrutura comunitária

Os camponeses de Praia Grande, de um modo geral, têm acesso ao uso de certos equipamentos agrícolas, disponibilizados pela COOPIUPE. Os equipamentos, cujo uso é partilhado entre as 11 comunidades que compõem a cooperativa, correspondem a seis patrulhas, com equipamentos completos (trator, arado, colheitadeira, roçadeira e tanque). Como o cultivo da mandioca é pouco e, somente, para a auto-subsistência, a comunidade dispõe de apenas uma casa de farinha (retiro) para atender toda a comunidade.

A comunidade conta também com uma unidade de beneficiamento de fibra de coco, construída em parceria com o POEMA, e operacionalizada por integrantes da própria comunidade.

Uma das principais limitações da comunidade é a falta de energia elétrica. Atualmente, todas as habitações do centro da comunidade são aténdidas por um microssistema de abastecimento de água potável (esterilizada por eletrólise) implantado através do POEMA.

Na área social e de educação, a comunidade dispõe de: uma escola, para atender o pré-escolar e os dois primeiros anos do ensino de Primeiro Grau; um centro comunitário, onde a comunidade realiza reuniões; um espaço para reuniões religiosas e de uma cantina para o abastecimento de produtos básicos.

Transporte

A comunidade dispõe de um caminhão para o transporte de fibras até a PRONAMAZON², uma empresa comunitária de beneficiamento da fibra de coco, localizada na sede de Ponta de Pedras, devido a necessidade do uso de energia elétrica para o seu funcionamento.

O acesso das famílias de Praia Grande à sede do município, cuja distância é de 8km por via terrestre, é relativamente fácil. A vicinal que liga a comunidade até a sede municipal encontra-se em bom estado de conservação; por ela trafega quase que diariamente o caminhão que transporta fibras da comunidade até a PRONAMAZON. Além disso, a maioria dos moradores possui bicicleta, o que facilita o seu deslocamento. As crianças e jovens que, estudam na sede municipal, contam com o transporte, efetuado por um caminhão, disponibilizado pela Prefeitura para atender todas as comunidades da área.

Já, o acesso à capital do Estado, Belém, é mais difícil. É efetuado através do transporte fluvial, com uma duração média de 3 horas de viagem de barco. Os produtores são, em geral, totalmente dependentes dos intermediários ou transportadores para a comercialização de seus produtos em Belém.

² Trata-se de uma mini indústria, pertencente à comunidade de Praia Grande, que utiliza como matéria-prima a fibra de coco para a produção de encostos de cabeça para bancos de automóveis (Convênio POEMA/Comunidade/Mercedes Benz).

Organização social

Existem quatro organizações distintas em Praia Grande, cada uma com **um tipo** de liderança, representando política e socialmente a comunidade: **Associaç**ão dos Produtores Rurais de Praia Grande (ASPRADE); **Associaç**ão das Mulheres de Praia Grande; Associação dos Jovens de Praia **Grande** e o Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR).

Características da população

Número de habitantes e composição familiar

Praia Grande contava, em 1994, com 24 famílias, num total de 130 moradores, com uma média de 3 a 11 pessoas por família. A população dessa comunidade é, em sua maior parte, constituída de jovens - quase 60% da população tem menos de 20 anos. Em média, 86,1% dos membros de famílias têm menos de 41 anos, e menos de 5% dos moradores da comunidade têm mais de 60 anos (Tabela 1).

Tabela 1 Estrutura por faixa etária e sexo da população de Praia Grande (%)

| FAIXA ETÁRIA | HOMENS | MULHERES |
|--------------|--------|----------|
| 61 - 70 | 2,3 | 2,3 |
| 51 - 60 | 3,1 | 0,8 |
| 41 - 50 | 1,5 | 3,9 |
| 31 - 40 | 5,4 | 5,4 |
| 21 - 30 | 8,5 | 6,9 |
| 11 - 20 | 13,8 | . 9,2 |
| 0 - 10 | 16,9 | 20,0 |
| TOTAL | 51,5 | 48,5 |

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994)

Migração

Dos 24 chefes de família de Praia Grande, 16 nasceram na comunidade e 6 moram nesta há mais de 10 anos (Tabela 2); 66.6% dos chefes de família nunca deixaram a comunidade. As novas famílias são, em sua maioria, oriundas de parentes da própria comunidade.

Registra-se entretanto, na faixa ctária jovem, uma forte tendência à

emigração para os centros urbanos (principalmente para Belém). A partir dos 18 anos os homens costumam deixar a comunidade em direção aos centros urbanos, atraídos pela ilusão do conforto e do emprego. As mulheres costumam casar ainda muito jovens e deixar a comunidade, geralmente, a partir dos 15 anos de idade.

Tabela 2Tempo de residência dos chefes de família em Praia Grande

| Tempo residência na comunidade | Número de chefes De familia | % |
|-----------------------------------|--------------------------------|-------|
| Sempre moraram na comunidade | 16 | 66.6% |
| Mais de 10 anos | 6 | 25,0% |
| De 1 a 10 anos | 1 | 4,2% |
| Menos de 1 ano | 1 | 4,2% |

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994)

Grau de escolaridade

Em Praia Grande o nível de escolaridade é baixo. Pouco mais de 1/4 dos moradores com idade de 18 anos e mais têm escolaridade além da 4ª série do ensino de 1º Grau..

Tabela 3Grau de escolaridade das famílias de Praia Grande, por faixa de idade

| Nivel de | | | Faixa etária | | | | | Tota | l |
|----------------------|---------------|------|--------------|-------|-------|-------|------|------|-------|
| Escolaride | ., | 7-10 | 11-14 | 15-17 | 18-21 | 22-25 | > 25 | Abs. | % |
| Analfabet | | - | - | - | - | _ | 13 | 13 | 13,5 |
| 1ª série 1º | | 7 | <u> -</u> | - | - | 1 | 1 | 9 | 9,4 |
| 2ª série | " | 2 | 2 | 1 | 1 | | 5 | 11 | 11,5 |
| 3ª série | 11 | 2 | 5 | 1 | 4 | 1 | 5 | 18 | 18,8 |
| 4ª série | | | 5 | 1 | 3 | 5 | 6 | 20 | 20,8 |
| 5° série | | _ | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 13 | 13,5 |
| 6ª série | ,, | _ | 1 | _ | 1 | _ | 2 | 4 | 4,2 |
| 7ª série | ш | _ | - | _ | - | _ | 1 | 1 . | 1,0 |
| 8 ^a série | ** | - | - | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4,2 |
| Não | | | | | | | | | |
| escolariza | ados | 3 | - | - | - | - | - | 3 | 3,1 |
| Total | | 14 | 16 | 5 | 13 | 11 | 37 | 96 | 100,0 |

População em Idade não-escolar (o-6 anos): 33 Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994) Segundo Mitschein *et al* (1994), considerando-se a baixa qualidade de ensino e o desuso dos conhecimentos adquiridos, podem ser considerados como analfabetos todos os indivíduos de 18 anos e mais que não completaram a 4ª série primária.

Igualmente precária é também a situação escolar dos jovens com menos de 18 anos. Na faixa de idade de 15-17 anos, somente um completou o Primeiro Grau (Tabela 3). A maioria das crianças deixa a escola depois da 4ª série. Entre os 11 e 14 anos, 75% deles não atingiram a 5ª série e nenhum está cursando a 8ª série.

Vários motivos interrelacionados podem explicar o baixo nível de escolaridade encontrado na comunidade: falta de professores, aliada ao baixo nível de qualificação e à falta de motivação, devido à baixa remuneração; falta de estrutura da escola, para atender além da 2ª série; conteúdo curricular inadequado à realidade e ao trabalho das crianças; calendário escolar, em defasagem com as atividades agrícolas locais.

Atividades e renda familiar

A principal atividade em Praia Grande é a agroextrativista. Há dois tipos de ocupação familiar: a doméstica, referente à preparação de alimentos, limpeza, colheita de espécies e manejo das criações de pequeno porte e a agroextrativista, que envolve as atividades de cultivos, coleta de produtos florestais, a caça e a pesca.

As crianças são iniciadas no trabalho na faixa de 6 aos 10 anos de idade. Os meninos desta idade já participam das atividades agroextrativistas e as meninas, da mesma faixa etária, dedicam-se às atividades domésticas. A partir dos 16 anos as moças começam a trabalhar nos cultivos (Mitschein et al, 1994). Aos 15 anos, os rapazes já são de grande importância para a renda familiar: trabalham nos roçados ou na exploração dos recursos florestais.

Aos 21 anos, os homens em geral já constituíram uma família e/ou estão efetivamente engajados nas atividades agroextrativas, enquanto que as mulheres assumem o trabalho doméstico e as atividades de cultivos.

De acordo com os dados da pesquisa de campo, a renda familiar dessa comunidade é muita baixa. Os recursos financeiros por familia somam entre US\$30 e US\$65 mensal. Esta renda provém das vendas mensais de produtos e também de outros tipos de trabalhos. Calcula-se que essas famílias precisariam de US\$100 a US\$150 por mês para

cobrir todas as suas necessidades. Segundo estimativas de Pedro Saviniano da Costa Miranda³, essa renda poderia dobrar, já que não está incluído nesse cálculo a produção agrícola destinada à alimentação familiar.

Os levantamentos de campo indicam que a população de Praia Grande caracteriza-se por uma baixa taxa de crescimento; um contigente populacional jovem, porém com um baixo nível de escolarização; uma renda mensal insuficiente para satisfazer suas necessidades familiares; uma tendência dos jovens em deixar a comunidade em direção aos centros urbanos. Mostram, por outro lado, uma recente tendência à diversificação das atividades na expectativa de melhoraria do nível de renda.

* Comunidade de Camurituba

Localização

A comunidade de Camurituba situa-se no município paraense de Abaetetuba, na microrregião do Baixo Tocantins, às margens do rio Camurituba, um afluente do rio Moju e a sudoeste de Belém. (Figura 3). Fica, por via terrestre, a cerca de 25 km de distância da sede municipal e 45 km da capital do Estado, Belém, o correspondente a 1 hora de viagem de barco e 1 hora por via terrestre.

Histórico

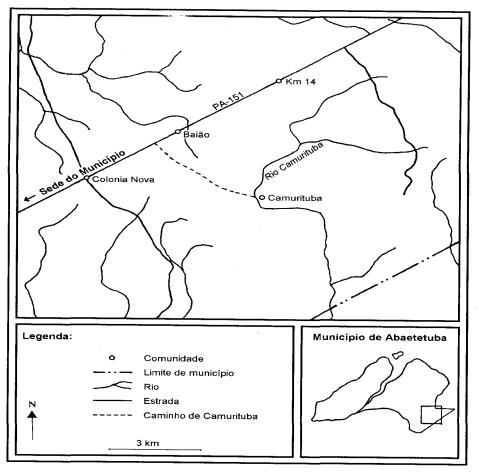
Há poucos dados sobre as origens da comunidade de Camurituba. Entretanto, segundo informações dos moradores mais antigos, estimase que a comunidade existe há mais de um século. As primeiras famílias localizaram-se ali em busca de terras e atraídas pela abundância de madeira. A madeira, retirada em toras ou já semibeneficiada manualmente, foi durante muitos anos, a principal fonte de renda da população local. As atividades agricolas eram totalmente voltadas para a auto subsistência.

O isolamento geográfico da comunidade foi rompido com a construção da estrada PA-151, durante os anos 70, ligando Belém a

³ Engenheiro Agronômo no POEMA.

Barcarena, Abaetetuba e outras localidades. Com a diminuição da extração madeireira e o surgimento do acesso rodoviário ao mercado urbano de Abaetetuba, ocorreu uma mudança na agricultura local, passando de uma produção voltada apenas à subsistência para uma produção de excedentes comercializáveis, principalmente a farinha de mandioca.

Figura 3 Localização de Camurituba



Convém ressaltar que esse processo de mudança incorreu numa série de conseqüências para a comunidade: devastação da floresta,

utilização intensiva das terras para os cultivos temporários, aumento da população. Camurituba vive hoje uma situação econômica estagnada, com repercussões de ordem social.

Infra-estrutura

Infra-estrutura comunitária

A comunidade não dispõe de infra-estrutura de energia elétrica. Só recentemente foi implantado, através do POEMA, um microssistema de abastecimento de água tratada.

Em termos de equipamento de uso comunitário, Camurituba dispõe de uma pequena igreja e de um centro comunitário, que serve como escola do pré-escolar até a 4ª série primária. É importante registrar a presença de um prédio em alvenaria, de 30 m², construído pela própria comunidade com o intuito de servir de cantina - fornecer produtos essenciais. A falta de organização comunitária, contudo, fez com que esta iniciativa resultasse em fracasso: as instalações encontram-se em bom estado, porém abandonada, e a cantina foi transferida para a casa de um morador influente.

Transporte

A principal via de acesso à comunidade, um ramal de 8 km, que interliga Camurituba à estrada de Abaetetuba-Arapari (PA-151, encontra-se em precárias condições de tráfego, que se agrava mais ainda durante o período chuvoso. Além disso, esta via interliga somente quatro núcleos; os demais moradores ficam marginalizados em termos de acesso aos transportes existentes, tendo que caminhar durante várias horas ou então utilizar outro meio de transporte (a canoa). Esta tem sido uma das principais dificuldades enfrentadas pelos camponeses, que necessitam deslocar-se para a sede do município, para vender ou comprar mercadorias, e para as crianças que necessitam ir à escola, já que são poucos os produtores que possuem animal de carga ou bicicleta.

O transporte até o mercado de Abaetetuba é efetuado semanalmente, com regularidade, por caminhões pertencentes a particulares.

Organização social

Existe uma única organização associativa em Camurituba: a Associação dos Trabalhadores Unidos de Camurituba-Beira, fundada em 1972. Essa associação reúne apenas 25 famílias, sendo portanto pouco representativa da comunidade. O presidente dessa associação é quem representa a comunidade junto à Prefeitura, nas decisões políticas e nas reivindicações comunitárias.

Características da população

Número de habitantes e composição familiar

A comunidade de Camurituba conta com 329 moradores ou 53 famílias, conforme levantamento de campo efetuado em 1994, pelo POEMA. As famílias compõem-se em média de 6 pessoas, sabendo que a maior família encontrada compunha-se de 14 pessoas. Tal como observado em Praia Grande, Camurituba compõe-se de uma população bastante jovem. Mais da metade da comunidade tem menos de 21 anos; em cada 10 pessoas 8 têm menos de 40 anos. Os habitantes de mais de 60 anos representam 4,5% da população.

Tabela 4Estrutura por faixa etária e sexo da população de Camurituba (%)

| FAIXA ETÁRIA | HOMENS | MULHERES |
|--------------|--------|----------|
| 81 - 90 | - | 0,3 |
| 71 - 60 | 0,6 | 0,6 |
| 61 - 70 | 1,5 | 1,5 |
| 51 - 60 | 4,3 | 3,0 |
| 41 - 50 | 4,0 | 2,4 |
| 31 - 40 | 3,0 | 2,7 |
| 21 - 30 | 9,4 | 7,3 |
| 11 - 20 | 12,5 | 12,5 |
| 0 - 10 | 19,8 | 14,6 |
| TOTAL | 55,0 | 45,00 |

Fonte: POEMA - Levantamento de campo - 1994

Migração

Dos 53 chefes de famílias, 40 nasceram ou sempre moraram na comunidade. Somente 2 deles, ou seja 3,8%, integraram a comunidade há menos de 10 anos (Tabela 5).

Como no caso de Praia Grande, há entre a população jovem dessa comunidade uma enorme tendência à migração para os centros urbanos próximos, principalmente para Belém e Abaetetuba. Note-se, por exemplo, de acordo com dados contidos na Tabela 4, que a população da faixa etária de 21-30 anos, corresponde relativamente a metade da população da faixa de 0-10 anos. Parte dessa dinâmica explica-se pelo elevado índice local de mortalidade infantil, devidos à existência de doenças ou de má nutrição. Mas, o principal fator dessa redução tem sido

o êxodo dos jovens em direção às cidades.

Grau de escolaridade

Os moradores de Camurituba apresentam um baixo nível de escolaridade. Cerca de 15,9 % da população, com idade de 7 anos e mais, constituem-se de analfabetos (Tabela 5).

A escola local só oferece o ensino de 1ª a 4ª série do 1º Grau, ministrado por um único professor. Para continuar os estudos, os alunos precisam percorrer diariamente os 30 km que separam Camurituba de Abaetetuba. Por outro lado, a maioria das crianças de 7 a 10 anos não freqüenta a escola, devido às dificuldades de acesso - para alguns é necessário, pois, despender cerca de uma a meia hora de barco para ir até a escola, isto é, quando têm a oportunidade de dispor de uma pessoa para acompanhá-los.

Tabela 5Tempo de residência dos chefes de família em Camurituba

| Tempo residência na comunidade | Número de chefes de família | % |
|--------------------------------|--------------------------------|----------|
| Sempre moraram na comunidade | 40 | 75,5% |
| Mais de 10 anos | 11 | 20,7% |
| De 1 a 10 anos | 2 | 3,8% |
| Menos de 1 ano | 0 | 0,0% |

Fonte POEMA - Levantamento de campo (1994)

Tabela 6Grau de escolaridade das famílias de Camurituba, por faixa de idade

| Nivel | Nivel de | | Faixa E | tária | Total | | | | |
|------------|----------|------|---------|-------|-------|-------|------|------|-------|
| Escolarid | ade | 7-10 | 11-14 | 15-17 | 18-21 | 22-25 | > 25 | Abs. | % |
| Analfabe | etos | - | - | - | 2 | 2 | 36 | 40 | 15,9 |
| 1ª série 1 | ō | 12 | . 9 | 1 | 2 | 2 | 13 | 39 | 15,5 |
| Grau | | | | | | | | | , |
| 2ª série | " | 7 | 12 | 3 | 6 | 5 | 20 | 53 | 21,0 |
| 3ª série | 11 | - | 5 | 7 | 8 | 2 | 15 | 37 | 14,7 |
| 4ª série | ** | - | 7 | 10 | 5 | 12 | 9 | 43 | 17,1 |
| 5ª série | " | - | 2 . | 2 | 2 | 3 | 4 | 13 | 5,1 |
| 6ª série | " | - | - | 1 | 2 | 3 | - | 6 | 2,4 |
| 7ª série | | - | - | - | - | - | - | _ | ´- |
| 8ª série | ** | - | - | 1 | 2 | _ | 1 | 4 | 1,6 |
| Não | | | | | | | | | -,- |
| escolariza | ados | 16 | 1 | _ | - | - | - | 17 | 6,7 |
| Total | | 35 | 36 | 25 | 29 | 29 | 98 | 252 | 100,0 |

Nota: População em idade não escolar (0 - 6 anos): 77 Fonte POEMA - Levantamento de campo (1994)

Atividades e renda familiar

Em Camurituba, as crianças começam a trabalhar entre os 6 e 11 anos de idade, principalmente, em atividades domésticas. A partir dos 11 anos, os meninos deixam estas atividades para trabalhar nas atividades de cultivo (Mitschein *et al.* 1994).

A produção de farinha de mandioca constitui-se, além do trabalho agrícola e da exploração florestal, a principal atividade em Camurituba, envolvendo a ocupação de um relevante número de mulheres e crianças. Após a construção da PA-151, esta atividade parece ter se tornado muito importante devido às vantagens de comercialização direta no mercado de Abaetetuba.

A renda familiar é mais elevada que a de Praia Grande, por causa da comercialização da farinha de mandioca. Em média, os produtores obtêm o equivalente a cerca de 70 dólares por mês. Essa renda corresponde ao volume de venda mensal de farinha, complementada como a venda de alguns outros produtos, tais como, madeira, banana e milho. Entretanto, as despesas dos camponeses são maiores que as dos agricultores de Praia Grande: em Camurituba a produção agrícola é menos diversificada e os produtos agrícolas produzidos, respondem somente por uma pequena parte das necessidades alimentícias dos camponeses.

O estudo sobre a população de Camurituba permite concluir que: a maioria dos moradores têm menos de 21 anos; o rendimento é insuficiente para manter as famílias; muitos jovens deixam a comunidade em direção aos centros urbanos; a produção é pouco diversificada; o grau de escolaridade é muito baixo.

* Comunidade Urubuéua-Fátima

Localização

A comunidade de Urubuéua localiza-se no município de Abaetetuba, microrregião do Baixo Tocantins, às margens do rio Urubuéua, um afluente do rio Tocantins. Fica a, aproximadamente, 3 ou 4 horas de viagem de barco da sede municipal de Abaetetuba ou 5 a 6 horas da capital do Estado, Belém, envolvendo transporte fluvial e terrestre (Figura 4).

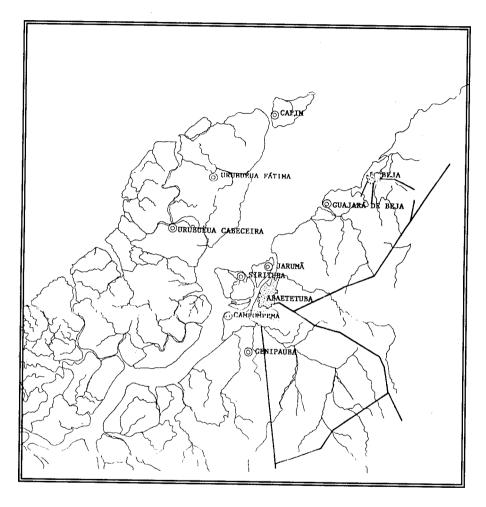
Histórico

A constituição das primeiras posses ou propriedades de terras de Urubuéua data, segundo relato de seus moradores, da segunda metade do século passado. O período de 1945 a 1960 foi, de acordo com a memória de seus habitantes, o de maior prosperidade econômica para a comunidade. Foi a época da instalação de pequenos engenhos, para a produção de aguardente, com base na cana-de-açúcar, e de pequenas olarias, para a produção de telhas e tijolos (Mitschein *et al*, 1994).

Os anos que se seguem a esse período são caracterizados pelo declínio dessas atividades e, também, pela progressiva queda de produtividade dos "roçados". A baixa rentabilidade dos "roçados", matas e rios, tem, por outro lado, inviabilizado crescentemente a permanência das pessoas na atividade agroextrativa, levando-as a procurar novas oportunidades de ocupação em outros espaços fora da comunidade.

Apesar das dificuldades que se impõem ao seu dinamismo, devido o esgotamento das fontes locais de matéria-prima (argila), e a elevação dos custos de produção, a atividade oleiro-cerâmica constitui-se ainda em importante fonte de ocupação e renda para a comunidade.

Figura 4 Localização de Urubuéua-Fátima



Infra-estrutura

Infra-estrutura comunitária

Além da pequena capela e de dois centros comunitários, Urubuéua dispõe dos seguintes equipamentos comunitários: um microssistema de abastecimento de água potável, instalado através do POEMA, que atende somente as famílias situadas próximo do centro comunitário; três escolas que atendem o ensino de alfabetização e o de 1ª a 4ª série do 1º Grau; um barco, o BM POEMA II, utilizado pela comunidade para o transporte até a sede de Abaetetuba.

Transporte e comunicação

O acesso à comunidade é efetuado exclusivamente por via fluvial, através do rio Urubuéua, a principal via de acesso da comunidade à sede municipal de Abaetetuba. O transporte de cargas e passageiros da comunidade até à sede de Abaetetuba, o centro urbano de prestação de serviços e de comercialização mais próximo da comunidade, é efetuado por meio de barcos, com duração média de 3 a 4 horas de viagem. O processo de comunicação, cujo acesso é limitado basicamente ao rádio é, por sua vez, bastante precário.

A falta de meios eficientes de transporte e comunicação constituise em um dos principais entraves à melhoria do desempenho sócioeconômico da comunidade, deixando os pequenos agricultores mais vulneráveis às ações especulativas dos intermediários.

Organização social

A Associação do Produtores Rurais de Urubuéua-Fátima e o Sindicato dos Trabalhadores Rurais são as organizações sociais mais representativas da Comunidade. Ambas, tem suas ações direcionadas maioritariamente para as questões relativa a regularização fundiária e à produção.

Características da população

Número de habitantes e composição familiar

Em 1991, Urubuéua detinha, de acordo com o POEMA, uma população de aproximadamente 364 habitantes, o correspondente a cerca de 60 famílias, constituídas em média por 6 pessoas.

À semelhança de Camurituba, as famílias que compõem a comunidade de Urubuéua são constituídas, em sua maior parte, por pessoas de faixa etária jovem. Mais da metade de seus componentes tem menos de 21 anos de idade e cerca de 80% deles têm menos de 41 anos, sem diferença expressiva entre homens e mulheres (Mitschein *et al*, 1994).

Tabela 7Estrutura por faixa etária e sexo da população de Urubuéua-Fátima (%)

| FAIXA ETÁRIA | HOMENS | MULHERES |
|--------------|--------|----------|
| + de 60 | 58,8 | 41,2 |
| 51 - 60 | 28,0 | 72,0 |
| 41 - 50 | 40,9 | 59,1 |
| 31 - 40 | 57,5 | 42,5 |
| 21 - 30 | 42,9 | 57,1 |
| 11 - 20 | 52,4 | 47,6 |
| 0 - 10 | 51,4 | 48,6 |
| TOTAL | 49,7 | 50,3 |

Fonte POEMA - Levantamento de campo

Migração

A maioria da população de Urubuéua nasceu e/ou reside na comunidade há mais de 10 anos. Por outro lado, o declínio das atividades locais de fabricação de aguardente e oleiro-cerâmica, aliado à queda de produtividade dos "roçados, tem inviabilizado a permanência das pessoas na comunidade, principalmente dos jovens, levando-as a procura de oportunidades de ocupação fora da comunidade.

Grau de escolaridade

Em 1991, cerca de 22% das crianças de Urubuéua, da faixa etária de 7 a 10 anos, encontravam-se fora da escola. Na faixa etária de 11 a 14 anos, o nível escolar de cerca de 79,4% era, em média, a 3ª série do 1º Grau. A partir dos 15 anos a situação era ainda mais delicada: até aos 17 anos, o nível de escolaridade era de no máximo a 4ª série do 1º Grau, série a partir da

qual, costumam deixar de freqüentar a escola. Entre os adultos, 29,8% eram analfabetos ou semi-analfabetos; 64% cursaram até a 4ª série do 1º Grau, 4% abandonaram os estudos na 5ª série do ensino do 1º Grau, e somente 1,3% conseguiram completar o 1º Grau.

Atividade e renda familiar

Diferentemente de Praia Grande e Camurituba, Urubuéua se caracteriza por uma maior diversidade de atividades agroextrativas, envolvendo a roça, a coleta do açaí, a extração de madeira e a pesca.

As crianças participam ativamente do trabalho familiar. Desde de cedo, participam de tarefas domésticas e de atividades de pesca, coleta do açaí e do cultivo do roçado. Entre os 16 e 20 anos, os rapazes integram-se mais intensivamente a determinado tipo de atividade - no roçado, no agroextrativismo; ou como operários nas olarias e serrarias locais; nas atividades de pesca ou de transporte fluvial. As jovens, mantêm-se, em sua maior parte, no trabalho doméstico do sitio familiar, combinando-o com os cultivos dos roçados ou com as demais atividades agroextrativas.

X Comunidade de Novo Paraíso

Localização

Novo Paraíso localiza-se no município de São Geraldo do Araguaia, microrregião do Araguaia Paraense. Faz parte do projeto de assentamento denominado Grotão dos Caboclos, implantado pelo governo federal sob uma área de 32.888 hectares. Fica a 92 Km da sede municipal de São Geraldo e a 136 Km da cidade de Marabá, centro urbano regional, com o qual a comunidade mantém maior fluxo de intercâmbio.

Histórico

A constituição de Novo Paraíso data da década de 1980. Sua formação está associada a história de ocupação das terras da região sul/sudeste do Estado, por pequenos produtores rurais oriundos de

outras regiões do país. Formada anteriormente por castanhais nativos, a área onde hoje se situa Novo Paraíso foi desapropriada pelo então Ministério da Reforma e do Desenvolvimento Agrário (MIRAD), em 1988, após seguidos conflitos entre posseiros e proprietários das áreas de castanhais. A desapropriação visou a regularização de ocupação das 656 famílias ali situadas, em lotes com área mínima de 30 hectares.

Após a implantação do projeto, a ocupação dessa área prosseguiu de modo acelerado e desordenado (Mitschein *et al*, 1994).

Infra-estrutura

Infra-estrutura comunitária

Novo Paraíso e os demais núcleos, que compõem o Projeto de Assentamento, dispõem dos seguintes equipamentos comunitários: um microssistema de abastecimento de água potável, instalado através do POEMA; um posto de saúde, funcionando precariamente, sob a gestão de um agente de saúde; duas escolas do ensino de 1º Grau; e um pequeno motor a diesel para a geração, em tempo parcial, de energia elétrica.

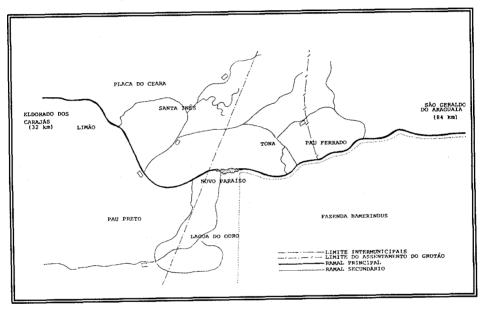
Transporte e comunicação

A estrada vicinal que liga a comunidade até os centros urbanos mais próximos - São Geraldo do Araguaia e Eldorado dos Carajás situados, respectivamente, a 90 e 38 km da comunidade - encontra-se em péssimo estado de trafegabilidade, sobretudo, durante o período chuvoso. Durante esse período, as vicinais secundárias ficam, basicamente, intrafegáveis, acarretando enormes prejuízos para os produtores.

As comunidades que compõem o Projeto Grotão dos Caboclos são servidas por duas linhas de ônibus para o transporte de passageiros. A viação Lontra, que faz o itinerário até São Geraldo, e a viação Transeldorado, que faz o itinerário até Eldorado dos Carajás, somente no período de abril a novembro. No período de dezembro a março os serviços são suspensos devido as fortes e freqüentes chuvas.

O transporte de carga é efetuado por caminhões particulares com capacidade média de 10 toneladas. Até Marabá, o custo é, em média, de R\$260,00 ou de R\$390,00 para o trecho de ida e volta.

Figura 5 Localização de Novo Paraíso



Organização social

Existe na comunidade uma Delegacia Sindical do Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR), mas poucos são ainda os associados. A maior aglutinação dos produtores encontra-se em torno da Associação dos Moradores e Produtores de Grotão dos Caboclos de Novo Paraíso, a AGROCANP, que visa a organização da produção e comercialização conjunta dos produtos e tem como principais metas, a obtenção de financiamento para a implantação de projetos comunitários de uma usina de beneficiamento de arroz e a aquisição de transporte para o escoamento da produção.

Características da população

Número de habitantes e composição familiar

Em 1991, Novo Paraíso contava, segundo levantamento efetuado pelo POEMA, com uma população de, aproximadamente, 319 habitantes, o correspondente a um total de 53 famílias constituídas por 6 pessoas, em média.

Comparada as outras comunidades aqui analisadas, a comunidade de Novo Paraíso é a que apresenta composição familiar com o maior número de crianças, ou seja, maior número de dependentes (Tabela 8).

Tabela 8Estrutura por faixa etária e sexo da população de Novo Paraíso(%)

| FAIXA ETÁRIA | HOMENS | MULHERES |
|--------------|--------|----------|
| + de 60 | 66,7 | 33,3 |
| 51 - 60 | 71,4 | 28,6 |
| 41 - 50 | 60,9 | 39,1 |
| 31 - 40 | 54,8 | 45,2 |
| 21 - 30 | 52,8 | 47,2 |
| 11 - 20 | 62,1 | 37,9 |
| 0 - 10 | 54,4 | 45,6 |
| TOTAL | 57,0 | 43,0 |

Fonte POEMA - Levantamento de campo

Migração

Todas as famílias que compõe a comunidade de Novo Paraíso são procedentes de outros estados brasileiros, principalmente, do Estado do Maranhão. A maior parte, possui, inclusive, experiência de migração por mais de 3 vezes (Tabela 9).

Tabela 9Comunidade de Novo Paraíso - número de migrações dos entrevistados

| Número de migrações realizadas | Número de migrações | % |
|-----------------------------------|------------------------|-------|
| Nenhuma | - | - |
| 1 Migração | - | - |
| 2 Migrações | 8 | 15,7 |
| 3 Migrações | 13 | 25,5 |
| 4 Migrações | 15 | 29,4 |
| 5 Migrações | 4 | 7,8 |
| Mais de 5 Migrações | 11 | 21,6 |
| Total | 51 | 100,0 |

Fonte POEMA - Levantamento de campo

Grau de escolaridade

A maior parte da população adulta possui escolarização entre a 1ª e 4ª série do Primeiro Grau. Entre as crianças da faixa etária de 7-14 anos apenas 80% encontram-se na escola cursando entre a 1ª e 4ª série do Primeiro Grau (Tabela 10).

Atividade e renda familiar

A comunidade de Novo Paraíso, face às características de ocupação ainda recente da área, vive, em geral, do cultivo do arroz, feijão, milho, mandioca e amendoim e do extrativismo da madeira, castanha-do-Pará e cupuaçu.

As crianças são iniciadas no trabalho, geralmente, a partir dos 6 anos de idade, mas é a partir dos 11 anos que elas são engajadas mais efetivamente no trabalho. Isso se verifica, sobretudo em relação aos

meninos, cuja participação no trabalho doméstico, se comparada às comunidades anteriormente analisadas, é significativamente menor.

Entre os 11 e 15 anos de idade, a grande maioria dos meninos (90%) é envolvida na agricultura e nas atividades agroextrativas, enquanto que as meninas permanecem, em sua maior parte (75%), no trabalho doméstico. Acima dos 15 anos esse quadro ocupacional pouco se altera, a exceção da presença do trabalho feminino combinado entre as atividades doméstica, comércio, ensino e atividades de cultivo.

Tabela 10

Grau de escolaridade das famílias de Novo Paraíso, por faixa de idade

| Nivel de | | 1 | Fai | xa etária | | | T | otal |
|------------------------|------|-------|-------|-----------|-------|------|------|-------|
| escolaridade | 7-10 | 11-14 | 15-17 | 18-21 | 22-25 | > 25 | Abs. | % |
| Analfabetos/semi- | | | | | | | | |
| alfabetizados | - | - | 1 | 1 | - | 24 | 26 | 11,0 |
| Não-escolarizados | 14 | 4 | - | - | - | - | 18 | 7,6 |
| 1ª série 1º Gr. | 32 | 9 | 1 | 2 | 3 | 31 | 78 | 33,1 |
| 2ª série " | 5 | 10 | 6 | 5 | 3 | 13 | 42 | 17,8 |
| 3ª série " | - | 5 | 2 | 3 | 1 | 14 | 25 | 10,6 |
| 4ª série " | 2 | 5 | 8 | 5 | 1 | 10 | 31 | 13,1 |
| 5ª série " | - | - | 2 | 2 | 1 | 3 | 8 | 3,4 |
| 6ª série " | - | - | 1 | - | 1 | 2 | 4 | 1,7 |
| 7 ^a série " | - | - | - | =. | _ | 1 | 1 | 0,4 |
| 8ª série " | - | - | - | _ | - | - | - | - |
| 1º Grau comp. | - | - | - | - | - | - | _ | _ |
| 1º Grau incomp. | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 0,4 |
| 2º Grau comp. | - | | , - | - | 1 | 1 | 2 | 0,9 |
| 2º Grau incomp. | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Total | 53 | 33 | 21 | 18 | 11 | 100 | 236 | 100,0 |

Nota: População em idade não escolar (0 - 6 anos): 83 Fonte POEMA - Levantamento de campo (1994)

4. Diagnóstico agrícola das comunidades

★ Considerações gerais

Mais de 80% da superfície do território estadual caracteriza-se por solos de baixa fertilidade e elevada acidez. Para melhorar os rendimentos, o camponês paraense utiliza o fogo na preparação das áreas para os cultivos. Esse procedimento permite a liberação de nutrientes contidos na matéria orgânica e a redução da acidez, através da formação de cinza, e, com isso, a obtenção de resultados mais positivos.

Essa prática tem resultado, entretanto, em graves prejuízos para o meio ambiente, pois, além de provocar a destruição de microvidas nos solos, é a responsável pela crescente perda de água, devido à exposição direta dos solos aos raios solares, e pela crescente erosão dos mesmos.

Uma vez instalado o cultivo, geralmente para a mandioca, quase todos os nutrientes e a matéria orgânica restante são consumidos durante os dois primeiros anos. Isso obriga o pequeno produtor a deixar essa parcela em descanso para estimular a regeneração natural da área. Enquanto isso, prossegue-se com a queima de outras áreas para instalar novos cultivos. Esse procedimento é repetido até o esgotamento das áreas de floresta virgens do lote. Quando isso ocorre, o camponês retorna, então, à área do primeiro roçado, geralmente, antes da regeneração total da parcela.

A principal consequência desse retorno prematuro é a queda de produtividade dos roçados. Geralmente, para compensar essa perda, o camponês busca aumentar a sua área de cultivo, o que, por sua vez, implica em força adicional de trabalho e, daí, a necessidade, em muitas das vezes, do envolvimento das crianças nesse tipo de trabalho.

Esse processo de auto-exploração da família, para compensar a expansão das áreas de lavouras, acontece também para cobrir as necessidades de bens de consumo não produzidos pelas atividades agrícolas, já que o preço desses bens é superior ao das matérias-primas agrícolas, em geral.

Outro tipo de problema, enfrentado pelo pequeno produtor paraense, acontece durante a comercialização: em média os intermediários se apropriam de 80% do preço final dos produtos (Mitschein et al 1994).

A observação corrente é de que, hoje, a agricultura familiar atingiu o limite de sua capacidade de trabalho. Os recursos naturais disponíveis foram reduzidos sem, entretanto, terem gerado em contrapartida uma renda compatível com as necessidades básica da família camponesa (Mitschein *et al*, 1994).

O tempo em que a pequena agricultura familiar era capaz de sobreviver sem alterar significativamente a floresta parece não mais existir. O aumento populacional e a intensificação do processo de produção na região são as principais ameaças para a floresta, e, ao mesmo tempo, os responsáveis pela transformação dos espaços agrícolas em minifúndios.

Características da agricultura em Praia Grande

Situação fundiária

O sistema de propriedade da terra foi definido, na comunidade, pela COOPIUPE (a proprietária das terras) com base no direito da posse, ou seja, no uso das áreas cultivadas por cada família, ou das áreas de uso comum das famílias, para a coleta de produtos silvestres.

Uma família só detém a posse da terra enquanto nela trabalhar. Cessada a atividade de cultivo, a família tem direito a uma indenização sobre o que foi realizado durante o período de ocupação (plantios, construções, etc.) e a posse da terra retorna à COOPIUPE. Esse sistema, embora pareça precário, não tem se constituído em ameaça à estabilidade fundiária dos produtores, uma vez que todo o patrimônio da COOPIUPE pertence aos seus associados.

Produção

A produção agrícola de Praia Grande compõe-se de diversos produtos. Dois fatores, basicamente, explicam essa diversificação. Um, diz respeito à presença de diferentes micro-ecossistemas e o outro à

introdução, através do POEMA, de módulos agroflorestais ou sistema de "agricultura em andares".

A COOPIUPE, há aproximadamente 30 anos, se propôs a ceder terras aos camponeses de 11 comunidades, com vistas a promover a monocultura do coco, através de sistema de cultivo mecanizado. Os resultados dessa iniciativa não corresponderam às expectativas dos produtores, todavia, ainda é dos coqueirais que a maior parte das famílias retira parte de sua renda. Verde ou seco, o coco é comercializado por 91% das famílias - existem mais de 3.200 pés de coco (Tabela 11). Com a instalação da unidade de beneficiamento de fibra de coco, pelo POEMA, hoje, a tendência é de maior valorização desse produto e de melhoria das condições de vida da comunidade.

Cada família possui, em média, 1 hectare de várzea, de onde é colhido o açaí, para utilização na alimentação e/ou para ser comercializado, principalmente, durante o segundo semestre, época de safra desse produto na região.

Além do coco e do açaí destacam-se, nas atividades agroextrativas de Praia Grande, as produções de: abanana, cultivada por mais de 80% dos produtores locais; a laranja, a tangerina e o limão, com uma boa escala de comercialização; e o mamão, utilizado principalmente na alimentação das famílias.

Nos roçados destacam-se o feijão caupi, cultivado pelos camponeses em iniciativa conjunta; a mandioca, produzida basicamente para a subsistência, em roçados particulares; e os cultivos de abóbora, maxixe e melancia.

Não menos importante é também a manga, encontrada ao longo de toda a baía, e cuja colheita é efetuada durante o mês de fevereiro, e também aproveitada pelos camponeses como fonte de alimento e renda.

Geralmente, os camponeses mais jovens praticam um sistema de produção menos diversificado. Na Tabela 11 registra-se os principais tipos de produtos cultivados pelos pequenos produtores da comunidade de Praia Grande, detalhados segundo a utilização e a proporção de produtores que praticam essas atividades.

Tabela 11Praia Grande: principais produtos, utilização e proporção de produtores

| Produto | Utilização | % dos camponeses que cultivam o produto |
|----------|---------------------------|--|
| Banana | Auto-subsistência e venda | 83,3% |
| Açaí | Auto-subsistência e venda | 100% |
| Mandioca | Auto-subsistência | 79,1% |
| Coco | Venda | 91% |
| Feijão | Venda | 100% |
| Limão | Venda | 79,1% |
| Melancia | Venda | 79,1% |
| Abóbora | Auto-subsistência e venda | 33,3% |
| Manga | Venda | 87,5% |
| Pupunha | Auto-subsistência e venda | 45,8% |

Fonte:POEMA - Levantamento de campo (1994).

Tipologia dos agricultores

Pode-se distinguir dois tipos de produtores em Praia Grande. Os camponeses que dispõem de sistemas de produção diversificados, o que significa que eles produzem quase todos os produtos apresentados na Tabela 11; esses camponeses são geralmente mais abertos às propostas de mudanças; são mais velhos e tiveram a oportunidade de deixar os cultivos permanentes se desenvolverem. E, os agricultores mais jovens e os "tradicionalistas", que ainda praticam sistemas de cultivos não rentáveis, tal como a mandioca. Estes produtores não tiveram a possibilidade de obter novos espaços e desenvolver produções alternativas e/ou permanentes.

Cerca de 37,5% dos camponeses, que constituem o primeiro tipo, distinguem-se por sua condição de auto-suficiência, ou seja, comercializam uma parte dos seus produtos. Às vezes, empregam mão-de-obra não familiar; possuem criação de pequeno porte, em escala significativa; é o tipo que "vai na frente". Outros, o correspondente a 62,5%, praticam um sistema de produção pouco ou não diversificado; produzem apenas para o consumo familiar; costumam vender sua mão-de-obra; são estagnados economicamente; "esperam o progresso".

Mentalidades, esperanças e problemas

As experiências comunitárias parecem ter dado resultados positivos, nessa comunidade. A população de Praia Grande mostra-se

solidária e unida. As explicações para isso resumem-se: na experiência da COOPIUPE que, apesar de não ter correspondido integralmente as expectativas de seus associados, tem estimulado os moradores a procurar novas alternativas; na capacidade de influência do Presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Ponta de Pedras, membro e agricultor da comunidade; no pequeno tamanho da localidade, o que permite uma melhor comunicação e participação das famílias.

Ultimamente, várias experiências de grupos têm surgido com efeitos

Ultimamente, várias experiências de grupos têm surgido com efeitos positivos para a organização e qualidade de vida da comunidade - a criação da associação dos produtores de Praia Grande (ASPRADE); estruturação de uma horta comunitária pela associação de mulheres da comunidade, com o objetivo de fornecer hortaliças para a escola e para o consumo das famílias; instalação de uma unidade de beneficiamento de fibras de coco; cultivo comunitário de feijão; organização de uma cantina comunitária.

As experiências comunitárias parecem, também, estimular idéias progressistas na população. Os moradores estão dispostos a continuar unidos para pleitear a resolução de seus principais problemas. Entendem que se agrupados terão melhores condições para diminuir as ações dos intermediários e, consequentemente, obter uma renda melhor na comercialização de seus produtos. Entendem, também, que em grupo podem ter mais força em suas reivindicações junto à Prefeitura. Outros, pensam em continuar diversificando a produção, motivados pelas experiências não bem sucedidas no passado. Avaliam que não é possível melhorar as condições de vida da comunidade somente com a prática de monocultura do coco. Acreditam que a introdução de novas práticas de cultivo é uma solução para a vertiginosa queda de produtividade dos roçados, devido o esgotamento das matas primária. Sentem-se, por outro lado, estimulados a encontrar soluções para os seus próprios problemas.

Ao manifestarem-se quanto ao desejo de melhorar as condições de vida, identifica-se uma clara diferença entre as gerações. Os camponeses mais novos manifestam a necessidade de ter em suas casas energia elétrica, para que possam utilizar o rádio, a televisão e outros aparelhos elétricos. Tal necessidade é influenciada pela vivência que tiveram na cidade (Ponta de Pedras) onde estudaram. Para os mais velhos, a energia elétrica não é uma prioridade; eles pensam mais em termos de futuro da comunidade: melhorar os sistemas de produção para que as próximas gerações tenham condições de permanecer na

comunidade; manifestam-se preocupados em ter uma escola mais completa, para educação dos mais novos, e um posto de saúde na comunidade. As reivindicações deles são voltadas para o futuro, porque, vaidosos da comunidade, eles esperam que as suas crianças possam aproveitá-la também.

Os problemas que mais preocupam os camponeses são de ordem financeira: as entrevistas revelaram que, em média, as famílias têm uma renda monetária mensal equivalente a US\$ 42, o que os limita na aquisição de material agrícola e de alimentação. As condições naturais adversas são também uma das preocupações: o clima (demais chuvoso no inverno e demais seco no verão) e a baixa fertilidade dos solos.

Conclui-se, então, que a comunidade de Praia Grande, por suas experiências associativas positivas, parece encontrar-se com bastante maturidade para enfrentar um processo de comercialização em bases associativistas.

Características da agricultura em Camurituba

Situação fundiária

A maioria dos camponeses de Camurituba encontra-se ainda sob a condição de posseiro das terras que cultivam. A garantia de propriedade é baseada na tradição e no tempo de posse dessas terras. Os limites de uso e posse das parcelas é estabelecido por eles mesmos, assim como, os das áreas coletivas de floresta.

O tamanho da maioria das parcelas é, em geral, inferior a 6 ha considerando as áreas de floresta. Algumas áreas do sítio familiar chega a ser de, no máximo, 1hectare e outras, excepcionalmente, de 16 hectare.

Produção

Em Camurituba, a agricultura é baseada, quase que exclusivamente, no cultivo da mandioca para a produção de farinha, destinada parte para o consumo familiar e parte para a comercialização.

Essa atividade constitui-se na principal (e muitas vezes na única) fonte de renda das famílias. Estima-se uma produção média da ordem de 2.500 kg de farinha por semana, cujo produto desfruta de excelente

cotação no mercado de Abaetetuba. Distinguem-se três tipos de farinha: a branca (de melhor qualidade), a amarela e a d'água. Em razão dessa importância econômica, existe um razoável número (16) de "retiros" de produção de farinha em toda a comunidade.

Nas áreas de roçados, preparados para a produção de mandioca, também é efetuado o plantio de outros cultivos temporários, como o arroz, o milho ou abóbora, destinados, quase sempre, para a alimentação humana ou para a criação de animais de pequeno porte (porcos e aves) ou, quando excedente, à comercialização.

Devido à falta de áreas de mata primária, para a formação de novos roçados, alguns camponeses vêm questionando a viabilidade de continuar cultivando a mandioca e buscando práticas de cultivo com base em sistemas alternativos, tais como os de "agricultura em andares", desenvolvido pelo POEMA. Essa prática de cultivo está sendo adotada por cerca de 35,8% dos camponeses, envolvendo a implantação inicial de 99 módulos. A expectativa é a de uma produção mais diversificada e de melhoria do nível de renda familiar.

Os quintais, que se constituem também um outro sistema de produção, oferecem uma certa diversidade de culturas. Dentre os produtos mais freqüentes destacam-se o açaí, o cacau, o cupuaçu, a banana, as espécies do gênero *citrus* e a criação de pequenos animais.

Os produtos agrícolas de maior importância para Camurituba, assim como a sua utilização, encontram-se listados na Tabela 12. Como no caso de Praia Grande, não foi possível conhecer o volume de produção.

Tabela 12Camurituba: principais produtos, utilização e proporção de produtores

| Produto | Utilização | % dos camponeses que cultivam o produto |
|----------|------------------------------------|--|
| Banana | Auto-subsistência e venda | 43,5% |
| Açaí | Auto-subsistência | 54,7% |
| Mandioca | Auto-subsistência e venda | 100% |
| Limão | Auto-subsistência | 28,3% |
| Abóbora | Auto-subsistência | 33,9% |
| Cupuaçu | Auto-subsistência e venda | 54,7% |
| Milho | Auto-subsistência, venda e criação | 60,3% |

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

Tipologia dos agricultores

Observa-se três tipos de produtores em Camurituba, segundo as suas práticas de cultivo: dois que poderiam ser classificados de diversifi-cados, por utilizarem quase todos os sistemas de produção existentes na comunidade. Distinguem-se pelo tamanho das áreas de seus cultivos e por não dependerem somente da produção de farinha de mandioca. O terceiro tipo inclui os camponeses tradicionais, cujas atividades estão centradas no cultivo da mandioca, posicionam-se como os mais pobres.

Os camponeses que compõem o primeiro grupo (28,3%) distinguem- se por sua condição de auto-suficiência; comercializa parte dos seus produtos; empregam, às vezes, mão-de-obra não familiar: possuem criação de animais de pequeno porte, em escala significativa; dispõem de um sistema de produção bastante diversificado; são os do tipo que "vai na frente". O segundo grupo de camponeses (64,2%), tido como tradicional, tem como característica produzir apenas para o consumo familiar; praticar um sistema de produção pouco ou não diversificado; vender-se costumam como mão-de-obra: economicamente estagnado; "espera o progresso". Por último, os camponeses que compõem o terceiro grupo, constituídos pela minoria caracterizam-se pelo dinamismo de sua comercializam uma grande parte dos seus produtos; possuem criação de pequeno porte (porcos e aves); dispõem de um sistema de produção diversificado; empregam regularmente mão-de-obra não familiar; atuam como intermediários na comercialização; têm muito carisma; são tidos como os que "estão na frente".

Mentalidades, esperanças e problemas

Camurituba, por sua condição geográfica, é formada por uma população dispersa em pequenos núcleos. Em cada núcleo, observa-se a presença de um líder que detém influência sobre os chefes de família nas tomadas de decisão. Ocorre, entretanto, que entre os líderes não há união, além do que, nem sempre, estes representam os desejos de seus núcleos. O resultado é, via de regra, o descontentamento, a desconfiança e a falta de solidariedade entre os camponeses. Entrevistas junto a comunidade revelaram, por exemplo, que os produtores não

conseguem juntar-se para vender os seus produtos.

Os problemas de organização são de diversas ordens, envolvendo desde questões de relações de vizinhança, até questões de relações de trabalho. Há, por exemplo, diversos problemas relacionados às atividades de cultivo, provocados muitas das vezes for falta de organização nas atividades de queimadas, de formação dos roçados e da criação de porcos, que invadem e destroem os cultivos.

Outro tipo de problema diz respeito à preservação do meio ambiente. Por condições de sobrevivência, os camponeses são quase sempre pressionados a cultivar culturas temporárias, em detrimento de cultivos permanentes. O resultado é, em geral, a progressiva diminuição da área de mata nativa e, em conseqüência, a crescente busca por novas áreas, para o cultivo da culturas temporárias, principalmente da mandioca, e para a retirada de madeiras de lei.

Com a diminuição de terras cultiváveis e os baixo preço da farinha de mandioca, comparativamente ao preço da mão-de-obra necessária para a sua produção, alguns produtores têm se manifestado interessados pela prática de outros sistemas de produção mais diversificados: criação mais intensiva de porcos, piscicultura, formação de módulos agroflorestais, horticultura, etc. Curiosamente, esse estado de espírito ainda não é percebido entre os camponeses mais jovens (20-30 anos) que estão ainda sob a influência da cultura da pequena agricultura familiar da região, cuja economia está baseada na produção de farinha de mandioca.

De um modo geral, há entre os camponeses de Camurituba uma forte resistência às idéias associativistas, no sentido de aderir às idéias de formação de cooperativas ou de criação de associações de produtores. Poucos são ainda os camponeses que se interessam ou se manifestam pela necessidade de "trabalho em grupo", de "mais solidariedade", de "confiar no outro", etc. Experiências como a de um grupo de mulheres da comunidade, que se juntaram para fazer pão, e a da associação dos moradores de Camurituba, estruturada em torno das ações do POEMA na comunidade, são ainda restritas a um pequeno grupo de camponeses.

Apesar da desconfiança e falta de motivação, que domina o ânimo dos camponeses em geral, registra-se, entre eles, o desejo de progredir. Alguns têm consciência das limitações resultantes da dependência da

farinha de mandioca. Têm absoluta clareza de suas carências técnicas, bem como, das barreiras que se impõem à comercialização de seus produtos. Essa expectativa de progresso é, todavia, projetada em geral a partir da possibilidade de migrar para a cidade ou de soluções externas, principalmente de parte do poder público.

As demandas mais frequentes estão sempre relacionadas à carência de serviços básicos do setor público, tais como energia elétrica, saúde e educação.

Em síntese, pode se dizer que os moradores de Camurituba apresentamse, de um modo geral, socialmente divididos; sem organização e planificação nos seus trabalhos; individualmente organizados na venda de seus produtos; uma minoria com desejo de progredir; e o restante, desmotivado e deprimido.

★ Características da agricultura em Urubuéua-Fátima

Situação fundiária

A grande maioria dos camponeses que integram a comunidade de Urubuéua vive sob a condição de "posseiro", ou seja, sem a definição legal de posse de suas terras. Alguns vivem nessa condição, numa mesma área, há mais de 30 anos. A comunidade, em geral, não tem contudo manifestado preocupação com essa situação. Só recentemente, tem ocorrido alguns conflitos entre vizinhos e/ou herdeiros, relacionados à questão de definição de limites das posses.

Os camponeses dessa comunidade costumam considerar como propriedade apenas o sitio doméstico, cuja área, na maioria dos casos, não ultrapassa a 1 há e é definida, em geral, pela área utilizada para a moradia, produção de alguns alimentos de ciclo curto, cultivo de algumas fruteiras e criação de aves. Para formar os roçados, criar suínos, em regime extensivo, caçar e coletar produtos silvestres são utilizadas as áreas situadas aos fundos dos sítios, consideradas como "terra de ninguém" (Mitschein et al, 1994).

Produção

Devido a exaustão dos solos, a maioria da população de Urubuéua vive da atividade extrativa, da pesca e do trabalho assalariado nas

olarias e nas embarcações. A atividade extrativa é baseada na coleta do açaí, cujas safras ocorrem nos meses de outubro a dezembro (meses de pique de safra) e em maio, mês em que a safra é menor, porém com melhores cotações de preço. Secundariamente, são comercializados produtos como a mandioca, a manga, a banana e o limão, cabendo destacar que os três últimos são produzidos em quintais, com pequeno número de plantas por unidade familiar, apresentando no entanto um bom potencial de comercialização no mercado de Abaetetuba.

Os recursos hídricos, só recentemente vêm sendo aproveitados para a criação de peixes, como fonte de alimento e de comercialização.

Nas áreas de várzeas ainda é possível encontrar grandes áreas nativas de açaizais e miritizeiros, além de ilhas de andirobeiros e jenipapeiros de valor econômico considerável para a implementação de uma exploração racional.

Nas áreas de terra firme, capoeiras ou áreas degradas, devido o uso intensivo da terra na época em que a plantação de cana-de-açúcar para engenhos era comum na região, a comunidade vem, com o apoio do POEMA, desenvolvendo um trabalho de reflorestamento, cujos resultados deverão refletir-se no médio prazo em considerável melhoria nas condições sócio-ambientais da comunidade.

A tabela 13 especifica os resultados, em termos médios, da produção obtida por unidade familiar de Urubuéua na safra de 1991.

Mentalidades, esperanças e problemas

De um modo geral, os integrantes da comunidade de Urubuéua não manifestam perspectivas de melhoria das condições de vida, a partir da superação dos obstáculos internos que enfrentam na comunidade.

A produção agrícola é quase toda comercializada através de intermediários e a preços quase nunca compensadores. A atividade de pescaria (peixes e camarão) é cada vez menos compensadora, devido os problemas resultantes da pesca predatória com redes de arrasto. O mesmo ocorre com o emprego nas olarias, face o estágio de estagnação em que se encontra tais atividades.

Entre a população predomina um forte sentimento de descrença e

até mesmo de incapacidade para modificar a realidade em que vivem. Esse sentimento, por outro lado, tende a se agravar com a generalizada falta de serviços básicos, como educação, saúde, transporte, etc.

Com uma história de vida ligada ao rio e à terra, suas principais fontes de sustento, o produtor se vê desanimado diante da crescente escassez da pesca e das colheitas, bem como, com a comercialização de seus produtos, cujos resultados não lhes permite uma renda suficiente para manter sua família. O resultado tem sido o expresso desejo das pessoas, principalmente de jovens, em migrar para a cidade, ou como o de alguns produtores, de vir a se tornarem intermediários.

Tabela 13Comunidade de Urubuéua-Fátima : produção média por família, a preços de abril de 1992.

| Produto | Quantidade | Valor (CR\$) | % |
|--------------------------|------------|--------------|----------|
| Abacaxi (unidade.) | 3,0 | 1.000 | 0,2 |
| Açai em frutos (litros) | 130,0 | 110.500 | 21,2 |
| Arroz (kg) | 21,0 | 29.400 | 5,6 |
| Banana (cacho) | 1,0 | 1000 | 0,2 |
| Caju (kg) | 7,0 | 300 | 0,1 |
| Camarão (kg) | 2,5 | 2.500 | 0,5 |
| Carne de ave (kg) | 1,5 | 3.900 | 0,7 |
| Carne de suíno (kg) | 5,5 | 11.000 | 2,1 |
| Farinha de mandioca (kg) | 186,0 | 279.000 | 53,6 |
| Limão (unidade) | 20,0 | 1.160 | 0,2 |
| Lenha (m3) | 1,5 | 2.250 | 0,4 |
| Mamão (unidade.) | 5,0 | 1.000 | 0,2 |
| Manga (unidade.) | 152,0 | 7.600 | 1,5 |
| Matapi (unidade.) | 8,0 | 24.000 | 4,6 |
| Milho (kg) | 25,0 | 12.500 | 2,4 |
| Ovos (unidade.) | 1,0 | 150 | <u>-</u> |
| Paneiro (unidade) | 18,0 | 18.000 | 3,5 |
| Pescado (kg) | 11,0 | 15.400 | 3,0 |
| TOTAL | | 520.660 | 100 |

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

* Características da agricultura em Novo Paraíso

Situação fundiária

A área compreendida pela comunidade de Novo Paraíso encontrase inserida no Projeto de Assentamento Grotão dos Caboclos, conforme Decretos de números 450 e 453, de 1988, do Ministério da Reforma e do Desenvolvimento Agrário (MIRAD). Com isto, todo o processo de definição das parcelas e das posses, bem como, os procedimentos de legalização individual das terras encontram-se sob a jurisdição administrativa do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA).

A ocupação dessa área ocorreu através de luta organizada de pequenos produtores rurais sem terra, contra os antigos proprietários dos castanhais nativos existentes nessa área. Passados entretanto pouco mais de três anos do processo de desapropriação da área metade das posses, aproximadamente, ali efetivadas encontravam-se sob o domínio de famílias de outras áreas, remanejadas recentemente pelo INCRA, e de famílias ou pessoas, cuja posse foi adquirida dos primeiros ocupantes, mediante processo de compra.

As parcelas ou módulos de terra, definidos pelo INCRA nessa área, são em média formadas por áreas de 50 a 100 hectares.

Produção

Os cinco primeiros anos de ocupação da área foram marcados por uma expressiva produção extrativa, baseada na coleta da castanha-do-Pará, cupuaçu, retirada de madeira em tora, açaí e outros produtos da floresta.

Por tradição da grande maioria das famílias, que compõem essa comunidade - migrantes oriundos da Região Nordeste do país - e a necessidade dessas famílias em obter meios de subsistência, referidas terras passaram a ser utilizadas, preponderantemente, para o plantio de alimentos (arroz, milho, feijão e mandioca) e formação de pastagens para a criação de gado bovino ou na expectativa de valorizá-las. Na safra de 1991, o gado bovino respondeu por 42% do valor da produção

média por família (Tabela 14).

Com exceção do arroz, que o excedente é comercializado com os usineiros locais e/ou trocados por arroz beneficiado, na proporção de 3 sacos de arroz em casca para 1 beneficiado, os demais produtos das cultura alimentares são destinados em sua totalidade para o autoconsumo das famílias.

A Tabela 14 especifica os resultados médios da produção obtida por unidade familiar de Novo Paraíso, na safra de 1991.

Tabela 14Comunidade de Novo Paraíso: produção média por família, a preços de abril de 1992.

| Produto | Quantidade | Valor (CR\$) | % |
|--------------------------|------------|--------------|------|
| Arroz (kg.) | 1.134,0 | 567.000 | 11,9 |
| Banana (cacho) | 20,0 | 20.000 | 0,4 |
| Carne de ave (kg) | 9,8 | 23.640 | 0,5 |
| Carne de gado (kg) | 816,0 | 2.040.000 | 42,7 |
| Carne de suíno (kg) | 152,0 | 304.000 | 6,4 |
| Castanha (litro) | 664,0 | 332.000 | 7,0 |
| Cupuaçu (unidade) | 45,0 | 225.000 | 4,7 |
| Farinha de mandioca (kg) | 142,0 | 213.000 | 4,5 |
| Feijão (kg) | 247,0 | 494.000 | 10.3 |
| Gengibre (kg) | 7,0 | 700 | 0,0 |
| Madeira em tora (m3) | 0,6 | 39.935 | 0,8 |
| Milho (kg) | 1.034,0 | 517.000 | 10,8 |
| TOTAL | | 4.776.275 | 100 |

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

Mentalidades, esperanças e problemas

Há entre os camponeses de Novo Paraíso, em geral, uma clara preocupação em se organizarem para reivindicar melhorias nas condições de infra-estrutura da comunidade, principalmente, nas áreas de conservação e construção de estradas vicinais; escolas e posto de saúde; bem como financiamento para mecanização da agricultura, aquisição de máquinas de beneficiamento de arroz, etc. Um exemplo desse interesse, foi a fundação da Associação dos Moradores e Produtores de Grotão dos Caboclos de Novo Paraíso (AGROCANP),

visando a produção e comercialização conjunta dos produtos, bem como, a obtenção de recursos financeiros para projetos comunitários de usina de beneficiamento de arroz e transporte para escoamento da produção.

17、14年後年中華中華

Em relação ao uso das terras, a tendência geral é de valorização dos cultivos temporários e da formação de pastagem para a criação de gado. As áreas de mata são vistas, em geral, numa perspectiva de médio e longo prazo, mais como obstáculo à produção e garantia da posse, do que como recurso econômico e ambiental. Um exemplo disso tem sido o progressivo abate das castanheiras nativas, apesar de sua proibição pelo governo federal.

A frequência das queimadas e a crescente substituição das áreas de matas por pastagem têm resultado em novos tipos de problemas para a comunidade, que se traduzem no assoriamento e poluição dos igarapés, prejudicando diretamente as populações que os utilizam para o abastecimento doméstico de água, e na rápida perda de fertilidade dos solos.

Muitos dos camponeses admitem a necessidade de obtenção de um melhor conhecimento técnico sobre o manejo dos recursos existentes e já se interessam pelo cultivo de culturas permanentes, reconhecendo o potencial da região para o desenvolvimento combinado de atividades extrativas (castanha-do-Pará, cupuaçu, madeira, açaí, etc.) criação de animais (gado, aves, suínos, etc.) e o cultivo de culturas alimentares e frutíferas.

Além das questões resultantes da forma com que é praticado o manejo de seus recursos naturais, a comunidade enfrenta uma diversidade de outros tipos de problemas, relacionados à falta de infraestrutura e à comercialização de seus produtos.

5. Análise dos circuitos de comercialização dos produtos agrícolas

★ Considerações gerais

A comercialização consiste num conjunto de operações que envolvem uma dinâmica que vai do produtor até o consumidor final. Dentro desse processo tem-se o que é denominado de fluxograma - o caminho percorrido pelo produto desde o momento em que é colhido até sua chegada ao consumidor. Dependendo da distância dos mercados, do número de intermediações da cadeia e, sobretudo, do tipo de produto comercializado, a distribuição por esses fluxos ou circuitos pode ser longa e demorada, ou curta e rápida.

Portanto, os processos de comercialização aqui descritos diferem segundo a organização dos diferentes níveis intermediários. Os fluxogramas de cada produto agrícola, os mais comercializados, foram estabelecidos para cada comunidade estudada. A Tabela 15 resume os produtos selecionados.

Tabela 15Produtos selecionados por comunidade, para os fluxogramas de comercialização

| | | , para oo na og aa nao | ao oo no ola ii Lagao |
|--|--|----------------------------------|-------------------------------------|
| Praia Grande | Camurituba | Urubuéua- Fátima | Novo Paraiso |
| Coco seco Coco verde Limão Açaí Melancia Banana Feijão | Farinha de mandioca Banana Milho | Cana-de-açúcar Banana Açaí | Arroz Castanha-do-Pará Banana |

Os fluxogramas de comercialização de alguns produtos, embora importantes economicamente para as comunidades, não puderam ser elaborados devido à ausência de informações e à dificuldade de se efetuar o acompanhamento de campo para todas as safras, que ocorrem em diferentes períodos do ano. Não foi possível, assim, elaborar os fluxogramas de comercialização da manga, cujo pique de safra ocorre em fevereiro, nas comunidades de Praia Grande e Urubuéua, e do cupuaçu, cuja safra ocorre no período de dezembro a abril, nas comunidades de Camurituba e Urubuéua.

A apresentação dos fluxogramas é acompanhada do preço de venda do produto, praticado em cada etapa da intermediação, bem como, se houver, do custo de operação. No caso do agricultor, o custo de produção não foi incluído devido as dificuldades para calculá-lo. Este, entretanto, é considerado muito pequeno, tendo-se em conta a baixa utilização de insumos existentes no processo produtivo praticado pelo camponês. Serão imputados entretanto os custos de operação de transporte de produção, sempre que estes ocorrerem por conta do produtor.

Os preços e custos foram calculados a partir de uma base relativa (100), atribuída ao preço dos produtos que o consumidor final poderá pagar, se utilizado o caminho mais curto de comercialização. A utilização dessa base, além de permitir uma comparação mais simplificada dos preços entre os diferentes intermediários (especialmente para comparar o preço pago ao produtor e o pago ao consumidor), evidenciará também as flutuações de preço, resultantes da inflação e dos períodos de safra e entressafra (caso do açaí, por exemplo).

Comercialização dos produtos de Praia Grande

O fluxo dos produtos e a estrutura de mercado

A maior parte da produção agrícola de Praia Grande é destinada para o mercado de Belém, através de uma longa cadeia de intermediações e via transporte fluvial. Em Belém, as negociações ocorrem, particularmente, nos mercados da Feira do Açaí e Feira do Ver-O-Peso, localizadas na orla da Baía do Guajará, locais onde também desembarcam mercadorias oriundas de diversas outras localidades do interior do Estado.

A parcela restante é comercializada na cidade de Ponta de Pedras, o centro urbano mais próximo da comunidade. Embora se trate de um pequeno mercado e, portanto, de uma demanda restrita, o abastecimento de produtos alimentares dessa cidade é procedente, em sua maior parte, de Belém, não obstante o município seja auto-suficiente em parte da produção desses produtos, indicando assim a falta de uma política local de abastecimento e de internalização de renda.

A vulnerabilidade dos produtores às ações dos intermediários devese, por outro lado, não apenas à distância do principal mercado consumidor e à dependência do transporte fluvial, face a sua localização geográfica, mas, também, à precariedade dos demais meios de comunicação. A capacidade de negociação do produtor é extremamente dificultada pela falta de informações atualizadas, em relação aos custos reais de transporte e, sobretudo, às cotações de preços alcançadas no mercado de Belém. Os produtores, em geral, ficam desse modo a mercê das informações repassadas pelos intermediários e comerciantes locais, que as fornecem de acordo com os seus interesses e interpretações sobre as alterações conjunturais, especialmente no que se refere à inflação e às flutuação dos preços decorrentes dos períodos de safra e entressafra.

Para colocação de seus produtos no mercado de Belém, o produtor de Praia Grande conta basicamente com um só canal de comercialização, ou seja, o dos *transportador*es autônomos que, por sua vez, comercializam com os *feirantes* do mercado de Belém. Dependendo da necessidade de beneficiamento, alguns produtos obedecem, até chegar ao consumidor final, um fluxo mais longo e o envolvimento de outros agentes na cadeia de intermediação.

A estrutura de comercialização dos produtos de Praia Grande para Belém é semelhante a forma de uma ampulheta, onde a faixa de estrangulamento é representada pelos *feirantes*, que exercem o controle da oferta e da demanda (Figura 6). Essa posição estratégica se deve evidentemente à sua pequena representação numérica, comparativamente a dos demais intermediários integrantes da cadeia.

O processo de comercialização do açaí é um exemplo típico dessa situação. Um grande número de produtores, alguns *transportadores* e poucos *feirantes* que oferecem seus produtos a um grande número de *maquineiros*⁴ que, por sua vez, revendem a uma grande massa de consumidores.

A cadeia de intermediários: caracterização e estratégias

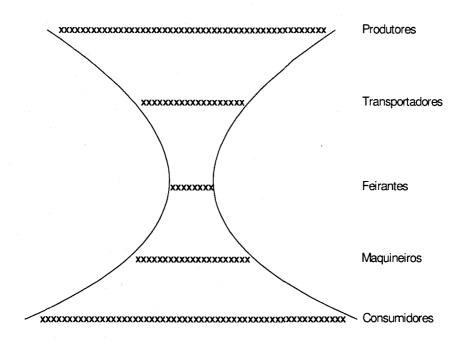
O produtor

O camponês de Praia Grande depende enormemente dos *transportadores* para a comercialização de seus produtos. Estes, freqüentam regularmente a comunidade, uma ou duas vezes por semana, adquirindo os produtos mediante pagamento à vista.

⁴ Pessoa que processa mecanicamente e comercializa o fruto do açaí em suco (vinho).

Figura 6

Mercado do açaí, em função do número de intermediários



A oferta individual da produção é, por outro lado, irregular e em pequena escala, de acordo com os resultados das colheitas. As receitas obtidas dão geralmente só para complementar o atendimento de suas necessidades básicas, com aquisição de alguns bens por eles não produzidos. Tal condição, agravada pela falta de informação, faz com o camponês dessa comunidade se veja, em geral, rotineira e inteiramente condicionado às ações dos intermediários, sem chances, portanto, de uma melhor negociação de preço.

O transportador

O transporte fluvial é o único meio de escoamento dos produtos de Praia Grande para o mercado de Belém. A responsabilidade dessa atividade é geralmente efetuada por alguns intermediários do município - transportadores, proprietários ou locatários dos barcos.

Em geral, o intermediário conhece relativamente bem os camponeses. Ele mesmo, pois, é ou já foi também um produtor, que conseguiu chegar a essa posição a partir de sua habilidade em reunir a sua produção com a dos vizinhos para obter um maior volume de venda. Com a evolução das vendas, foi que se tornou, então, um *transportador*.

Guardadas as diferenças, tal como o camponês, o transportador também atua com certa insegurança em relação aos preços praticados no mercado de Belém, exatamente, por causa da distância e da precariedade dos sistemas de informações. Seu contato com o mercado é breve e intercalado numa freqüência de apenas uma ou duas vezes por semana. Como tática para se proteger das possíveis oscilações de preços no mercado de Belém e assegurar a sua margem de lucro, já que paga antecipadamente pela mercadoria, costuma trabalhar, além das práticas de rebaixamento dos preços pagos aos produtores, com pequenos e diversificados volumes, como por exemplo, o do açaí, cuja média por transportador é de quarenta rasas⁵.

A organização do *transportador* é marcada sobretudo pela solidariedade que existe entre eles. Visando a diminuição dos custo do transporte, eles costumam juntar-se em grupos de 3 a 4, para fretar um barco. Isto é uma forma de comercialização conjunta informal. A solidariedade se evidencia também na forma de comprar o produto (alinhamento de preços) não obstante, a maioria deles trabalhe com tipos e ciclos diferentes de produtos.

Comparativamente, é óbvio que o *transportador* é mais organizado que o *produtor*. Entretanto, é uma organização relativa. Sua atuação restringe-se, pois, unicamente às atividades de coleta e transporte dos produtos, faltando-lhes, por exemplo, organização e atuação nas áreas de distribuição, beneficiamento e/ou armazenamento dos produtos. Isso pode ser explicado pela carência de infra-estrutura e disposição e/ou falta de qualificação. Além disso, os *transportador*es pouco orientam suas vendas para a sede de Ponta de Pedras.

A coleta dos produtos é efetuada através de contatos e negociações diretas e sistemáticas do *transportador* com os camponeses individualmente, em seus locais de residência ou produção. O volume de produção compões-se, em geral, de diversos produtos. Para reunir os produtos o *transportador* utiliza, geralmente, uma bicicleta, recolhendo os produtos

⁵ rasa: unidade de venda do açaí que corresponde a um volume de 20 litros de fruto

pouco a pouco ao longo da semana, ou se se trata de grandes volumes ou de produtos perecíveis, ele empresta ou aluga o trator da cooperativa para transportá-los até o ponto de embarcação, ou próximo a este, à véspera da saída para Belém.

O transporte até Belém, por sua vez, é efetuado conforme a maré e pode demorar de cinco a oito horas. Para o *transportador*, é importante chegar em Belém, entre quatro e cinco horas da madrugada, horário de abastecimento e venda dos produtos para os *feirantes*. Também, a viagem à noite oferece uma temperatura mais amena, permitindo uma melhor conservação dos produtos.

O feirante

Como vimos anteriormente, o *feirante* é o agente que detém o maior poder no processo de comercialização. Além disso, são mais organizados e praticam alinhamento de preços. Sua posição é ainda mais estratégica no mercado porque é ele o único que estabelece o contato entre o mundo urbano e o rural.

Sua margem de lucro é alta, não só por causa de sua posição chave na estrutura do mercado, mas também por sua atividade de classificação dos produtos. Após adquirir os lotes de mercadorias, em grandes quantidades e sem prévia seleção, é ele quem efetua a padronização e separa os produtos conforme o tamanho e o grau de maturação. Assim, se ele compra um lote por um preço de X por unidade, a separação dos produtos para revenda é efetuada da seguinte maneira:

- De menor qualidade, por um preços X
- De qualidade média por um preço X+ 50% de X
- De melhor qualidade por um preço X + 100% de X

Os produtos são ofertados em pequenas quantidades homogêneas, por diferentes valores e de acordo com as exigências do consumidor.

Em suas operações de compra e venda de mercadorias, os *feirantes* obedecem a seguinte rotina de trabalho:

A primeira, que corresponde às operações de compra, é iniciada por volta das 4 horas da madrugada, horário em que tem início a chegada dos barcos na orla da Baía do Guajará e a negociação das mercadorias, geralmente, com os *transportador*es que habitualmente costumam trabalhar a partir desse horário. As formas de transação são geralmente as seguintes: dos barcos, os *transportador*es buscam um comprador para os seus produtos; o *feirante*, se interessado pela mercadoria, faz uma

oferta de preço, negocia e autorização o desembarque. Alguna feirantes compram parte ou a carga toda do barco, dependendo do tipo de carga e da especialização ou não de suas vendas. Os feirantes de açaí, por exemplo, só trabalham com este produto; outros, trabalham com diversos produtos o que lhes permite comprar de um ou de vários barcos.

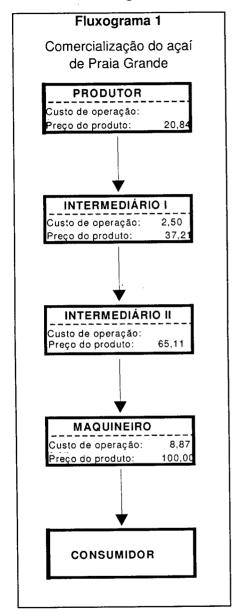
A Segunda etapa, tem início algumas horas depois, perto das 7 horas da manhã, com a distribuição e a venda varejista das mercadorias, normalmente ao consumidor ou a um outro intermediário, segundo o tipo de produto.

Os feirantes podem ter acesso a locais gratuitos, cedidos pela Prefeitura de Belém, para estocar os produtos que não conseguiram vender ou os que foram comprados verdes, a um preço menor, e que precisam de um tempo de armazenagem para amadurecer. Podem assim, com essa operação, aumentar a sua margem de lucro durante a revenda.

Outros intermediários

De acordo com tipo de produto, podem existir outros intermediários, o que será explicado mais detalhadamente durante a apresentação dos fluxogramas de comercialização de produto a produto. Isso ocorre, geralmente, nos casos dos produtos em que a comercialização final requer algum tipo de processamento.

Análise dos fluxogramas dos diferentes produtos - preços praticados



Açaí

O açaí ocupa um grande mercado. É utilizado na alimentação de cerca de 80 % da população de Belém, particularmente, no período de agosto a dezembro, época de pique da safra desse produto. Durante esse período, é grande a movimentação de desembarque desse fruto, sobretudo na Feira do Açaí, a preços geralmente mais baixos do que os praticados nos períodos de entressafra.

A cadeia de intermediação na comercialização compõe-se intermediários. produtor e o consumidor final. O primeiro intermediário, transportador, conhecido nas comunidades como o marreteiro ou atravessador. É ele quem, na maioria dos casos, vende para os feirantes da Feira do Açaí. Estes, por sua vez, revendem o produto para os maquineiros que, após transformá-lo em suco (vinho), vendem para o consumidor final, configurando-se, assim, como o terceiro intermediário na cadeia de comercialização desse fruto.

O açaí é um fruto perecível. Sua conservação se mantém por

no máximo até 48 horas após a colheita. O transportador precisa estar bem organizado, a fim de não perder o produto. Um dia antes de sua saída para Belém, ele avisa o produtor, para que este organize a colheita

do fruto no mesmo dia da saída do barco. O produtor acondiciona os frutos em "rasas" e faz a entrega para o transportador no ponto de embarque. Do mesmo modo, devido aos problemas de perecibilidade, o maquineiro também está organizado. O volume de compra é sempre de acordo com a sua capacidade diária de venda e a intensidade de processamento, de acordo com a intensidade da demanda, uma vez que, devido o pequeno tempo de durabilidade do suco - pouco mais de uma hora - sua elaboração é efetuada, geralmente, na presença do consumidor.

Além disso, é interessante analisar os preços de cada etapa do fluxograma em relação às margens de lucros obtidas pelos diversos intermediários (Tabela 16).

O preço recebido pelo *produtor* é pouco mais que 20% do preço final do produto. É pouco, considerando-se que este é o ator principal do processo de produção. Isto se explica pelo número de intermediários e sobretudo pelas margens de lucro praticadas por cada um: 78,55%, 74,48% e 53,58%, respectivamente.

Tabela 16Margens bruta e líquida em % de cada intermediário no processo de comercialização do açaí de Praia Grande

| Intermediário | Transportador | Feirante | Maquineiro |
|----------------|---------------|----------|------------|
| | | Tenume | maquinerio |
| Margem bruta | 78,55 % | 74,49 % | 53,58 % |
| Margem líquida | 66,55 % | 74,49 % | 39,63 % |

O transportador vende uma "rasa" por 37,21% do preço final. Aproveitando-se, como foi dito anteriormente, da falta de informações do produtor, ele trabalha com uma margem bruta da ordem de até 78,55%. Essa margem, o protege de eventuais perdas, decorrentes da perecebilidade do fruto e das flutuações de preços, relacionadas às irregularidades da oferta, durante os períodos de safra e entressafra, e à entrada no mercado de novos transportadores. O custo de operação com o qual trabalha, correspondente ao preço do transporte e às despesas de um dia de viagem, é, por outro lado, relativamente baixa, deixando-lhe uma margem líquida de 66,55%.

O feirante é, por sua vez, o que atua com a maior margem líquida (74,49%). Não tem despesas operacionais: faz somente uma operação de distribuição rápida, que não comporta custos, repassando a mercadoria do transportador para o maquineiro pelo valor correspondente a 65,11%

do preço pago pelo consumidor final. Configura-se, desse modo, conforme já mencionado, como o intermediário de maior força na cadeia de comercialização do açaí.

O maquineiro é o agente da cadeia de comercialização que, comparativamente aos outros, trabalha com a menor margem de comercialização. Esta diferença se explica pelo fato de que este é totalmente dependente dos preços alinhados pelos feirantes. A sua margem líquida é ainda mais baixa, pois, o seu custo de operação é alto (retira mais de 25% da margem bruta e 8,87 sobre um lucro de 34,89). O beneficiamento do açaí em suco, envolve um conjunto de custos, tais como despesas com, mão-de-obra, aluguel de uma loja, etc.

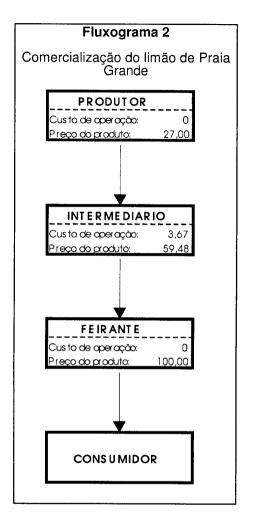
Limão

No processo de comercialização do limão de Praia Grande para Belém, distingue-se entre o *produtor* e *consumidor* os seguintes intermediários: o *transportador* e o *feirante*, que se responsabiliza pela distribuição para o varejista final (Fluxograma 2).

O limão é um fruto que, após colhido, se mantém conservado por um período de tempo bem mais longo que o açaí. Isso, dá aos transportadores mais liberdade de organização para obtê-lo junto aos produtores. O produto é negociado com os produtores e armazenado ao longo da semana, normalmente, em sacos contendo 100 unidades cada e de diversas qualidade. O transportador que compra limão não é especializado neste tipo de produto, como é o do açaí. Geralmente, ele também compra outros frutos, tais como: coco, melancia e banana, pois, o volume de limão, não é suficiente para cobrir os custos de transporte.

Tabela 17Margens bruta e líquida em % de cada intermediário no processo de comercialização do limão de Praia Grande

| Intermediário | Transportador | Feirante |
|-------------------------|---------------|----------|
| Margem de lucro bruto | 120,29 % | 68,12 % |
| Margem de lucro líquido | 106,70 % | 68,12 % |



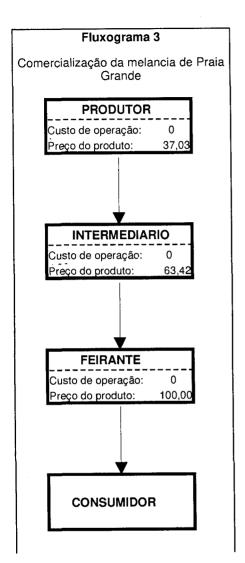
O preço pago ao *produtor* é correspondente a 27% do preço ofertado ao consumidor, enquanto que o pago ao *transportador* do limão é de quase 60% (Fluxograma 2).

O transportador opera com um custo relativamente baixo, menos de 10% do preço de venda. Isso lhe permite uma margem líquida de lucro de mais de 100% (Tabela 17). Dependendo do transportador, os frutos são repassados para os feirantes dos mercados da Feira do Açaí e do Ver-O-Peso.

A margem de lucro do feirante situa-se em torno de 68,12%. Parte dessa margem deve-se ao trabalho de classificação, efetuado pelo próprio feirante, após a aquisição do produto. Geralmente, os limões são classificados e dispostos à venda em lotes de cinco, sete ou dez, a preços diferenciados, conforme o padrão do fruto.

Melancia

Os intermediários, envolvidos na comercialização da melancia, são em número de dois: o *transportador* e o *feirante*. O fluxograma da melancia é portanto muito similar ao do limão. O fruto apresenta características de conservação próximas a do limão, mas em termos de transporte, ocupa um espaço maior, devido o volume. A comercialização é feita em quilograma ou em unidade.



O Fluxograma 3, mostra que produtores de melancia OS recebem 37% do preço de venda ao consumidor. Uma proporção bem mais relevante, se comparada a dos outros produtos. As margens de lucro dos intermediários comercialização envolvidos na desse produto, contrariamente, revelam-se menores que as obtidas nos processos de comercialização produtos. outros Isso dos atribuído à forma em que o produto é vendido pelo produtor classificado previamente tamanho. Tanto o transportador como o feirante não têm, desse chances de ganhos modo, adicionais através da estratégia de classificação do produto Embora tamanho ou peso. menores, o transportador e o feirante operam, ainda assim, com significativas margem de lucro respectivamente, de. 71,12% e 57,68% (Tabela 18).

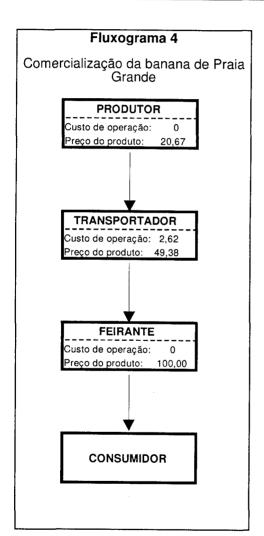
No caso desse produto, é o transportador que, proporcionalmente, detém a maior margem de lucro líquido (59,41%). Com um custo operacional baixo,

vende e compra o produto por, respectivamente, 63,42% e 37,03% do preço ao consumidor.

Como os demais produtos oriundos de Praia Grande, a melancia é também comercializada com os *feirantes* que atuam nos mercados da Feira do Açaí e Feira do Ver-O-Peso.

Tabela 18Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de comercialização da melancia de Praia Grande

| Intermediário | Transportador | Feirante |
|----------------|---------------|----------|
| Margem bruta | 71,12 % | 57,68 % |
| Margem líquida | 59,41 % | 57,68 % |



Banana

A banana é um produto pouco valorizado no âmbito de sua comercialização com o produtor. Este, pois, recebe pouco mais que 20% do preco de venda ao consumidor final (Fluxograma 4). Para facilitar o transporte e as condições de conservação, o produtor é obrigado a vender a banana em "cacho" e colhido ainda em estágio verde. Em cada cacho encontra-se frutos de diferentes tamanhos, dependendo de sua posição no cacho. Geralmente, os primeiros frutos que compõem o cacho são maiores do que os que se situam na parte final do mesmo. A primeira classificação é feita pelo transportador, separandoos em lotes, de acordo com o tamanho dos cachos, para negociação com os feirantes.

Tanto o *transportador* como o *feirante*, operam com margens de comercialização

superior a 100% (Tabela 19). Com isso, o preço final do produto nos mercados de Belém chega a ser superior a 383,8% em relação ao preço pago ao *produtor*.

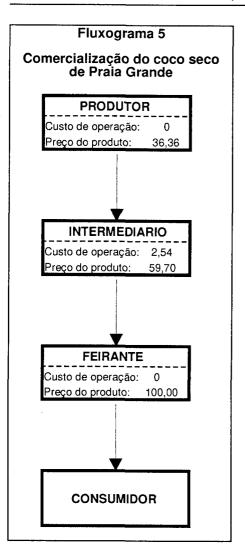
Tabela 19Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de comercialização da banana de Praia Grande

| Intermediário | Transportador | Feirante |
|----------------|---------------|----------|
| Margem bruta | 138,90 % | 102,51 % |
| Margem líquida | 126,22 % | 102,51 % |

O feirante, além de fazer a distribuição varejista, é, ao mesmo tempo, o "beneficiador" do produto: efetua o despencamento dos cachos e a seleção dos frutos de acordo com o tamanho das pencas e dos frutos. Nas feiras, essa banana é então vendida para o consumidor a preços diferenciados, de acordo com o tamanho e estágio de maturação do fruto, e o correspondente a doze unidades. Também, nos locais que dispõe para armazenar os seus produtos, o feirante deixa as frutas para maturação, adicionando assim valor a um produto comprado verde e não comercializável no varejo. Em conseqüência, pode aumentar o preço da banana e justificar a margem líquida de que se apropria na revenda (102,51%).

Coco seco

A comercialização do coco seco, também envolve duas intermediações entre o *produtor* e o consumidor final (Fluxograma 5).



O preço recebido pelo produtor com a comercialização do coco seco é relativamente mais alto que o do coco verde. Além do tempo necessário que requer para o seu amadurecimento, o coco seco só é repassado ao transportador após beneficiado pelo produtor, cujo trabalho consiste na retirada da casca que envolve o endocarpo do fruto.

O transportador também prefere comercializar o coco seco. Além do valor, sabe que corre menores riscos de perda, já que o tempo de conservação do coco seco é de 20 a 30 dias. Outra vantagem, diz respeito ao volume ocupado para fins de transporte - é, pois, bem menor que o do coco verde ou da melancia.

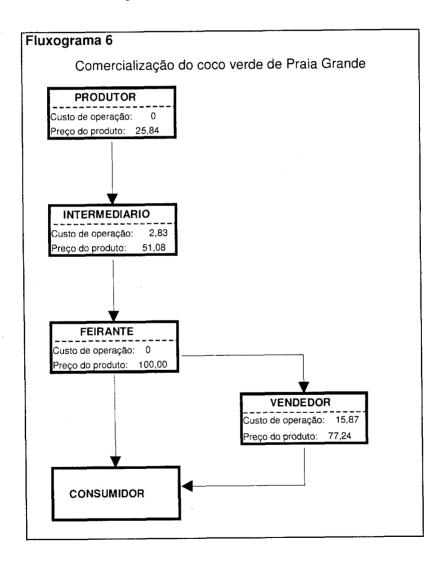
O feirante classifica os frutos para expor à venda em três tamanhos: pequeno, médio e grande, o que lhe permite reter uma margem de lucro da ordem de 67,5%, contra 57,2% da obtida pelo transportador.

Tabela 20Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de comercialização do coco seco de Praia Grande

| Intermediário | Transportador | Feirante |
|----------------|---------------|----------|
| Margem bruta | 64,19 % | 67,50 % |
| Margem líquida | 57,20 % | 67,50 % |

Coco Verde

No processo de comercialização do coco verde encontram-se duas alternativas. O consumidor pode comprar o coco verde do *feirante*, que se abastece através do *transportador* (fluxo marginal) ou, como na maioria dos casos, comprá-lo já beneficiado, gelado, que é então mais caro, dos diversos vendedores *ambulantes* encontrados nas ruas de Belém ou nos bares, que também se abastecem dos mesmos *feirantes*.



O *transportador* paga ao *produtor* 25,14% do preço de mercado de Belém, no caso do fluxo direto e marginal. É pouco se comparado ao preço de revenda em Belém (50,08) o qual permite ao *transportador* uma margem líquida de lucro da ordem de 86,73% (Tabela 21).

Três razões explicam essa margem alta: primeiro, o volume e o peso do coco verde, por influírem no transporte; segundo, o esforço despendido para reunir a produção é maior; e terceiro, o risco de perda também é maior, em decorrência do tempo de conservação.

O preço praticado pelo feirante é também quase que o dobro do pago ao transportador.

Belém, por está situada numa região de baía, dispõe de uma significativa oferta de coco verde. Igualmente grande, também, é o consumo da água de coco pela população da cidade. Os *feirantes* ocupam uma posição chave no mercado: situados no estrangulamento, entre a oferta e a demanda, são os que manipulam os preços com maior liberdade, operando num esquema semelhante ao do açaí.

Tabela 21Margens brutas e líquidas em % de cada intermediário no processo de comercialização do coco verde de Praia Grande

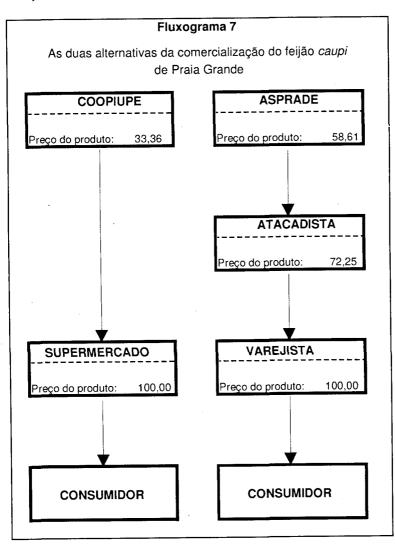
| Intermediário | Transportador | Feirante | Vendedor |
|----------------|---------------|----------|----------|
| Margem bruta | 97,67 % | 95,77 % | 77,24 % |
| Margem líquida | 86,73 % | 95,77 % | 61,37 % |

A relação de compra do consumidor é mais frequente com o vendedor ambulante, que, além de facilitar o acesso, oferece o produto gelado, pronto para ser consumido. O preço praticado pelo *ambulante* chega a ser quase sete vezes maior que o vendido em Praia Grande. Referida margem, além dos ganhos absorvidos pelos intermediários anteriores, é reflexo da pequena capacidade operacional dos *ambulantes*, que operam diariamente a um custo correspondente a mais de 20%, devido sobretudo o volume de gelo para resfriar os frutos.

Feijão

O Fluxograma 7 apresenta os preços nas diferentes etapas de comercialização do feijão até ao mercado de Belém. Os custos de operação não foram computados devido serem inexpressivos, no caso dos volumes transportados gratuitamente pela Prefeitura de Praia Grande

(menos que 0,2% por saca) e pela impossibilidade calcular os custos de operação dos únicos dois intermediários que atuam na área de forma independente. Encontra-se nesse fluxo dois circuitos de comercialização identificados em 1993: o primeiro, através do qual foram vendidas 46 sacas de 60 kg, via intermediação da COOPIUPE; e o segundo, via Associação de Praia Grande (ASPRADE) que vendeu 52 sacos sob a orientação do POEMA.



Em comparação ao valor final, o preço obtido através da ASPRADE é superior ao preço obtido através da COOPIUPE (58,61% contra 33,36%), se bem que no caso desse último a cadeia de intermediários é mais curta (um intermediário contra dois).

A COOPIUPE vende diretamente a um distribuidor (supermercado) e deveria obter um melhor preço; a ASPRADE vende a produção de feijão a um atacadista que revende a varejistas. O feijão vendido via a Associação de Praia Grande remunera melhor o camponês, pois a margem bruta que o supermercado obtém é de quase 200% (Tabela 22).

Tabela 22Margens brutas em % da cada intermediário no processo de comercialização do feijão de Praja Grande

| Intermediário | Supermercado | Atacadista | Varejista |
|---------------|--------------|------------|-----------|
| Margem bruta | 199,76 % | 23,27 % | 38,41 % |

As margens obtidas pelas intermediações do segundo circuito são pequenas em comparação aos outros produtos oriundos de Praia Grande: o feijão é transportado pela ASPRADE diretamente ao mercado e não via outro *transportador*. Também o atacadista desse tipo de produto, trabalha com uma pequena margem de lucro, compensada entretanto pela escala e movimentação de comercialização com que atua. A experiência da Associação de Praia Grande parece, portanto, dar resultados encorajadores numa ótica de comercialização conjunta também para os outros produtos.

Comercialização dos produtos de Camurituba

O fluxo dos produtos e a estrutura de mercado

A produção agrícola de Camurituba é, em sua totalidade, comercializada na cidade de Abaetetuba, sede e maior centro econômico do município. As vendas são geralmente efetuadas no mercado que se situa próximo do porto da cidade, ou com os pequenos comerciantes varejistas locais.

A produção é transportada semanalmente por via terrestre, até à cidade de Abaetetuba, pelos próprios *produtores*, os quais dispõem de caminhão para esse tipo de atividade. O tempo despendido nesse trajeto é de cerca de 1 hora de viagem em veículo motorizado, apesar das péssimas condições de tráfego

da rodovia. A cadeia de intermediação é desse modo reduzida: o *produtor* é quem transporta e, ao mesmo tempo, quem mantém contato com o mercado e fica informado sobre as evoluções de preços.

Com isso, registra-se nos fluxogramas de comercialização dos produtos agrícolas de Camurituba apenas dois tipos de agentes: o produtor e o feirante que faz a distribuição varejista aos consumidores.

A estrutura da comercialização dos produtos de Camurituba até Abaetetuba é simples e equilibrada. Primeiro, a escala de produção é pequena. Segundo, existe um único intermediário entre o consumidor e o produtor - o feirante, que apesar de controlar o mercado, não representa um estrangulamento tão acentuado, como no caso do processo de comercialização em Belém, onde os feirantes exercem um maior controle do mercado. Isso, evidentemente, se deve à proximidade de Abaetetuba em relação às comunidades rurais, o que permite um contato mais freqüente dos produtores com o mercado e, consequentemente, um melhor controle das margens de comercialização dos intermediários.

Caracterização e estratégias dos intermediários

O produtor

Conforme comentários anteriores, é o próprio *produtor* que individualmente transporta sua produção até Abaetetuba, através do uso coletivo de caminhões que, semanalmente, efetuam com regularidade esse tipo de serviço à comunidade. Os *produtor*es pagam, individualmente, tanto pelo transporte das mercadorias, como pelo seu próprio deslocamento de ida e volta até àquela cidade.

Com essa sistemática, os *produtor*es costumam organizar a produção, geralmente, com antecedência de um dia da data do transporte, especialmente, a produção da farinha de mandioca, que se constitui na a principal fonte de renda da maioria dos *produtor*es - alguns *produtor*es só comercializam esse tipo de produto.

Em Abaetetuba, a venda das mercadorias é efetuada da seguinte forma: os caminhões descarregam as mercadorias às proximidades do mercado, local onde os camponeses se posicionam à espera dos feirantes. Em seguida, é efetuada a negociação das mercadorias, envolvendo a discussão de preços, conforme a qualidade dos produtos. Uma vez negociada, a mercadoria é então transportada até as respectivas bancas de cada um dos compradores ou até a loja, se trata de um comerciante.

Destacam-se nesse processo de comercialização dos *produtor*es de Camurituba dois importantes aspectos. Um, que se refere à elevada proporção do custo de transporte das mercadorias no preço de comercialização pago ao *produtor*, aliada à falta de qualquer sinal de organização entre os *produtor*es na perspectiva de redução desses custos. Outro aspecto, é que alguns dos *produtor*es atuam como intermediários na própria comunidade. Alguns *produtor*es, que moram longe do acesso ao caminhão, vendem suas mercadorias para outros *produtor*es por 60% do preço que estes podem obter em Abaetetuba e/ou trocam por outro tipo de produto de sua necessidade. Com isso, os *produtor*es que atuam como intermediários têm os seus custos de transporte rebaixados e tendem, com essa condição de ganhos adicionais, a estimular a dependência de seus *produtor*es vizinhos, uma vez que se tornam importantes para estes, não só como compradores, mas, também como fornecedores de parte do seu abastecimento.

O feirante

A força de atuação do *feirante* de Abaetetuba na cadeia de venda dos produtos agrícolas é relativamente menor, devido o tamanho do mercado em que atuam. Os preços são basicamente iguais entre a maioria dos vendedores. O *feirante* atua, unicamente, como distribuidor varejista e não como um negociante que compra para armazenar e agregar valor aos produtos. A sua estratégia é simples: procura comprar somente o que ele estima vender durante a semana.

Encontram-se dois tipos de *feirantes*: os do mercado, que possuem bancas e, pelo uso das quais, pagam uma taxa à Prefeitura, e que, muitas vezes, são especializados na venda de um só tipo de produto, e os *comerciantes* que têm suas próprias lojas varejistas. Estes últimos, têm uma relação regular com alguns *produtor*es que, não por acaso, são aqueles que também atuam como intermediários de compra e venda de mercadorias junto aos *produtor*es da comunidade que têm dificuldade de acesso ao transporte.

Análise dos fluxogramas - Preços praticados

Farinha de mandioca

De maior importância econômica, a farinha de mandioca representa 80 a 85% do volume de produtos comercializados de Camurituba. É vendida pelo *produtor* ao *feirante* em sacos de 60 Kg ou, às vezes, em

sacos de 30 kg. Para o consumidor, cujo produto é a base alimentar, é vendida por quilograma.

Conforme ilustração contida no Fluxograma 8, o preço pago ao *produtor* corresponde a 55,22% do preço de venda ao consumidor final. Essa proporção é explicada pelo deslocamento do *produtor* até o mercado, evitando assim o intermediário. Ocorre, entretanto, que mais de 10% do valor de um saco de farinha refere-se aos custos de operação com transporte.

A farinha de Camurituba desfruta de uma excelente cotação no mercado de Abaetetuba, devido a qualidade do produto e, consequentemente, à longa tradição de saber que os camponeses têm acumulado na fabricação desse produto.

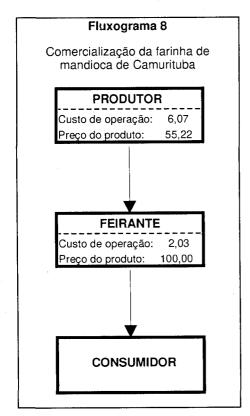


Tabela 23 apresenta margens brutas e líquidas obtidas pelo feirante na revenda da farinha. Pode-se ver que o custo da banca e do escoamento, efetuado pelo caminhão até o mercado, é pequeno. Seu lucro é obtido pela passagem mercadoria do mercado atacaà venda vareiista sobretudo, pelo beneficiamento de parte do produto, através do peneiramento para obtenção da farinha mais fina: é possível a partir da farinha, vendida pelos camponeses, conseguir qualidades diferentes com ajuda de uma simples peneira: a farinha comum, a de farofa (mais fina) e o carimã (ainda mais fina); estes dois últimos produtos são vendidos 25% mais caro que a farinha simples. Além

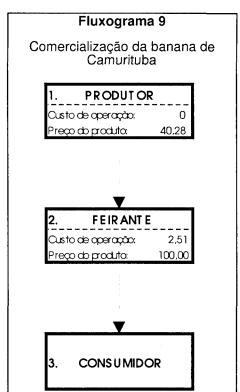
disso, o consumidor, consciente da qualidade do produto, conhecendo a sua procedência artesanal, está disposto a pagar um preço mais elevado que pela farinha que é fabricada industrialmente.

Tabela 23Margens brutas e líquidas em % do *feirante* na comercialização da farinha de mandioca de Camurituba

| Intermediário | Feirante |
|----------------|----------|
| Margem bruta | 81,09 % |
| Margem líquida | 77,41 % |

Banana

A comercialização da banana é ainda uma atividade recente em Camurituba. É vendida em pequena quantidade e em complemento à comercialização da farinha de mandioca, tanto que é transportada conjuntamente com os sacos de farinha e sem custo adicional, já que o motorista do caminhão costuma não cobrar pelo transporte desses frutos. Existe entretanto a expectativa de um provável aumento da comercialização desse fruto, tendo em vista a expansão de sua produção



com a implantação crescente de "módulos agroflorestais".

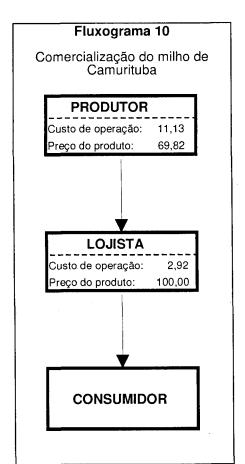
O preço recebido pelos produtores corresponde em mais de 40% do preço da banana pago pelo comprador final (Fluxograma 9). Relativamente. esses produtores recebem o dobro do preço recebido pelo produtor de banana de Praia Grande, Isso obviamente. deve-se, cadeia reducão da de intermediários e à possibilidade de acesso direto dos produtores ao mercado.

Mesmo assim, o feirante consegue auferir uma margem líquida de lucro da ordem de 142,03%. Essa margem é obtida pela decomposição dos cachos em unidade de venda menor.

cujo preço é atribuído conforme o tamanho. O agricultor, pois, vende a banana em cacho e recebe um preço total que não inclui as diferenças de qualidade, aproveitadas pelos *feirantes*.

Tabela 24Margens brutas e líquidas em % do *feirante* na comercialização da banana de Camurituba

| Intermediárió | Feirante |
|----------------|----------|
| Margem bruta | 148,26 % |
| Margem líquida | 142,03 % |



Milho

O milho é comercializado em pequena quantidade. É cultivado em consorciação com a mandioca sua produção é destinada, basicamente, para a alimentação animal (galinhas e porcos). Só quando há excedente, ou se o camponês precisa de dinheiro, é que então é comercializado um volume correspondente a 1/2 ou a 1 saco de 60 kg. Apesar da baixa escala em que é comercializado e do elevado custo de transporte (16%) o produtor consegue obter 69,82% do preço de venda do primeiro intermediário (Fluxograma 10).

Tabela 25Margens brutas e líquidas em % do *feirante* na comercialização do milho de Camurituba

| Intermediário | Feirante |
|----------------|----------|
| Margem bruta | 43,22 % |
| Margem líquida | 39,04 % |

★ Comercialização dos produtos em Urubuéua-Fátima

O fluxo dos produtos e a estrutura de mercado

As condições geográficas e organizacionais da comunidade de Urubuéua favorecem a ação de intermediários entre o *produtor* e o consumidor na venda de produtos como o açaí, cana-de-açúcar e banana. Como o acesso ao principal mercado consumidor, Abaetetuba, é efetuado somente por barco a motor, o pequeno *produtor* que, via de regra, não possui embarcação motorizada, se vê obrigado a entregar seus produtos a barqueiros que atuam em diversas comunidades da região das ilhas e que, por sua vez, revendem a intermediários no porto, que fazem a distribuição nas feiras e mercados da sede do município.

Para que o camponês evite a ação do primeiro intermediário, ele teria que custear o transporte de sua carga, através de um dos três barcos que atuam na linha Urubuéua-Abaetetuba e, então, proceder a venda direta aos intermediários que atuam no porto. Como isto depende de uma iniciativa individual, além de tempo, pagamento de passagens e frete, e até, a desinformação dos comunitários sobre a oscilação dos preços de mercado, estes acabam se desestimulando para o uso desse importante canal de comercialização. Infelizmente, para quem produz, a organização necessária para a realização de bons negócios é melhor aproveitada pelos intermediários que compram no porto e fazem a distribuição, detendo assim um maior controle sobre os preços de compra e venda e, consequentemente, obtendo uma margem de lucro considerável, como será demonstrado na análise dos fluxogramas de alguns produtos.

A cadeia de intermediários: caracterização e estratégias

O produtor

Sem uma estratégia definida, o *produtor* fica a mercê dos intermediários (donos de barcos). Este, pois, determinam os preços das mercadorias e adquirem-as diretamente nas propriedades, já que esta é a forma mais comum de comercialização do *produtor*. A outra forma, descrita anteriormente, é mais interessante em termos de remuneração, por eliminar um dos intermediários, porém vem sendo gradativamente abandonada devido à falta de organização e planejamento. Este é um ponto que deverá ser analisado mais detalhadamente, tendo em vista a sua importância estratégica no processo como um todo.

Barqueiro e distribuidor

O barqueiro é o agente que negocia diretamente com o produtor. É quem domina o meio de transporte, indispensável como elo de ligação da comunidade com a sede do município, tirando proveito desta situação através da manipulação dos preços de compra. Possui despesas com a operação do barco e com mão-de-obra (máximo de duas pessoas). Como não pode ficar muito tempo no porto, repassa a mercadoria para o distribuidor, que tem maior conhecimento do mercado agrícola e relação mais estreita com o varejista. Este, por sua vez, não armazena os produtos e nem paga qualquer tipo de taxa pelo local onde trabalha, detendo com isso uma boa margem de lucro na compra e venda que realiza.

Feirante

É o agente que tem contato direto com o consumidor no processo de venda, tanto dos produtos beneficiados - caso da comercialização do vinho de açaí e da garapa - como dos produtos não beneficiados, como a banana e outros. No presente estudo o termo *feirante* inclui os intermediários denominados de *garapeiros*, que funcionam como um terceiro intermediário, beneficiando e distribuindo o caldo-de-cana para lanchonetes e os *maquineiro* que beneficiam e vendem diretamente ao consumidor o vinho do açaí, classificado em grosso, médio e fino.

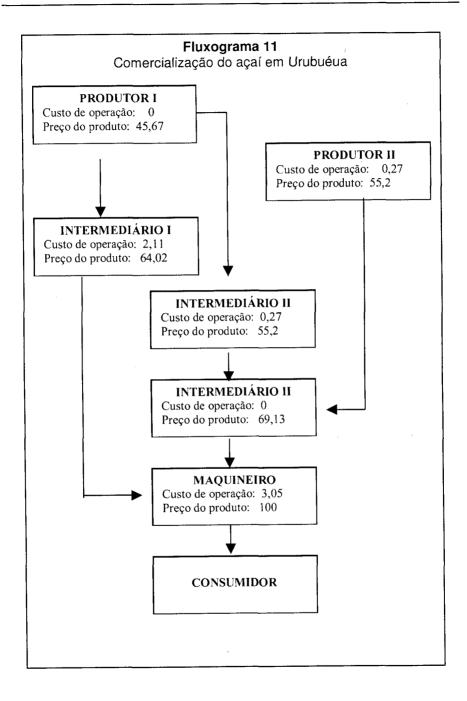
Análise dos fluxogramas dos diferentes produtos - Preços praticados

Açai

O *produtor* possui dois caminhos distintos para a venda do açaí com diferentes margens de lucro, como é possível se observar na Tabela 26. Para efeito de análise atribuiu-se um valor relativo da ordem de 100 à renda líquida obtida pelo *maquineiro* - pessoa que beneficia e vende o vinho do açaí ao consumidor na cidade de Abaetetuba - e comparou-se a renda obtida por cada um dos agentes envolvidos no processo e destes entre si.

Dos canais seguidos pelos *produtor*es, o que oferece melhor margem de lucro (55,20) é o que permite levar o açaí diretamente ao segundo intermediário no porto de Abaetetuba. Este, por sua vez, faz a distribuição obtendo a maior margem de todo o processo (69,13) por possuir custo de operação zero, além de participar do outro canal de comercialização iniciado no *produtor* (fluxograma 11). Na outra opção, o camponês obtém apenas 45,67 de margem de lucro, devido a participação do intermediário que possui barco e compra da comunidade, conseguindo uma margem de 59,08, inferior a do segundo intermediário (o do porto) por possuir custos de operação com o barco. Além destes, existe ainda um fluxo pelo qual se elimina o segundo intermediário, oferecendo maior margem de lucro, mas sem interferir na renda do *produtor*.

A implantação de propostas que eliminem, ou pelo menos neutralizem a ação do intermediário, passa necessariamente pela organização comunitária e utilização de um barco, no caso o POEMA II, para frete em períodos pré determinados. As negociações em Abaetetuba devem ser diretamente com *feirantes, lojistas, donos de garapeiras* e *maquineiros* para evitar a ação do distribuidor no porto, com pessoal treinado para isso, como será demonstrado nas alternativas indicadas neste trabalho.



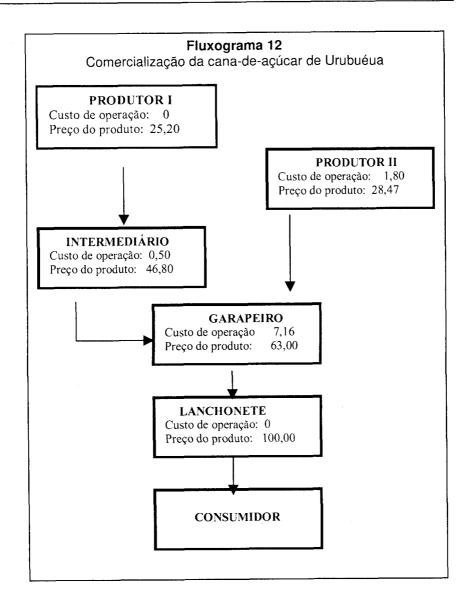
Cana-de-açúcar

Dois diferentes canais de comercialização podem ser observados no fluxograma da cana-de-açúcar, com predominância daquele que liga o produtor diretamente ao garapeiro, havendo neste caso acordos firmados verbalmente para o fornecimento do produto em quantidades e intervalos entre as remessas, de acordo com as possibilidades de cada um. O garapeiro é quem detém o maior controle sobre os preços do mercado, apesar do custo de operação ser relativamente elevado, com mão-de-obra familiar para ajudar na moenda e na distribuição da garapa. usando uma bicicleta como meio de transporte. É quem portanto detém a maior renda líquida do processo, chegando a 96,14%, caso a matériaprima seja negociada diretamente com o produtor. No outro canal de comercialização, surge a figura do barqueiro entre o garapeiro e produtores. Entre os dois tipos de produtores as diferenças de margens de lucro não ultrapassam 3,30% (Fluxograma 12), o que tem desestimulado a comercialização direta. Apesar disso, percebe-se que o canal mais usado é o produtor-garapeiro. Após beneficiada, a garapa é distribuída às lanchonetes da cidade e comercializada por litro. Na revenda para o consumidor é usado o copo como unidade de medida, não acarretando nenhuma despesa extra para o vendedor.

Para o garapeiro é mais interessante negociar diretamente com o camponês, apesar da recíproca não ser verdadeira, como mostra a Tabela 26. A renda do garapeiro é bem maior quando o fornecimento da cana é efetuado diretamente pelo produtor, porém isso não significa uma renda substancial para o produtor. Isso leva a crer que o camponês não detém boas informações sobre os preços de mercado, o que os deixa vulneráveis às práticas de preço dos intermediários, muito abaixo de seu verdadeiro valor.

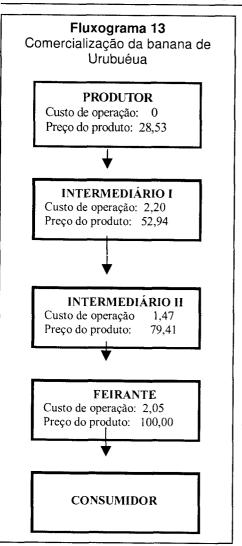
Tabela 26Margens em % obtidas pelos diferentes participantes do processo de comercialização da cana-de-açúcar de Urubuéua-Fátima

| Margens | Intermediario Barraqueiro | Gom. Int. | arapeiro Com. Prod. | Vendedor (lanchonete) |
|----------------|------------------------------|-----------|------------------------|--------------------------|
| Margem bruta | 85,71 | 34,61 | 121,28 | 58,73 |
| Margem líquida | 83,73 | 19,61 | 96,14 | 58,73 |



Banana

A analise do fluxograma da banana revela que a maior renda de todo o processo é obtida pelo *barqueiro*, diminuindo gradativamente até o *feirante*. Todavia, a maior margem de lucro fica com o distribuidor,



devido o mesmo ter um custo de operação considerado baixo e possuir uma clientela não muito distante do porto, onde efetua compras primeiro do suas intermediário, o barqueiro. Este último, fica portanto com segunda melhor margem de lucro (52,94%) e o maior custo de operação para o transporte de carga das comunidades ribeirinhas até Abaetetuba (Fluxograma 13). O custo de operação do segundo intermediário surge quando há necessidade de pagar a mais. Pelas razões já anteriormente expostas, a mais elevada das rendas líquidas é obtida pelo barqueiro, mas a sua margem de lucro é inferior a do segundo intermediário. Α renda feirante é inferior a do produtor. mas é preciso levar em conta que, para efeito de cálculo. considerado de um custo operação zero para o produtor, às dificuldades contabilização desses custos. A baixa renda obtida pelo feirante

com a comercialização da banana (23,34%) pode ser explicada pela variedade de produtos hortifrutigranjeiros comercializados e que servem de compensação para o lucro não muito elevado por produto.

Tabela 27Margens em % obtidas pelos diferentes participantes do processo de comercialização da banana de Urubuéua-Fátima

| Margens | Intermediário I | Intermediário II | Feirante |
|----------------|-----------------|------------------|----------|
| Margem bruta | 85,56 | 50,00 | 25,92 |
| Margem líquida | 77,83 | 43,22 | 23,34 |

Comercialização dos produtos de Novo Paraíso

O fluxo dos produtos e a estrutura de mercado

A produção oriunda das atividades agrícolas de Novo Paraíso é destinada basicamente para o auto-consumo. O excedente é comercializado com os *bodegueiros* da Vila, que negociam nos centros urbanos próximo dos municípios de Marabá, no Pará, e de Araguaina, no Estado do Tocantins, ou com os *usineiros* locais, no caso da produção de arroz.

A comunidade é totalmente dependente do transporte de aluguel. Outra limitação se refere à localização de parte dos *produtores*, os quais além de situados distantes da Vila, não contam com estradas vicinais, o que os obriga a se deslocarem numa distância entre 4 a 18 Km, caminhando e/ou transportando a carga em lombo de animais.

A cadeia de intermediários: caracterização e estratégias

O produtor

Os produtores de Novo Paraíso comercializam seus produtos conforme suas necessidades. Entendem que o produto armazenado é melhor que guardar dinheiro, o qual é desvaloriza diariamente (caso do arroz).

Produtos como o cupuaçu e a castanha-do-Pará são tranportados pelos próprios *produtores* até à Vila e comercializados com os *bodegueiros*, por preços geralmente muito abaixo do mercado. Muitas vezes, a produção é perdida por falta de informação sobre o dia ou o

horário da passagem do *transportador*. Este é o caso, principalmente, do cupuaçu, para o qual não há nenhum tipo de organização para comercializá-lo.

Quando da realização de pesquisa de campo, os *produtor*es manifestaram interesse por processo de conservação ou beneficiamento do cupuaçu e citaram a tentativa, no passado, de organização dos *produtor*es para reunir a produção e comercializar conjuntamente produtos como a Banana e outros. Observaram, entretanto, que não obtiveram sucesso, a exceção do caso de dois *produtor*es que, após participarem dessa experiência, tornaram-se intermediários.

Existem vários tipos de intermediações:

- bodegueiros: são mais organizados por residirem na Vila e, ao mesmo tempo, são produtores, o que facilita a negociação entre eles. Geralmente, são agentes de compra dos transportadores.
- Usineiros: também não possuem transporte, compram o arroz dos produtores ou negociam em troca de beneficiamento na proporção de 3 sacos de arroz com casca para l saco de arroz beneficiado. O usineiro armazena a produção de arroz na própria usina para comercializar ao longo do ano, na própria Vila.
- Transportadores: geralmente só estão presentes no período da safra dos produtos, quando os bodegueiros se tornam agentes de compra. O transportador é geralmente quem adianta os recursos financeiros para que o bodegueiro possa adquirir os produtos. Este, por sua vez, recebe 10% pela prestação desse tipo de serviço.

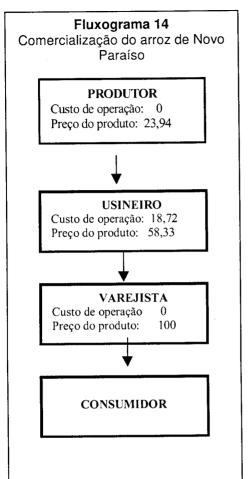
No período de safra da castanha-do-Pará, os *transportadores* alocam um espaço para servir de depósito e local de classificação do produto, cujo serviço é efetuado pelos garotos da Vila.

Por vários motivos, não foi possível entrevistar os próximos intermediários. Problemas de distância, informações incompletas ou contraditórias, entre outras.

Análise dos fluxogramas dos diferentes produtos - preços praticados

Arroz

O arroz com casca produzido em Novo Paraíso é comercializado, em quase sua totalidade, diretamente com o *usineiro* local, que após beneficiá-lo comercializa diretamente com o consumidor.



O *produtor* recebe apenas 24% do preço final do produto, uma remuneração pequena se comparada com as margens de lucros dos *usineiros* e varejistas - 143,61% e 71,45%, respectivamente, ainda que se considere que os *usineiros* disponibilizaram investimentos.

O usineiro vende por 58,33% do preço final, apesar operacional custo do 18.72% do produtor. Como se pode observar, este é o mais recompensado no processo de comercialização. Além disso, ainda obtém lucro com a venda de subprodutos beneficiamento do como o cui e farelos, cujos produtos não foram compudiferença tados. Essa explicada pelo fato de que o usineiro, que detém o poder do capital, é o único que pode beneficiar os produtos para o consumidor.

Tabela 28Margens em % obtidas pelos diferentes participantes do processo de comercialização do arroz de Novo Paraíso

| Margens | Usineiro | Varejista Varejista |
|----------------|----------|---------------------|
| Margem bruta | 143,61 | 71,45 |
| Margem líquida | 78,18 | 71,45 |

Castanha-do-Pará

A castanha-do-Pará é um produto da atividade extrativa, valorizado, principalmente, no mercado internacional. Toda a produção é comercializada para uma única firma de exportação existente no Estado, que adquire a produção, geralmente através de contrato com transportadores. Estes, por sua vez, adquirem a castanha através dos bodegueiros.



Os produtores recebem apenas 37,50% do preço final do produto. Enquanto transportadores isso. os obter conseguem uma margem de lucro da ordem de 166,56%, face a relação que mantêm com a firma exportadora. Esta, adiantalhes recurso financeiros para aquisição do produto junto aos bodegueiros, o que deixa os produtores sem outra opção de venda.

Tabela 29Margens em % obtidas pelos intermediários do processo de comercialização da castanha-do-Pará de Novo Paraíso

| Margens | Transportadores | |
|----------------|-----------------|--|
| Margem bruta | 166,66 | |
| Margem líquida | 124,86 | |

Сириаси

O cupuaçu é um fruto nativo da região, com amplas perspectivas de expansão de mercado interno e externo, face o hábito regional de consumo, sob a forma de doces, sorvetes, suco, e outros, e a recente disseminação desse consumo para outras regiões do país.

Os *produtor*es vêm dominando o plantio dessa cultura e aumentando a área de plantio. A safra do produto tem início geralmente em dezembro, mês em que os preços ficam um pouco mais elevados, e alcança o pique durante os meses de janeiro e fevereiro, período em que os preços se estabilizam.

O fruto do cupuaçú tem uma durabilidade de 4 a 7 dias. Sua conservação após esse período só é possível se beneficiado, através do congelamento da polpa. O *transportador* precisa estar bem relacionado com o *bodegueiro* e o *produtor* para tenha o mínimo de perda⁶.

Tabela 30Margens em % obtidas pelos intermediários no processo de comercialização do cupuaçu de Novo Paraíso

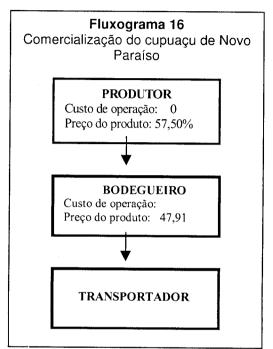
| — Margens | Bodegueiro | Transportador |
|----------------|------------|---------------|
| Margem bruta | 27,77 | 108,69 |
| Margem líquida | 27,77 | 66,08 |

O produtor recebe 57,50% do preço final, porém essa percentagem pode ser mais baixa, uma vez que o transportador foi considerado como sendo o último intermediário, quando na verdade existem outras cadeias de intermediações que não puderam ser investigadas e que aparecem nas feiras do centro consumidor.

A margem de lucro dos *bodegueiros* e transportadores é bastante diferenciada, 27,77% e 108,69%, respectivamente. Isto se explica pelo

O estudo da cadeia de intermediação na comercialização do cupuaçu, em Novo Paraíso, foi efetuado até a figura do *transportador*, que comercializa diretamente com pequenos comércios de sucos, doces e sorvetes. Não foram feitas investigações mais aprofundadas, devido o período do estudo não coincidir com o da safra do produto e à impossibilidade de realização de um novo levantamento, não obstante se reconheça a importância econômica desse fruto para a comunidade de Novo Paraíso

fato de que o primeiro não possui uma estrutura de conservação, já que o fruto é perecível, logo tem que repassar rapidamente para o transportador.



O bodegueiro repassa por 47,91% do preço final, com uma margem de lucro líquido de 27,77%. É o intermediário mais vulnerável do processo; é o responsável por reunir o produto para o próximo intermediário.

O transportador obtém uma margem de lucro de l08,69%; é o mais bem remunerado do processo, apesar de seu elevado custo operacional de transporte da ordem de 20,4 1 % do produto final (Fluxograma 16).

Banana

A banana é cultivada por todos os pequenos *produt*o da região de Novo Paraíso, mas é ainda pouco valorizada comercialmente pelo *produtor*. A falta de organização deixa-os, por outro lado, desmotivados para melhoria da qualidade do produto.

Devido à falta de organização e à desmotivação dos *produtores*, os intermediários conseguem obter consideráveis margens relativas de lucros. Tanto assim, que na entrevista com o *transportador*, registrou-se muitas contradições, com afirmações do tipo, de que só estavam comercializando o produto "para ajudar os companheiros".

O valor pago ao *produtor* é muito baixo, ou seja, 18,52% do preço final, o que permite uma margem de lucro entre *produtor* e o consumidor final da ordem de 440%.

Os custos operacionais não são tão elevados, apenas 3,70% do preço final, mesmo que nesse custo não esteja incluída a diária do agente de venda, o mesmo que pode ter ocorrido com o processo de comercialização da comunidade de Praia Grande.

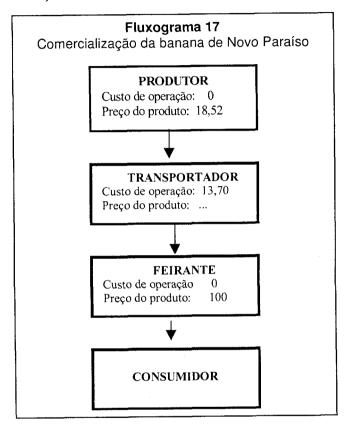


Tabela 31Margens em % obtidas pelos intermediários no processo de comercialização da banana de Novo Paraíso

| Margens | Transportador* | Feirante |
|----------------|----------------|----------|
| Margem bruta | | 440,00 |
| Margem líquida | | 440,0 |

^{*} Deixou-se de citar o valor pago pelo transportador, para evitar-se uma análise distorcida.

6. Propostas de estratégias de comercialização

★ A organização comunitária como base das alternativas de comercialização

Que é a organização comunitária?

Entende-se por organização comunitária o processo social através do qual se conjuga esforços e meios coletivos na busca de participação política, assim como de melhorias concretas da qualidade de vida de cada um.

Por que da organização comunitária?

Os camponêses não têm, em geral, tradição de organização comunitária na perspectiva da comercialização de seus produtos. A falta dessa tradição está relacionada, muitas das vezes, à situação geográfica da região, ao estado de pobreza em que se encontram (que resulta num estado de imediatismo provocado pela fome e que impede qualquer planejamento a longo prazo), além do tradicional espírito do individualismo.

Encontra-se, contudo, algumas iniciativas de organização nestas comunidades. Existem algumas estruturas, criadas por interesses específicos e por diferente tipos de entidades -Igrejas Católica e Protestante, pseudo liderança dos próprios camponeses, *atravessadores*, e interesses políticos - que nunca beneficiaram a coletividade como um todo.

Acredita-se na possibilidade de se estabelecer formas de organizações comunitárias nas localidades rurais que, de fato, reflitam os interesses de toda a coletividade e, consequentemente a melhoria do bem estar de cada um. A concretização destas organizações pode se dá de imediato, como a comercialização conjunta, um sistema de abastecimento d'água, transporte e outros, e também a longo prazo nos campos social e político.

Como organizar uma comunidade?

A organização comunitária pode ser resumida em cinco etapas:

1. Discutir com os membros da comunidade, mostrando as

dificuldades existentes de sua realidade (diagnóstico da comunidade) e propondo organização para solucioná-los. Essa conscientização é um processo lento e dificil pelas seguintes razões:

- Primeiramente, porque as instâncias políticas, em geral, não trabalham com a organização, mais sim através de ações imediatas e paternalistas;
- Segundo, porque as ações imediatas dificultam a formação de organização natas da comunidade, criando em geral pseudo líderes;
- Terceiro, devido às próprias características da cultura rural amazônica, o isolamento geográfico e o baixo grau de escolaridade nas comunidades.
- 2. Direcionar as organizações existentes para os interesses coletivos;
- 3. Dar assessoramento sistemático à auto-organização:
- mobilização efetiva da comunidade de forma democrática;
- explicar a Constituição do Estado e discutir os tipos de organizações e as mais adaptadas às condições sócioeconômicas e culturais da localidade (associação, sindicato ou cooperativa).
- 4. Orientar para que essas organizações se legalizem;
- 5. Treinar os dirigentes e as famílias da comunidade sobre a dinâmica da organização.

× Nível organizacional das comunidades

O tipo de organização adotado pelas comunidades-piloto é o de associações de produtores. Estas têm se revelado adequadas às circunstâncias de cada localidade, por tratarem-se de instituições de forma simples e por atenderem a quase todas as necessidades das comunidades. No caso de uma cooperativa, a própria legislação dificulta a administração pela comunidade (a burocracia é muito grande e exige um certo nível de formação por parte dos dirigentes) enquanto que um sindicato (organização de uma categoria de trabalhadores) não responde à todas as necessidades de uma comunidade rural.

Comunidade de Praja Grande

A Associação de Produtores Rurais de Praia Grande (ASPRADE), fundada em 08 de novembro de 1993, conta com a participação de 100% dos membros da comunidade. Das quatro comunidades trabalhadas pelo POEMA, a ASPRADE é que apresenta maior desenvolvimento, por ter tradição de cooperativismo (COOPIUPE); possui trabalhos comunitários em torno das atividades de beneficiamento de fibras de coco, comercialização conjunta, sistema de tratamento d'água e utilização de transporte da própria comunidade (caminhão).

As limitações dessa Associação requerem um maior aperfeiçoamento na área administrativa e contábil, pois, estão em fase de capacitação e treinamento de demonstração de método. É uma experiência nova para os camponeses e exige tempo para o processo de adaptação das novas funções.

Esta comunidade já possui um trabalho comunitário desenvolvido com a participação do Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR) relacionado às reivindicações na área de saúde (posto de saúde), de energia elétrica e construção de um centro comunitário; em contra partida, haveria a participação nas construções dessas obras pela comunidade. Outras conquistas obtidas junto à Prefeitura: transporte gratuito da produção agrícola até o porto de Belém e a disponibilidade de um local de venda na feira do município.

Comunidade de Camurituba

A Associação dos Trabalhadores Unidos de Camurituba-Beira, fundada em 22 de setembro de 1972, conta atualmente com 25 associados. Ocorre que esta Associação foi criada por pseudo-líderes e políticos que objetivaram captar recursos para projetos eleitorais. Mais recentemente, o POEMA vem estimulando a comunidade a reativá-la, mostrando, através de discussões, que a Associação pode vir a ser um instrumento político de reivindicação junto às entidades públicas e não-governamentais, bem como, conseguir o atendimento de necessidades da comunidade como: vias de escoamento (estrada), meio de transporte, créditos, e outros de interesse comum. Além disso, tem procurado discutir quais as formas de organização mais adequadas às condições sócio-econômicas e culturais da comunidade, de maneira a assegurar uma participação efetiva e democrática.

Comunidade de Urubuéua- Fátima

Associação dos Produtores Rurais de Urubuéua (AUFA) foi fundada em 25 de maio de 1994, com inicialmente 36 associados. Ainda se constitui como uma organização embrionária, motivada por interesses de grupos setorializados (católico, protestante e interesses individuais). Através de um trabalho de impacto e de resultados positivos, essa associação poderá aumentar o seu quadro social. Os grupos existentes beneficiam, apenas, parte da comunidade sem levar em consideração a organização comunitária como todo.

O POEMA vem desenvolvendo na comunidade um trabalho de conscientização quanto a importância da auto-organização, através das experiências de outras comunidades e do próprio grupo existente, para o aprimoramento de conhecimentos, em beneficio do bem-estar da população ribeirinha, sem levar em consideração os interesses de ordem religiosa, de classes social política e partidária.

Em resposta, a Associação tem demostrado estar consciente das dificuldades de aprimoramento das novas tarefas. Algumas experiências foram iniciadas nessa direção, tais como as de administrar o uso de um barco para transporte, com capacidade de 20 passageiros, e a implantação e gestão do sistema de abastecimento de água tratada.

Comunidade de Novo Paraíso

A Associação de Produtores e Moradores do Grotão dos Caboclos de Novo Paraíso (AGROCANP) foi fundada em 31 de outubro de 1993. Conta com 92 associados, compostos por moradores da Vila e por produtores rurais, em busca de juntar forças políticas e sociais para a melhoria da comunidade. A Diretoria da Associação é, em sua maioria, composta de produtores rurais.

A conquista da energia elétrica para a Vila e a ampliação do período de fornecimento de 19 às 22 hs. para 19 às 23:30 hs. foi obtida junto à Prefeitura de Eldorado do Carajás e à Prefeitura de São Geraldo de Araguaia, sendo que parte do combustível é fornecido pela própria comunidade.

A Associação tem, também, a responsabilidade de coordenar a distribuição da água tratada, além das reivindicações junto ao INCRA

(projetos do Programas Especial de Reforma Agrária - PROCERA) onde estão incluídos o transporte comunitário, as máquinas para beneficiamento de grãos e os projetos individuais de produção.

Consequência da organização comunitária no processo de comercialização dos produtos

Os camponeses organizados juridicamente, em torno de uma entidade com fins claramente definidos, podem:

- 1. Agrupar a produção da comunidade e estimular uma comercialização conjunta, eliminando com isso a dependência dos atravessadores. Este procedimento permitiria desenvolver novas estratégias de comercialização para diminuir os elos de intermediação e aproximar o produtor, o máximo possível, do consumidor final, bem como, num outro momento, escolher novos canais de venda para os seus produtos. O resultado seria, obviamente, a obtenção de melhores preços, posto que a comercialização conjunta teria como conseqüência imediata a diminuição dos custos de operação e o estímulo à padronização e a qualidade dos produtos, em atendimento às exigências do mercado consumidor.
- 2. Reivindicar junto aos órgãos competentes (Bancos, Fundo Constitucional de Financiamento do Norte FNO, Fundo de Desenvolvimento Comunitário FUNDEC, Secretaria de Estado de Agricultura SAGRI, Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia –SUDAM, Programa de Crédito Especial de Reforma Agrária PROCERA) e às organizações não-governamentais a captação de recursos, visando a implantação de unidades de beneficiamento e de armazenamento e meios de transporte. Com isso, os camponeses associados poderiam:
 - instalar indústrias de beneficiamento, agregando valor aos produtos;
 - armazenar seus produtos, melhor distribuindo a produção no espaço e no tempo, ou seja, disporem de recursos durante o ano todo e não mais dependerem de recursos financeiros nos

períodos de entressafra;

- escoar a produção através do uso de transporte próprio e, com isso, eliminar ou reduzir significativamente a dependência dos intermediários, obtendo assim um preço mais justo para a produção comunitária.

Também, a organização comunitária, além de elevar a renda familiar dos produtores rurais (Figura 7), estimula às reivindicações sociais e políticas, melhorando a estruturação da comunidade para o bem estar dos moradores, principalmente, em termos de energia, saúde, saneamento, educação.

Propostas de estratégias de comercialização

Comunidade de Praia Grande

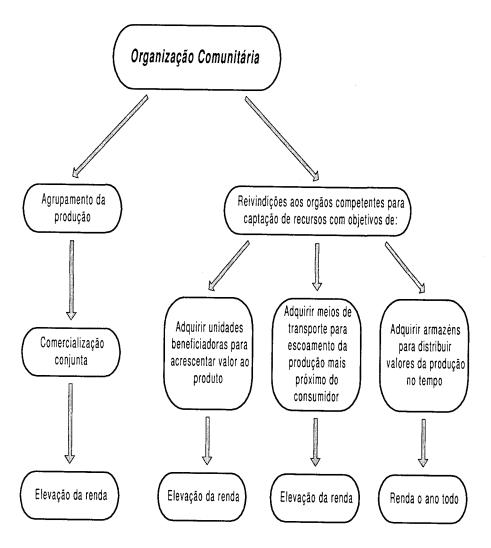
Os produtores da comunidade, agrupados em uma associação sólida, podem ter mais força para comercializar melhor os seus produtos, ou seja, obterem um valor mais justo para a venda conjunta da produção. Porém, antes de propor estratégias alternativas de colocação dos produtos no mercado é necessário que a comunidade, através da Associação (ASPRADE) disponha de infra-estrutura e organize-se.

Infra-estrutura necessária

Para adotar alternativas de comercialização, a comunidade precisa de equipamentos que podem ser adquiridos por meio de solicitação de recursos aos organismos públicos. Efetivamente, existem políticas agrícolas que distribuem recursos para organismos que deveriam executar o desenvolvimento da pequena agricultura, mas até agora, a maioria dos recursos é apropriado pelos médios e grandes produtores. Assim, a Associação deve reivindicar fundos para que sejam distribuídos também para as comunidade. Essas reivindicações podem ser feitas junto aos organismos oficiais apresentados na Tabela 32.

Figura 7

Efeito da organização sobre a renda, a partir da melhoria das estratégias de comercialização a fim de obter uma renda mais distribuída



Essas demandas devem ser elaboradas de forma concreta, através de projetos e de acordo com os requisitos de cada entidade. Solicitações de fundos, acompanhadas de projetos, também, podem ser apresentadas às organizações não-governamentais.

Transporte

A ação mais importante para melhorar a comercialização dessa comunidade é, sem duvida, a aquisição de um meio de transporte próprio para escoar a produção, quebrando assim o isolamento que separa a comunidade do mercado de Belém. No caso, um barco de 30-35 toneladas. Num primeiro momento, a Associação poderia alugar um barco ou solicitar por empréstimo à COOPIUPE ou à Prefeitura. Nesta segunda alternativa, a associação deveria seguir a idéia do transporte gratuito dos produtos de Ponta de Pedras até o porto de Belém, conquistado através das reivindicações da ASPRADE junto à Prefeitura. Porém, neste caso, faz-se necessário um transporte terrestre (que poderia ser alugado) para escoar a produção do porto, onde atracam as embarcações, em Belém, até o local de venda.

Tabela 32Organismos responsáveis pela distribuição de fundos para o desenvolvimento da agricultura

| Organismos | Modalidade | Tipo de recursos | Tipo de Juros |
|------------|--|----------------------------------|------------------|
| Bancos | - Apresentar um projeto com garantia de hipoteca | Financiamento | pleno |
| FNO | - Uma associação pode apresentar diretamente o projeto com assistência técnica oficial | Financiamento | subsidiado |
| SUDAM | - Projeto apresentado em conjunto com a prefeitura e a comunidade | Financiamento ou a fundo perdido | quase inexistent |
| FUNDEC | - Projeto apresentado em conjunto com a prefeitura e a comunidade | Financiamento ou a fundo perdido | subsidiado |
| PROCERA | - Projeto apresentado por uma associação através de assistência técnica oficial nas áreas de assentamento (colonização) | Financiamento ou a fundo perdido | subsidiado |
| SAGRI | Basta apresentar um projeto comunitário | Doação de material | Sem juros |

Fonte: POEMA, Levantamento de campo (1994).

Armazém

A ASPRADE necessita de um local adaptado à estocagem para, antes de revendê-los, centralizar e armazenar os produtos recebidos dos camponeses, bem como, para estocar produtos, como estratégia de obtenção de melhores preços nos períodos de entressafra - feijão, por exemplo.

O depósito comunitário existente pode ser utilizado como armazém numa primeira etapa, pois, localiza-se em local ideal para reunir a produção. Sua capacidade é contudo pequena: 24 m². Seria importante, reivindicar recursos para a construção de um armazém com maior capacidade (70 m² aproximadamente) com vistas a atender às necessidades de estocagem acima mencionadas.

Unidades de beneficiamento

Para construir uma unidade de beneficiamento, faz-se necessário elaborar um projeto e encaminhá-lo às instituições indicadas na Tabela 32. As vantagens da transformação dos produtos na comunidade são:

- agregar valores aos produtos;
- permitir uma conservação dos produtos e armazená-los por períodos mais longos;
- elaborar e dispor de alimentos alternativos de valor nutritivo, nos períodos de entressafra
- reivindicar junto às autoridades, a utilização desses alimentos regionalizados na merenda escolar e outras entidades afins.

Os principais produtos de interesse para transformação são: o feijão, a banana e o coco. Para os outros, embora de importância econômica, por enquanto não se dispõe de sugestões adaptadas à comunidade. Por exemplo, é impossível beneficiar o açaí em Praia Grande, por falta energia para congelá-lo e conservá-lo por longo período de tempo, sem falar na dificuldade para escoar o referido produto.

- Sugestões de beneficiamento
- Feijão: instalação de uma unidade de beneficiamento para embalagem em pequena quantidade
- O beneficiamento do feijão em pequena quantidade permitiria a

realização de vendas a varejo no próprio município e em Belém durante o escoamento junto com outros produtos, e assim, obter-se um melhor preço. Além disso, a Associação poderia fazer *marketing* do feijão, utilizando embalagens com etiqueta indicando a origem do produto (origem regional) e a data de embalagem (geralmente o feijão comercializado é velho, logo, uma data do ano poderia atrair os consumidores). Trata-se também de atender às exigências do mercado em termos de quantidade, ou seja, vender sacos de ½, 1 ou 2 kg. O preço do feijão caupi, no mercado de Belém, é equivalente a US\$1,12 /kg.

Para isto, faz-se necessário a obtenção de alguns materiais, cujo investimento é bem pequeno:

- sacos plásticos: US\$ 6,48 para 1000 sacos;
- maquina de ensacar: US\$ 378;
- balança (que já está disponível na Pronamazon);
- etiquetas personalizadas (produto de Praia Grande, nome da associação, data de embalagem e data para consumo).

O único problema desse projeto simples seria, por enquanto, a falta de energia para o funcionamento da máquina de ensacar. Há entretanto a possibilidade de uso da energia da Pronamazon, situada em Ponta de Pedras. Neste caso, a pesagem e a embalagem poderiam ser feitas fora da comunidade; da mesma forma que a fibra é transportada para a Pronamazon, poder-se-ia escoar algumas sacas para embalagem em pequena quantidade e conforme a demanda.

- 2 Banana (sugestões de beneficiamento)
 - banana em passa;
 - farinha de banana;
 - doce de banana;
 - compota de banana
- 3 Coco (sugestões de beneficiamento)
 - doce
 - licor
 - leite
 - coco seco ralado
 - óleo de coco

Organização da comunidade para comercialização conjunta

Capacitação gerencial

A ASPRADE já conta com: um presidente; dois tesoureiros; dois secretários; três conselheiros; dois agentes de venda; um responsável pelo beneficiamento; um responsável pelas estruturas da associação.

Aos tesoureiros cabe cuidar da gestão financeira da comercialização conjunta. Há necessidade também de capacitar responsáveis pela venda dos produtos nos centros econômicos: os agentes de venda. Estes, têm como papel acompanhar os produtos desde a saída do armazém até o ponto de venda final; ou seja, são responsáveis pelo carregamento até o veículo, entrega da carga, venda dos produtos e retorno com o produto da venda.

Os produtores devem receber treinamento, tendo-se em conta a pouca experiência e domínio sobre o processo de comercialização. Cabe ao POEMA dar essa orientação aos agentes de venda, acompanhando-os, quando da primeira vez de realização do seu trabalho. Uma outra responsabilidade dos agentes de venda é a seleção dos produtos e a formação de lotes homogêneos para a obtenção de melhores preços.

Conscientização da comunidade

Essa conscientização deve ocorrer em dois níveis:

Primeiro, quanto à importância de participação de todos no processo de comercialização conjunta. A Associação precisa da produção de cada agricultor para ter o maior volume possível: quanto maior for a soma das vendas, menor serão os custos operacionais em relação ao preço total da venda e, assim, cada produtor teria maior ganho.

Segundo, no que se refere à estimulação dos camponeses para melhoria da qualidade. Trata-se da tomada de consciência das exigências dos consumidores, que desejam comprar produtos saudáveis e de boa aparência. Os agricultores devem incorporar essas informações assim como os agentes de venda. Esta prática de comercialização de produtos de qualidade é importante para a Associação desfrutar da confiança dos próximos intermediários, bem como do consumidor final; assim isto permite uma relação regular, podendo elevar o ganho real.

 A dinâmica da associação no processo de comercialização conjunta

A dificuldade da comercialização conjunta é agregar, de uma maneira eficiente, a produção de cada um dos produtores. Depois da conscientização do camponês, faz-se necessário estruturar um sistema de colheita pragmática: com um lugar central, um tempo fixo e uma gestão adequada.

A forma mais simples da ASPRADE executar esse processo é comprar a produção de cada *produtor* no momento da entrega, é de centralizá-la. Pode-se pensar que seria mais adequado pagar ao *produtor* depois da revenda, mas muitos deles não possuem recursos financeiros, dependem da venda da produção - não fosse isso, eles não se submeteriam aos preços baixos pagos pelos *transportadores*. Também, o pagamento imediato vai estimular a entrega de produtos por um maior número de *produtores*, diminuindo assim a presença dos *transportadores*.

Como agente, a ASPRADE deve ter um local para selecionar, classificar e armazenar os produtos até o momento de embarcá-los. Provisoriamente, pode ser utilizado o depósito da unidade de beneficiamento de fibras; futuramente, será necessário entretanto construir um outro armazém com maior capacidade e equipado para atender às reais necessidades de armazenagem a longo e curto prazos. A cantina da comunidade parece ser o ponto ideal para os camponeses entregarem os seus produtos. Os responsáveis pela cantina, que são os tesoureiros da associação, são os melhores colocados para gerir a produção comum e pagar pela mercadoria.

Além de um armazém, é necessário definir a frequência e divulgar o período dos deslocamentos dos produtos para o centro consumidor. A Associação deve determinar os dias de recebimento das mercadorias: antecedência de dois dias, para os produtos não perecíveis, e no mesmo dia do embarque, para produtos perecíveis.

O gerenciamento da produção adquirida e a remuneração dos camponeses são, ainda, dois pontos a esclarecer. Sugere-se que a melhor solução é remunerar os produtores com os preços oferecidos pelos atravessadores e, depois da venda, retornar-lhes a diferença com o preço obtido na comercialização. Para isso, os responsáveis devem se organizar para gerir de forma adequada os preços pagos e as quantidades dos produto de cada agricultor.

Apresenta-se as fichas 1 e 2 (Anexo 2) como proposta de controle e de registro dos produtos adquiridos dos camponeses pela Associação. Compõem-se de duas partes: a primeira refere-se ao registro, por camponês, das quantidades entregues, dos preços pagos pela Associação e os obtidos na revenda. Essa ficha, deve ser preenchida pelos secretários da Associação, juntamente com os camponeses. Na segunda ficha, encontra-se (também por produto de cada produtor) as especificações de preço de compra, preço de venda e as taxas administrativas que permitem calcular o saldo a ser devolvido aos camponeses. Essa taxa administrativa tem dois componentes:

- custo operacional: que inclui o transporte, diárias dos agentes e outras despesas decorrentes da comercialização. Este custo deve ser dividido pelo preço total da venda efetuada pela Associação para obter a proporção do custo na venda total. É possível calcular depois, com esta proporção, o valor que cada produtor vai pagar por este custo, conforme a produção de cada um;
- custo fixo: é decorrente da manutenção das infra-estruturas da Associação, da depreciação do equipamento, mais a taxa de expansão que será decidida em assembléia pelos associados. A ASPRADE precisa efetivamente desta taxa para ter um capital de giro, comprar equipamentos, maquinários, ou seja, fazer investimentos futuros.

A Ficha 2 deve ser preenchida pelos agentes de venda e os secretários. Assim os produtores podem controlar com mais facilidade a comercialização feita com a associação e as diferenças de preços dos produtos, assim como entender o "retorno do saldo".

Novas estratégias de comercialização

Alternativa I - diminuir o número de intermediários.

Esta alternativa consiste na comercialização conjunta dos produtos no fluxo atual, porém diminuindo os intermediários. No início, pensa-se que a melhor forma é eliminar a primeira intermediação (o *transportador*) pois, a falta de experiência da Associação e a posição chave dos *feirantes* não permitem ainda a entrega dos produtos ao consumidor final, neste fluxo. É melhor, por enquanto, se apoiar sobre esse intermediário.

É necessário a existência de agentes de venda bem treinados para executar o trabalho do primeiro intermediário que é o *transportador*: Eles deverão escoar os produtos da comunidade até Belém, no mercado do Ver-O-Peso ou na Feira do Açaí.

O fluxogramma 18 apresenta os circuitos alternativos. A Tabela 33 mostra os novos preços recebidos pela associação nesta alternativa de comercialização.

Tabela 33Preços atuais, estimativa dos custos, e preços brutos e líquidos no caso da eliminação do transportador no fluxo de comercialização alternativa

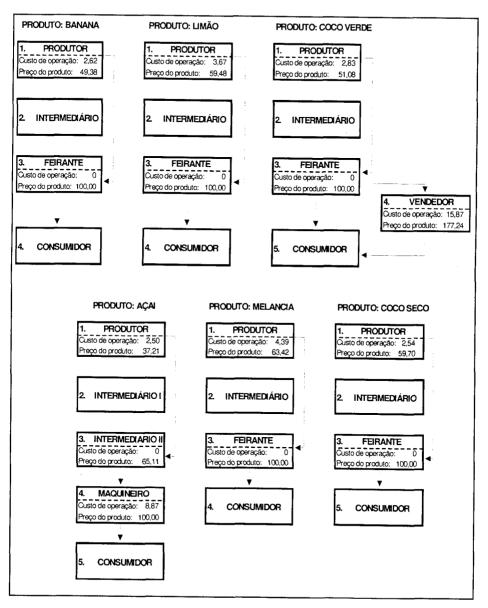
| Produto | Preços atuais recebidos | Preços* brutos alternativos | Estimativa dos custos | Preços líquidos estimados |
|------------|----------------------------|-----------------------------------|--------------------------|------------------------------|
| Açai | 20,84 | 37,21 | 2,50 | 34,71 |
| Coco seco | 36,36 | 59,70 | 2,54 | 57,16 |
| Coco verde | 25,84 | 51,08 | 3,83 | 47,25 |
| Melancia | 37,03 | 63,42 | 4,39 | 59,03 |
| Limão | 27,00 | 59,48 | 3,67 | 55,81 |
| Banana | 20,67 | 49,38 | 2,62 | 46,76 |

^{*} Preços baseados sobre 100, que representa o preço final ao consumidor de Belém.

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

Fluxograma 18

Fluxogramas alternativos: eliminação do *transportador* na cadeia de intermediação de venda dos produtos de Praia Grande



Alternativa II - Novo canal - a CEASA⁷ de Belém

Na CEASA, em Belém, há um local reservado para a comercialização agrícola dos pequenos produtores. Para a obtenção de uma vaga, é necessário apenas uma declaração da EMATER, certificando que os requerentes são camponeses ou representantes destes. A área disponível é de 8 m² e custa o equivalente mensal a US\$16,20.

A CEASA dispõe de um porto, sendo assim possível chegar diretamente de barco.

A Tabela 34 apresenta os diferentes preços obtidos nesse canal, cujo valores são superiores aos recebidos atualmente pelos camponeses de Praia Grande. Há também demanda para outros produtos.

Tabela 34Preços atuais, estimativa dos custos e preços brutos e líquidos obtidos na comercialização na CEASA

| Produto | Preços atuais recebidos | Preços* brutos alternativos | Estimativa dos custos | Preços* líquidos estimados |
|------------|----------------------------|--------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Coco seco | 36,36 | 60,24 | 2,54 | 57,70 |
| Coco verde | 25,84 | 47,85 | 3,83 | 44,02 |
| Melancia | 37.03 | 74,07 | 4,39 | 69,68 |
| Limão | 27.00 | 68,32 | 3,67 | 64,75 |
| Banana | 20,67 | 47,53 | 2,62 | 44,85 |

^{*} Preços baseados sobre 100, que representa o preço final ao consumidor de Belém.

Nota: A taxa para obtenção da vaga não foi incluída nos custos, os quais foram estimados com base nos custos dos *transportadores*.

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

Os preços da CEASA foram calculados com base na média mensal de junho 1993 a junho 1994, cujos preços estão apresentados no Anexo 3. Eles foram relacionados com a base 100 dos mercados de Belém.

Alternativa III - a feira de Ponta de Pedras

O Sindicato e o POEMA obtiveram, conjuntamente, acesso gratuito às vagas reservadas para produtores na feira de Ponta de Pedras, cujo espaço deverá ser gradualmente ocupado por estes,

⁷ CEASA: Centrais de Abastecimento Sociedade Anônima, controlada pelos governos federal e estadual.

conforme avance a organização, a diversificação e o volume da produção.

A comercialização na feira do Município, apresenta assim a vantagem de não ter custo: o acesso à vaga é gratuito e o transporte pode ser efetuado através do caminhão que entrega fibras na Pronamazon. O limite, contudo, é a pequena demanda: é possível, assim, que a produção agrícola de Praia Grande não seja comercializada em sua totalidade nessa feira.

Conforme demonstra-se na Tabela 35, os preços da feira de Ponta de Pedras são mais altos que os obtidos na comunidade durante a venda para os *atravessadores*. Igualmente, a Associação pode vender outros produtos não citados neste quadro, tal como a pupunha e a manga, por exemplo.

Tabela 35Comparação dos preços atuais recebidos em Praia Grande como os praticados na feira de Ponta de Pedras

| Produto | Preços [*] atuais recebidos em Praia Grande | Preços alternativos no caso da venda em Ponta de Pedras |
|------------|---|---|
| Banana | 20,67 | 74,55 |
| Coco seco | 36,36 | 72,72 |
| Coco verde | 25,84 | 55,95 |
| Limão | 27,00 | 98.28 |
| Açaí | 20,84 | 46,51 |

^{*} Preços baseados sobre 100, que representa o preço final ao consumidor de Belém. Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

Resultados

Com uma organização sólida, os membros da associação de Praia Grande podem escolher e comercializar conjuntamente os seus produtos em qualquer local. A Tabela 36 resume as estimativas de ganhos, em termos de preço, para os camponeses:

- uma aumento médio por produto de 95,58 % na opção de diminuir uma intermediação do circuito atual;
- de 100,73 % no canal da CEASA; e
- de 153,14 % se comercializado na feira de Ponta de Pedras.

No caso deste último, o aumento é maior, pois, a venda é feita

diretamente aos consumidores finais, enquanto na CEASA existem consumidores e também intermediários, e na primeira proposta o total da produção é vendido aos *feirantes*.

De qualquer forma, cada alternativa resulta na obtenção de um preço maior para os produtos de maior importância econômica de Praia Grande e, consequentemente, numa elevação de renda familiar para os camponeses.

O feijão caupi, já beneficiado e acondicionado em pequenas quantidades, poderá ser incluído nas vendas da CEASA, juntamente com os outros produtos, ou vendido na feira de Ponta de Pedras. Ambos, pois, são pontos de contato com os consumidores finais.

Tabela 36Comparação dos preços obtidos nas três alternativas de comercialização e dos aumentos de cada alternativa relacionados aos preços atuais

| Produtos | Preços atuais | 48 1981. G | Aumento da alt. I % | Alterna- tiva II | Aumento da alt. 11% | Alterna- tiva III | Aumento da alt. 111% |
|------------------|------------------|------------|------------------------|---------------------|------------------------|----------------------|-------------------------|
| Açaí | 20,84 | 37,21 | 78,55 | *** | *** | 46,51 | 123,17 |
| Banana | 20,67 | 49,38 | 140,30 | 47,53 | 129,95 | 74,55 | 260,06 |
| Coco seco | 36,36 | 59,70 | 64,19 | 60,24 | 65,68 | 72,72 | 100,00 |
| Coco verde | 25.84 | 51.08 | 97,98 | 47,85 | 85,17 | 51,95 | 101,04 |
| Melancia | 37.03 | 63,42 | 71,27 | 74,07 | 100,02 | *** | *** |
| Limão | 27,00 | 59,48 | 120,30 | 68,32 | 153,03 | 98,28 | 264,00 |
| Feijão | 58,61 | *** | *** | 100,00 | 70,62 | 100,00 | 70,62 |
| Aumento médio | | | 95,38 | | 100,73 | | 153,14 |
| - Incuro | | | | ~ . | .1 1 | Dalám | |

^{*} Preços baseados sobre 100, que representa o preço final ao consumidor de Belém.

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

Perspectivas

No momento em que o processo alternativo de comercialização conjunta for tendo mais consistência, será possível para os associados venderem outros produtos nos centros consumidores, especialmente após o crescimento da produção dos módulos agroflorestais. Também, após a estabilização da Associação, certamente haverá oportunidade de incluir a produção de outras comunidades vizinhas. Com estas duas

^{***} Preco não disponível no mercado.

opções, o volume escoado será maior, baixando assim os custos operacionais.

Uma vez aprimorados os mecanismos da comercialização, a Associação pode interferir ainda mais na diminuição das intermediações. Por exemplo: vendendo o açaí diretamente ao *maquineiro*.

Dentro dessas três perspectivas, as famílias camponesas poderão ter um maior ganho - baixando os custos operacionais ou obtendo preços ainda mais vantajosos. Finalmente, os associados podem, se eles conseguirem adquirir uma embarcação, realizar fretes para aumentar o capital da ASPRADE.

Comunidade de Camurituba

Para entrar num processo de comercialização alternativa e conjunta, é fundamental fortalecer e redirecionar a Associação em beneficio de toda a comunidade. É preciso, via a Associação, responsabilizar os dirigentes, reivindicar junto aos órgãos citados na Tabela 32 os equipamentos necessários à obtenção de uma melhor remuneração dos produtos e estimular a comunidade, como um todo, para discutir as propostas de alternativas de comercialização conjunta.

Infra-estrutura necessária

Transporte

Uma vez por semana, a comunidade conta com os serviços de transporte, efetuado por um caminhão, para escoar a produção. Ocorre no entanto que, além dos altos preços das passagens, os camponeses não têm a opção de escolher o dia de viagem.

A questão seria, portanto, reivindicar junto aos órgãos competentes a disponibilidade de um caminhão para a comunidade, o que daria aos camponeses maior liberdade de escolha do mercado e local de venda.

É preciso também, através da Associação, reivindicar junto à Prefeitura a melhoraria das condições de tráfego, particularmente no que se refere ao ramal que liga Camurituba à estrada Abaetetuba-Arapari.

Armazém

Faz-se necessário disponibilizar um local para estocar produtos não perecíveis (feijão, milho), bem como, para para facilitar o amadurecimento de produtos como, por exemplo, a banana, cujo preço é maior, se comercializada madura. Essas funções do armazém podem contribuir para agregar valor aos produtos, conforme descrição contida no item sobre a comunidade de Praia Grande.

Existe um local de 30 m² abandonado no centro da comunidade, que, inicialmente, poderia cobrir essas necessidades, ou, dependendo da produção a ser armazenada, ser ampliado.

Unidade de beneficiamento

Sugere-se reunir esforços para a reivindicação de recursos, com vistas a viabilizar a construção de uma mini fábricas de beneficiamento/ transformação de produtos, como estratégia de agregar valor à produção, de armazená-las, e de elaborar novas opções para alimentação mais nutritiva da comunidade. Conforme os produtos de maior valor econômico, é possível sugerir opções de beneficiamento para melhor valorizar a mandioca, a banana e/ou o cupuaçu, sabendo-se que o limite para esse processo é a energia e os custos de investimento.

A mandioca (sugestões de beneficiamento/transformação)

- maniva;
- goma;
- caissumá (bebida);
- maniquera;
- arubê;
- tarubá (bebida).

2 A banana (sugestões de beneficiamento/transformação)

- doce;
- banana em passa;
- farinha de banana;
- compota de banana.

Sugere-se: o desenvolvimento de mais pesquisas articuladas entre o setor de Química da UFPa e o de Nutrição do POEMA.

Organização da associação e da comunidade para a comercialização conjunta..

Conscientização

A associação precisa mostrar aos moradores que todos podem se beneficiar, a partir do fortalecimento organizacional. Assim, é necessário também, conscientizar os líderes a atuar em prol do bem coletivo e não somente para os seus próprios interesses, caso contrário, o número de associados deverá diminuir, comprometendo assim a representatividade da Associação.

Para que a Associação tenha poder de reivindicação e um volume de produtos necessários para iniciar uma comercialização conjunta (diminuir os custos operacionais) é necessário o envolvimento da comunidade como um todo, de forma que esta se sinta representada na Associação. Este seria o papel dos dirigentes.

Cabe à Associação, também, estimular os camponeses à diversificarem a produção e a produzirem produtos de melhor qualidade, estabelecendo uma relação de confiança com os consumidores. Não basta, pois, só a qualidade, deve-se ter claro as vantagens da diversificação da produção e, consequentemente, da oferta de produtos para comercialização.

Capacitação gerencial

A associação já conta com os responsáveis oficiais necessários para a sua administração, mas devem ser escolhidos agentes para intervir na comercialização conjunta. Trata-se de treiná-los para gerenciar a produção agrupada pela Associação no local de armazenagem e padronizá-la; responsabilizar-se pelo veículo, pelo escoamento e venda da produção; e, enfim, gerir todo o lucro da comercialização e as "sobras" a serem devolvidas aos associados.

A dinâmica da associação no processo de comercialização

Como no caso de Praia Grande, a Associação precisa de disciplina na gestão dos produtos adquiridos dos camponeses. O local proposto para o armazenamento é bem centralizado para reunir os produtos.

Igualmente, deve haver uma regularidade na entrega dos produtos; isto pode ser definido conforme os dias de deslocamento dos agricultores e divulgado à cada um⁸.

O recebimento adiantado pelos camponeses, de parte do valor de seus produtos, colocados para a comercialização conjunta, permitirá aos que não possuem recursos uma melhor organização na entrega dos produtos à Associação, além de inibir a ação dos intermediários.

Estratégia alternativa de comercialização: uma "loja do camponês"

No caso de Camurituba, é difícil reduzir o número de intermediários, pois só existe uma intermediação entre o camponês e o consumidor. Porém, possuir um caminhão, já diminuiria essa dependência. Existe, no entanto, uma alternativa que deixará os camponeses mais unidos, caso estes assumam a responsabilidade de executar o papel dos *feirantes*, ou seja, o de distribuir e vender diretamente para o consumidor. A proximidade da comunidade em relação à sede de Abaetetuba, possibilita o estabelecimento, pela Associação, de uma "loja do camponês" neste local. Assim, os camponeses poderiam obter a totalidade do preço da mercadoria por eles produzida.

No entanto, para o bom funcionamento desse tipo de comércio, é preciso oferecer uma diversidade de produtos. Faz-se necessário então, estimular a diversificação do plantio, antes mesmo de seu estabelecimento. Pela mesma razão, seria fundamental criar este comércio em conjunto com a comunidade de Urubuéua, que tem outros produtos a oferecer. Haveria uma diminuição dos custos operacionais com um trabalho conjunto das duas associações.

Pensa-se que um *marketing* adequado deve ser feito, afim de atrair os consumidores; ou seja insistir sobre a qualidade, a conveniência local e artesanal dos produtos.

Os limites desse projeto são de ordem organizacional. É necessário capacitar e conscientizar os produtores sobre as responsabilidades

Ver a descrição dos procedimentos recomendados para o caso da comunidade de Praia Grande. Idem, no que se refere a gestão da produção (Anexo 2)

envolvidas num empreendimento desse tipo, posto que se trata de uma experiência nova, para eles. Todos deverão estar conscientes da responsabilidade de produzir com qualidade e regularidade para se beneficiarem da confiança e também da regularidade do consumidor.

Dois tipos de locais podem ser propostos para a instalação dessa "loja":

- a feira dos produtores, cujo acesso pode ser viabilizado através do Sindicato dos Trabalhadores Rurais. A feira oferece aos agricultores toda a infra-estrutura para armazenar os produtos. Uma taxa equivalente a US\$ 6,00 é cobrada pela Prefeitura a título de manutenção do prédio;
- Um local próprio. Um orçamento dos custos mensais previstos para seu funcionamento é apresentado na Tabela 37.

Tabela 37Despesas mensais, previstas para o funcionamento da "loja do camponeses"

| Tipo de despesas | Valores (US\$) |
|---|----------------|
| Aluguel | 150,00 |
| Salário de dois vendedores (2 salários mínimos) | 276,50 |
| Energia elétrica | 21,60 |
| Agua | 15,10 |
| Taxa da Prefeitura | 6,50 |
| Total | 469,70 |
| Court DODAGA I | |

Fonte: POEMA- Levantamento de campo (1994).

Os vendedores contratados poderiam ser filhos de produtores que estudam e moram em Abaetetuba.

Também no caso de uma ligação com a Associação de Urubuéua, seria possível instalar na própria loja uma unidade de beneficiamento de açaí. A Tabela 38 apresenta os custos necessários para este tipo de investimento.

Tabela 38Custos de investimento para aquisição de material para o beneficiamento do açaí em suco

| Tipo de equipamentos | Valor (US\$) |
|-------------------------|--------------|
| | 864,00 |
| Freezer | 162.00 |
| Motor | 32,40 |
| Máquina de "bater" açaí | 324,00 |
| Outro material | 1382,40 |
| Total | 1382,40 |

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

A Tabela 39 resume, enfim, os novos preços a serem recebidos pelos camponeses associados. Correspondem aos preços atribuídos aos feirantes, pois a "loja" pode alinhar os seus preços em relação aos praticados no mercado. Os custos operacionais (para a loja e o transporte) não foram incluidos porque dependem do volume de produtos.

Tabela 39
Preços atuais e preços brutos obtidos, no caso da comercialização efetuada através da "loia" e αanhos brutos resultantes

| 55.22 | 100 | 01.00 |
|----------------|----------------|-----------------|
| 55,22 | 100 | 81,09 |
| 59,82 10.28 | 100 100 | 43,22 148,26 |
| 10,28 | | 90,86 |
| | 59,82 40,28 | 10,02 |

^{*} Preços baseados sobre 100, que representa o preço final ao consumidor. Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

Resultados e perspectivas

Comercializar através de uma "loja", localizada na cidade de Abaetetuba, é uma oportunidade para a Associação obter um preço mais justo pelos produtos (os preços do mercado consumidor), pois, os camponeses associados poderão fazer, eles mesmos, a distribuição, desfrutando da proximidade da sede do Município.

Outros canais de comercialização, como o do centro consumidor de Belém, não são interessantes em explorar: os preços não compensam, devido à distância e os custos de transporte. Os preços chegam, às vezes, a ser até menores: por exemplo, a farinha de mandioca é mais valorizada em Abaetetuba do que na região de Belém, onde tem grande concorrência com a farinha de fabricação industrial.

O estabelecimento de uma "loja" permitirá um aumento da renda familiar, já que é possível estimar uma elevação de 90% nos preços dos produtos de maior importância econômica. Também, esta iniciativa deverá estimular a diversificação da produção na comunidade.

Outro aspecto importante dessa iniciativa é a perspectiva de juntar comunidades camponesas e, assim, não somente unir produtores de uma só localidade, mas, de várias. A consequência de reunir um maior número desses camponeses é a colocação de um volume maior e diversificado, reduzindo os custos e aumentando a renda familiar.

Comunidade de Urubuéua-Fátima

As propostas de comercialização alternativa para a comunidade de Urubuéua devem ser discutidas e encaminhada através da Associação de Produtores Rurais, visando uma maior participação e melhor organização, para evitar a concorrência entre os próprios produtores e atravessadores. Além de prévia organização, a comunidade deverá dispor de uma adequada infra-estrutura.

Infra-estrutura necessária

A aquisição de financiamento, junto aos órgãos públicos de apoio ao desenvolvimento da pequena produção, poderá ser efetivada mediante a apresentação de projetos específicos, de acordo com a entidade consultada, como já foi pormenorizado nas propostas referentes à Praia Grande.

Transporte

O BM POEMA II será de fundamental importância no escoamento da produção. A comunidade deverá estabelecer a frequência das

viagens e os responsáveis pela comercialização, procurando definir um sistema de revezamento entre eles. Naturalmente, o barco será incorporado ao patrimônio da AUFA que passará a administrá-lo.

Com a efetivação da feira dos pequenos produtores de Abaetetuba, a Prefeitura Municipal se propõe a disponibilizar, uma vez por semana, um barco para recolher produtos agropecuários da região das ilhas e transportá-los até à referida feira.

Armazém

A construção de um armazém na comunidade facilitará sobremaneira o fluxo da produção. Permitirá um melhor controle desta, com ganhos na conservação e obtenção de um maior poder de barganha com a estocagem de produtos, liberando-os apenas quando for possível obter melhores preços. A capacidade de armazenagem depende de um levantamento da capacidade produtiva das pessoas interessadas na comercialização conjunta.

A edificação ou aluguel de uma loja comercial em Abaetetuba constitui-se num ponto crucial para o domínio das diversas etapas do processo de comercialização, servindo também para a armazenagem e local para a instalação de máquinas de beneficiamento de cana-deaçúcar (garapa e mel) e de açaí, inicialmente. Vale ressaltar a independência desse empreendimento em relação ao lugar reservado para a comunidade de Urubuéua na feira do pequeno produtor e a ser negociado com a Prefeitura.

Unidades de Beneficiamento

A elaboração de projetos e a reivindicação de financiamento junto a organizações oficiais e não-governamentais, num primeiro momento, serão indispensáveis para a obtenção de unidades de beneficiamento, com vistas a valorização de produtos e a obtenção de melhores condições de conservação.

Investimentos iniciais deverão ser direcionados a produtos de fácil aceitação no mercado.

Garapeira

O estudo do fluxo da cana-de-açúcar demonstrou a importância do garapeiro como agente de beneficiamento e distribuição, operando com consideráveis margens de lucro, apesar de elevados custos operacionais. Portanto, é imprescindível a presença de uma moedeira na loja de Abaetetuba, para o preparo e venda do caldo de cana no próprio estabelecimento, seja, diretamente para o consumidor ou para os donos de lanchonetes, como ocorre nas garapeiras tradicionais. No caso, se adotado este método, a distribuição poderá ser feita utilizandose uma bicicleta cargueira como meio de transporte. Outro produto que pode ser explorado é o mel da cana-de-açúcar, de boa aceitação e beneficiamento relativamente fácil.

Amassadeira elétrica de açaí

Levando-se em conta a significativa produção de açaí e a importância desse fruto na economia amazônica, a instalação de uma amassadeira, na loja, irá contribuir para o domínio do fluxo comercial desta importante fonte de renda. A máquina em questão poderá ser facilmente operada pelos próprios produtores.

Beneficiadora de sementes de andiroba

Existe um número razoável de árvores de andiroba na comunidade, concentradas num local conhecido com "Furo dos Carecas". Algumas famílias, da comunidade, dominam a técnica de extração do azeite de andiroba, utilizado para fins medicinais. Como já há uma produção com mão-de-obra familiar, o que se sugere, neste caso, é melhorar as condições de comercialização e expandir a técnica de produção do azeite para as demais família.

Organização da comunidade para a comercialização conjunta

Capacitação gerencial

O treinamento de agentes responsáveis pela comercialização conjunta em todas as suas etapas deverá ser feito pelo POEMA, visto que os produtores, de uma forma geral, não têm experiência com as negociações necessárias. A existência de uma associação facilitará esse trabalho, posto que a mesma já possui tesoureiro, o qual poderá se responsabilizar pela parte financeira das transações, desde de que devidamente orientado.

Conscientização da comunidade

Deve-se conscientizar os produtores sobre as vantagens de um número elevado de participantes, principalmente, no que se refere à relação custo-benefício. Feito isto, a Associação comercializará conjuntamente a produção de seus associados, aproveitando o conhecimento que estes possuem sobre as preferências do consumidor.

A dinâmica da Associação dos Produtores Rurais de Urubuéua-Fátima (AUFA) no processo de comercialização conjunta

Caberá a AUFA, com auxilio do POEMA, o gerenciamento da comercialização com a participação efetiva de seus associados em todas decisões. Enquanto não se dispõe de um armazém, indica-se o Centro Comunitário de Nossa Senhora de Fátima para servir como local de referência para a entrega dos produtos. Referido centro oferece boas condições físicas, além de sua localização estratégica - próximo do porto - o que facilita as operações de embarque e desembarque. No centro comunitário faz-se necessário a construção de um depósito para o armazenamento de produtos não perecíveis, já que os produtos perecíveis deverão ser comercializados no dia da colheita.

A definição da frequência das viagens é outro ponto importante a ser determinado em assembléia geral, conjuntamente com o horário de saída do barco, normalmente de madrugada para que se consiga chegar as cinco horas da manhã em Abaetetuba, como já é de costume.

Há que se ter claro, também, que na etapa inicial, desse processo, a AUFA não poderá antecipar o pagamento para os produtores, uma vez

que não dispõe de recursos suficientes para isso. Numa etapa seguinte, assim que consiga fazer caixa, é que a Associação poderá então antecipar-lhes parte do valor da produção entregue, tendo por base o preço oferecido pelos atravessadores e, posteriormente, repassar-lhes a diferença resultante da comercialização final.

Os custos operacionais, incluindo transporte, diárias de agentes e outras despesas, bem como o custo fixo, necessários à manutenção da infra-estrutura deverão ser divididos entre os produtores de forma proporcional à produção de cada um. Para isso, há necessidade da existência de um rigorosci controle, tanto por parte da Associação como por parte dos produtores.

Novas estratégias de comercialização

Alternativa 1- Construção de uma loja/armazém em Abaetetuba

Esta alternativa prevê o uso do BM POEMA II, como meio de transporte até a cidade, eliminando a ação do primeiro intermediário, o *barqueiro*. Isso, contudo, não é suficiente. É preciso preparar toda uma infra-estrutura para negociar diretamente com o consumidor.

Embora a efetivação desta alternativa exija um custo inicial considerável, a eliminação de intermediários trará resultados positivos e estímulo à adesão de um maior número de participantes ao processo.

Os recursos para a construção ou aluguel de urna loja, deverão ser negociados junto às organizações governamentais e/ou não governamentais.

Alternativa 2 - Feira dos Pequenos Produtores de Abaetetuba

Caberá a AUFA negociar com a Prefeitura a cessão de espaço na feira para os seus associados. A possibilidade da Prefeitura disponibilizar semanalmente um barco, para a região das ilhas, não deverá afetar o cronograma de viagens do BM POEMA II. Dificilmente o espaço reservado no barco da Prefeitura, para a comunidade, será suficiente para todos os produtores. As alternativas 1 e 2 se complementarão, sem riscos de concorrência entre os camponeses, devendo ser igualmente gerenciadas pela Associação.

Quaisquer taxas ou impostos cobrados pelo uso da feira deverão ser divididos somente entre aqueles que dela se beneficiarem.

Alternativa 3 - Comercialização direta com varejista -

Uma terceira alternativa, mais fácil de ser implantada, embora menos efetiva que as anteriores, prevê a negociação dos produtores com os feirantes, amassadeiros e garapeiros, eliminando qualquer intermediário. Os produtos só seriam enviados à cidade quando devidamente negociados com os varejistas. Dessa forma, não haveria necessidade de armazéns para estocagem. Um agente de comercialização faria os contratos de compra e venda, sendo a distribuição feita por mão-de-obra da própria comunidade.

Tal forma de comercialização traria vantagens tanto para o camponês quanto para o varejista, aumentando a renda do primeiro e diminuindo os custos acumulados com a ação de *marreteiros* para o segundo.

Esta terceira alternativa difere das demais apenas a partir do momento que a produção chegar à Abaetetuba. Essa diferença é, entretanto, de vital importância enquanto não houver possibilidades concretas de serem colocadas em prática as outras propostas.

Resultados

A consolidação das alternativas sugeridas resultará no aumento da renda familiar e na eliminação um sistema de comercialização injusto pelo fato de não proporcionar a quem produz uma remuneração de acordo com seu esforço. Outro importante resultado refere-se ao controle, pelos produtores, de todo o processo de comercialização.

Comunidade de Novo Paraíso

Como integrante de um assentamento do projeto de reforma agrária do governo federal, a comunidade de Novo Paraíso dispõe de

um completo projeto de infra-estrutura básica. Entretanto, sua implantação não foi concluída conforme o planejado. Além da falta de manutenção das estradas existentes, deixando-as em permanente condição de péssima trafegabilidade, faltam estradas vicinais para o escoamento da produção das propriedades que se encontram localizadas mais distantes do núcleo da comunidade e, também, centro de comercialização.

Infra-estrutura necessária

A regularidade das condições de trafegabilidade da estrada principal, durante o ano inteiro, e a construção de estradas vicinais complementares são condições imprescindíveis à implementação das atividades de comercialização nessa comunidade. Além disso, faz-se necessário, também, a viabilização de meios de transporte, de um armazém comunitário e de unidades de beneficiamento.

Convém enfatizar que, nessa comunidade, a estrada constitui-se a infra-estrutura mais importante do processo de comercialização. A falta ou as péssimas condições de tráfego destas, principalmente durante o período chuvoso, além de deixar a comunidade isolada do resto da região, tem resultado em perda das safras de arroz, milho, cupuaçú e castanha-do-Pará, e na elevação do preço do frete das mercadorias.

Transporte

Para os produtores é extremamente importante a aquisição de um caminhão com a capacidade de 12 toneladas. Distante apenas 140 Km do município de Marabá, a comunidade encontra-se isolada por falta desse transporte. A associação deveria assumir a responsabilidade de reinvindicar ou elaborar projetos concretos em busca de recurso para a aquisição deste veículo. A disponibilidade de um transporte desse tipo permitiria a diminuição do elo de intermediação.

Armazém Comunitário

O armazém comunitário deverá ter características próprias para a

Associação, durante o processo de comercialização conjunta e, ao mesmo tempo, servir de local de classificação e embalagem do produto. Armazenar a produção não perecível para a comercialização no período de entressafra, obtendo assim um valor maior do produto. Servir de cantina, desde de que, administrada pela Associação.

Unidades de Beneficiamento

A unidade de beneficiamento é importante, para aumentar o aproveitamento dos produtos e subprodutos, para agregar valor ao produto elaborado na comunidade, para utilização nos períodos de entressafras.

Inicialmente, podem ser beneficiados na comunidade os produtos de maior expressão econômica, como arroz, banana, castanha e cupuaçú.

A implantação de uma usina comunitária de beneficiamento de arroz, permitirá aos produtores uma melhor remuneração e a obtenção dos subprodutos (cuir, farelo e cascas) para alimentação humana e animal. Com isto, além de quebrar a dependência dos produtores em relação aos usineiros, a Associação poderá agregar ainda mais valor ao produto, procedendo a classificação e o empacotamento do arroz beneficiado, em pequenas quantidades de 1, 2 e 5Kg, com a logomarca da Associação.

Sugestão de beneficiamento de outros produtos:

- cupuaçú: doces e geléia;
- Banana: farinha de banana, banana em passa, doce de banana;
- Castanha: amêndoa pré-desidratada, óleo de castanha.

Para a implementação do beneficiamento dos produtos acima citados, consultar a parte deste documento referente à comunidade de Praia Grande.

Organização comunitária para a comercialização conjunta

Capacitação gerencial

Conforme proposta efetuada para outras comunidades, essa ação

envolve o treinamento de todo o quadro dirigente e executivo da AGROCANP.

Conscientização da comunidade

Envolve o mesmo aspectos já abordados para as comunidades de Praia Grande, Camurituba e Urubuéua.

A Dinâmica da associação para a comercialização conjunta

A implementação da cantina é necessária não somente para facilitar a troca de mercadorias e venda de produtos manufaturados a preços mais compensadores que nos mercados da localidade, mas também, para servir como ponto de encontro dos produtores e troca de informações, principalmente, sobre o mercado agrícola.

Novas Estratégias de Comercialização

Diminuir o número de intermediários

Diferentemente das outras comunidades aqui pesquisadas, Novo Paraíso, desde que viabilizada a infra-estrutura de transporte, tem várias opções de mercado para seus produtos, dado a sua relativa proximidade e ligação rodoviária às cidades de circunvizinhas.

A implementação desse processo requer, todavia, que a Associação (AGROCANP) esteja bem estruturada e equipada, para ter melhor acesso ao mercado consumidor e impeça a atuação dos *atravessadores*, os quais, além do conhecimento dos mercados, estão bem organizados e equipados.

Os agentes de vendas devem, portanto, estar bem preparados para a execução dos trabalhos de escoamento e de venda, nessa perspectiva de alcançar o mercado consumidor final.

Tabela 40Preços atuais estimados, custos e preços brutos e líquidos (%)

| Produto | Preços* atuais recebidos | Preço* bruto alternativo | Estimativa de custo | Preço* liquido estimado |
|-------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------|-------------------------|
| Casatanha-do-pará | 37,50 | 100 | 15,67 | 84,33 |
| Arroz | 23,94 | 58,33 | 18,72 | 39,61 |
| Cupuaçu | 37,50 | 100 | 20,41 | 79,59 |
| Banana | 18,52 | | 3,70 | <u> </u> |

^{*}Preços baseados sobre 100, que representa o preço final ao consumidor.

Fonte: POEMA - Levantamento de campo (1994).

(...) sem informação do transportador.

A Tabela 40 mostra os novos preços recebidos pela Associação com a eliminação da figura do *transportador*. Os preços foram calculados sobre uma base de 100% dos preços pagos ao consumidor, indicando, desse modo, quais seriam os preços atuais recebidos pelo produtor e a estimativa de custo.

Novos Canais

A Associação tem várias opções de escolha de melhores centros de mercados, face à interligação rodoviária da comunidade com vários mercados potenciais, como Marabá e região Bragantina (PA), Imperatriz (MA) e a própria capital do Estado do Pará, Belém. Com a vantagem, nesta última, de comercialização na CEASA.

Resultados

Uma vez consolidada, a AGROCANP assumirá a liderança da comercialização conjunta dos produtos de seus associados, optando pelos melhores fluxos de comercialização e, com isto, quebrando as intermediações existentes.

A eliminação da figura do *transportador* da cadeia de comercialização resultará em ganhos para os produtores da associação da ordem de mais 165%, em termos bruto, e acima de 110%, em termos

líquido. Esse processo implicará ainda no desaparecimento da figura do bodegueiro, já que a Associação também vai assumir esse papel.

Com a implantação de uma usina de beneficiamento de arroz, o preço pago ao produtor poderá ser da ordem de 58,33% do preço final, com margem de lucro de 143,65%, em termos bruto e 65,45%, em termos líquido.

Com a implementação da cantina comunitária, os ganhos poderão ser maiores ainda, com margem de lucro de 317,71%, em termos bruto e 239,51, em termos líquido.

7 - Conclusão

As alternativas de comercialização, aqui propostas, têm como estratégia aproximar os produtores do consumidor final, o máximo possível, diminuindo as intermediações e alargando as margens de ganhos dos camponeses. Estes, através de suas associações, devem decidir sobre quais das propostas lhes convém implementar, de acordo com a realidade de cada comunidade.

A viabilização de quaisquer das propostas requer, conforme exposto anteriormente, que cada uma das associações ou comunidades disponha de um meio de transporte próprio.

Em todas as propostas, os preços pagos aos camponeses, dos produtos de maior importância econômica, correspondem a quase o dobro dos preços anteriormente recebidos, através dos intermediários, traduzindose, portanto, em uma real elevação da renda familiar dos camponeses.

As perspectivas de beneficiamento, a partir das propostas enumeradas, requerem a realização de estudos mais detalhados. Sua efetivação representará, também, uma fonte adicional de rendimento, assim como, uma considerável melhoria do estado nutricional das famílias.

O processo de comercialização conjunta, estimulará, por outro lado, a qualidade e a diversificação da produção nas comunidades, ocasionando também, como consequência, um aumento do valor dos produtos durante o ano inteiro, paralelamente à evolução dos módulos e

à implementação de armazéns e unidades de beneficiamento.

Pode-se observar, assim, nas comunidades que comercializam em conjunto, uma horizontalização e uma verticalização da agricultura. Horizontalização porque, com o estímulo resultante da venda agrupada e dos plantios em módulos agroflorestais, deverá ocorrer uma diversificação da produção, bem como, das fontes de rendimentos, no espaço e no tempo. Verticalização porque os camponeses, via as suas associação, deverão acumular mais força e, assim, mais controle na cadeia e no processo de comercialização.

A dificuldade da comercialização conjunta é, no entanto, a questão da solidariedade e a união dos produtores no processo. A expectativa, porém, é de que, na medida em que a comercialização conjunta for apresentando resultados positivos (melhores preços para os produtos) os camponeses deverão se encorajar e se interessarem pelo associativismo. Em outros termos, a melhoria dos preços dos produtos, que é um resultado concreto positivo, deverá estimular, sem dúvida, o fortalecimento da organização social.

Essas propostas estão abertas, em vários níveis. Primeiramente, estas permitem agregar maior variedade de produtos nas estratégias de venda (no futuro, escoar a produção resultante da implantação dos módulos agroflorestais, por exemplo); igualmente, já com mais experiência, as associações poderão ainda melhorar os preços, diminuindo mais as cadeias de intermediação; enfim, considerando-se que as estratégias permitem incluir outras comunidades, porque não trocar, nas propostas, o nome "Comunidade" por "Município" e "associação" por "central de associações" a fim de incorporar o maior número possível de produtores nessas estratégias alternativas?

8 - Referências Bibliográficas

- Da Costa M.F. & al., 1992. Zoneamento Ecológico-Econômico do Estado do Pará. Perfil técnico e definição de zonas e subzonas. Pará Desenvolvimento, Amazônia Ecovisões, IDESP, Belém, Edição especial 62-64 p.
- FAO, 1991. Development of the small farm: from dependency to self-reliance. Santiago, Chile. 36 p.
- IDESP, 1974. Estudos integrados da Ilha de Marajó. IDESP, Belém. 333 p.
- Lima R.R., 1956. A agricultura nas várzeas do estuário do Amazonas. Belém, Boletim Técnico IAN (33)164 p.
- Mistschein T., Magave J. & Junqueiro R., 1994. Amazônia: Alianças em defesa da vida. UFPa/POEMA, Belém. 236p.
- Sachs I., 1989. Sustainable Development: From normative Concept to Action. Background paper for the seminar on Environment. XXXth Anual Meeting of the Inter-American Development Bank. Amsterdam.
- SEFA, 1990. Sinopse do Comportamento da Arrecadação ICMs a nível de municípios Paraenses. SEFA, Belém. 154 p.
- SEICOM, 1993. Pará: Rico Por Natureza. Ver Editora, Belém. 82 p.
- Young R.H. & MacCormac C.W., 1989. Etude de marché pour les produits et les procédés alimentaires dans les pays en développement: compte rendu d'un atelier tenu à Singapour du 1 au 4 Avril 1986. CRDI, Ottawa, Ont. 163 p.

Anexo 1

Questionários

Questionários usados nas entrevistas com os camponeses

Nome:

Organização familiar:

| Nome | Nascimento | Parentesco | Sexo | Nível de escolaridade | Ocupacoes/At ividades |
|------|------------|------------|------|-----------------------|-----------------------|
| | | | - | | <u> </u> |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | - | | | | |
| | | | | | |

| Origem: | -da | comunidade |
|-----------|-----|------------|
| Origenii. | -ua | comunidade |

-de fora (onde e há quanto tempo você chegou?)

Agricultura

| | | | _ |
|---|--------|--------------|----|
| • | Número | de hectares: | ha |

• Número em propriedade legal: ha

• Tipo de lugar onde você trabalha:

1

-roça:

tarefa

-mata:

ha

-módulos completos:

número

-várzea:

ha

-módulos incompletos:

número

-igapó:

ha

-capoeira:

ha

- Meio de transporte para o município:
- Animal de carga (número e tipo):
- Atividades em comum:

| Tr | abalho: | Lugar onde você trabalha durante a semana |
|----------|---------|---|
| Horas | Ativid | ades |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| <u> </u> | | |
| | | |

Finanças:

- Quanto você ganha:
- Quanto seria necessário para a família:
- Você tem dívidas? Quanto (e com quem):

Sociologia:

Quais são os problemas que você encontra ? (piques de trabalho - dificuldades para armazenagem ou para comercialização - baixo preço de venda...)

Qual é a sua visão da agricultura em sua comunidade ? O que você espera da agricultura ?

O que você estaria disposto a fazer nos próximos anos para melhorar as suas condições de vida ?

Quais são as suas aspirações para a sua comunidade e a sua agricultura?

| Tipo de prod. | Número de ha/ | Unidade | Data de | Otde | Orda | 014 | 1 | | |
|------------------|---------------|--------------|---------|----------------|--------------|--------------|-----------|-------|-------------------|
| | plantas | | colheta | d _a | consumida | vendida | davenda | vanda | lipo de comprador |
| Acai | | Litro (rasa) | | | | 1 | ua vellua | venda | iocal de venda |
| Acerola | | Litro | | | | | | | |
| Amendoim | | | | | | | | | |
| Andiroba | | Litro | | | | | | | |
| Bacaba | | Rasa | | | | | | | |
| Buruti | | Fruto | | | | | | | |
| Banana | | Cacho | | | | | | | |
| Cana-de-açúcar | | Unidade | | | | | | | |
| Cacau | | Fruto | | | | | | | |
| Café | | Kρ | | | | | | | |
| Caju | | Fruto | | | | | | | |
| Coco seco | | Fruto | | | | | | | |
| Coco verde | | Fruto | | | | | | | |
| Cupuacu | | Fruto | | | | | | | |
| Castanha-do-Para | | Ξ | | | | | | | |
| Golaba | | Fruto | | | | | | | |
| Graviola | | Fruto | | | | | | | |
| Inga | | Feixe | | | | | | | |
| Abacaxi | | ∪nidade | | | | | | | |
| Jaca | | Fruto | | | | | | | |
| Inajá | | Fruto | | | 1 | | | | |
| Laranja | | 00 frutos | | | | 1 | | | |
| Lima | | 00 frutos | | | | \downarrow | - | | |
| Limão | | 00 frutos | | | | | | | |
| Miriti | | 100 frutos | | | | | | | |
| Mamão | - | Z, Z, | | | - | | - | | |
| Manga | | 100 frutos | | | | | 1 | | |
| Maracujá | | Kβ | | | | | | | |
| Muruci | | Litro | | | | | - | | |
| Piquia | | ∪nidade | | | | \downarrow | | | |
| Palmito | 7 | Χg | | | + | | - | | |
| Pupunha | (| Cacho | | | | | | | |
| Sapotilha | F | Fruto | | | - | | | | |
| Urucum | | Litro | | | \downarrow | | | | |
| Abacate | | | | | | | | | |
| | | | | | + | - | | | |

| Tipo de prod. Namero de ha/plantasnidade | imero de ha/plan | | Data de | Qtde | Qtde | Qtde | Valor | Data de | Tipo de comprador. |
|--|------------------|------------|-------------------|--------------------------------------|-----------|---------|----------|---------|--------------------|
| | | de venda | de venda colheita | produzida consumida vendida da venda | consumida | vendida | da venda | venda | local de venda |
| Culturas alimentares | | | | | | | | | |
| Arroz | | Saca 60 kg | | | | | | | |
| Caupi | | Saca 60 kg | | | | | | | |
| Mandioca (Farinha) | | Saca 60 kg | | | | | | | |
| Macaxeira | | | | | | | | | |
| Milho | | Saca 60 kg | | | | | | | |
| Hortaliças | | | | | | | | | |
| Abóbora | | Fruto/kg | | | | | | | |
| Fava | | | | | | | | | |
| Tomate | | | | | | | | | |
| Batata | | | | | | | | | |
| Batata-Doce | | Kg | | | | | | | |
| Maxixe | | Maço | | | | | | | |
| Melancia | | Kg | | | | | | | |
| Gergelim | | Kg | | | | | | | |
| Outras | | | | | | | | | |
| Aves | | Unidade | | | | | | | |
| Porcos | | Unidade | | | | | | | |

Questionário usado nas entrevistas com os intermediários

| Custo | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Processo de Custo | October | | | | | | | | | | | | | | |
| Custo | Γ_{-} | | | | | | | | | | | | | | |
| Transporte | | | | | | | | | | | | | | | |
| Para quem | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preço de Unidade Data ou Quantidade Frequecia Frequecia Preço de Unidade Quantidade Quantidade Data Frequecia Tempo entre Local da venda Para quem Transporte Custo | | | | | | | | | | | | | | | . 1 |
| Tempo entre | | | | | | | | | | | | | | | |
| Frequecia | | | | | | | | | | | | | | | |
| Data | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preço da Unidade Quantidade | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inidade | Pilo | | | | | | | | | | | | | | |
| Preço da L | 2 | | | | | | | | | | | | | | |
| Frequecia | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preço da Unidade Data ou Quantidade | | | | | | | | | | | | | | | |
| Data ou | 2 | | | | | | | | - | | | | | | |
| Unidade | | | | | | | | ì | | | | | | | |
| Preço da | + | | | | | _ | | | | | | | | | |
| | Produte 1 | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo4 | Produte 2. | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Produto 3. | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 |

Infraestrutura:

ura: Transportes
Local para armazenar
Equipamento para beneficiar
Outros:

Nome do atraversador:

Anexo 2

Fichas de registro da produção comum

FICHA 1:

REGISTRO DE COMERCIALIZAÇÃO: COMPRA E VENDA DOS PRODUTOS

| COMUNIDADE: | ASSOCIAÇÃO: |
|-------------|-------------|
| PRODUTOR: | |

| | | _== | | | Compra | | ī | Venda | |
|----------------|--|--|------------|--|--|--------------|--|------------------|--------------|
| Data | Assina- | Pro- | U | Quant. | Compra Preço R | 1,00 | | Venda Preço R | 1,00 |
| Data | tura | duto | | | i | | Quant. | | |
| | | | | | Unitário | Total | | Unitário | lotai |
| | | | | |] | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | - | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | - | | | | | |
| | <u> </u> | | | | | | <u> </u> | <u> </u> | |
| | | <u> </u> | <u> </u> | | | | | | |
| | | ├ ── | ļ | | | | ┼── | | <u> </u> |
| | | _ | | | | <u> </u> | | | |
| | | <u> </u> | | <u> </u> | <u> </u> | <u> </u> | <u> </u> | ļ | ļ <u> </u> |
| | | | | <u> </u> | <u> </u> | | | <u> </u> | |
| | | | | | | <u> </u> | <u> </u> | <u> </u> | |
| | <u> </u> | | | | | Ī | <u> </u> | <u></u> | |
| | | 1 | † <u> </u> | | | | | | |
| <u> </u> | | † | \vdash | | | | T | | |
| | + | + | +- | | + | † | | | |
| ļ | | ↓ | +- | | | | + | | |
| { } | 1 | | | 1 | | | | | |
| | | _ | \top | 1 | † | | | | |
| (| + | + | +- | | | | 1 | 1 | |
| | | | | | | | | | <u> </u> |
| 1 | | 1 | | | | | | | |
| 11 | l | <u> </u> | | <u></u> | | | | | |

FICHA 2 REGISTRO DE COMERCIALIZAÇÃO: DIVISÃO DA SOBRA

| COMUNIDADE - | ASSOCIAÇÃO: | |
|--------------|-------------|--|
| PRODUTOR: | | |

| | | T | | | | | | |
|--|-------------|---------|---------------|--------------|--------------|--|--|--------------|
| Data | Assina | Produto | Preço F | 3\$ 1,00 | Custo | adminis | trativo | Sobra a |
| Daia | tura | Frodulo | Compra (A) | Venda (B) | Fixo (| de op | eração | devolver |
|]] | iuiu | 1 | 101 | (0) | %) Valor | Valor | r % | (-BACB) |
| | | | | | (C) | (D) | 70 | (=B-A-C-D) |
|] | | | | | 1 | 1-5 | | |
| ļi | | | | | | | | |
| | | | | | 1 | | | |
| | | | | | | | ļ | |
| | | i i | | | İ | İ | | |
| | | | | | | | | |
| <u> </u> | | | | | | | | |
| | | | | ĺ | | | | |
| | | | | | _ | | | |
| | | | | | | | [| |
| | | | | | | | | |
| | | | | | L | l | | |
| | 1 | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | 1 | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | 1 | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | ł | 1 | | | | | | |
| | | | | | | <u> </u> | | |
| | | | | | | | | |
| j | Т | T | | | | | | |
| | | | | | | | l | |
| | | j | | | | | 7 | |
| <u>-</u> - | | | | | | | | |
| | { | | 1 | ł | | ' l | - 1 | li |
| | | | | | | | · | |
| | <u> </u> | | | | | 1 | 1 | |

Anexo 3Evolução dos preços na CEASA de Belém

