

ISSN 15169111

PAPERS DO NAEA Nº 339

**ALTERNATIVA DE COMERCIALIZAÇÃO PARA O PESCADOR
ARTESANAL DA VÁRZEA DO BAIXO AMAZONAS**

**Oriana T. Almeida
David G. McGrath
Sérgio Rivero
Gisalda Filgueiras
Shaji Thomas
Marta Coutinho
Átila Vilar de Almeida**

Belém, Dezembro de 2014

O Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) é uma das unidades acadêmicas da Universidade Federal do Pará (UFPA). Fundado em 1973, com sede em Belém, Pará, Brasil, o NAEA tem como objetivos fundamentais o ensino em nível de pós-graduação, visando em particular a identificação, a descrição, a análise, a interpretação e o auxílio na solução dos problemas regionais amazônicos; a pesquisa em assuntos de natureza socioeconômica relacionados com a região; a intervenção na realidade amazônica, por meio de programas e projetos de extensão universitária; e a difusão de informação, por meio da elaboração, do processamento e da divulgação dos conhecimentos científicos e técnicos disponíveis sobre a região. O NAEA desenvolve trabalhos priorizando a interação entre o ensino, a pesquisa e a extensão.

Com uma proposta interdisciplinar, o NAEA realiza seus cursos de acordo com uma metodologia que abrange a observação dos processos sociais, numa perspectiva voltada à sustentabilidade e ao desenvolvimento regional na Amazônia.

A proposta da interdisciplinaridade também permite que os pesquisadores prestem consultorias a órgãos do Estado e a entidades da sociedade civil, sobre temas de maior complexidade, mas que são amplamente discutidos no âmbito da academia.

Papers do NAEA - Papers do NAEA - Com o objetivo de divulgar de forma mais rápida o produto das pesquisas realizadas no Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) e também os estudos oriundos de parcerias institucionais nacionais e internacionais, os Papers do NAEA publicam textos de professores, alunos, pesquisadores associados ao Núcleo e convidados para submetê-los a uma discussão ampliada e que possibilite aos autores um contato maior com a comunidade acadêmica.



Universidade Federal do Pará

Reitor

Carlos Edilson de Almeida Maneschy

Vice-reitor

Horacio Schneider

Pró-reitor de Pesquisa e Pós-graduação

Emmanuel Zagury Tourinho

Núcleo de Altos Estudos Amazônicos

Diretor

Durbens Martins Nascimento

Diretor Adjunto

Ana Paula Vidal Bastos

Coordenador de Comunicação e Difusão Científica

Silvio Lima Figueiredo

Conselho editorial do NAEA

Profa. Dra. Ana Paula Vidal Bastos

Prof. Dr. Armin Mathis – NAEA/UFPA

Prof. Dr. Durbens Martins Nascimento – NAEA/UFPA

Profa. Dra. Edna Castro – NAEA/UFPA

Prof. Dr. Fábio Carlos da Silva – NAEA/UFPA

Prof. Dr. Francisco Costa – NAEA/UFPA

Prof. Dr. Luis Eduardo Aragón Vaca – NAEA/UFPA

Prof. Dr. Silvio Lima Figueiredo – NAEA/UFPA

Setor de Editoração

E-mail: editora_anae@ufpa.br

Papers do NAEA: papers_anae@ufpa.br

Telefone: (91) 3201-8521

Paper 339

Recebido em: 10/11/2014.

Aceito para publicação: 11/12/2014.

Revisão de Língua Portuguesa de responsabilidade do autor.

ALTERNATIVA DE COMERCIALIZAÇÃO PARA O PESCADOR ARTESANAL DA VÁRZEA DO BAIXO AMAZONAS

Oriana Almeida¹, David McGrath², Sérgio Rivero³, Gisalda Filgueiras⁴, Shaji Thomas⁵, Marta Coutinho⁶, Átila Vilar de Almeida⁷

Resumo:

O presente trabalho teve como objetivo analisar custos e benefícios da comercialização do pescador que utiliza barco de passageiro para comercializar o seu pescado, na região do baixo Amazonas. O trabalho mostrou que o pescador consegue uma renda de R\$15 por dia trazendo o pescado para comercializar diretamente para o consumidor enquanto a renda seria metade desse valor se fosse comercializado na própria comunidade. Também mostrou que dado o custo de comercialização de R\$36 reais a comercialização do pescado só se torna viável a partir da venda de 30 quilos em cada viagem de comercialização. Mapeando mais de 70 linhas de barco na região, esse estudo mostra que esta estratégia pode ser largamente utilizada por pequenos pescadores e que é uma forma fácil e de baixo custo de dobrar a renda oriunda da pesca do pequeno pescador artesanal.

Palavras-chave: Pesca Artesanal. Comercialização. Rentabilidade. Baixo Amazonas.

COMMERCIALIZATION OPPORTUNITIES FOR SMALL FISHERMAN IN THE LOWER AMAZON

Abstract:

This paper examines the costs and benefits of commercialization of fishing by small fishermen using passenger boats in the Lower Amazon. Results show that small fishermen can earn a daily income of R\$15 using this strategy. Income drops by half when they sell to middlemen in their communities. Costs per trip average R\$36. To be profitable, fishermen must sell more than 30 kilos of fish. This work maps over seventy boat routes in the Lower Amazon, showing that small fisherman can effectively use this strategy. It is an easy way for small fishermen, a traditionally low-income group, to double their income.

Keywords: Small Fisherman. Commercialization. Income. Lower Amazon.

¹ Professora e pesquisadora NAEA/UFPA, oriana@ufpa.br.

² Professor e pesquisador UFOPA, dgmcgrath52@gmail.com.

³ Professor e pesquisador ICESA/UFPA, sergiolmrivero@gmail.com.

⁴ Professora e pesquisadora ICESA/UFPA, gisalda.filgueiras@gmail.com.

⁵ Pesquisador NAEA/UFPA, shaji@outlook.com.

⁶ Doutoranda NAEA/UFPA, Professora do IFPA, coutinhomarta23@gmail.com.

⁷ Doutorando UFF, augustovilar@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

Desde o declínio da agricultura, a pesca passou a ser a principal atividade econômica da região de várzea do ribeirinho (MCGRATH et al., 1993, CASTRO, 2013) e por meio desta atividade um grande número de pescadores passou a obter a maior parte da sua renda (ALMEIDA, 2006; MCGRATH et al., 2008). Paralelamente, a pesca comercial cresceu com a expansão dos mercados urbanos (ALMEIDA et al. 2001, ALMEIDA 2003; ALMEIDA et al., 2002, 2009).

Dado que um grande número de pescadores possui baixo volume de capital, muitos desses ribeirinhos comercializam pescado em suas próprias comunidades para intermediários que vêm periodicamente comprar o pescado, ou para intermediário de suas próprias comunidades.

A renda obtida por esses pescadores varia em função do local onde o peixe é comercializado dentro da cadeia de intermediários. Vendas feitas a intermediários nas comunidades dos pescadores são feitas a um preço pequeno em relação ao preço da cidade.

Entretanto, mesmo exigindo maior tempo e capital de giro para comercialização, pequenos pescadores artesanais furam essa cadeia de intermediário com objetivo de aumentar sua renda e vendem o pescado diretamente para o consumidor, conseguindo um melhor preço para o seu pescado.

Este trabalho visou analisar três aspectos da comercialização do ribeirinho: em primeiro lugar, é mostrado que tipo de comercialização predomina nas comunidades e quais as principais formas de comercialização; em seguida, os custos e benefícios dos pequenos pescadores artesanais das comunidades que comercializam no mercado urbano utilizando barco de linha são comparados com custos e benefícios de comercializar dentro da própria comunidade; por fim, por meio do levantamento das rotas dos Barcos de Linha, em que se é avaliado o potencial de expansão dessa alternativa de comercialização para a população regional de várzea.

MATERIAL E MÉTODOS

A base teórica deste estudo está relacionada à Teoria de Canais, assim como se aborda a concepção da teoria de Canais de Comercialização e Distribuição de Coughlan, Anderson, Stern e El-Ansary (2002), conforme já descrito por Souza et al. (2010). Assim, com base nesta Teoria, tem-se que “os canais de comercialização vão se definir como um conjunto de organizações interdependentes envolvidas no processo de disponibilizar um produto ou serviço para uso ou consumo” (SOUZA et al., 2010). Ou seja, por essa definição, se trata de um conjunto de organizações interdependentes. Cada membro do canal depende dos demais para desempenhar sua função de forma correta. Então, disponibilizar o produto ou o serviço de modo eficiente e eficaz é o propósito do “processo” destacado na definição de Coughlan et al. (2002), citado por Thomé e Castro et al. (2007). Para estes autores, segundo a visão de Coughlan (2002), significa que satisfazer os clientes - sejam estes usuários finais

ou compradores de empresas - de forma lucrativa, é o objetivo final. Neste sentido, o intermediário tem um importante papel no processo de comercialização dos produtos, com destaque aos produtos agropecuários, uma vez que torna mais fácil para o produtor comercializar os seus produtos, tendo em vista que este agente (o intermediário) já tem ou possui um conhecimento prévio do mercado (SOUZA et al., 2010; THOMÉ; CASTRO, et al., 2007). Os agentes constituem, assim, o canal de comercialização que incluem ou podem incluir: os fabricantes, os intermediários e os usuários finais, sendo o primeiro o produtor que dá origem ao produto.

Adicionalmente, Coughlan et al. (2002), citados por Souza (2010) e Thomé e Castro (2007), defendem que “o termo intermediário refere-se a qualquer membro de canal que não seja o fabricante ou o usuário final (consumidor individual ou comprador empresarial)”. Para aqueles autores, existem diferenças entre três tipos de intermediários: atacadista, varejista e especializado. Na categoria de atacadistas, estão incluídos os atacadistas comerciantes ou distribuidores, representantes, agentes e corretores dos fabricantes. Os atacadistas comerciantes assumem a posse física do estoque, promovem os produtos e negociam financiamento, pedido e pagamento com seus clientes (SOUZA et al; THOME, CASTRO, 2007; BARROS, 2007).

Conforme Barros (2007), antes dos canais de comercialização, tem-se a “comercialização”, que significa o “processo social através do qual a estrutura de demanda de bens e serviços econômicos é antecipada ou ampliada e satisfeita através da concepção, promoção, intercâmbio e distribuição física de tais bens e serviços”.

Carvalho e Costa (2011) destacam que a comercialização agrícola é uma das atividades de maior complexidade dentro do sistema agrícola, dado que é a partir da produção que o “produto” em si assume a condição ou o caráter de “mercadoria” e, nesta condição, envolve a integração de mercados, que vai envolver diversos segmentos que se “apropriam” da produção. A partir deste ponto de mercadoria, o mesmo vai ter metas de vendas de quantidade e qualidade, formando, em cadeias, redes ou arranjos produtivos. A comercialização do setor primário diz respeito à transferência de bens, ou seja, a produção agrícola ou produtos semiprocessados aos consumidores (STEELE, 1971, citado por CARVALHO; COSTA, 2011). Quanto ao aspecto funcionalista, esta comercialização perpassa a teoria e a prática de comércio, envolvendo “[...] todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência de bens e serviços dos locais de produção aos de consumo” (STEELE, 1971, p.23 citado por CARVALHO; COSTA, 2011).

Isso representa uma série de atividades, funções ou processos pelos quais bens e serviços são transferidos dos produtores aos consumidores (SOUZA et al., 2010); e implica dizer que tais atividade ou processos vão operar, na verdade, na transformação de bens por meio de usos de recursos produtivos (capital, mão de obra etc.) que agem diretamente na matéria-prima, que é o insumo, no caso, no produto agropecuário, que pode ser peixe, madeira, grãos, e/ou outros produtos diversos,

como o fruto de açaí. É nesse sentido que a comercialização é um processo de produção e, portanto, deve e pode ser analisada pela teoria econômica.

A comercialização (venda) de produtos agropecuários, assim, exige um conjunto de esforços, de governos como dos próprios agentes interessados (incluindo o atravessador) e de crédito (WAQUIL et al., 2010), pois diz respeito à segurança alimentar, como as diversas carnes (proteínas) e demais produtos fundamentais à nutrição humana.

Pesca artesanal e sistemas de comercialização no Ituqui

Para caracterizar as formas de comercialização, foram coletados dados na ilha de Ituqui, que fica a 20 km ao sul da Santarém, para o mesmo período acima citado. A Ilha possui 20.000 ha onde residem, aproximadamente, 2.200 pessoas distribuídas em oito comunidades. Os dados relacionados com a comercialização do pescado em Ituqui foram coletados em cinco dessas comunidades, durante um período de dois anos. As entrevistas ocorreram na última semana de cada mês, com 52 pescadores somando um total de 611 durante o período de julho de 1996 a junho de 1997. Os pescadores foram entrevistados acerca do volume comercializado na semana, local onde ocorreu a comercialização, o transporte utilizado e o preço do pescado referente à semana da entrevista (CAMARA, 1996).

Comercialização do pescado no tablado

Os dados coletados acerca das características sociais e econômicas dos pescadores que utilizam barco de linha para comercialização do pescado foram baseados em entrevistas com 58 pescadores. As entrevistas foram feitas no principal mercado de desembarque de peixe de Santarém durante as manhãs dos meses de novembro e dezembro de 1998. O questionário continha perguntas acerca da origem do pescado, volume pescado por espécie de peixe, número de pescadores, canoas utilizadas, dias de pesca, quantidade de gelo levado e o preço de primeira comercialização do peixe. Além disso, um perfil social foi traçado a partir de dados acerca da profissão atual e passada, nível escolar, idade, principais fontes de renda e posse de propriedades.

Barco de linha

Na mesma época das entrevistas com os pescadores que utilizam barco de linha, foram feitas 78 entrevistas com os donos de barco de linha, em que se perguntou a rota de cada barco, as principais paradas, a frequência de viagens na semana e no ano, o valor do frete cobrado para pessoas, para volumes levados no barco e o fluxo de passageiros. As rotas dos barcos foram mapeadas num mapa com escala de 1 para 250:000, para avaliar a distância, custo da passagem e áreas atendidas.

RESULTADOS

Caracterização da pesca e comercialização do pescador artesanal

a) *Sistema de comercialização em Ituqui*

A pesca de Ituqui se caracteriza por ser uma pesca artesanal tradicional. McGrath et al. (1998) caracterizam a pesca em Ituqui como de pequena escala, envolvendo pescadores principalmente em tempo parcial, utilizando arreios simples e embarcações pouco especializadas. Quase toda a atividade pesqueira é praticada em canoas ou cascos de madeira, em que os pescadores utilizam principalmente as malhadeiras, seguidas da tarrafa e do caniço. Esses pescadores fazem em torno de 15 a 20 viagens por mês de mais ou menos oito horas de duração com captura média em torno de 15 quilos. A captura mensal é estimada em torno de 250 quilos e a produção média anual é de 2.900 quilos, dos quais 2.100 quilos são comercializados e o restante é consumido pelas próprias famílias dos pescadores (MCGRATH et al., 1998; CÂMARA, 1996).

Os pescadores de Ituqui possuem, basicamente, dois locais para comercialização: a comunidade onde residem ou o mercado. O pescador pode vender na comunidade para consumidores ou intermediários locais ou vender o pescado na cidade de Santarém, principal polo comercial do Baixo Amazonas. Um grande número de pescadores que pescam pequenas quantidades diárias de pescado comercializa o peixe, principalmente, para o intermediário. Das vendas feitas na comunidade, mais da metade são para o intermediário local e quase 20% comercializada diretamente para os consumidores locais. Do total de vendas feitas na cidade de Santarém, mais de 80% foi feita diretamente com o banqueiro, sendo poucas as vendas feitas diretamente ao consumidor ou ao frigorífico. Quando os dados são analisados em relação ao volume comercializado (em quilos comercializados), essa relação de locais de venda é praticamente mantida (Tabela 1 a e b).

As pessoas que vendem na cidade utilizam basicamente Barco de Linha e Barco Próprio para transportar o pescado. Pouco mais de 60% das vendas na cidade foram feitas com a utilização do Barco Próprio e 37% foram feitas com Barco de Linha (Tabela 1 c e d). O número de vendas feitas em Barco Próprio foi menor que o de Barco de Linha, enquanto o volume em quilos comercializado foi maior. Isso significa dizer que a venda média dos Barcos Próprios é maior que a venda média dos Barcos de Linha (116 quilos por venda comparado com 48 quilos por venda).

Assim, podemos ver que metade do volume pescado na comunidade é vendida a intermediários locais, sendo somente uma pequena fração vendida ao consumidor local enquanto na cidade o pescado é basicamente comercializado para os banqueiros das feiras e mercados. Do total vendido na cidade, um terço é transportado com a utilização de Barco de Linha enquanto dois terços são transportados com a utilização de Barco Próprio do vendedor.

Tabela 1. Percentual da venda total de pescado em quilos e em número de vendas e tipo de transporte utilizado para comercialização, em Ituqui, Santarém

(a) Vendas feitas na comunidade (n=198)		
	Número de vendas (%)	Quilos (%)
Para o Consumidor	19%	11%
Para o Intermediário da Comunidade	59%	55%
Para o Intermediário de Fora da Comunidade	4%	6%
Para o Intermediário de Geleira	18%	28%
Total	100%	100%

(b) Vendas feitas na cidade (n=90)		
	Número de vendas (%)	Quilos (%)
Para Intermediário - Banqueiro	81%	75%
Para Frigorífico	8%	15%
Para Intermediário - Marreteiro	8%	8%
Para Consumidor - no Tablado	3%	2%
Total	100%	100%

(c) Volume de venda (em KG) por tipo de transporte utilizado pelos pescadores para comercializar na cidade (n=90)

	Barco Próprio (n=35)	Barco de Linha (n=51)	Outros (n=4)	Total (90)
Para o Intermediário - Banqueiro	68%	86%	92%	75%
Para o Frigorífico	20%	7%	8%	15%
Para o Intermediário - Marreteiro	10%	6%	0%	8%
Direto ao Consumidor no Tablado	2%	1%	0%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

(d) Número de vendas por tipo de transporte utilizado pelos pescadores para comercializar na cidade (n=90)

	Barco Próprio	Barco de Linha	Outros	Total
Para o Intermediário - Banqueiro	71%	88%	75%	81%
Para o Frigorífico	11%	4%	25%	8%
Para o Intermediário - Marreteiro	11%	6%	0%	8%
Direto ao Consumidor no Tablado	6%	2%	0%	3%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: elaboração própria.

Comercialização com barco de linha

a) A utilização de Barco de Linha para Comercialização

Como foi visto acima, o barco de linha é uma importante forma de transporte para comercialização do pescado e permite que o pequeno pescador possa vir comercializar o peixe capturado no mercado urbano no qual os preços são mais altos. A utilização de barco de linha para

comercialização do pescado é uma das estratégias que o ribeirinho usa para aumentar sua renda por meio da comercialização.

A venda diretamente ao consumidor pelos pescadores no mercado urbano é possibilitada pela ação da Colônia de Pescadores Z-20, que coordena um mercado voltado para pescadores localizado nas margens do rio Tapajós. Nesse mercado formado de 68 pequenas bancas de madeira, o pescador que é sócio da Z-20 tem o direito de comercializar diretamente para o consumidor, mediante pagamento de uma pequena taxa diária. Para avaliar os benefícios e custos da comercialização, 58 pescadores foram entrevistados nesse mercado.

Os pescadores entrevistados, com exceção de dois casos que compram o pescado, pescam o peixe nas suas comunidades, transportam em barco de linha e comercializam diretamente ao consumidor. A história profissional desses pescadores varia, mas, basicamente, estão estreitamente ligadas à atividade agrícola. Dos pescadores entrevistados, 40% relataram que sua renda depende da pesca e da agricultura conjuntamente, enquanto outros 40% relatam que sua renda depende unicamente da pesca. O restante dos pescadores depende, principalmente, de outras atividades, como o pequeno comércio, aposentadoria, criação animal e salários.

Basicamente, todos esses pescadores pescam o ano todo, sendo somente uma pequena parcela (17%) que pesca de vez em quando e dois casos que pescam somente no verão. A pesca é feita em canoas e a maior parte dos pescadores (60%) pescou em sua própria comunidade ou em localidades próximas com familiares ou parceiros.

A maior parte das pescarias foi feita com malhadeira ou tarrafa, ou ambos, mas também ocorreu, em menor escala, pesca com caniço, espinhel ou arpão. Depois de cada pescaria, as malhadeiras foram consertadas pelos próprios pescadores que, em geral, são filhos e parceiros, mas, algumas vezes, o conserto foi feito por ajudantes, sobrinhas e esposas. Considerando que, em geral, mais de 2 pessoas consertaram os arreios durante 2,5 dias, foi necessária uma média de seis dias para consertar os arreios depois da pescaria.

Tabela 2. Custos e Rentabilidade da comercialização do pescado por meio da venda direta ao consumidor da cidade, venda diretamente ao intermediário, na comunidade, e venda direta ao intermediário da cidade, Santarém

	Lucro Real Preço na cidade para consumidor	% sobre custo	Lucro Simulado (A) Preço na comunidade para intermediário	% sobre custo	Lucro Simulado (B) Preço na cidade para intermediário	% sobre custo
	R\$		R\$		R\$	
Quantidade Vendida (Kg)	78,60		78,60		78,60	
Número de pescadores	2,08		2,08		2,08	
Dias de pesca	1,86		1,86		1,86	
Preço Médio	1,20		0,72		0,94	
Renda	91,81		56,59		73,89	

Gelo	9,95	28%	9,95	33%	9,95	28%
Comida	2,44	7%	2,44	8%	2,44	7%
Pilha	1,27	4%	1,27	4%	1,27	4%
Depreciação Canoa e Arreio **	3,72	10%	3,72	12%	3,72	10%
Transporte do Pescador	4,66	13%	-	0%	4,66	13%
Transporte do Isopor	0,62	2%	-	0%	0,62	2%
Conserto do Arreio	8,49	24%	8,49	28%	8,49	24%
Compra de Peixe	0,69	2%	0,69	2%	0,69	2%
Outros	3,64	10%	3,64	12%	3,64	10%
Total dos Custos	35,47	100%	30,19	100%	35,47	100%
Renda Líquida	56,34		26,40		38,42	
Margem de Lucro (%)	61%		47%		52%	
Renda Líquida Por Pessoa	27,09		12,69		18,47	
Renda Líquida Por Pessoa Por Dia	14,56		6,82		9,93	

* Lucro real é o lucro calculado com base nos preços de venda ao consumidor em Santarém. Lucro simulado (A): o lucro utilizando a mesma estrutura de custos das entrevistas e considerando o preço médio pago na comunidade (sem os custos de transporte). Lucro simulado (B) considera o preço pago pelo intermediário urbano.

** Depreciação calculada com base nos custos da pesca de canoa em Almeida et al. Inédito.

b) *Rentabilidade*

O volume médio vendido de peixe por cada pescador foi de 79 quilos. Esse volume não se refere somente a uma pescaria. Muitos pescadores comercializam o pescado depois de uma única pescaria, mas existem também pescadores que conservam o pescado dentro do isopor durante duas ou mais pescarias antes de comercializar o pescado. Mais da metade dos pescadores (52%) comercializaram o pescado de uma única pescaria, trazendo 48 quilos de peixe (s=55). Um quarto dos pescadores comercializou o pescado referente a duas pescarias, trazendo 69 quilos de peixe (s=141) e, por fim, o restante dos pescadores trouxe pescado referente a 3 pescarias para comercializar, trazendo 125 quilos de peixe (s=63). Em alguns poucos casos, os pescadores compram peixe de outros pescadores para vender, mas isso não chega a ultrapassar 5% dos casos entrevistados.

O tempo de comercialização durou, em geral, somente algumas horas durante a manhã, sendo somente três casos em que os pescadores passaram três dias para comercializar o pescado. Os pescadores utilizaram o barco de linha para trazer o peixe para o mercado, pagando entre 3 a 8 reais a passagem de ida e volta. Alguns barcos (40%) cobram entre um e dois reais para transporte do isopor, enquanto outros não cobram nada. A metade desses pescadores trouxe somente um isopor de pescado para comercializar, 25% trouxeram peixe em dois isopores e alguns trouxeram em 3 ou 4 ou em outras formas de acondicionamento (caixas ou saco).

A renda média por venda desse pescador é de R\$ 91, vendendo principalmente o curimatã (23%), acari (10%), tambaqui (13 %) e surubim (9 %). O preço médio de venda foi de R\$ 1,20 sendo os mais caros peixes como tucunaré e os mais baratos peixes como aruanã, pirarara e cujuba. O custo

total da pescaria e do transporte foi de R\$ 36, sendo o principal item o custo com gelo (28%), material para conserto de arreo (24%), comida (7%) e pilhas (4%). A estimativa de depreciação de arreios e canoas foi calculada com base em Almeida et al. (2001) e representaria 13% custo total. O custo de comercialização é, basicamente, o custo do transporte do pescador, que representa 13% do custo. Deduzindo o custo total da renda bruta, resulta em uma renda média líquida de R\$ 60. Entretanto, essa renda é dividida entre outros pescadores que participaram da pescaria (Tabela 2).

A forma de divisão da renda entre os pescadores que participam da pescaria é basicamente a mesma para todos os pescadores entrevistados. As despesas da pescaria e da comercialização (gelo, transporte, material para conserto de arreo, comida etc.) são somadas, deduzidas da renda bruta e o restante dividido por todos os pescadores que participaram da pesca. Nessa forma de divisão de renda, não há maior ganho para os donos dos arreios ou da canoa e não há maior ganho para o pescador que vem comercializar. Os pescadores repartem a renda entre os demais pescadores em partes iguais.

Considerando que a renda é dividida entre pescadores, a renda individual é bem menor que o valor da venda do pescado (R\$ 60). Dado que cada pescaria foi feita com uma média de 2 pescadores, a renda líquida para cada pescador foi de R\$ 30 (R\$ 60/2) e a renda por dia por pescador de R\$ 15,00; cada pescaria durou uma média de 2 dias (Tabela 2).

A estratégia de comercialização desses pescadores que trazem peixe para comercializar na cidade com barcos de linha se mostra como uma alternativa economicamente atrativa. As razões para utilizar essa estratégia de mercado são variadas. Uma grande parte desses pescadores (40%) não possui intermediários que chegam até a sua comunidade e, portanto, não possuem outra alternativa de comercialização a não ser a de comercializar o próprio peixe na cidade. Os demais entrevistados afirmaram que consideram os preços dos intermediários oferecidos nas comunidades muito baixos e preferem vir comercializar diretamente para o consumidor para conseguir melhores preços.

A busca por melhores preços no mercado urbano permite que o pescador aumente a sua renda significativamente, visto que o preço de venda do pescado oferecido pelos intermediários nessas comunidades seria de R\$ 0,72 por quilo, enquanto o preço médio de venda no mercado de Santarém foi de R\$1,20. Essa diferença de preço tem um impacto grande na renda do pescador. Se esses pescadores optassem por vender o pescado na comunidade, eles teriam uma redução de, aproximadamente, R\$ 5 nos custos por venda, dado que não teriam despesa com transporte, e teriam uma redução de R\$ 35 na renda bruta, tendo uma perda líquida de R\$ 30 reais. Calculando o ganho com base nos preços oferecidos pelos intermediários, a renda de cada pescador, por dia de trabalho, cairia de R\$ 15 para, aproximadamente, R\$ 7, ou seja, metade do valor que eles conseguem obter comercializando o próprio peixe em Santarém. Vendas na cidade para os intermediários proporcionam uma renda um pouco maior que esta, mostrando que também funciona como uma alternativa capaz de aumentar a renda em torno de 25% quando comparando com a alternativa de vender na comunidade.

c) *Viabilidade da venda por barco de linha e rede de transporte*

Dado que é necessário um volume mínimo necessário para que a comercialização do pescado seja viável, o intermediário é, muitas vezes, um elemento-chave para a comercialização do pescado. O intermediário é a pessoa que possui o barco para transportar o pescado e uma caixa com gelo para conservação do produto. O intermediário que mora na comunidade, em geral, acumula o pescado que vai sendo trazido pelos pescadores ao longo de uma semana e leva para vender na cidade. Geralmente vende o pescado à vista para um banqueiro conhecido, a não ser que o preço oferecido por outro banqueiro seja bem melhor que o do banqueiro habitual. Nessa relação com os pescadores, muitos intermediários assumem também a responsabilidade de fazer compras de natureza diversa, como material de pesca, material de conserto de arreo, breu, prego, materiais diversos de construção, ou mesmo objetos como baterias ou cigarros.

A relação, considerada comumente como uma relação de exploração, entre o intermediário e o pescador, é muitas vezes uma imagem equivocada, dado que muitas vezes o intermediário viabiliza a comercialização do pescador artesanal na comunidade para os pescadores que pescam pequenas quantidades por pescaria. Por exemplo, considerando as compras no período de 21 semanas (5 meses) de um intermediário da comunidade de Aracampina, aproximadamente 80% das compras foram feitas abaixo de 10 quilos.

Considerando os custos de comercialização dos pescadores que utilizaram barcos de linha (de R\$ 36; Tabela 2), o pescador tem que comercializar no mínimo 30 quilos de pescado para que não incorra em prejuízo. Simulando com base nesses custos e o sistema de produção da Tabela 2 (coluna a), é necessário que ele comercialize 62 kg de peixe⁸ para que ele tenha uma renda de R\$ 10 por dia.

O argumento aqui não é de que seja inviável a venda do peixe pelo próprio pescador, mas de que o intermediário possui um papel-chave na facilitação da comercialização que, muitas vezes, poderia ser inviabilizada devido ao pouco volume comercializado. Entretanto, o aumento da renda do pescador por meio da comercialização do pescado pode ser viabilizado por intermédio de organizações comunitárias que possam organizar a venda do peixe de vários pescadores com a utilização do barco de linha.

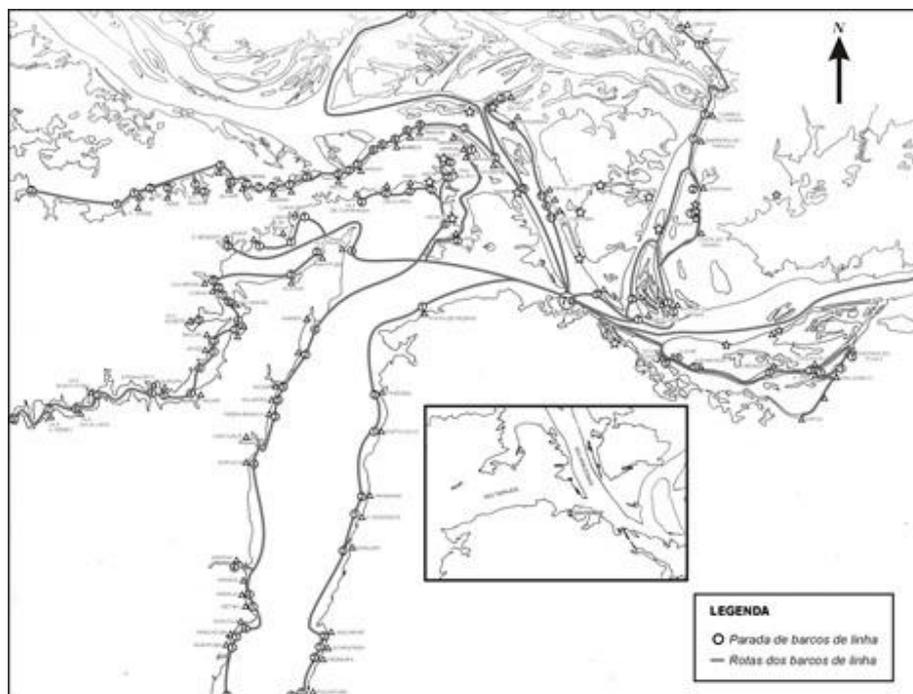
Rede de transporte

Segundo Almeida et al. (2001), um grande número de desembarques foi feito por meio dos barcos de linha em Santarém durante o ano de 1997 (25% dos desembarques), trazendo em torno de 16% do pescado desembarcado. Os barcos de linha transitam em uma área bastante vasta na região. O

⁸ R\$10 por pescador multiplicado por 2,08 pescadores por pescaria e 1,86 dias de pesca, somados a R\$36 de custos divididos por R\$1,2 por quilo de peixe vendido.

levantamento das rotas de 70 barcos de linha pequenos da região mostrou que a grande maioria trafega num raio de até 70 quilômetros de Santarém (Figura 2).

Figura 2. Mapa das rotas dos barcos de linha da região de Santarém, Baixo Amazonas, estado do Pará



Os barcos que fazem a linha regional ligando as comunidades com a cidade de Santarém são considerados barcos de pequeno porte, medindo 15 metros e com capacidade de transporte de 28 pessoas e 11 toneladas. Os preços cobrados pelas passagens variam de R\$ 2 a R\$ 15. Um grande número das comunidades está num raio de alcance desses barcos, e a alternativa de utilizar barco de linha para comercialização do pescado se mostra promissora para aumentar a renda dessa população.

Considerando a renda líquida de cada pescador, o preço das passagens e o preço de venda do pescado, na cidade e na comunidade, é mais lucrativo para o pescador comercializar o seu pescado desde que o custo de transporte seja menor que R\$ 35.

Dado que os preços das passagens de barco de Santarém para as comunidades regionais são abaixo desse valor, grande parte da população de várzea se beneficiaria utilizando o barco de linha para venda do seu pescado, em contraposição à venda na comunidade. Os resultados apresentados aqui demonstram que a comercialização do pescado diretamente para o consumidor se apresenta como uma alternativa sólida e que pode ser incentivada pela Colônia de Pescadores Z-20 e pelas organizações que trabalham para o aumento da renda do pescador.

CONCLUSÃO

A maior parte dos pequenos pescadores vende pequenas quantidades de pescado a intermediários de suas comunidades, mas um volume significativo é comercializado por meio de barcos de linha e de barco próprio.

A utilização de barcos de linha é uma boa alternativa para o pescador ribeirinho. Em geral, os preços nas comunidades se apresentam bem abaixo do preço oferecido pelos intermediários na cidade e ainda mais pelos preços de venda ao consumidor. Em Santarém, um conjunto de ribeirinhos viabiliza a sua comercialização no mercado dos pescadores fazendo o uso dos pequenos barcos de linha que transportam pessoas e cargas na região.

Utilizando esse tipo de estratégia de pesca, esses pescadores conseguem ter uma renda por venda de R\$ 91, e uma renda líquida por dia, por pescador, de R\$15. Caso esses pescadores optassem por vender o seu pescado nas comunidades aos atravessadores, a renda deles seria metade desse valor.

Além de a renda ser bem maior do que se fosse comercializado dentro da comunidade, essa renda também é duas vezes mais alta que a diária paga na comunidade. Esses resultados mostram que uma alternativa que exige pouco investimento do ribeirinho pode ser incentivada com vista a dobrar a renda oriunda da pesca. O capital de giro para alcançar esse objetivo é pequeno quando comparado com outras alternativas para aumentar a renda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, O. T.; MCGRATH, David; RUFFINO, Mauro L. The commercial fisheries of the lower Amazon: an economic analysis. *Fisheries Management and Ecology*, v. 8, p. 253-269, 2001.

_____. Commercial fishing sector in the regional economy of the Brazilian Amazon. In: WELCOMME, R.; PETER, T. (Org.). *Proceedings of the Second International Symposium on the Management of Large Rivers for Fisheries*. 1 ed. Bangkok: FAO-Regional Office for Asia and the Pacific/RAP Publication, 2004, v. 2, p. 15-24.

_____; LORENZEN, K.; MCGRATH, D. G. Commercial fishing in the Brazilian Amazon: regional differentiation of fleet characteristics and economic efficiency. *Fisheries Management and Ecology* 10, p. 109-115, 2003.

_____. Fishing agreements in the lower Amazon: for gain and restraint. *Fisheries Management and Ecology*, 16, p. 61-67, 2009.

BARROS, Geraldo de Sant'ana de Camargo. *Economia da comercialização agrícola*. Universidade de São Paulo/ESALQ. CEPEA, 2007. 221 pg.

CÂMARA, E. P.. *Implicações do Padrão atual de utilização dos recursos da várzea amazônica na sustentabilidade da reserva de lago*. 1996. 105 f. Dissertação (Mestrado Ciências Biológicas). UFPA, Belém, 1996.

CARVALHO, D. M.; COSTA, J. E. Comercialização agrícola no Brasil. OKARA: *Geografia em debate*. v.5, n.1-2, p. 93-106, 2011. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/okara/article/view/9271/7467>>. Acesso em: 4 Dez. 2013.

CASTRO, F. Between cooperation and conflict: the implementation of Agro-extractive settlement in the Lower Amazon floodplain. In: BRONDÍZIO, Eduardo S.; MORAN, Emilio F. (Eds.) *Human-Environmental Interactions: current and future directions*. Vol.1. New York/London: Springer, 2013. p. 213-234.

MCGRATH, D. G.; SILVA, U.; CROSSA, M. *A traditional Floodplain Fishery of the Lower Amazon River, Brazil*. NAGA-ICLAM. 1998.

MCGRATH, D.G.; CASTRO, F.; FUTEMMA, C.; AMARAL, B. D.; CALABRIA, J. Fisheries and evolution of resource management on the Lower Amazon floodplain. *Human Ecology*, 21:167-195, 1993.

MCGRATH, DAVID; CARDOSO, ALCILENE; ALMEIDA, ORIANA; PEZZUTI, JUAREZ. Constructing a policy and institutional framework for an ecosystem-based approach to managing the Lower Amazon floodplain. *Environ Dev Sustain*. Vol.10, no.5. p. 677-695, 2008.

SOUZA Jr., W; ALMEIDA, O. T. Avaliação do mercado da indústria pesqueira na Amazônia. In: Almeida, O. (Org.). *A indústria pesqueira na Amazônia*. Manaus: ProVárzea/IBAMA, 2006, v., p. 17-40.

SOUZA, S.S.S. de; FIGUEREDO, A.M.R.; BONJOUR, S.C. de M. MARTA, J.M.C. *Análise dos canais de comercialização do algodão colorido no estado de Mato Grosso*. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/12/01O016.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2012.

THOMÉ E CASTRO, L.; NEVES, M. F.; CONSOLI, M.A.; CAMPOS, E.M. Relacionamento e conflitos em canais de distribuição: um estudo em insumos agrícolas. *R. Adm.*, São Paulo, v.42, n.2, p.167-177, abr./maio/jun. 2007

WAQUIL, P.D.; MIELE, M.; SCHULTZ, G. *Mercado e Comercialização de Produtos Agrícolas*. Universidade Federal do rio Grande do Sul/UAB, Porto Alegre, 2010. p. 74.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, especialmente, à Márcia Tatiane Barroso Santos, pela coleta dos dados e elaboração dos mapas; à Tatiane Patrícia Souza dos Santos e ao Alzenilson de Aquino, pela digitação e tabulação. Aos pescadores de Ituqui, que se dispuseram a ser entrevistados; às coletoras de dados e à Lourdes Pinto, pela coordenação e digitação desses dados. Ao Ideraldo Rocha e ao Miguel Costa da Ilha de Ituqui, pelas informações adicionais e ao Everaldo e todos os demais diretores da Colônia de Pescadores, pelo apoio na coleta de dados de barco de linha. Aos pescadores da região de Santarém, pela gentileza com que concederam as entrevistas e aos donos de barcos de linha que facilitaram o trabalho e cederam informações acerca de sua atividade. Ao Dércio Viana e ao Edinaldo Lopes, pela elaboração final do mapa. Esse trabalho recebeu apoio financeiro da WWF-UK e DFID, IDRC, FAPESPA, CNPq e Capes.