



# PAPERS DO NAEA

ISSN 15169111

PAPERS DO NAEA Nº 149

**AÇAÍ, A FOTOSSÍNTESE DO LUCRO**

**Ma. Jucirene M. Nascimento**

**Belém, Maio de 2000**

**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**

Cristovam Wanderley Picanço Diniz

### **Vice-reitor**

Telma de Carvalho Lobo

## **Núcleo de Altos Estudos Amazônicos**

### **Diretor**

Edna Maria Ramos de Castro

### **Diretor Adjunto**

Marília Emmi

### **Conselho editorial do NAEA**

Armin Mathis

Edna Ramos de Castro

Francisco de Assis Costa

Gutemberg Armando Diniz Guerra

Índio Campos

Marília Emmi

### **Setor de Editoração**

E-mail: [editora\\_anae@ufpa.br](mailto:editora_anae@ufpa.br)

Papers do NAEA: [Papers\\_anae@ufpa.br](mailto:Papers_anae@ufpa.br)

Telefone: (91) 3201-8521

### **Paper 149**

Revisão de Língua Portuguesa de responsabilidade do autor.

# AÇAÍ, A FOTOSSÍNTESE DO LUCRO<sup>1</sup>

---

*Ma. Jucirene M. Nascimento<sup>2</sup>*

## **Resumo:**

Analisa-se o processo de comercialização de frutos de açaí no período da entressafra do verão (meados de dezembro de 1994 à meados de fevereiro de 1995). Inicialmente, e a nível de Feira do Açaí (ao lado do mercado do Ver-O-Peso, em Belém) foram identificados problemas de preços, quantidades e medidas, considerados como "abusos de mercado". Para desvendar a gênese desses fenômenos (abusos) procedeu-se ao levantamento das características naturais, sociais e econômicas da produção de frutos de açaí, a nível da área produtiva, isto é, no município de Ponta de Pedras, localizado na Ilha do Marajó, no Pará. Os resultados apontam um comportamento arbitrário dos sete grandes proprietários de açazais de Ponta de Pedras, em relação ao mercado. Para demonstrar a ação especulativa dos grandes proprietários recorreu-se ao estudo da estrutura de seus custos de produção comparada à de outros agentes econômicos. Finalmente, demonstra-se que a coleta e a comercialização do açaí realizam lucro do tipo oligopolista/cartelizado, com características especulativas, que explora no final do processo a população pobre que, por hábito, consome "vinho de açaí" (suco), não como sobremesa, mas como prato principal nas refeições diárias, acompanhado de farinha d'água, peixe frito, camarão ou charque.

**Palavras-chave:** Açaí. Lucros. Abuso de mercado.

---

<sup>1</sup> Este texto foi apresentado no Seminário Sobre Açaí, em outubro de 1996, realizado nas dependências do Museu Emílio Goeldi, em Belém do Pará.

<sup>2</sup> Economista-MS, pesquisadora associada do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos-NAEA, da Universidade Federal do Pará. Atualmente trabalha com comercialização de frutos extrativos regionais, inclusive açaí, sob a coordenação do Prof. Dr. David Gibbs McGrath

## 1. Introdução

Este artigo versa sobre comercialização de frutos da palmeira *Euterpe oleracea* Mart, conhecidos no território paraense por "frutos de açaí." A comercialização é, segundo Marx, uma etapa do processo produtivo integral. A respeito disse: "o processo real de produção é unidade do processo imediato de produção e do processo de circulação... Na realidade essa esfera **é a da concorrência**...; a lei interna que aí se impõe só é possível quando são grupados em grandes massas, e desse modo ela fica invisível e incompreensível para cada agente de produção". (Marx, *O Capital*, livro 3, vol. 6: 950).

Seguindo-se essa orientação teórica, tem-se que a comercialização de frutos de açaí remete-nos à esfera da troca e da concorrência. Os manuais de economia chamam a atividade de troca, de comércio, e vice-versa. Nos dicionários da língua portuguesa, a troca é definida como relação de compra e venda de produtos, ou seja, troca-se bens por moeda e moeda por bens. A razão da troca não é senão o preço, isto é, a quantidade do bem A por quantidade do bem B. Logo, o núcleo das relações de troca são os preços de venda.

Os preços de venda, todavia, apesar de gravitarem na esfera da troca, da circulação de bens, têm suas determinações na produção. Por exemplo, para Marx, o preço de uma mercadoria é expressão de seu valor. E o valor é determinado pelos recursos **efetivamente** gastos na sua produção. (Cf. Marx, *O Capital*, L3, vol.4:39).

Sabe-se, por outro lado, que toda produção ocorre sobre determinadas condições históricas. Dessa forma, torna-se evidente que a esfera da concorrência e da produção imediata estão embricadas. Daí a necessidade de introduzir-se duas instâncias de discussão: uma referente a concorrência e outra sobre forma histórica da produção, na região amazônica.

Em ciências econômicas, competição quer dizer rivalidade, disputa ou concorrência entre ofertantes de bens ou serviços iguais, que os negociam em grande escala. Para Cotta, (1978:92) "A concorrência é o antagonismo entre os empresários", ao que Marx acrescentaria: na esfera do mercado. Sobre ela, os economistas raciocinaram, durante anos, dentro de duas formas simplificadas de mercado que opunham uma a outra: o monopólio e a concorrência perfeita.

Assim, a noção de concorrência restringiu-se, durante muito tempo, à **concorrência de preços**, opondo pequenos empresários, todos eles satisfazendo uma procura sobre a qual tinham uma influência nula.

Mais recentemente, o sentido de concorrência abarcou outros meios e estendeu-se às grandes empresas. Visando dar uma imagem mais concreta da concorrência, economistas defrontaram empresas de dimensões diferentes, utilizando processos distintos e com horizontes desiguais. Admite-se hoje corretamente, que a concorrência assume aspectos diversos: as empresas podem entrar em concorrência fazendo variar os preços ou os produtos. As situações de concorrência mais correntes e que têm merecido um estudo mais aprofundado são os tipos de concorrência dita "monopolística". A **Teoria da Concorrência Monopolística** (1935) de E. Chamberlin operou uma verdadeira revolução na concepção tradicional da concorrência.

Nessa obra o autor abandonava, pela primeira vez, as categorias distintas da concorrência pura e do monopólio e adotava uma concepção mais realista, tomando em consideração os fenômenos de diferenciação dos produtos, de concentração, etc. Para a empresa que se encontra em situação de concorrência, a curva da procura deixa de ser um dado para se transformar numa variável sobre a qual o empresário vai tentar agir. Diferentes estratégias (redução do número de concorrentes, diferenciação do produto, ação publicitária) fazem intervir certas características de monopólio na curva de procura, daí o termo paradoxal de “concorrência monopolística”.

Na teoria da concorrência monopolística, a concorrência transforma-se num comportamento de conjunto, cujos meios são numerosos (o preço, a apresentação do produto, a qualidade do produto, a publicidade...). Quando o grau de concentração é total que um pequeno número de empresas assegura a maior parte da produção do setor, fala-se de “**oligopólio**”. O oligopólio pode aceitar ou recusar a concorrência total (oligopólio com ou sem acordo). Pode ser concorrencial ou não-concorrencial, de uma forma geral ou limitada em certos meios.

Se a comercialização é a esfera da concorrência entre ofertantes de mercadorias ou serviços iguais, cumpre compreendê-los dentro da estrutura social da produção onde estão inseridos. Assim, na Amazônia e na época do monoextrativismo da borracha formaram-se latifúndios de vários tamanhos, conforme Ianni (1978:86). Depois, e devido ao enfraquecimento da atividade mercantil da borracha extrativa, ocorreu uma espécie de camponezação geral da sociedade amazônica, isto é, as unidades produtivas familiares ou não constituíram-se com base em roças e criações ao lado da coleta de produtos de origem extrativa vegetal e animal (pesca), voltadas principalmente à produção de excedentes, sob a forma de mercadorias ou valores de troca. Porém, esse latifúndio anterior aos meados da década de 60 – antes do advento da política de ocupação da Amazônia – era considerado como o “estabelecimento rural onde o trabalhador se achava formalmente – e não de modo real – subordinado ao capital”. (O. Ianni, 1978:89).

Esse latifúndio anterior à política de ocupação da Amazônia combinava diferentes modalidades de trabalhadores, de organização social do trabalho e de relações, permitindo a existência do agregado, parceiro, arrendatário, meeiro, morador e outros, ou seja, trabalhadores que produziam para sua própria subsistência e para o dono da terra. Além do mais, esse tipo de latifúndio recobria a produção de mercadorias com relações de vizinhança, compadrio e outras do mesmo gênero, que em última instância lhe conferia a fisionomia de sociedade “comunitária”, diz Ianni.

Com o novo processo de ocupação e desenvolvimento da Amazônia – que tem seu marco histórico com a construção da rodovia Belém-Brasília – o capital penetrou em atividades produtivas que exigiam concentração fundiária, como condição de retorno ao capital investido. Em conseqüência, assistiu-se ao fenômeno da pressão social sobre “a mercantilização da terra” e com ela a transformação das relações sociais.

Esse enorme processo, que está em curso a mais de 30 anos, não conseguiu descaracterizar o latifúndio antiluviano da região do Marajó. Lá subsistem relações de parceria, arrendamento, meia, agregado e morador numa proporção bem mais acentuada que em outras regiões do Estado do Pará. E na base produtiva ainda persistem as atividades de roças, criações, coleta e pesca.

No discurso do Estado, o processo de ocupação produtiva da Amazônia pelo capital, objetivava elevar o nível de emprego, renda e bem estar da população regional. Na realidade os resultados desse processo apontam deterioração do padrão de vida dos trabalhadores rurais. Se continuam vinculados à terra, dedicam-se à pequena produção de excedentes – organizada com base em relações não-capitalistas de produção – sendo, inclusive, responsáveis ainda hoje por boa parte dos gêneros alimentícios básicos, que abastecem os centros urbanos regionais. Por outro lado, quando expropriados da terra, lançam-se à atividades não-produtivas, na condição de pequenos negociantes (biscateiros, feirantes, vendedores ambulantes, atravessadores, etc) ou submetem-se às relações de assalariamento ou ao desemprego crônico.

As relações ocorrentes na agricultura, independentemente do tamanho da propriedade e da forma das relações sociais, prestam-se à analogias com o caso do extrativismo: “na agricultura preços e produção se movem em direção oposta. Um volume grande tende a baixá-los; um pequeno, tende a aumentar os preços. Por outro lado, tem que considerar as variações estacionais”. (Guerra, 1976:10). Estas estão relacionadas à abundância ou a escassez de determinados produtos. Stigler (1970:111) advoga a escassez como um dos importantes fatores na determinação do preço de determinados produtos nas épocas de entressafra<sup>3</sup>.

**Entressafra** é o período intermediário entre uma safra e outra de determinado produto. Segundo Guerra (1976:11), nesse período registram-se as **menores quantidades** produzidas no ciclo anual do produto. Essa escassez de oferta é responsável pela **elevação dos preços**, que serão maiores quanto menos se dispuser de estoque do produto.

Comparando-se a entressafra de produção de frutos de açaí com a de outros produtos do setor primário da economia, pode-se afirmar que na entressafra do açaí – final do verão<sup>4</sup> de 1994 e início do inverno de 1995 – ocorre uma não correspondência entre o comportamento da quantidade ofertada e dos preços, que difere em essência da correlação de ambos na comercialização já observada e teorizada para o caso de produtos agrícolas e pecuários, que também experimentam o fenômeno da entressafra na produção.

Após dois meses de observação e coleta de dados diários na Feira do Açaí, identificou-se os **agentes** de comercialização na entressafra – os grandes proprietários de terras do Marajó, mais especificamente de Ponta de Pedras – e as **fontes** de produção de frutos de açaí (**Ponta de Pedras**, o único município paraense a dispor de açaí, nesse período, e o **Gurupi**, área limítrofe entre o Pará e o Maranhão). Além disso, havia levantado-se as quantidades diárias ofertadas na Feira. Em termos absolutos elas oscilaram, no período, entre um mínimo de 1.850 e um máximo de 3.850 paneiros diários, para o caso de Ponta de Pedras (com média de 2.850 paneiros) e 1.100 latas diárias para o Gurupi. Observe-se que Ponta de Pedras utiliza paneiros e o Gurupi, latas de querosene, como unidade

---

<sup>3</sup> No caso do açaí há duas entressafas, a do verão: meados de dezembro à meados de fevereiro e a do inverno: que vai de junho à meados de julho. Esses intervalos não são rígidos, mas suas variações são quase insignificantes.

<sup>4</sup> No Pará e na Amazônia considera-se o verão como o período compreendendo entre os meses de julho à dezembro e o inverno correspondendo aos meses de janeiro à junho.

de medida do açaí. Os paneiros de Ponta de Pedras não correspondem ao conteúdo de uma lata de querosene usada pelo Gurupi, que equivale a 15 Kg de frutos. Eles são bem menores.

A média diária (3.950 ) resultaria numa quantidade inédita para frutos de açaí, se comparada ao mesmo período em anos anteriores. Segundo o testemunho de feirantes, as quantidades na entressafra do verão de 1993 (e mesmo as mais remotas) não ultrapassavam a 600 paneiros, no caso do Marajó, embora no caso do Gurupi a situação fosse inversa. Em relação aos preços observou-se que: em dezembro de 1994, o preço de um paneiro de açaí, de Ponta de Pedras, custava R\$ 1,00. No mês de janeiro elevou-se de R\$ 12,00 para R\$ 24,00, chegando a alcançar, no início de fevereiro a cifra de R\$ 27,00. Portanto, de dezembro à fevereiro os frutos de açaí tiveram uma elevação de preço da ordem de 2.600%, num momento em que o mercado vivencia duas particularidades: as quantidades ofertadas mantiveram-se ao nível de 50% das quantidades ofertadas no verão (setembro/ dezembro de 1994) e que o país vive em tempo de moeda forte e inflação baixa e estável. Essas informações apontam aos seguintes resultados:

1. Na entressafra de outros produtos a elevação dos preços se explica pela escassez crescente da oferta;
2. A maior escassez ocorre no inverno e na entressafra do inverno e não na do verão;
3. Não há razões de ordem inflacionária a incitar preços crescentes;
4. Os preços são determinados pelo açaí de Ponta de Pedras;

As fontes de abastecimento são reduzidas e os agentes predominantes são grandes proprietários de terras e açaizais.

A conjunção dessas informações fez nascer o seguinte questionamento: como se explicam os “abusos de mercado” (manipulação de preços, quantidades e medidas) praticados pelos ofertantes de frutos de açaí, de Ponta de Pedras, na Feira do Açaí, na época da entressafra do verão de 1994/95?

O estudo da questão tem por objetivos: (1) identificar fenômenos econômicos e/ou sociais responsáveis pela elevação exagerada dos preços e pela manipulação das quantidades ofertadas e das medidas dos frutos; (2) situar esses fenômenos dentro do processo real da produção; (3) correlacionar as causas e (4) esboçar uma explicação do período da entressafra do verão de 1994/95, para frutos de açaí.

A resposta ao problema formulado exigia uma reconstituição das etapas do processo de comercialização, segundo os diferentes tipos de agentes que dele participam. Como o açaí procedia apenas de Ponta de Pedras e como já se sabia – através do levantamento de dados na Feira do Açaí – que a comercialização contava com atravessadores e grandes proprietários, ambos do mesmo município, estruturou-se a seguinte metodologia de coleta de dados e informações:

- Localizar esses agentes no município;
- Elaborar roteiro de entrevistas apropriadas a cada agente;
- Coletar as informações de modo que o discurso do entrevistado recontasse todas as etapas do seu próprio processo de comercialização;

- Sistematizar as três primeiras entrevistas, dando ênfase a pontos importantes, que nas primeiras inquirições haviam ficado obscuras ou não incluídas no roteiro.

Tendo-se por fio condutor metodológico a idéia de “reconstituição” integral do processo de comercialização de cada agente, as entrevistas foram feitas com base em perguntas do tipo abertas, todas elas “tentando” valorizar e deixar o entrevistado à vontade. Quando necessário reconduzia-se o entrevistado à retomada do seu próprio processo de trabalho ou interferia em suas divagações, formulando questões sobre assuntos relacionados a sócio-economia do açaí no município e/ou fora dele.

Essa metodologia e essa técnica de valorização do saber do entrevistado resultaram numa coleta de dados rica em informações, as quais compõem o material de trabalho deste artigo. A dificuldade desse tipo de metodologia é sistematizar o grande e rico volume de material qualitativo. Exige muito tempo e comparação dos discursos.

Os problemas de comercialização de frutos de açaí, identificados no final de dezembro de 1994 e início de fevereiro de 1995, não podiam ser entendidos a partir dos agentes de comercialização que atuavam na Feira. Os feirantes alegavam, por exemplo, que “recebiam” o produto a preços altos e que não tinham nenhuma ingerência sobre os preços. Restava, então, investigar as determinações vigentes na área de produção, já que o produto é nativo e a estrutura de sua produção e de seus custos não têm paralelo com a dos produtos industriais e as teorias que as explicam. Desse modo, a hipótese norteadora da pesquisa foi a seguinte: os problemas de manipulação de quantidades, preços e medidas, verificados na entressafra do verão de 1994/95, não têm sua gênese na esfera da circulação. Suas causas primárias são forjadas e (estão submersas) na esfera da produção material e da organização social da produção, própria da área de origem do açaí, o município de Ponta de Pedras, no Marajó.

## 2. Problemas identificados na feira do açaí, na entressafra 1994/95

Em meados de dezembro de 1994 à meados de fevereiro de 1995, Ponta de Pedras fora o único município paraense a abastecer Belém com frutos de açaí. É ainda produção tardia do verão, que se estende até aos dois primeiros meses da época do inverno. Por isso, Ponta de Pedras, na condição de dono absoluto do mercado, passara a manipular, na feira, as quantidades, os preços e as medidas dos frutos vendidos, ou seja:

a) **AGENTES E QUANTIDADES:** 80% das quantidades de açaí ofertadas na Feira do Açaí no período em questão provêm das terras dos grandes proprietários. Os 20% restantes pertencem a pequenos proprietários de açazais. Parte desse açaí é comercializado por atravessadores (de Ponta de Pedras) e parte pelos próprios pequenos proprietários. A percentagem de distribuição não foi possível obter. Além disso, observou-se que as quantidades diárias ofertadas eram variáveis, embora tivessem oscilado no período entre um mínimo de 1.850 e um máximo de 3.850 paneiros diários; neste caso, representando 77% das quantidades mínimas comercializadas no verão (5.000 latas).

b) **OLIGOPÓLIO DE FONTES:** Ponta de Pedras é praticamente o único município paraense a abastecer o mercado belemense com frutos de açaí, na entressafra do verão, já que a **Ilha das**



**Onças**<sup>5</sup> vinha ofertando reduzidas quantidades que, no final de janeiro de 1995, não ultrapassavam a 4 rasas pequenas por dia. O período, conta também com o açaí procedente da estrada **Pará/Maranhão (Gurupi)**. Mas esse açaí, por ser maltratado, quase sem cor e polpa com pouco rendimento, não determina preço na Feira. Seu preço é bem inferior ao de Ponta de Pedras, girando em torno de 50% do preço deste

c) **UNIDADE DE MEDIDA:** Ponta de Pedras costuma não aderir a um tradicional hábito difundido pelos municípios do Tocantins (Igarapé-Miri, Abaetetuba e Cametá) e que também é adotado pelo Gurupi, que é o de vender os frutos de açaí medindo-os em **latas de querosene** (que corresponde a 15 Kg de frutos ou 20 litros). Essa forma de medida ajuda os produtores de vinho de açaí, pois cada meia lata corresponde exatamente a capacidade de despulpamento mecânico do tambor das máquinas usadas em Belém. Ponta de Pedras, ao contrário, utiliza paneiros de tamanho diminuto ao mesmo tempo que eleva os preços dos frutos, por paneiro. Em janeiro/1995, a reclamação dos “maquineiros” era geral: “só que agora nós não estamos conseguindo tirar essas quantidades, porque o paneiro encolheu, não dá uma lata. O recurso é repassar os prejuízos aos consumidores, mas até isso tá difícil. Hoje o vinho mais fino, tipo água, custa R\$ 3,00” (o que equivalia, na época, a 3Kg de frango).

d) **PREÇOS:** Há uma espécie de acordo tácito entre os feirantes do açaí: se estabelecem um preço é aquele mesmo para toda a Feira. Pode subir, descer não, a não ser que esse produto perecível esteja sobrando. Comportam-se como se vendessem um produto de origem industrial, com custo de produção rigorosamente definido e contabilizado. Na Feira do Açaí, a maior do gênero em Belém, o paneiro de frutos de açaí foi vendido a preços que variaram, em janeiro de 1995, **de R\$ 12,00 à R\$ 24,00**, atingindo **R\$ 27,00** no início de fevereiro de 1995. Em dezembro, ainda na época da grande safra, o preço chegou a **R\$ 1,00** por paneiro. Considerando-se o período dez/1994 à fev/1995, a subida de preços foi da ordem de **2.600%**. Preço ou extorsão? A pergunta procede, porque nesse momento o país vivenciava alguns meses de moeda forte e a inflação achava-se baixa e estável.

### 3. Particularidades da produção de açaí em Ponta de Pedras

#### 3.1. Localização da Produção do Açaí

O açaí do verão, em Ponta de Pedras, é originário de duas regiões: a do baixo Marajó-Açu e a do alto Marajó-Açu. A primeira começa a produzir no final de julho e termina em dezembro. A segunda inicia a produção, em alguns lugares, em novembro e, em outros, em dezembro. Assim, para uns a safra ocorre em nov/dez/jan e para outros dez/jan/fev. Mas, segundo Gersina – moradora de uma grande propriedade - “puxando dá 4 meses” (o que é indicativo de intervenção sobre as quantidades a comercializar).

O período compreendido entre dezembro e fevereiro é abastecido por frutos da produção do verão, da região do alto Marajó-Açu, mais especificamente, da área onde esse rio recebe o nome de rio Fortaleza.

---

<sup>5</sup> Ilha situada próximo ao município de Belém, pertencente ao município de Barcarena

### 3.2. Relação de Produção

No rio Fortaleza e seus afluentes (Mauá, Bacabal, Marajó-Ité, Mututi, Paqueta São José e outros) predominam os grandes proprietários, em número de sete. Não dispõem de empregados assalariados, mas de **moradores**, com os quais estabelecem relações de trabalho, baseadas no “**Contrato de Meia**”.

A “meia” é uma forma de contrato social, comum nas relações de trabalho entre grandes proprietários e os moradores de suas terras. Estes, em troca de moradia e de trabalho, prestam serviço ao proprietário, mas não são remunerados com dinheiro e sim com frutos de açaí, apanhados por eles próprios.

Inquiridos do por quê desse tipo de relação, respondeu um grande proprietário: “*Dá de meia p’ra ele não ser meu empregado. Se fosse, queria carteira assinada e levava a gente no Ministério*”.

Os termos do contrato de meia constituem uma defesa da propriedade e da renda do proprietário: “A gente faz contrato de sócio, dividindo os lucros. No terreno a gente não deixa fazer casa, que dirá de telha, porque se o morador fizer casa, depois ele quer tomar conta”. O conteúdo do contrato de meia, em Ponta de Pedras, pode ser resumido a partir de suas vantagens e desvantagens, abstraídas a partir da entrevista de um grande proprietário de açaiçais do Marajó-Ité:

a) **VANTAGENS:** O proprietário não paga limpeza do açaiçal, pois o morador é obrigado a limpá-lo. “É um contrato como meeiro, isto é, se ele sair hoje não tem direito a nada. Todos são assim. Na meia, o dono do açaiçal recebe a parte dele limpa, isto é, sem despesa nenhuma”. (grifo nosso).

b) **DESVANTAGENS:** “Nenhum morador pode vender nenhum paneiro de açaí fora. Se vender vai p’ra rua. O dono pega toda a produção e manda os parentes vender. O preço pago ao morador é sempre menor do que o preço ofertado pelo atravessador daqui. O morador recebe pelo que dá aqui em Ponta de Pedras” (isto é, na sede).

No que se refere ao volume comercializado, as estimativas dos grandes proprietários coincidem com as dos feirantes de Belém. Para ambos, “provavelmente, 80% do açaí que vem é dos grandes”. Esta informação foi submetida a uma verificação, comparando-se a carga dos barcos dos proprietários e dos atravessadores. O resultado obtido foi variável, mas em média, a informação é correta. Desse modo, pode-se afirmar que 80% do açaí procedente de Ponta de Pedras, na época da entressafra, tem origem nas sete grandes propriedades, que retalham o rio Fortaleza em enormes fatias de propriedade privada de “grandes e ricos fazendeiros”, como são chamados. O curioso é que não há gado.

O restante da produção (20%) também advém do rio Fortaleza e seus afluentes e pertence à pequenos proprietários de açaiçais, alguns dos quais comercializam seu próprio açaí, outros vendem lá mesmo aos atravessadores, por não disporem de pessoal ou de barco próprio ou porque há dificuldades em obter barco fretado.

### 3.3. O Fenômeno da Desigual Maturação dos Frutos

No rio Fortaleza e seus afluentes há o fenômeno natural de desigual maturação dos frutos de açaí. Essa desigualdade divide a área em dois grupos: lugares em que a produção começa em novembro e se estende até janeiro e outros cuja maturação dos frutos é mais tardia, iniciando em dezembro e terminando em fevereiro. **No primeiro caso**, os proprietários realizam um mês e meio de comercialização da produção junto com a do restante do município de Ponta de Pedras e dos demais municípios do Estado (fase em que as quantidades ofertadas no mercado belemense são grandes e os preços são baixos) e um mês e meio que a comercialização ocorre dentro do específico período de entressafra. **No segundo caso**, apenas meio mês de comercialização coincide com a grande produção e comercialização do verão. Este segundo caso não só define a exclusiva produção da entressafra do verão, como é seu fundamento natural. Portanto, todas as propriedades e proprietários que possuem açaí maturando entre dezembro e fevereiro, não só chegam por último no mercado, como são, também, os ofertantes exclusivos do açaí, no período e também os mais beneficiados pelo fenômeno de preços altos e autônomos.

A maturação dos frutos não é só desigual em termos de localidades, ocorre também dentro das propriedades, devido a desigual maturação dos cachos por touceiras. Isto quer dizer que os frutos de um açail não maturam de uma só vez. Daí falar-se em início, meio e fim de safra. Nessas fases, o estágio geral de maturação é o seguinte:

**início:** cachos com frutos predominantemente **verdes**;

**meio:** cachos com frutos predominantemente **maduros**;

**final:** cachos com frutos predominantemente **velhos e ressecados**.

Assim, **no início** da safra, a produção é menor e o açaí a comercializar é predominantemente verde (os interioranos chamam-os "parau"). Açaí considerado de pouco rendimento. É, todavia, **no meio** da época de produção, que o açaí é maturado com mais uniformidade; a produção a comercializar é maior e os frutos apresentam suas melhores qualidades naturais. Essas vantagens naturais são apropriadas pelo grupo de proprietários, cuja produção é mais tardia. Portanto, as características de desigual maturação dos frutos dificultam, por um lado, a coleta dos frutos e, por outro, distribuem a produção em três períodos, com vantagens comerciais para aqueles que entram mais tardiamente no mercado.

## 4. Os custos dos frutos de açaí

### 4.1. Os custos dos proprietários

Nos produtos industriais, custos efetivos e margem de lucro são componentes do valor da mercadoria, sendo os preços de venda expressão do valor. O valor tem sido representado pela fórmula  $M=c+v+m$ , onde  $c$  é capital constante,  $v$  é capital variável e  $m$ , a mais valia. Ao somatório de  $c+v$ , Marx chama **preço de custo**. No entanto e segundo Marx, só se inclui no preço de custo o valor do capital **efetivamente despendido**. (K. Marx, O Capital, L3, V6:39). Este aspecto teórico é fundamental ao discernimento da questão dos frutos de açaí extraídos sob o contrato de meia.

Outra questão importante na compreensão dos custos e do lucro é a divisão da massa de excedente criada pelo trabalho. “A massa de valor de uma mercadoria que o trabalhador acrescenta com o seu trabalho ao valor do trabalho morto nela também incorporado, divide-se, segundo Marx, em duas partes: uma constitui o **salário** e outra, **a mais valia**. Desta derivam: juro, renda da terra, lucro comercial, impostos, renda pessoal do empresário e capital”. (NASCIMENTO, 1983:120/1). Portanto, teoricamente **lucro** significa uma parcela de mais valia, que se destina ao comerciante no caso de o industrial entregá-lo sua mercadoria para que ele a venda no mercado.

A questão do valor dos frutos de açaí não se enquadra na fórmula do valor dos produtos industriais. Em primeiro lugar, não há trabalho assalariado, há morador. Não há capital constante em relação com o capital variável, pois não há salários. Em terceiro lugar, não há capital investido, porque não há plantios de açazais. Os açazais são nativos, “mato brabo”, resultantes do trabalho da própria natureza (fotossíntese). Daí a derivação do título deste artigo, significando o mesmo que: Açaí Nativo e Lucro.

Mesmo não havendo organização capitalista da produção, há trabalho de alguém incorporado nesses açazais nativos. É esse trabalho, fonte de valor, que permite aos frutos de açaí tomarem a forma de valores de troca.

Enquanto frutos nativos são apenas recursos naturais, mas depois de apanhados, pelos moradores, passam de recurso natural à bem econômico. Nesse caso, há sim um custo de produção (um dispêndio de trabalho humano), mas não para os proprietários e sim para o apanhador. Esta forma de abordar a questão do custo parece já ter sido percebida antes pelos proprietários, pois revelam enorme consciência quando afirmam: “A gente dá de meia; a gente faz contrato de sócio, **dividindo os lucros**”. É exatamente isto que constitui a essência da meia: os custos são realizados pelos moradores e o lucro dividido por força das relações de propriedade privada da terra.

O sistema de meia consiste na divisão do açaí coletado pelo morador em partes iguais, isto é, se o morador apanhar 20 paneiros de frutos, 10 são seus e 10 do proprietário do açazal. “Na meia o dono do açaí recebe a parte dele **limpa**, isto é, **sem despesa nenhuma**”. A única contribuição do proprietário é deixar o morador residir em suas terras, porque este na verdade remunera a si próprio. Mas para os proprietários de Ponta de Pedras “o deixar residir” tem uma finalidade maior, a de “tomar conta da terra”, não permitir a invasão. Assim, para o proprietário trabalham: a natureza (a fotossíntese dos açazais) e o morador (“vigia” da terra e meeiro do açaí).

Em Ponta de Pedras, os grandes proprietários não vendem frutos de açaí aos atravessadores. É regra geral. Comercializam o seu próprio açaí. Uns dispõem de barcos grandes e os que não os possuem, pagam frete. Em janeiro de 1995, o frete por paneiro de açaí custava R\$ 0,50, para o trajeto Ponta de Pedras/Belém. No cais do porto, remuneravam os carregadores a R\$ 0,20, pelo carreto de um paneiro, para tirar do barco e depositá-lo na “pedra”. Assim, o custo total constatado foi de R\$ 0,70 por paneiro .

Diversamente dos grandes proprietários (que não remuneram o apanhador em dinheiro), **os pequenos proprietários** costumam pagar o apanhador na forma monetária. Em geral dispõem de um morador no “terreno”, como costumam chamar suas propriedades. Em janeiro de 1995 pagavam R\$

2,00, por paneiro, para o apanhador e traziam sua produção pagando frete. Também em janeiro, o frete era pago a R\$ 0,50, por paneiro e o carregador, na Feira, custava R\$ 0,20. Contabilizando esses gastos, tem-se um custo de R\$ 2,70, por paneiro, para o pequeno proprietário.

Há, todavia, outra fração de pequenos proprietários (os que não têm barco próprio e nem trazem o açaí para vender em Belém), que vende aos atravessadores locais. Nessa relação desencadeia-se um enorme e complicado processo de concorrência, tendo por palco os afluentes do rio Fortaleza. Seu conteúdo será objeto do relato a seguir.

#### **4.2. Os atravessadores e seus custos**

Há poucas oportunidades de empregos em Ponta de Pedras: na Prefeitura e nas barraquinhas da feira do mercado municipal. Com exceção do pequeno centro da cidade, todos têm sua própria máquina de bater açaí. O grande comércio está ligado aos grandes proprietários de terras e os menores, aos proprietários de barcos.

Emprego e renda para a grande maioria da população há apenas numa época do ano, no verão; época da grande safra do açaí. No verão quem não tem açazal vira atravessador, mas trabalha com açaí. Os atravessadores são pontapedrenses já excluídos da terra pelo sistema de latifúndio. Os que moram na cidade têm casas construídas em cima da grande ponte do Carnapijó, na ponte do Campinho e nas demais periferias alagadas da sede municipal. Outros residem no interior e concentram-se nas localidades chamadas Panema, Cucuíra e Arapinã. A população pobre é, quase toda, constituída de atravessadores. Aliás, o correto seria dizer tal qual está dito nesta afirmação:

”Todo rio tem atravessador. Quem não tem canoa (para atravessar) anda na dos outros. Atravessador tem muito, quando tá na época da safra. Agora (meados de fev/1995) não tem muitos, são poucos. Agora quem tem açaí é só os grandes proprietários”

Os atravessadores de Ponta de Pedras são exímios especuladores. Tiram todo tipo de vantagem que podem, porque é a época de conseguir provisões para a difícil jornada do inverno.

No final do verão e no início do inverno não há açaí nas pequenas propriedades do baixo Marajó-Açu. Açaí, nessa época, em Ponta de Pedras, só se encontra nas grandes propriedades do rio Fortaleza, mas os grandes proprietários não aceitam negociar com atravessadores. Não compram nem vendem açaí para atravessador. Costumam colocar toda a família para participar das operações de comercialização do açaí; até seus filhos universitários transformam-se em feirantes na Feira do Açaí. Em consequência dessa exclusão, os atravessadores são obrigados a mudar de atividade (nessa época) ou concorrer entre si pelo açaí das poucas famílias que orbitam os grandes latifúndios do rio Fortaleza.

Historicamente, é desde o final do verão que o número de atravessadores começa a cair. Em fevereiro de 1995, restavam em torno de 10 à 20% dos que atuaram no verão e as quantidades de açaí que comercializavam não ultrapassavam a 90 paneiros por viagem à Belém, embora o mais comum sejam quantidades que variam entre 20 a 50 paneiros.

Antes da entrada, no mercado, do açaí do inverno e originário do Centro e da Contra Costa do Marajó (Anajás, Mocoons, Arapixi e Afuá) esses atravessadores promovem uma verdadeira guerra de

concorrência para obter o açaí dos pequenos proprietários. O método de arrecadação do açaí pelo atravessador é o seguinte: passam de casa em casa distribuindo paneiros de três tamanhos diferentes, depois voltam recolhendo os paneiros com frutos de açaí e pagando os proprietários. Até aí tudo muito simples. Todavia, o segundo atravessador ao chegar na casa de um ribeirinho/proprietário de açaí e encontrar paneiros lá deixados por outro atravessador oferece um preço superior ao acertado antes entre o primeiro atravessador e o proprietário. O ribeirinho cede e o primeiro atravessador fica sem o produto.

Na próxima rodada é o próprio dono do açaí que toma a iniciativa de colocar um preço superior ao ofertado anteriormente pelo segundo atravessador. O primeiro que chega aceita e o segundo eleva ainda mais a sua oferta, resultando em novo aumento de preço. E quando há um terceiro atravessador, o preço passa a assumir feições de inflação galopante.

No mês de janeiro de 1995, o preço do paneiro de frutos de açaí começou com R\$ 2,50 e foi subindo até R\$ 6,00, quando na Feira do Açaí os preços atingiram R\$ 24,00.

Além do custo “de compra”, os atravessadores transportam o açaí pagando frete nos barcos dos grandes proprietários a R\$ 0,50 e carreto na Feira, em Belém, a R\$ 0,20, equivalendo, portanto, a um total de R\$ 6,70, em janeiro de 1995.5.

## **5. O papel do paneiro na concorrência**

Os frutos de açaí de Ponta de Pedras são comercializados em paneiros, embora aí esses paneiros sejam confundidos com rasas e assim chamados genericamente. Como afirmado antes, é o açaí dos pequenos proprietários sem barco, que se torna objeto de compra dos atravessadores pontapedrenses residentes, no caso do açaí do inverno, na sede do município.

Esses atravessadores deslocam-se, em canoas à remo ou pequenos barcos motorizados, para o rio Fortaleza e seus afluentes, fazendo os primeiros contatos com seus fornecedores o que inclui a distribuição dos paneiros. Esses paneiros são confeccionados com uma mistura de talas de buriti e jacitara, sendo de três diferentes tamanhos: um pequeno, outro médio e um terceiro que corresponde ao conteúdo de uma lata de querosene.

Os ribeirinhos proprietários preferem manter relações comerciais com os atravessadores que “deixam” os menores paneiros e pagam o mesmo preço de um paneiro maior. Por isso, forja-se, em Ponta de Pedras, um acirrado processo de concorrência entre os atravessadores, inclusive no que concerne à diminuição do tamanho dos paneiros, que acondicionam a mercadoria frutos de açaí. O município de Ponta de Pedras é o único no Estado do Pará, que vende frutos de açaí em paneiros tão pequenos, que não correspondem ao conteúdo de uma lata de querosene e na Feira se recusam a medir o açaí em latas de querosene. Inclusive em janeiro de 1995, desafiaram a SUNAB, o INMETRO e o PROCON, que tentaram organizar a feira e coibir os excessos.

“Na terra dos grandes proprietários, os paneiros são numerados conforme os moradores, isto é, cada morador tem um número que é pintado no paneiro e o dono tem a marca dele. É parece gado. Os moradores não pode emprestar os paneiro. Se emprestar é considerado roubo e tem punição, porque

são os proprietários que manda fazer os paneiro, **inclusive do tamanho que eles querem**, pois eles leva um paneiro para a fazedeira tirá a medida”. (grifo nosso).

Apesar da evidência da conclusão, resta-nos dizer que em Ponta de Pedras são os proprietários, grandes e pequenos, os responsáveis pelo reduzido tamanho dos paneiros que acondicionam a mercadoria frutos de açaí, pela reclamação geral que provocam nos compradores e pelos altos preços do açaí, tão altos que dão a sensação de estar-se diante de um bem de luxo.

## 6. O lucro na comercialização dos frutos de açaí

A tabela 1 resume os custos de produção e de comercialização de frutos de açaí, Ponta de Pedras, na entressafra, relativos a três tipos de agentes econômicos:

**TABELA 1- Custos de produção e de comercialização de um paneiro de frutos de açaí, de Ponta de Pedras, em janeiro de 1995.**

ITENS DE CUSTO	UNIDADE	Grande Proprietário	Pequeno Proprietário	Atravessador
Apanhador	paneiro	-	2,00	-
Compra	“	-	-	6,00
Frete	“	0,50	0,50	0,50
Carreto	“	0,20	0,20	0,20
<b>TOTAL</b>		0,70	2,70	6,70

Fonte: Pesquisa de Campo, 15 à 20 de fevereiro de 1995.

Os preços dos frutos de açaí variaram, na Feira do Açaí, em janeiro de 1995, entre R\$ 12,00 e R\$ 24,00. Tomando-se por base os custos dos grandes proprietários, têm-se duas situações: a **primeira** é que o preço de R\$ 12,00 se decompõe em 6% para custos e 94% para lucro. **segunda** é que os 94% de lucro – que equivalem a R\$ 11,30 – representam uma majoração da ordem de 1.614% em relação ao custo de R\$ 0,70, relativo aos grandes proprietários.

No caso do preço mais alto, ocorrido no final de janeiro (R\$ 24,00), há uma realidade mais escandalosa ainda: os custos permaneceram os mesmos, mas a composição do preço do paneiro de açaí foi alterada em virtude do alargamento da margem de lucro. É que do preço de um paneiro, 3% fôra custo e 97%, lucro. Esse lucro ao corresponder a R\$ 23,30 reflete uma elevação de lucro da ordem de 3.329% em relação ao custo de R\$ 0,70, relativo aos grandes proprietários.

Ao aplicar-se o mesmo raciocínio para o caso dos pequenos proprietários, que comercializam seu próprio açaí e para os atravessadores, chega-se ao resumo (tabela 2):

**TABELA 2 – Lucro do pequeno proprietário e do atravessador por paneiro de frutos de açaí. Ponta de Pedras. janeiro de 1995**

AGENTES	CUSTOS R\$	PREÇO MENOR	LUCRO R\$	PREÇO MAIOR	LUCRO R\$
Peq.Proprietário	2,70	12,00	9,30	24,00	21,30

Atravessador	6,70	12,00	5,30	24,00	17,30
--------------	------	-------	------	-------	-------

Fonte: Pesquisa de Campo, 15 a 20 de fevereiro de 1995.

Os dados acima evidenciam que os pequenos proprietários ao comercializarem seu próprio açaí obtêm rendimentos superiores aos dos atravessadores. No caso da venda à R\$ 12,00, 44% da composição do preço (R\$ 5,30) constituem a parcela do lucro do atravessador do interior que, por sua vez, se distribui entre ele e o atravessador da feira, na proporção de 60% e 40%, respectivamente (R\$ 3,12 e 2,12). Portanto, o atravessador do açaí é um agente econômico especulador por excelência, no entanto acaba sendo explorado pelos experientes e espertos atravessadores da Feira (ou “feirantes da Pedra”).

A sede especulativa não atingiu seu ápice no mês de janeiro, mas aí começou a mostrar toda a sua vitalidade. Assim, no momento em que os preços na Feira do Açaí atingiram o patamar de R\$ 24,00, o lucro comercial também aparece mais exuberante, inclusive para o atravessador, que passa a atingir o percentual de 72% na composição do preço e 258% em relação aos custos.

Ao preço de R\$ 24,00, o pequeno proprietário, que traz sua mercadoria açaí à Feira, saboreia um lucro comercial de 788,88% acima dos custos, numa composição de preço que balanceia 11% de custos e 89% de lucro, por paneiro de açaí.

Fica evidente que os custos são relativamente baixos e os preços de venda absurdamente altos. Vê-se que o menor ganho real é o do atravessador, porque os seus custos para adquirir, transportar, alocar na “Pedra” e vender são superiores aos dos demais agentes econômicos.

Finalmente, alguém poderia objetar dizendo que, nessa época, os preços são elevados devido ser grande a procura do produto. Em contra-argumentação teria-se:

1. Na entressafra e no inverno, mais da metade dos produtores de vinho de açaí fecham suas portas, só reabrindo no verão. Este fenômeno também aconteceu em 1995, o que implica em retração da demanda;
2. As quantidades de frutos de açaí na Feira, nessa entressafra de 1994/1995, foram tão grandes em relação aos anos anteriores, que chegaram a representar 50% das quantidades ofertadas (nos dias de pico da oferta) do verão passado (set/dez de 1994) e que giraram em torno de 10 mil latas/dia.



## 7. Síntese e avaliação dos resultados

Por força de determinações naturais, a produção de frutos de açaí, no período em estudo, localiza-se numa área restrita do município de Ponta de Pedras, no alto Marajó-Açu (no rio Fortaleza). Nas demais áreas do município não há produção de açaí nessa época. Nelas, a produção esgota-se em dezembro. Portanto, só os grandes proprietários de terras do Fortaleza detém a exclusividade do produto. Além do mais, trata-se de um produto cujas características são valorizadas pelos consumidores. Essa valorização amplifica-se com o fenômeno da maturação desigual dos frutos, o que permite aos proprietários enfeixar em suas mãos todas as vantagens naturais e de mercado, que um produto extrativo possa oferecer.

A produção e a coleta de frutos de açaí, no rio Fortaleza, tem suas determinações numa organização social que mescla latifúndios e pequenas propriedades. A extensão da terra determina o tamanho das propriedades e o volume da produção dos frutos. Os proprietários não se diferenciam apenas pela dimensão de suas terras, mas e principalmente por engendram formas distintas de relações de trabalho: a "meia", no caso dos grandes proprietários e o assalariamento por tarefa, no caso dos pequenos proprietários.

A meia e o assalariamento por tarefa desembocam numa diferenciação na estrutura dos custos dos proprietários que os adotam. É que sendo a "meia" um sistema de divisão de lucros, os grandes proprietários ficam liberados da responsabilidade econômica de gastos efetivos com a produção e a coleta. Ao contrário ocorre com o assalariamento. Daí porque os pequenos proprietários têm custos maiores que aqueles.

Assim, estrutura-se, em nível de organização social de produção, no rio Fortaleza, um sistema de classes sociais, que inclui classes não antagônicas e antagônicas. Estas evidenciadas através das relações de trabalho entre a classe dos proprietários de terra e a classe dos despossuídos, uns trabalhando como "moradores" e outros como assalariados. É sobre essa estrutura de classes sociais e de relações sociais de produção, que se erigem as demais relações econômicas.

Conseqüentemente, pode-se afirmar que **três classes sociais** participam da atividade econômica do extrativismo e comercialização do açaí: os grandes e pequenos proprietários, localizados no rio Fortaleza e seus afluentes, e a classe de despossuídos da terra (que se espalham por todo o município de Ponta de Pedras), e que ora aparecem na condição de morador ou de assalariado e ora como atravessador, na comercialização do açaí.

Os membros dessas classes têm papéis distintos e hierarquizados no processo de comercialização. No topo das classes, os sete grandes proprietários, que têm poder para ditar regras de comercialização do açaí originário de suas propriedades. São elas:

- O morador é sócio, mas não pode vender a sua parcela de produção. A comercialização dos frutos de açaí é de competência dos proprietários. A venda às escondidas resultará em punições ao morador;

- É terminantemente proibido vender açaí aos atravessadores, pois quanto maior o volume de produção à comercializar diretamente nas feiras, maior o lucro;
- As atividades-chave das etapas de comercialização devem ser entregues a parentes próximos e em último caso a pessoas de confiança do proprietário.

As classes possuidoras de terras e açazais nativos também se diferenciam umas das outras pela disponibilidade ou não de outros meios de produção, com os quais orquestram a produção e a venda do produto. **Os grandes proprietários**, via de regra, podem realizar as etapas do processo de comercialização de seu próprio açaí, porque dispõem de meios de transporte (barcos grandes) e de dinheiro para remunerar a mão-de-obra necessária às operações de comercialização. Costumam diminuir seus custos operacionais de comercialização utilizando intensamente a mão-de-obra familiar disponível. **Os pequenos proprietários**, em termos de disponibilidade de meios de comercialização, formam três subclasses: **uns** possuem barco próprio e realizam todas as etapas de comercialização até a venda final do produto. **Outros** recorrem a frete de barco. **Outra fração** vende o açaí ao atravessador, lá mesmo em sua propriedade.

Portanto, a fração da produção de açaí, objeto de compra pelo atravessador, tem procedência numa só fração de pequenos proprietários. Como o número de atravessadores é grande em relação ao *quantum* de produção a eles destinada, forja-se um acirrado processo de concorrência, que envolve disputa por paneiros (embalagem) de tamanho diminuto e preços altos para atrair o vendedor ribeirinho.

Diferentemente dos grandes, os pequenos proprietários não estabelecem regras apriorísticas e autonomamente. As operações de comercialização se lhes apresentam como variáveis e não como dados. A solução de dificuldades está na razão direta dos recursos disponíveis à comercialização. À falta deles lhes remetem a relações com membros ou da classe dos grandes proprietários (é o caso do pagamento de frete de barcos) ou com a classe dos atravessadores. Portanto, são as carências dos pequenos proprietários que, paradoxalmente, os tornam geradores de oportunidades de trabalho, emprego e renda à uma fração diminuta da multidão de despossuídos e desempregados, os atravessadores e da tripulação assalariada dos barcos de frete. Mas a relação dos atravessadores com os pequenos proprietários faz nascer um processo de concorrência, que vai selecionando os mais competitivos e dando origem a um patamar básico de preços de comercialização ou como eles chamam: "os custos do produto no interior".

A maioria dos atravessadores depende dos grandes proprietários para transportar o produto e dos "atravessadores da pedra" ("feirantes") para vender o açaí nas feiras de Belém. Por sua vez, os feirantes dependem, historicamente, nessa época, do produto dos grandes e pequenos proprietários para revendê-los e auferir renda. Portanto, trata-se de uma cadeia hierarquizada de dependências, que engendra submissão para uns e poder para outros.

Os mais dependentes na cadeia, os feirantes (que entram em relação direta com os consumidores no atacado) não ousam dizer, por exemplo, que os preços estão altos demais, mas ousam justificar ao comprador que "os custos no interior estão altos". Não lhes interessa saber qual a margem de lucro do proprietário do açaí; só lhes interessa a renda diária, que a venda do açaí lhes proporciona.

Em síntese, em nível da produção tem-se que uma privilegiada **localização** resulta em **exclusividade** como ofertante de açaí (numa época em que as demais regiões acham-se em fim de safra). E o produto é de boa qualidade. Em nível de organização social, as classes se diferenciam pela quantidade e qualidade dos meios de produção que possuem e pelas relações sociais de produção que engendram, resultando em custos de produção e de comercialização diferenciados, indo em sentido crescente dos grandes proprietários para os atravessadores.

Entre os atravessadores e os pequenos proprietários, que lhes vendem açaí, intervém a lei da oferta e da procura: uma oferta escassa que, pela concorrência, eleva os preços de custos de aquisição do açaí, de tal sorte que o resultado vai ser o ponto de partida na determinação dos preços de venda do açaí dos grandes proprietários, ou seja, em cima dos custos máximos e reais atingidos só pelos atravessadores, os grandes proprietários arbitram uma gorda margem de lucro, fazendo os preços de venda, de um pequeno panheiro de açaí, ascender à estratosférica cifra de quase trinta reais, na época da entressafra. E assim, apropriam-se de uma desvantagem do trabalho social (de atravessadores e pequenos proprietários), que não faz parte direta de seu próprio processo produtivo e nem das suas operações de comercialização.

Esse resultado dos custos diferenciados e do preço de mercado guarda incrível semelhança com a teoria ricardiana da *renda territorial diferencial*, tal como apresentada na obra de 1817, “*Princípios de Economia Política e Tributação*”. Aí diz ele, no mercado o preço dos produtos é regulado pelo produto *mais caro*, compreende-se que os frutos de todos os terrenos alcancem um preço de mercado uniforme (sendo o que ocorre com o açaí, pois em 1994/95 o preço de R\$ 27,00 era igual para todos os agentes, embora diferenciados fossem seus custos). “O valor de troca de todas as mercadorias, sejam manufaturadas ou produto das minas ou da terra é sempre regulado, não pela quantidade menor de trabalho, que será suficiente para sua produção em condições altamente favoráveis e aproveitadas por aqueles que têm particulares facilidades para sua obtenção, mas pela maior quantidade de trabalho necessariamente aplicada (empregada) por aqueles que não dispõem de tais facilidades e continuam a produzi-las nas condições mais desfavoráveis (o que é o caso dos pequenos proprietários em relação com os atravessadores). Entende-se por circunstâncias mais desfavoráveis aquelas em que o produto se obtém com maior dificuldade e em que se deve operar para obter a quantidade necessária do produto”. (David Ricardo, 1982: 68)

## 8. Comentários e conclusões

O que inicialmente foi classificado como "abusos de mercado", nada mais são do que características específicas de uma estrutura de mercado do tipo oligopolista cartelizada.

A cartelização evidencia-se através dos mecanismos usados em comum pelos grandes proprietários como: a exclusão dos atravessadores, a fim de controlar a maior parte possível da oferta; a fixação de preços altos e comuns e a redução do tamanho das embalagens (paneiros), que também visa aumentar o controle sobre a oferta do açaí. A oligopolização identifica-se pelo número de famílias latifundiárias envolvidas na coleta e venda do açaí, sete apenas.

A localização privilegiada, que lhes garante a exclusividade de produção paraense no período, a qualidade do produto e as quantidades que destinam à comercialização constituem pré-requisitos vantajosos e de diferenciação do seu produto frente ao do concorrente, o açaí do Gurupi.

A diferenciação dos frutos (pela qualidade), por sua vez, mantém uma demanda praticamente cativa às características naturais do produto (e arredia ao da estrada PA/MA-Gurupi), o que a torna presa fácil às manipulações dos ofertantes. É o caso da aceitação dos altos preços dos frutos de açaí pelos maquineiros (compradores de frutos de açaí no atacado e produtores de vinho de açaí), isto é, se cedem a preços elevados é porque têm a quem repassá-los: aos consumidores de vinho de açaí. E quem, na entressafra, alimenta a ganância do oligopólio pontapedrense não são as famílias ricas ou de classe média, mas sim a classe pobre e particularmente àquela fração que se habituou, desde a infância carente no interior, a consumir **pirão de açaí** como refeição principal, não importando se trata do almoço ou do jantar ou se o acompanhamento é peixe, camarão ou charque. É isso mesmo: para esses “viciados” em açaí, há sim uma inversão, a proteína passa a ser o acompanhamento e o açaí o prato principal. Daí ser o vinho de açaí indispensável na mesa dessas pessoas, diariamente.

As manipulações de quantidades resultam de duas situações: a produção ofertada, na Feira do Açaí, por atravessadores e pequenos proprietários (20%), não é capaz de influenciar na determinação dos preços e esta decorre da hegemonia e do nível cultural dos feirantes ligados aos grandes proprietários. Assim, na entressafra do verão de 1994/95, aproximadamente 20% dos vendedores de frutos de açaí, na Feira do Açaí, eram filhos e parentes próximos dos grandes proprietários de açazais nativos. Alguns eram universitários e dominavam a chamada lei da oferta e da procura. Jogavam com ela, especulavam. Ditam preços à vontade, tomando por base os custos altos e reais dos atravessadores como se fossem seus próprios custos. Ganham duplamente: por inventarem custos altos e por arbitrarem boa margem de lucro, com isso controlando os preços de venda. Para garantir a trajetória de preços altos desde o finalzinho de verão, a estratégia é administrar as quantidades a serem remetidas ao mercado. Abastecê-lo com pequenas quantidades, logo no início, é uma estratégia. Daí porque passaram de R\$ 1,00 em dezembro/94 para R\$ 12,00 no início de janeiro/95, guardando uma relação programada com a quantidade enviada ao mercado (1850 paneiros).

A partir daí a relação preço x quantidade é apenas um jogo subréptico e alheio à demanda. A esse jogo corresponde um discurso ideológico que escamoteia as manipulações dos grandes proprietários ao transferirem para a “época que tem pouco açaí” as causas dos preços excessivamente altos. Todavia, a realidade é implacável: as quantidades de frutos de açaí, no período em análise, não só foram superiores às das entressafras do passado próximo – como pude comparar com a entressafra de 1990/91 e como eles mesmos constataram em relação aos anos de 1992 e 1993 – como tendem a aumentar, em virtude da descoberta e difusão da técnica de manejo de açazais nativos, (técnica que, por sinal, foi descoberta por acaso, com a derrubada de açazais para a extração de palmito) e, quem sabe, através da ampliação de açazais, via plantios racionais.

As manipulações de quantidades, preços e medidas não nascem nem de modelos teóricos, postos em prática por feirantes-universitários, nem do tamanho da propriedade da terra, nem das relações sociais, nem do sucesso mercantil dos frutos de açaí, mas do caráter monoextrativista do

latifúndio pontapedrense. Portanto, essas manipulações têm gênese no fato dos grandes proprietários de açais de Ponta de Pedras sobreviverem da economia do açaí, fazendo dela uma espécie de fonte principal de renda da propriedade, que funciona como poupança familiar, que tem por função financiar não apenas outras atividades, como também prover as necessidades de consumo dos membros familiares. Por isso, elevam os preços, diminuem os panzeiros e manipulam as quantidades como formas de embolsarem altas rendas num único período, a fim de acumularem recursos para as demais épocas do ano, garantindo, assim, um padrão alto e uniforme de renda e de nível de vida para os demais meses do ano.

### **Agradecimentos**

A realização deste artigo deveu-se, em primeiro lugar, ao prof. Dr. Francisco de Assis Costa, coordenador geral do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, na época, e ao prof. Dr. David McGrath, coordenador do Setor de Pesquisa do NAEA, que permitiram o meu afastamento para realizar pesquisa de campo, no município de Pontas de Pedras. Em segundo lugar, à FADESP, pelo apoio financeiro prestado. As operações de campo foram viabilizadas pela Prefeitura Municipal de Ponta de Pedras, através da Secretaria Municipal de Agricultura, a quem agradecemos a atenção recebida. Finalmente, agradecimento especial dedicamos aos “referece” do Seminário Sobre Açaí, de outubro/1996, pelas importantes e indispensáveis contribuições críticas ao manuscrito, que permitiram uma superação dialética dos originais.

## Referências

CALZAVARA, B. B. G. As possibilidades do açazeiro no estuário amazônico. Boletim da Faculdade de Ciências Agrárias do Pará, nº 5. Belém: 1972. 103p.

\_\_\_\_\_. Importância do açazeiro (*Euterpe oleracea*, Mart) como produtor de frutos e palmito para o estado do Pará. In: Encontro Nacional de Pesquisadores de Palmito. Anais do Primeiro Encontro. Curitiba: 1987. P. 249 a 255.

COTTA, A. Dicionário de Economia. 4ª ed. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1978.

GUERRA, Guillermo. Manual de administracion de empresas agropecuárias. São José (Costa Rica): Instituto Interamericano de Ciências Agrícolas. 1976. 352p.

HOFFMANN, R. et al. Administração de empresa agrícola. 4ª ed. São Paulo: Livraria Pioneira . 1984. 325p.

IANNI, Octavio. Ditadura e agricultura. O desenvolvimento do capitalismo na Amazônia: 1964-1978. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979. 249p.

MARX, K. O capital – Crítica da economia política. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975, Livro 3, vol. 6.

NASCIMENTO, M. J. M. Mercado e comercialização de frutos de açaí. Belém: UFPA Centro de Filosofia e Ciências Humanas, 1992. Vol. 3.

\_\_\_\_\_. Acumulação capitalista e opressão camponesa na Amazônia: a unidade da diversidade (Sul do Pará). 1983. 403p. (Dissertação de Mestrado, UFPA /NAEA / PLADES).

ROBINSON, J; EATWELL, J. Introdução à economia. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1978. 416p.

STIGLER, G. J. Análise microeconômica. A teoria dos preços. 2ª ed. São Paulo: Atlas S.A., 1970. 358p.