

REDE DE COMERCIALIZAÇÃO DE CASTANHA-DA-AMAZÔNIA (*Bertholletia excelsa*) NA CIDADE DE TABATINGA-AM

Lavínia Carolinni Fernandes da Rocha¹

Railma Pereira Moraes²

Marxer Antonio Colares Batista³

Máximo Alfonso Rodrigues Billacres⁴

Elisângela Aiambo Ramos⁵

Joelson da Silva Lima⁶

Valoração e Economia Ambiental

Resumo

A castanha-da-Amazônia (*Bertholletia excelsa*) é uma espécie que se destaca na região amazônica, por ter uma importante função econômica, ecológica e social. O objetivo do trabalho foi analisar a cadeia produtiva da castanha-da-Amazônia no município de Tabatinga, estado do Amazonas. Os dados primários foram obtidos mediante aplicação de questionários estruturados e de entrevistas, aplicados ao público-alvo da pesquisa, os vendedores de castanha. Para a análise dos resultados, propôs-se uma abordagem sistêmica das informações coletadas a partir do conhecimento da estrutura da cadeia produtiva. Os resultados mostraram que a venda direta feita pelo extrativista foi de R\$ 5,00/bolsa, a média de venda compreendeu 5 bolsa/produtor/dia, correspondendo a uma renda mensal de R\$750,00/mês. Os ganhos financeiros do agente extrativista com a comercialização de castanhas considerando o período de coleta [janeiro-julho] é de em média R\$5,250/safra, cada produtor mercantiliza aproximadamente 630kg do produto por safra. Os dados reafirmam, portanto, que a base da cadeia é o extrativismo. Os principais problemas identificados na cadeia produtiva foram os desamparos governamentais em relação a melhorias na produção, no manejo, ausência de usinas de beneficiamento e de cooperativas que interliguem os extrativistas ao mercado consumidor. Urge, portanto, a necessidade de implementar e definir políticas com o intuito de fortalecer a rede de comercialização da castanha-da-Amazônia no município de Tabatinga, Amazonas.

Palavras-chave: Econômica; Meio Ambiente; Cadeia produtiva.

¹Discente do Curso Técnico em Meio Ambiente, Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Amazonas – Campus Tabatinga, laviniacarolinnifernandesrocha@gmail.com.

²Prof. Dra. Curso Técnico em Meio Ambiente, Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Amazonas – Campus Presidente Figueiredo, railmoraes@gmail.com.

³Prof. Msc. Curso Técnico em Meio Ambiente, Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Amazonas – Campus Tabatinga, marxer.batista@ifam.edu.br.

⁴Prof. Dr. Curso Bacharelado em Geografia, Universidade do Estado do Amazonas – Campus Tabatinga, billacres@gmail.com.

⁵Discente do Curso Técnico em Meio Ambiente, Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Amazonas – Campus Tabatinga, elleramos2511@gmail.com.

⁶Prof. Esp. Curso Técnico em Agropecuária, Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Amazonas – Campus Tabatinga, joelsonufam@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

A castanha do Brasil (*Bertholletia excelsa*), é também conhecida como castanha verdadeira, castanha-da-Amazônia, castanheiro, castanha-do-pará, castanha-do-maranhão e castanha-do-brasil. (DONADIO, 2002). A castanha é um dos mais importantes produtos florestais das comunidades extrativistas. Ademais, o estado do Amazonas é um dos maiores produtores de castanha do mundo, responsável por 37% da produção nacional, colocando-o entre os maiores polos produtivos em nível mundial. Todavia, o estado carece de informações precisas e exatas sobre a comercialização do produto nos municípios em razão da inviabilidade para quantificar as produções em comunidades remotas extrativistas e da falta de planejamento municipal voltado para o desenvolver a produção de castanhas.

O presente trabalho procura diagnosticar os aspectos comerciais do ciclo produtivo deste produto no município de Tabatinga-AM, além de especificar informações acerca da produção de castanha em nível municipal, haja vista que são estes dados que subsidiarão tanto a criação, quanto a introdução e fomentação de políticas públicas e ações em conjunto, a fim de reforçar a economia local e promover desenvolvimento sustentável e inclusão social nos municípios, mediante a comercialização da castanha-da-Amazônia. Os objetivos específicos são: a) descrever o perfil dos atores sociais e produtivos envolvidos no comércio de castanha; b) identificar a origem, produtos, subprodutos e unidades de medida adotadas na comercialização.

METODOLOGIA

A área de estudo compreende a cidade de Tabatinga, tendo área territorial de 3.266.062 km², banhado pelo Rio Solimões, localizando-se no extremo Norte do país, Mesorregião sudoeste amazonense, na microrregião do Alto Solimões, distante da capital

Realização



Apoio



Manaus, em linha reta de 1.105 km, com perímetro fronteiriço fluvial com o Peru (PE) e terrestre com a Colômbia (CO), formam a denominada Tríplice-Fronteira Amazônica. A cidade possui aproximadamente 71 mil habitantes, conforme o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, e concentra o maior número populacional de indígenas da Amazônia brasileira.

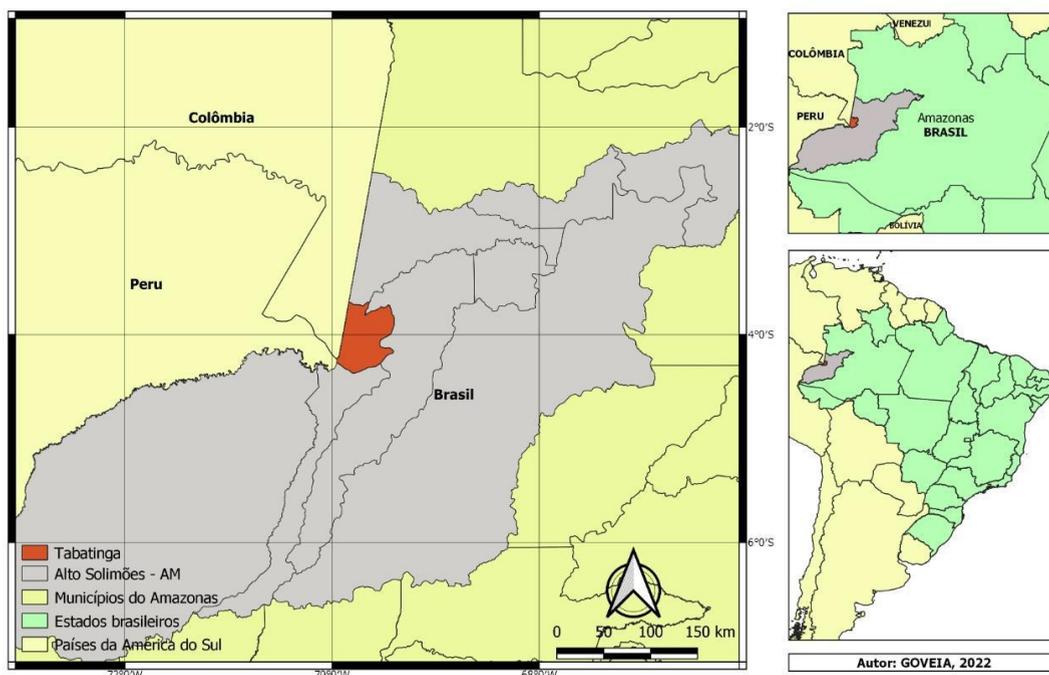


Figura 01: Localização regional da cidade de Tabatinga, Amazonas.

Fonte: Goveia, 2022.

O presente trabalho é de teor qualitativo e quantitativo. As informações para a realização deste estudo foram oriundas do levantamento de dados em campo e consulta bibliográfica de material de referência.

O estudo foi desenvolvido a partir da identificação e registro das principais feiras e locais de comercialização da castanha e o levantamento de dados em campo (*Survey*) foi realizado por meio de entrevistas estruturadas, com perguntas fechadas e abertas e com amostragem aleatória de indivíduos do público-alvo da pesquisa, visando diagnosticar (i)

Realização

Apoio

vendedores de castanha; (ii) a origem e as formas de consumo da castanha comercializada; (iii) reconhecer as unidades de medida locais adotadas na comercialização.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

VALORES E UNIDADES DE VENDA

O valor se concretiza em uma estrutura de mercado onde a oferta e procura se relacionam produzindo resultados diversos e específicos de cada mercado, visto que cada um é específico no tempo e no espaço, em especialidade de seus produtos, técnicas/tecnologias, tributos/impostos, sujeitos (econômicos, políticos, sociais, ambientais entre outros), e localização e escala, conforme Troster (2004), as estruturas de mercado são modelos que captam aspectos inerentes de como os mercados estão organizados.

Em relação à unidade de venda adotada pelos comerciantes da região, a castanha é comercializada tanto descascada, quanto na casca, em sacas comumente denominadas de bolsas. Cada bolsa contém entre 500-650g na casca e 100-150g descascada, sendo que cada bolsa inclui amêndoas de proporções variadas, classificadas em miúda, média e graúda. Ademais, segundo relatos, cerca de 28,5% dos entrevistados comercializam a castanha somente na sua forma descascada, 7,1% desses comerciantes vendem no ouriço, isto é, a cúpula que se recobre as sementes, enquanto 64,2% a vendem na casca e descascada. Até a data final das entrevistas propostas [julho de 2022], os preços praticados pelos extrativistas na região mantiveram um valor constate em todos os pontos de comercialização. A venda direta feita pelo extrativista foi de R\$ 5,00/bolsa.

A comercialização direta entre o coletor extrativista compreendeu o seguinte panorama: considerando que uma bolsa comercializada de castanhas com casca equivale a aproximadamente 65 castanhas (corresponde a R\$ 0,08/castanha). Considerando a

Realização

Apoio

comercialização de castanhas já descascadas, uma bolsa equivale a aproximadamente 30 castanhas (corresponde a R\$ 0,16/castanha). A partir dos dados, foi possível definir informações acerca dos ganhos financeiros por vendedor. A média de venda compreendeu 5 bolsas/produtor/dia, correspondendo a 35 bolsas/produtor/semana, sendo que cada produtor ganha cerca de R\$175,00/semana, equivalendo a uma renda mensal de R\$750,00/mês. Considerando o período de coleta relatado [janeiro-julho], constatou-se que cada produtor ganha em média R\$5,250/safra. Assim sendo, em torno de 630kg de castanha-da-Amazônia são comercializados no município por produtor a cada safra.

Nesse contexto, Cohen (2014) e Foladori (2001) fomentam que o dinheiro é como uma instituição social coerente e em evolução, baseada em circunstâncias históricas recriam um produto de padrões auto fortalecidos da prática e do comportamento do mercado, sendo a conversão da riqueza material em riqueza social, é a valorização capitalista da natureza.

AGENTES DA CADEIA PRODUTIVA

Conforme Michels (2000) e Bittencourt *et al.* (2011) o conceito de cadeia produtiva desenvolveu-se da noção da escola industrial francesa de *analyse de filière*, especificamente para estudar a problemática agroindustrial, entre os economistas agrícolas e pesquisadores ligados aos setores rurais e agroindustriais que ela encontrou seus principais defensores.

Para o propósito de entender a rede de comercialização da castanha, tal instrumento será utilizado de forma muito mais descritiva do que analítica, pois:

Segundo Michels (2000) a cadeia produtiva como conjunto de operações técnicas constitui a definição mais imediata e mais conhecida do conceito. Esse enfoque consiste em descrever as operações de produção responsáveis pela transformação da matéria-prima em produto acabado. Segundo essa lógica, uma cadeia de produção se apresenta como uma sucessão linear de operações técnicas de produção e distribuição.

Autores como Michels (2000) e Bittencourt (*et al.*, 2011) apontam ainda que há

Realização



Apoio



necessidade de análise dos elementos que constituem tal processo. Estes autores mencionam que a cadeia produtiva pode ser segmentada de montante (saída do produto final) a jusante (entrada da matéria-prima), em quatro macrossegmentos ou mercados, que são: a comercialização, a industrialização, a produção de matérias-primas e o fornecimento de insumos. Desta forma, a cadeia de produção constitui uma sucessão de operações de transformações dissociáveis, capazes de ser separadas e ligadas entre si por encadeamentos.

De forma mais detalhada, Bittencourt (*et al*, 2000) aponta os elementos que, ligados entre si, constituem a cadeia produtiva: 1) a cadeia de produção é uma sucessão de transformações ligadas entre si por um encadeamento técnico; 2) a cadeia de produção é também um conjunto de relações comerciais e financeiras que estabelecem, entre todos os estados de transformação um fluxo de troca, situado de montante a jusante entre fornecedores e clientes; 3) a cadeia de produção é o conjunto de ações econômicas que presidem a valorização dos meios de produção e asseguram a articulação das operações.

Com esta categoria, a primeira coisa a ser feita, portanto, é definir bem cada elemento, suas relações recíprocas e suas relações com a sociedade assim como com o espaço circundante. Este processo é condicionado pelas dimensões qualitativas e quantitativas de cada elemento da cadeia

Desta forma, conforme conclui Bitten-Court (2008) através deste instrumento de análise podemos identificar, por exemplo, que na esfera produtiva, especificamente, um grande número de pequenos e médios produtores que não possuem um perfil empresarial, se vê obrigado a firmar contratos com grandes empresas para se beneficiar da infraestrutura e, além do mais, eles se organizam em associações cooperativas visando obter melhores condições produtivas e competitivas no mercado.

Entre principais atores sociais identificados na cadeia produtiva da castanha no município, destacam-se especialmente os extrativistas, agentes intermediários e os comerciantes. No município de Tabatinga, conforme notado nas informações coletadas em pesquisa de campo, a comercialização da castanha-da-Amazônia segue a caracterização demonstrada na Figura 01.

Realização



Apoio



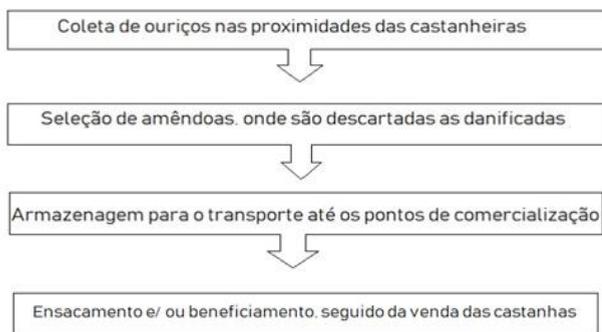


Figura 01: Etapas da comercialização pelos extrativistas.

Os extrativistas estão relacionados à etapa inicial da rede – a coleta e seleção. Os extrativistas são também aqueles que comercializam, tendo em vista que 92,8% dos vendedores do município colhem a castanha e a comercializam, enquanto somente 7,2% apenas comercializa – em todos os casos, a participação do agente extrativista é notável e fundamental. Vale ressaltar que o processo de extrativismo tem um antecedente familiar, isto é, tanto a coleta quanto o armazenamento e seleção de castanhas é feito não só por um indivíduo, mas por toda família que depende da venda de produtos florestais, acerca disso, é interessante notar que cerca de 71,4% dos coletores fazem uso de castanhais familiar.

A castanha comercializada no município é de origem sustentável, 50% de toda produção vem de roças, 21,4% vem de castanhais remanescentes, 21,5% vem do plantio da castanheira em sítios, outros 7,1% vem da compra diretamente com o extrativista na comunidade indígena Umariacú II.

Os agentes intermediários são principalmente aqueles que participam do processo de escoar a produção, transportar os comerciantes do Umariacú II e de seus sítios para seus respectivos pontos de comercialização, entre eles, destacam-se: Feira do Índio,

Realização

Apoio

Centro comercial de Tabatinga, Feira municipal e Fronteira entre Tabatinga-Brasil e Letícia-Colômbia. Há também produtores que não possuem um ponto de venda estabelecido – nestes casos, o vendedor locomove-se de residência em residência, em busca de possíveis compradores.

No contexto geral, com base nas entrevistas, em torno de 85,7% dos vendedores são mulheres e somente 14,2% são homens, logo, constatou-se que o trabalho de comercialização de castanhas é quase que exclusivamente feito por mulheres, retratando a presença feminina dominante na cadeia de mercantilização deste produto.

É comum o consumo de castanhas por parte dos produtores, durante o período de safra, cerca de 42,8% dos extrativistas relataram que consumiam as amêndoas todos os dias, enquanto 42,9% consumia de 1-3 vezes/semana, correspondendo a uma média de 11 castanhas/vez. A principal forma de consumo é com farinha, a combinação está atrelada a questões de costumes regionais. Além disso, a castanha também pode ser encontrada em doces, especialmente a “castanha coberta”, mingais e/ou incorporada a comidas típicas da região como a tapioca.

Neste sentido, existe uma geoeconomia cujo centro gravitacional não está nas cidades, mas o campo, o rural é base produtiva em uma dinâmica do processo campo-cidade, regiões de produção em diferentes circuitos e escalas de economicidade e espacialidade. Conforme Belluzzo (2013) ao mesmo tempo, em seus desdobramentos, as negociações implícitas na transmutação das relações mais simples ou elementares constituem novas positivities que se movem numa admirável dialética das formas. As formas mais desenvolvidas subordinam e rearranjam a posição e o sentido das formas mais elementares.

PROBLEMAS E POTENCIALIDADES

As metamorfoses da mercadoria, ao longo da cadeia produtiva se apresentam como alternativas para a inserção e aceitabilidade do produto no mercado, sendo assim, alternativas para “driblar” os gargalos. Isto ocorre, pois, a cadeia produtiva se apresenta

Realização



Apoio



não como uma instância ou produção autônoma, mas sim como um elemento essencial nos momentos de produção que interessa todo o conjunto produtivo.

No sentido de contribuir para a melhoria de estratégias e na viabilização de processos de produção da castanha-do-brasil no município de Tabatinga, Amazonas, em maio de 2022, por via de pesquisas *in loco* e de atividades de extensão na região, foi possível identificar informações acerca da concepção dos atores sociais ligados a cadeia: [i] produção e manejo; [ii] comercialização e organização; [iii] economia da cadeia de valor. Na perspectiva da gestão de cadeia, a partir dos dados, foram identificados os seguintes fatores, que merecem destaque nas pautas ligadas à castanha, principalmente nos meios institucionais e organizacionais, a fim de viabilizar e fortalecer o desempenho desta cadeia produtiva.

Em relação às principais dificuldades apontadas pelos comerciantes na atividade extrativista, é possível destacar a carência apoio governamental, haja vista a inatividade do Estado para viabilizar o mecanismo produtivo da castanha-da-amazônia por via de iniciativas que visem promover o manejo correto do produto e a escoar e comercializar a produção do município para outras localidades. Outro aspecto está vinculado a valorização do produto, nota-se que a ausência de usinas de beneficiamento e de cooperativas de produtores de castanha resulta na dificuldade de promover um melhor rendimento produtivo e de alcançar a emancipação e o desenvolvimento econômico e social do município de Tabatinga, pois estes fatores são as pontes que estabelecerão uma relação da comunidade que produtora com o mercado consumidor.

Por outro lado, as comunidades extrativistas já detêm o conhecimento acerca da extração da castanha e realiza seu beneficiamento, tendo em vista que a exploração é feita tradicionalmente pelas famílias, mesmo que manualmente, evidenciando a existência de mão de obra local. Ademais, a produção não estimula o desmatamento da Amazônia, gera renda para as comunidades locais, protege os castanhais remanescentes, promove a melhoria da qualidade de vida dos extrativistas e garante uma rede de produção sustentável.

Realização



Apoio



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A venda direta feita pelo extrativista foi de R\$ 5,00/bolsa. A média de venda compreendeu 5 bolsas/produtor/dia, correspondendo a uma renda mensal de R\$750,00/mês. Os ganhos financeiros do agente extrativista com a comercialização de castanhas considerando o período de coleta [janeiro-julho] é de em média R\$5,250/safra, cada produtor mercantiliza aproximadamente 630kg do produto por safra.

Nessa perspectiva, a rede de comercialização da castanha-da-Amazônia é de extrema importância social e econômica para as comunidades do município de Tabatinga-AM. Todavia, a atividade de comercialização deste produto florestal não é visibilizada e carece de melhorias no ciclo produtivo como um todo, incluindo usinas de beneficiamento, cooperativas de produtores, escoamento, transporte e manejo da castanha.

A relação sociedade-natureza da Castanha do Brasil, está inserida em um ambiente de competição pela dominância de mercados com maiores lucros, pois está em um mercado mais amplo, que é o mercado da biodiversidade, onde as conexões e interdependências entre os diferentes sujeitos revelam a distribuição espacial desigual de valor.

A valorização da biodiversidade é sustentada pelo uso de conhecimento (científico e não científico) que são construídos e identificados por meio de territórios, que são base para atuações de mercado e para processos de “desenvolvimentos”, pois as escalas de espaciais de produtos, derivados da biodiversidade tem que sem identificadas como pluralidades.

REFERÊNCIAS

Realização



Apoio



ALMEIDA, J. J. **Do extrativismo à domesticação: as possibilidades da castanha-do-pará.** São Paulo, SP. 2015.

AZEVEDO, T. **Panorama Ncional da cadeia de valor da castanha-do-brasil.** Pira-cicaba, SP. 2016.

BELLUZZO, L. G. **O Capital e suas Metamorfoses.** São Paulo. Ed. Unesp. 2013

BITTENCOURT, C. C; MATTEI, L.F; SANT'ANA, P.R; LONGO, O.C, BARONE, F.M. **A cadeia produtiva da maçã em Santa Catarina: Competitividade segundo produção e Packing House.** RAD-Rio de Janeiro, 2011.

COHEN, Benjamin. J. **A geografia do dinheiro.** 1ed- São Paulo: Editora Unesp, 2014.

FOLADORI, G. **O metabolismo com a natureza. Crítica Marxista (Roma),** São Paulo, v. 12, p. 50-62, 2001.

HOMMA, A. K. O. **Cemitério das castanheiras.** Ciência Hoje 34(202): 60-63. 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), 2010. **Produção da extração vegetal e da silvicultura:** v. 25: 11-19. IBGE, Tabatinga. 2010.

MICHELS, I. L. **A bovinocultura de corte brasileira e o mercado externo: regiões sanitárias e a cadeia produtiva de carne bovina de Mato Grosso do Sul.** Tese de Doutorado (em Geografia). Universidade de São Paulo. São Paulo, 2000.

TROSTER, R. L. **Estruturas de Mercado.** In: PINHO, Diva B.; VASCONCELOS, Marco A. S. de. Manual de Economia. São Paulo. Saraiva. 2004. Disponível em: <<http://www.more.ufsc.br/>> Acesso em: 02 jul. 2022.

Realização

Apoio