

# A Mangabeira As Catadoras O Extrativismo

Dalva Maria da Mota  
Josué Francisco da Silva Junior  
Heribert Schmitz  
Raquel Fernandes de A. Rodrigues  
Editores Técnicos

**Embrapa**

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária  
Embrapa Amazônia Oriental  
Embrapa Tabuleiros Costeiros  
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento*

# **A Mangabeira As Catadoras O Extrativismo**

Dalva Maria da Mota  
Josué Francisco da Silva Junior  
Heribert Schmitz  
Raquel Fernandes de A. Rodrigues  
Editores Técnicos

*Embrapa Amazônia Oriental  
Belém, PA  
2011*

Exemplares desta publicação podem ser adquiridos na:

**Embrapa Amazônia Oriental**

Tv. Dr. Enéas Pinheiro, s/n.  
Caixa Postal 48.  
CEP 66095-100 - Belém, PA.  
Fone: (91) 3204-1000  
Fax: (91) 3276-9845  
www.cpatu.embrapa.br  
sac@cpatu.embrapa.br

**Embrapa Tabuleiros Costeiros**

Av. Beira Mar, 3250. Jardins.  
Caixa Postal 44.  
CEP 49025-040 - Aracaju, SE.  
Fone: (79) 4009-1300  
Fax: (79) 4009-1369  
www.cpatc.embrapa.br  
sac@cpatc.embrapa.br

**Comitê Local de Editoração**

Presidente: *Moacyr Bernardino Dias-Filho*  
Secretário-executivo: *Walkymário de Paulo Lemos*  
Membros: *Ana Carolina Martins de Queiroz, Célia Regina Tremacoldi, Luciane Chedid Melo Borges.*

**Comitê Local de Publicação**

Presidente: *Ronaldo Souza Resende*  
Secretária-executiva: *Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues*  
Membros: *Ana Veruska Cruz da Silva Muniz, Edson Patto Pacheco, Élio César Guzzo, Evandro Neves Muniz, Luciana Marques de Carvalho, Josué Francisco da Silva Junior, Paulo César Falanghe Carneiro, Semiramis Rabelo Ramalho Ramos, Viviane Talamini.*

Supervisão editorial: *Luciane Chedid Melo Borges*

Revisão de texto: *Adilson Oliveira Almeida, Narjara de Fátima Galiza da Silva Pastana*

Normalização bibliográfica: *Josete Cunha Melo, Regina Alves Rodrigues*

Projeto gráfico e Produção editorial: *Laís Zumero*

Capa: *Laís Zumero*

Editoração eletrônica: *Ezequiel Noronha Jr.*

1ª edição

1ª impressão (2011): 500 exemplares

**Todos os direitos reservados.**

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Embrapa Amazônia Oriental**

---

A mangabeira as catadoras o extrativismo / editores técnicos, Dalva Maria da Mota ... [et al.]

. - Belém, PA : Embrapa Amazônia Oriental; Aracaju: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2011.

297 p. : il. ; 23 cm.

ISBN: 978-85-87690-95-1

Editores-técnicos: Dalva Maria da Mota, Josué Francisco da Silva Junior, Heribert Schmitz, Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues.

1. Agricultura familiar. 2. Mulher rural. 3. Mangaba. 4. Extrativismo. 5. Sociologia I. Mota, Dalva Maria da, ed.

CDD 305.563 (21. ed.)

# **CAPÍTULO VII**

---

## **MODOS DE VENDA E CONSUMO DA MANGABA**



# MODOS DE VENDA E CONSUMO DA MANGABA

*Dalva Maria da Mota*

*Heribert Schmitz*

*Josué Francisco da Silva Junior*

Mesmo que esteja havendo uma importante transformação na disponibilidade e formas de uso dos recursos naturais nos quais as populações praticam o extrativismo, essa atividade é apontada por Shanley et al. (2002) como essencial para a satisfação das necessidades de grupos sociais em situações desfavoráveis (mulheres e crianças). Entretanto, a autora reconhece que a suposição de que o aumento do comércio de produtos como frutas e essências para mercados globais poderia ser favorável pode estar equivocada. A dificuldade de acesso ao mercado, a baixa densidade dos recursos em muitos casos, a frutificação imprevisível, a perecibilidade dos produtos, dentre outros aspectos, colocam as populações extrativistas em desvantagem quando comparadas a outros grupos que têm possibilidade de regularidade da oferta e de controle da qualidade do produto (cor, tamanho e sabor).

Em se tratando do extrativismo da mangaba em Sergipe, o debate tem se mostrado complexo pelo fato de as catadoras encontrarem dificuldades para ter acesso às plantas, crescentemente cortadas e/ou privatizadas em estabelecimentos. Mesmo assim, as catadoras persistem na atividade em áreas de acesso comum (propriedades privadas abandonadas ou terras devolutas) ou privado através de parcerias, compra da produção em áreas cercadas e controladas pelos seus proprietários. Um número pequeno de catadoras também coletam em pequenos estabelecimentos da família.

As diferenças entre os tipos de acesso vão além da relação com as plantas e têm, até mesmo, refletido no acesso às políticas públicas que, mais

facilmente, atendem aos que possuem terra, mesmo no caso de Sergipe, onde se estima que 90% das mangabas que chegam ao mercado sejam provenientes do extrativismo praticado pelas catadoras de mangaba por meio de diferentes arranjos, quer seja para a coleta dos frutos, quer seja para a sua comercialização em redes informais influenciadas pelo parentesco, amizade e vizinhança. Não obstante, os frutos alcançam o mercado estadual e regional em paralelo ao aumento da sofisticação do consumo das classes mais abastadas via sofisticação do consumo.

A diversificação e a sofisticação do consumo da mangaba intensificaram a intermediação entre catadoras e consumidores, a ampliação dos espaços de venda e a maior valorização econômica da fruta. Em oposição, influenciaram na restrição do extrativismo para as catadoras nas áreas de acesso comum pelo aumento da privatização das áreas, com repercussão negativa nas suas condições de sobrevivência.

Nesse contexto, o objetivo central deste capítulo é analisar os modos de venda e consumo da mangaba, postos em prática por atores que atuam numa rede de relações informais, mas estruturada, destacando as formas e lugares de comercialização (feiras, margem das estradas, sob encomenda e em domicílio), os atores envolvidos (catadoras, intermediários locais e regionais) e o uso dos frutos (polpas, sorvetes, musses, etc.).

### **Do campo à mesa**

É consenso entre os estudiosos das diferentes áreas do conhecimento que a globalização tem afetado de forma desigual e heterogênea as esferas da produção, da distribuição e do consumo e, conseqüentemente, as relações sociais que aí se dão em diferentes partes do planeta, gerando novas formas de desigualdades. Autores como Bonanno et al. (1994), Friedland (1994), Cavalcanti (1995, 1999) e Marsden (1999) têm trabalhado essa problemática, analisando as suas múltiplas implicações, a saber: i) tendência de homogeneização das formas de consumo; ii) tráfego de alimentos exóticos, tornando-os familiares nos diferentes lugares do mundo, numa velocidade

e padronização nunca antes experimentadas; iii) dissociação entre lugares de produção e de consumo; iv) eficiência e rapidez dos transportes; v) emergência de grupos de consumidores altamente preocupados com a ingestão de produtos saudáveis e frescos, dentre outras. Paralelamente, no entanto, coexiste a adoção de padrões de consumo nocivos que têm ocasionado graves problemas de saúde pública (ex.: obesidade, taxas altas de colesterol e diabetes).

Apesar do reconhecimento das transformações em curso, concordamos com Cavalcanti (1999) que há uma tendência à superestimação do papel transformador da globalização, mais do que à dinâmica de jogos de forças que têm lugar em distintas situações, assim como as diferentes formas de produção e reprodução social que nem sempre se evidenciam como eventos globais e muito menos como produtos direcionados para consumidores exigentes. Isso ocorre com muitos dos produtos oriundos do extrativismo que circulam estritamente em mercados locais e regionais e, mesmo assim, satisfazem as necessidades de subsistência de numerosos grupos na América Latina, além de desempenharem papel vital no comércio local e na reprodução social de grupos que vivem do extrativismo, como as mulheres e as crianças (SHANLEY et al., 2002).

Esse é o caso da mangaba. Oriunda predominantemente do extrativismo praticado pelas mulheres e ainda relativamente independente dos requisitos de construção dos produtos<sup>1</sup>. Segundo as preferências dos consumidores, a mangaba é um item de consumo fundamental para a população litorânea nordestina, seja na tradicional forma de suco, seja como sorvete e picolé e, mais recentemente, como sobremesa (musse e pudim) e como drinque (Figura 1). Tudo isso tem aquecido enormemente os circuitos de troca estimulando novos modos de venda e uso da fruta por atores cada vez mais diversos (MOTA et al. 2008).

---

<sup>1</sup> É cada vez mais frequente nos processos de melhoramento das frutas a inclusão de critérios que atendam às exigências dos consumidores, tais como: cor, sabor e tamanho.



**Figura 1.** Produtos derivados da mangaba em Aracaju, SE.  
Cortesia: Sra. Margarete Hora

## **Atores e espaços**

Em se tratando do extrativismo da mangaba ou de qualquer atividade produtiva no espaço rural, é notável que as novas condições de mercados se impõem sobre comunidades locais e suas populações (CAVALCANTI, 1999). O que varia no tempo e no espaço são as configurações que se tecem. Em todos os casos, no entanto, processos de negociação e conflito subordinam ou proporcionam maior autonomia aos diferentes atores num jogo de forças em que são construídas estratégias coletivas e individuais para que conquistas obtidas historicamente sejam mantidas, o que nem sempre acontece.

Nesse jogo, a forma de acesso aos remanescentes de mangabeiras implica na qualidade das relações sociais que se desenvolvem localmente e no domínio de práticas e saberes somente possíveis através do contato cotidiano das catadoras com as plantas. Influencia também nas estratégias de comercialização que são colocadas em prática e que condicionam maior

ou menor ganho para as catadoras. Ou seja, condiciona com quem e que tipo de relação as catadoras manterão em redes de comercialização, e a renda que acumularão no decorrer do processo.

As catadoras que têm acesso garantido (áreas que não estão em litígio, estabelecimentos próprios ou compra da produção) aos remanescentes de mangabeiras conseguem atender a demandas diversificadas, seja de intermediários, seja de consumidores nas feiras ou nas calçadas mais movimentadas das cidades próximas aos lugares em que residem. Em todos esses casos, tendem a gerar vínculos com os clientes. Aquelas que só ocasionalmente dispõem de frutas, enfrentam mais riscos de não conseguir vendê-las.

Pelo fato de ser uma fruta altamente perecível e vendida fresca nas épocas de safra no mercado regional, os circuitos de troca são constituídos por diferentes atores, quais sejam: catadoras, intermediários, feirantes, processadores (sorveterias e fábricas de polpas), Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) e consumidores, segundo arranjos que variam frequentemente. As catadoras tanto podem vender os frutos diretamente nas ruas e feiras próximas aos locais de residência, como entregá-los a catadoras que também são vendedoras ou a intermediários que atuam em circuitos mais amplos.

As catadoras que vendem diretamente residem próximo às cidades e têm facilidade de transporte para o mercado central da capital ou feiras municipais, onde vendem por melhores preços a donos de lanchonetes, varejistas, consumidores e intermediários. A venda a diferentes compradores é uma estratégia para diminuir a vulnerabilidade. Se um canal falha, o outro funciona. Quando a oferta ainda não está no auge e a fruta ainda é relativamente rara, preferem vender diretamente ao consumidor, porque é muito mais lucrativo (valor duas ou três vezes maior). Em todos os casos, a decisão a quem vender depende muito do que é observado no momento de chegada da fruta aos pontos de comercialização, aprendizado “resultante da experiência”, como afirmam as catadoras.

Registram-se conflitos em Aracaju, Sergipe, pelo fato de a fiscalização ser mais intensa e os feirantes que têm banca dentro do mercado municipal reivindicarem dos fiscais municipais a proibição da venda avulsa na parte

externa do mercado. Para driblar essa situação, a estratégia utilizada pelas catadoras é chegar muito cedo e vender as frutas antes da chegada dos fiscais, a qual só ocorre a partir das 7h (SANTOS, 2007) ou aceitar ficar nos arredores do mercado “em lugares sujos e escuros”, como afirma uma catadora de Barra dos Coqueiros. Assim, vendem parte das mangabas diretamente para os feirantes e parte para outros compradores (consumidores, donos de lanchonete, processadores, etc.). Apesar da estratégia de venda num só local a múltiplos compradores ser muito frequente e lucrativa, grande parte das catadoras reconhece que é a mais arriscada, porque pode não vender tudo e perder o produto. Algumas avaliam que é melhor entregar as frutas mais barato do que desperdiçar, optando pela entrega aos intermediários, porque assim não terão perda total: “Às vezes na feira tem tanta que sobra e a pessoa volta com as mangabas ou deixa lá virando lama”.

Para tomar uma ou outra decisão, influencia a experiência da catadora, a coragem de arriscar e o pertencimento a redes em que vendedor e comprador se conhecem e se escolhem por motivos diversos, dentre os quais, a empatia, a qualidade da mangaba e a camaradagem.

Em todos os casos, existem laços preexistentes que extrapolam o aspecto comercial. Normalmente são vizinhos, parentes ou amigos de longas datas a quem as pessoas entregam a sua produção e, posteriormente, recebem o pagamento. Esse tipo de “intimidade” é também característico de populações que ainda partilham experiências de uma vida em sociedades de interconhecimento, como observado no povoado Convento, no Município de Indiaroba, SE.

Diferentemente do que foi observado em Alagoas e Pernambuco, onde as catadoras já não têm acesso às plantas, a não ser pela compra da safra a ser coletada, e não realizam nenhuma atividade de pós-coleta, em Sergipe elas dominam todas as fases do extrativismo da mangaba (da coleta à pós-coleta). Com isso, há um grande número de atores nos circuitos e uma maior riqueza nas relações sociais pelo fato de diferentes atores entrarem em contato numa mesma atividade e contexto. Isso facilita a utilização de diferentes estratégias pelas catadoras, a fim de lograr a maior valorização possível do seu trabalho pelas diferentes redes em que estão inseridas. Assim, tanto entregam localmente os frutos como vão vender em outros lugares num

empreendimento coletivo das mulheres catadoras, que, na maioria das vezes, transforma-se em importante momento de interação social em que temas relativos aos companheiros, filhos e política local são partilhados, a ponto de se poder falar de uma cultura feminina do trabalho (SEGALEN, 1999), visto que as mulheres falam mais facilmente das suas vidas pessoais no ambiente de trabalho do que os homens.

Em Sergipe, a presença dos intermediários não é a única forma de acesso ao mercado, embora reconheçamos que são eles que asseguram a vinculação entre catadoras e processadoras (polpas e sorvetes). Não parece haver nenhum tipo de rejeição das catadoras à sua ação pela facilidade que lhes garante em transportar frutas tão perecíveis e colhidas em quantidades irregulares, e isto muitas vezes não justifica uma viagem para as cidades mais próximas. De qualquer maneira, depender totalmente dos intermediários implica dispor menos dos frutos do trabalho.

Há uma diferenciação interna entre os intermediários, conforme mostraram os estudos de caso realizados em Sergipe. De modo geral, evidenciam-se três tipos: o primeiro tipo é constituído por um intermediário que desempenha importante papel, tendo em vista que busca diretamente as frutas nas casas das catadoras com certa regularidade, muito embora pague os menores preços. Na época da safra o intermediário comercializa aproximadamente 250 caixas de 25 kg por semana<sup>2</sup>. O número de visitas às áreas produtoras para a compra dos frutos depende da disponibilidade dos frutos na safra. A depender do volume da produção, as visitas seguintes ficarão agendadas. Na época da safra, chega a visitar cada catadora três vezes por semana, equilibrando entre os diferentes pontos de coleta, a fim de manter os canais em atividade. Atua num raio de até 150 km podendo circular entre Sergipe e Bahia, a depender da demanda. Esse tipo de intermediário foi encontrado apenas em Sergipe, onde, juntamente com o Rio Grande do Norte, o mercado da mangaba é mais aquecido em decorrência da grande quantidade produzida e da demanda. Ainda faz parte das suas tarefas, juntamente com a sua família, o recolhimento das frutas, o trabalho de pós-coleta e a entrega em sorveterias e fábricas de polpa. Não vende diretamente para o consumidor e só ocasionalmente para os feirantes. É um tipo de atuação direcionada para

<sup>2</sup> Calculamos em 12 semanas o pico da safra de verão entre janeiro e março.

quem exige grande quantidade de frutos. O pagamento das frutas se dá no ato de recepção. Apenas em alguns casos, o pagamento se dá após a venda.

No segundo caso, uma mulher é a intermediária e recolhe os produtos na casa das catadoras que residem em áreas próximas (municípios vizinhos num raio de até 50 km) em um carro alugado. Na época da safra ela comercializa aproximadamente 23 caixas de 25 kg por semana. A mangaba é comercializada fundamentalmente para a fabricação de sorvetes e polpas em Aracaju e Umbaúba, SE. Além disso, ela tem uma banca na feira e vende diretamente aos consumidores, juntamente com outros produtos, como camarão, sururu e aratu. O marido “ajuda” na atividade. O pagamento dos frutos se dá após a venda, geralmente, na próxima visita. Nesse caso, o nível de confiança é muito alto pelo interconhecimento.

No caso do terceiro tipo de intermediário, trata-se de uma catadora que é, simultaneamente, vendedora. Na época da safra ela comercializa aproximadamente 3 caixas de 25 kg por semana. Assim, as demais catadoras levam as mangabas para a sua casa, considerando que ela reside no próprio povoado e próxima às áreas de coleta e que por isso não depende de transporte para entregar a produção. O pagamento das catadoras se dá no ato da entrega, se a quantidade for pequena, ou após o retorno da feira no Município de Estância, SE, a 50 km.

Apesar das diferenças nas estratégias de coleta dos frutos e de entrega, todos os intermediários lavam as frutas, colocam para amadurecer, classificam (separam segundo os níveis de maturação) e acondicionam para o amadurecimento em caixas de plástico ou em baldes. Além disso, mantêm contato direto com as catadoras e com os processadores.

No decorrer de 2008, seis catadoras do povoado Pontal, Município de Indiaroba, Sergipe, vivenciaram uma experiência de venda coletiva da mangaba para a Conab, com entrega e realização dos serviços de pós-coleta em um hospital da cidade de Estância. Nas palavras de uma delas, “o transporte é pago por nós mesmas, rateia entre as que estão entregando. Chegando lá, a gente ajuda a escolher os melhores frutos, para fazer logo suco, daqueles que devem esperar mais tempo para amadurecer. Esses frutos não maduros, ‘de vez’, são colocados em caixas forradas e cobertas por papel e depois vão ser servidos como suco para os pacientes do hospital”.

A Conab comprou pelo melhor preço (R\$ 1,50/kg) e garantiu pagamento pontual até outubro de 2008 (Figura 2). No mês de dezembro, entretanto, 10 catadoras entregaram as frutas, mas não receberam o dinheiro equivalente ao pagamento. Segundo informação de um funcionário, havia algum tipo de entrave em Brasília para a liberação. Com isso, as catadoras suspenderam as entregas e continuaram se dirigindo às feiras próximas ou entregando aos intermediários que por lá circulavam. Entretanto, no início de 2009 as negociações foram retomadas com a quitação do débito e o retorno da entrega dos frutos nos mesmos moldes.



Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues

**Figura 2.** Catadoras preparando as frutas para entrega à Conab no povoado Pontal, SE.

Em se tratando dos preços, na safra, as catadoras vendem a mangaba entre R\$ 0,50 e R\$ 0,80/kg e, na entressafra, variando de R\$ 1,00 a R\$ 1,50/kg, podendo alcançar até R\$ 1,80 ou R\$ 2,00. No varejo, a venda é feita em litro, cujo preço varia de R\$ 0,50 a R\$ 1,20, dependendo da época do ano (dados calculados a partir da média do período de 2003 a 2008).

Como em outros estados do Brasil, as medidas de volume utilizadas são o balde (Figura 3), que pode variar de 5 L a 8 L, e que equivale, respectivamente, a 2,5 kg e 4 kg. Usa-se também a terça (Figura 4), que equivale a 2,5 kg ou a um balde de 5 L, e o balaio (Figura 5), que geralmente comporta 6 kg. Para venda ao intermediário e nas fábricas de polpa, usa-se a caixa de plástico de 30 kg (Figura 6) ou de madeira de cerca de 15 kg a 20 kg. Para a venda no varejo, usa-se a lata (Figura 7), que é geralmente um recipiente reutilizável de óleo, doce de corte ou cera. Algumas vezes usam-se pratos, embalagens de manteiga e margarina ou outras disponíveis, como sacos plásticos (Figura 8) e “redinhas” (Figura 9), a exemplo do que foi observado em Minas Gerais e Bahia, respectivamente. No Pará, usa-se também paneiros (Figura 10) de diferentes tamanhos feitos de palha, tanto para venda direta ao consumidor quanto ao intermediário.



Josué Francisco da Silva Junior

**Figura 3.** Acondicionamento da mangaba em balde no povoado Pontal, SE.



Heribert Schmitz

**Figura 4.** Mangaba medida em terça no povoado Convento, SE.



Josué Francisco da Silva Junior

**Figura 5.** Acondicionamento da mangaba em balaio no povoado Areal, BA.

Heribert Schmitz



**Figura 6.** Acondicionamento da mangaba em caixa de plástico no povoado Convento, SE.

Raquel Fernandes de Aratijo Rodrigues



**Figura 7.** Venda de mangaba em lata no Mercado Municipal de Aracaju, SE.



Dalva Maria da Mota

**Figura 8.** Venda de mangaba em sacos plásticos em Diamantina, MG.



Heribert Schmitz

**Figura 9.** Venda de mangaba em “redinhas” na Chapada Diamantina, BA.



Heribert Schmitz

**Figura 10.** Venda de mangaba em paneiros em Maracanã, PA.

O extrativismo e a venda da mangaba são atribuições predominantemente das mulheres, que, cada vez mais, ganham importância entre as atividades desenvolvidas pelas famílias das populações residentes no litoral do Nordeste, não obstante as restrições recentes que enfrentam para ter acesso ao recurso, que, segundo uma catadora de Pontal, “está todo cercado”. Após o aumento da demanda, as mulheres continuam comandando todas as etapas do extrativismo, dos serviços de pós-coleta e da comercialização nas feiras e mercados e valorizam as suas presenças nesses espaços.

Em Sergipe, os circuitos de comercialização da mangaba estão mais estruturados do que em outros estados do Nordeste porque a demanda pela fruta é constante tanto para consumo in natura quanto para o processamento de polpas. Aliás, no mercado sergipano de polpas de frutas nativas, mangaba e cajá são as mais comercializadas.

Estimamos que 90% da mangaba que circula naquele mercado é proveniente do extrativismo praticado predominantemente pelas mulheres, 5% provém de pequenos estabelecimentos e 5%, de propriedades produtoras de mangaba, que recentemente participam de um processo de domesticação das plantas.



Em termos espaciais, as catadoras que residem em Barra dos Coqueiros<sup>4</sup>, município que faz parte da Grande Aracaju, vendem seu produto diretamente no mercado central da capital e na Ceasa, atendendo a uma fatia do mercado constituída por consumidores, donos de lanchonetes, restaurantes e sorveterias. A região de Indiaroba, pelo fato de ter intermediários mais capitalizados e com transporte, atende ao segmento constituído pelas indústrias de polpa e sorveterias de maior porte.

As catadoras das regiões de Pirambu, Estância, Itaporanga d’Ajuda, dentre outros municípios produtores, preferem realizar a venda diretamente nas feiras mais próximas de onde residem. Muitas vezes indicam preferir entregar aos intermediários para evitar correr grandes riscos de não vender ou obter preços que não remunerem o transporte.

Na Tabela 1 é apresentada a origem e o destino da mangaba comercializada em Sergipe:

**Tabela 1.** Origem e destino da mangaba comercializada em Sergipe.

<b>Microrregião/Município</b>	<b>Destino Principal</b>
Microrregião de Propriá: Neópolis	Feiras dos municípios vizinhos e Alagoas
Microrregião de Japaratuba: Japaratuba, Japoatã, Pacatuba e Pirambu	Feiras dos municípios vizinhos, Aracaju, Alagoas e Pernambuco
Microrregião do Baixo Cotinguiba: Santo Amaro de Brotas	Aracaju
Microrregião de Aracaju: Aracaju, Barra dos Coqueiros, Nossa Senhora do Socorro e São Cristóvão	Aracaju
Microrregião de Estância: Estância, Indiaroba, Itaporanga d’Ajuda e Santa Luzia do Itanhy	Todo o Estado de Sergipe, Bahia e Pernambuco

Os intermediários circulam nas diferentes feiras, mas as catadoras vão para feiras específicas, em que estão habituadas a circular e têm facilidade de transporte que não seja muito caro.

<sup>4</sup> Vale lembrar que o transporte da mangaba de Barra dos Coqueiros para Aracaju, separadas pelo Rio Sergipe, é feito, tradicionalmente, utilizando-se um tipo de embarcação conhecida como “tototó”. Mais recentemente, com a construção da ponte Construtor João Alves ligando Aracaju a Barra dos Coqueiros são também utilizados ônibus urbanos.

Em geral, as catadoras entrevistadas afirmam que é mais lucrativo vender aos proprietários de sorveterias, pousadas e restaurantes; em seguida aos intermediários e, por último, às catadoras, que também intermediam. De modo geral, consideram os preços injustos porque são elas que trabalham duro e correm riscos (picada de cobra, quedas, espinhos, etc.), mas são as que menos se apropriam do produto do próprio trabalho.

## Uso frutos

A valorização da mangaba no mercado desencadeou uma onda de privatização das áreas em Sergipe pelo cercamento e impedimento das catadoras praticarem o extrativismo. Os proprietários de terra passaram a encarar economicamente a fruta para a comercialização, considerando que no passado “a mangaba era jogada aí, não tinha valor de nada”. Em consequência, maiores dificuldades são enfrentadas pelas catadoras que, a cada dia, têm acesso mais restrito às plantas, inaugurando-se diversas relações para acessá-los, tais como: compra, meia e “favor”. Em relação à primeira, constatamos recentemente que está havendo uma tendência de ampliação do número de catadoras que compram a produção, com impactos tanto nas relações entre catadoras e proprietários como nos hábitos de consumo dos sergipanos. Ao persistir essa tendência, o consumo da mangaba “de caída”<sup>5</sup>, tão apreciada no estado, diminuirá, uma vez que os acordos têm sido feitos para a coleta dos frutos “de vez”<sup>6</sup>, que ainda estão nas plantas, porque estes se prestam mais facilmente ao manuseio, tanto para medir o volume quanto para transportar.

Tradicionalmente, o consumo da mangaba no Estado de Sergipe dava-se em associação com as safras e predominantemente na forma de suco, processado com o fruto in natura, que era ingerido nas refeições, principalmente no almoço. Os sergipanos têm uma forte preferência pela fruta, e, não obstante a dificuldade para processar o seu suco (o látex cola nas paredes dos recipientes onde é preparado, ou naqueles utilizados no

<sup>5</sup> Mangabas “de caída” são frutos maduros que se soltam da planta e são catados no chão.

<sup>6</sup> Mangabas “de vez” são os frutos que ainda não completaram a maturação.

consumo, como os copos de vidro), a consomem regularmente. Nos últimos tempos, tem se dado ao longo do ano (polpa), inclusive com a disponibilidade da fruta adequadamente embalada nas gôndolas dos supermercados (Figura 12) na época das safras.



Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues

**Figura 12.** Mangabas e outras frutas nativas e exóticas na gôndola de supermercado em Aracaju, SE.

Nas palavras de um entrevistado: “Nós não tiramos mangaba verde ou de vez, nós só tiramos mangaba de queda, porque inclusive o mercado consumidor ele necessita mais da mangaba de queda, porque justamente, vamos assim dizer, é um mercado de consumo, então a pessoa que compra a mangaba é até para usar a mangaba no dia ou daquele outro dia, etc., a mangaba já madura, mangaba doce, não se vai comprar mangaba de vez, isso só acontece em supermercado que é para não perder a quantidade de mangaba que se tem, mas aqui não, a nossa mangaba é de queda” (B. A., 63 anos, proprietário de um sítio nas proximidades de Aracaju).

Mesmo assim há uma rejeição dos sergipanos em comprar mangaba no supermercado, pelo fato de saber que ali estão apenas aquelas que foram tiradas em vias de amadurecimento e que não são as melhores e as mais doces. Diferentemente, 98% dos entrevistados preferem comprar as mangabas “de caída” na mão de alguém que conhecem e que oferta um produto diferenciado nas ruas e feiras da cidade. É frequente encontrar mangabas nas ruas de Aracaju em tabuleiros de frutas em pontos fixos ou em carros manuais conduzidos por vendedores ambulantes de frutas que circulam nos mesmos roteiros há anos (Figura 13).



Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues

**Figura 13.** Carro manual com mangaba e frutas nativas e exóticas numa rua de Aracaju, SE.

Nas duas últimas décadas, houve um aumento substancial do uso de frutas frescas e processadas, dentre as quais, a mangaba para sucos, além de sorvetes, sobremesas e drinques. A elaboração e o consumo desses produtos concentram-se nas cidades e, normalmente, estão sob o domínio de profissionais atentos às novas exigências dos consumidores, cada vez mais ávidos por novidades, numa sociedade que parece caminhar para a homogeneização. Por tudo isso, as frutas nativas são revalorizadas e passam a fazer parte de uma estratégia de construção social do litoral nordestino como espaço diferenciado para os que querem viver a experiência de um turismo com fortes vínculos com a cultura local. Pousadas são construídas entre mangabeiras, cartazes produzidos com as frutas frescas, bebidas estão disponíveis para aqueles que desejam experimentar, além de geleias nos cafés da manhã, compondo uma pauta de originalidades com forte poder persuasivo.

Mesmo assim, é consenso que a fruta circula num mercado regional, muito embora venha ocorrendo uma ampliação da sua demanda a partir dos anos 1990 e ainda não seja possível estimar as suas fronteiras, uma vez que novos hábitos de consumo geram-se também pelo trânsito de pessoas que experimentam novos sabores nas regiões de origem destes e buscam continuar dispendo desses sabores nos seus lugares de moradia, a exemplo do que tem ocorrido recentemente com o açaí.

Se por um lado essa disponibilidade provocou a dinamização dos circuitos de troca, por outro impulsionou o extrativismo que, em poucos meses do ano (cerca de quatro), tenta abastecer a demanda dos processadores para todo o ano. Assim, não resta dúvida de que todas as iniciativas concernentes à mangaba, inclusive o consumo, foram intensificados semelhantemente ao ocorrido com as frutas domesticadas (manga, uva, banana, etc.). No entanto, para estas, todas as etapas da produção ao consumo foram “cientificizadas”, ao contrário das nativas (cajá, pitanga, mangaba, umbu, araçá, etc.) que, mesmo na moda, dependem do extrativismo. Assim, as frutas originárias do extrativismo não têm uma qualidade e oferta regular, acarretando problemas para o processamento e para a intensificação da comercialização, seja porque não têm volume previsto, seja porque a qualidade (tamanho, cor, sabor,

grau de maturação) é variável, ou ainda porque os procedimentos de pós-coleta têm uma outra lógica, em que frutos com diferentes características são misturados. Um exemplo disso é que a mangaba de cor mais escura (avermelhada) não é muito aceita para polpas e sorvetes, porque sua cor interfere na aparência do produto, mesmo que não modifique o seu sabor. Algumas vezes, as catadoras misturam frutos verdes com maduros, que alteram o sabor e fazem amargar o suco, polpas, etc. Sem contar que há diferença entre o sabor da mangaba de inverno e a de verão<sup>7</sup>, sendo que esta última tem melhor aparência e sabor.

Se em outros setores (as frutas do Vale do São Francisco, por exemplo) os consumidores têm feito valer os seus desejos, no caso da mangaba, isso apenas começa e pela via das processadoras, que exigem frutos com cores mais claras e graus semelhantes de maturação, para que as polpas e sorvetes tenham aparência suave e sabor aceitável. Em se tratando dos consumidores sergipanos, é explícito o conhecimento e a preferência pelos frutos “de caída” (76% dos entrevistados) em decorrência do sabor “mais doce”. O consumo na forma de suco é o mais frequente (62%), seguido do sorvete (23%), fruta in natura (8%) e musse (7%).

### **Maior demanda, menor extrativismo?**

Como visto ao longo do capítulo, os recursos advindos do extrativismo, como é o caso da mangaba, tornaram-se mais sensíveis aos avanços do mercado, que demanda não apenas os frutos, mas também produtos com determinada qualidade (mangabas com cor mais clara para os sorvetes e polpas ou maiores para os supermercados, por exemplo). Em consequência, a distribuição e os seus usos atuais se amparam em novas relações e condicionamentos.

Paradoxalmente, a preocupação com a conservação das mangabeiras, num contexto de aumento da importância da questão ambiental, é questionada pela tendência de corte dessas plantas por diversos motivos (agricultura, turismo, etc.) e de ampliação dos cultivos, com empobrecimento da

<sup>7</sup> Associados aos períodos de junho a julho e janeiro a março, respectivamente.

biodiversidade pelo fato de se implantarem pomares homogêneos. Isso repercute diretamente na desestruturação dos modos de vida das populações de catadoras, que conservaram as plantas e os seus sistemas até este começo de século.

Nesse contexto de ambiguidades, as principais conclusões apontam que a sofisticação do consumo intensificou a relação entre catadoras e consumidores, a diversificação dos espaços de venda e a maior valorização econômica da fruta. Em oposição, influenciou na restrição do extrativismo para as catadoras nas áreas de acesso comum, com repercussão negativa nas suas condições de reprodução social.

A venda dos frutos é orientada por decisões que dependem: i) da época (no início e final de safra, a pequena oferta de frutas influencia na elevação dos preços); ii) da quantidade de frutos; iii) do lugar de residência; iv) da facilidade de transporte; v) das redes a que pertencem; vi) da existência de intermediário confiável que atue localmente; vii) dos propósitos que se têm indo à feira (para adquirir outros produtos ou para encontrar as pessoas). Apesar de tantos e tão diferenciados propósitos, há consenso entre as catadoras de que é mais lucrativo vender diretamente aos consumidores (nas casas, margem de estrada, lanchonetes, etc.), depois aos intermediários e, por último, nas feiras.

Há uma insatisfação dos diferentes atores com as formas de venda da mangaba no mercado sergipano. As catadoras reclamam da variação dos preços e propõem alternativas de processamento sob o seu controle para que possam participar do mercado, independentemente das épocas de safra. Além disso, a falta de locais adequados para comercialização das frutas nas feiras e mercados constitui um dos problemas mais apontados. Os intermediários reclamam da falta de padronização dos frutos (maturação e cor), que tem se evidenciado como uma demanda dos processadores. Concluímos que parte desse problema advém da retirada do fruto precocemente, decorrente da menor disponibilidade de áreas para a prática do extrativismo e, conseqüentemente, do acirramento da disputa pelos frutos entre as catadoras.

Em se tratando da crescente demanda por uma mangaba de cor uniforme (amarela) ainda não existem alternativas tecnológicas para tal, o que

dependeria de ações de melhoramento genético da espécie. Assim, nos tempos atuais, essa demanda não pode ser atendida nem pelos extrativistas nem pelos produtores.

A tipificação dos que participam mais intensamente dos circuitos de troca pode ser representada por: i) catadoras; ii) catadora e intermediária(o) local; iii) intermediária(o) de médio porte; iv) intermediário de grande porte. Todos estes atuam de modo a evitar superposições, porém transitando mais frequentemente na região de Estância, onde funciona uma espécie de centro de distribuição para diferentes receptores, tanto no Estado de Sergipe como na região Nordeste.

A intensificação dos novos modos de uso da mangaba na forma de polpa, sorvete e picolé o ano inteiro implicou a dissociação entre a época e o consumo. Por sua vez, tem estimulado uma tendência de “domesticação” pelos donos de terra para atender ao aumento da demanda, sem, no entanto, ainda se constituir numa concorrência para o extrativismo. Essa “domesticação” não se distingue muito da prática das catadoras que têm acesso a pequenas áreas de terra e que também plantam mudas de mangabeira a partir das plantas de que dispõem. Entretanto, de modo geral, as catadoras não têm a posse da terra para intensificar essa atividade e tendem a ser alijadas do extrativismo pela privatização das áreas de acesso livre em face da valorização econômica da fruta no mercado.

Assim, o paradoxo “maior valorização do fruto, menor acesso às plantas” pelas populações que destas cuidaram durante décadas evidencia-se como uma tendência que redefinirá os atores e os circuitos de comercialização num contexto de crescente mercantilização das relações sociais.

## Referências

BONANNO, A.; BUSCH, L.; FRIEDLAND, W.; GOUVEIA, L.; MINGIONE, E. (Ed.). **From Columbus to Conagra: the globalisation of agriculture and food**. Lawrence: University of Kansas, 1994.

CAVALCANTI, J. S. B. Globalização e agricultura: processos sociais e perspectivas teóricas. **Estudos de Sociologia**, Recife, v. 1, n. 2, p. 105-118, 1995.

- CAVALCANTI, J. S. B. Globalização e processos sociais na fruticultura de exportação do Vale do São Francisco. In: CAVALCANTI, J. S. B. (Org.). **Globalização, trabalho, meio ambiente:** mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação. Recife: Universitária UFPE, 1999. p. 123-170.
- CULTURA da mangaba tenta sair do atraso. **Gazeta de Alagoas**, Maceió, 22 abr. 2007. Suplemento Economia, p. A13-16.
- FRIEDLAND, W. H. The new globalization: the case of fresh produce. In: BONANNO, A.; BUSCH, L.; FRIEDLAND, W.; GOUVEIA, L.; MINGIONE, E. (Eds.). **From Columbus to Conagra**, Lawrence, University Press of Kansas, 1994.
- MANGABA não precisa de adubos químicos. **Cinform**, Aracaju, ed. 1016, 30 set./06 out 2002. Municípios. Suplemento, p. 2.
- MARSDEN, T. K. Globalização e sustentabilidade: criando espaço para alimentos e natureza. In: CAVALCANTI, J. S. B. (Org.). **Globalização, trabalho, meio ambiente:** mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação. Recife: UFPE, 1999. p. 25-46.
- MOTA, D. M. da; SCHMITZ, H.; SILVA JÚNIOR, J. F. da. Atores, canais de comercialização e consumo da mangaba no Nordeste brasileiro. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, DF, v. 46, n. 1, p. 121-143, mar. 2008.
- SANTOS, J. V. dos. **O papel das mulheres na conservação das áreas remanescentes de mangabeiras (*Hancornia speciosa* Gomes) em Sergipe**. 2007. 103 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2007.
- SEGALEN, M. **Sociologia da família**. Lisboa: Terramar, 1999. 337 p.
- SHANLEY, P.; LUZ, L.; SWINGLAND, I. **A frágil promessa de um mercado distante:** um levantamento sobre o comércio de produtos florestais não-madeireiros em Belém. Belém: CIFOR, 2002. 24 p. (mimeografado).