

É NA LOTA OU À CANDONGA? NOTAS SOBRE A VENDA DE PEIXES NA COSTA PORTUGUESA

José Colaço Dias Neto

Universidade Federal Fluminense

E-mail: emailautor@dominio

RESUMO

O artigo apresenta a etnografia da venda de peixes na costa portuguesa, tomando como caso paradigmático as práticas comerciais dos pescadores artesanais da Carrasqueira, povoado localizado no estuário do Rio Sado. As três modalidades de venda aqui apresentadas revelam a complexidade das relações estabelecidas entre pescadores, compradores e agências do estado português. Com base em um trabalho de campo intensivo no qual foi possível observar e participar in locu das atividades comerciais, o artigo tenta expor, de modo sintético, o ponto de vista dos pescadores artesanais da Carrasqueira sobre a venda de peixes e o cálculo realizado por eles que justificam suas opções por determinadas modalidades de acordo com cada situação específica.

Palavras-chave: pescadores artesanais; práticas comerciais; etnografia.

ABSTRACT

This article presents the ethnography of fish sales on the Portuguese coast. The research focused on the trade practices of artisanal fishermen from Carrasqueira – a village in the Sado River estuary. The three selling arrangements presented reveal the complexity of relationships established between fishermen, buyers and portuguese state agencies. From an intensive field work in which it was possible to observe and participate in locus of trade activities, this paper attempts to expose synthetically, the point of view of Carrasqueira fishermen about fish sales and the calculation performed by them to justify their choices by certain arrangements according to each specific situation.

Keywords: Artesanal Fishermen; Selling Arrangements; Ethnography.

INTRODUÇÃO

A atividade da pesca artesanal tem merecido cada vez mais atenção de inúmeras áreas de conhecimento acadêmico, científico e tecnológico. Por um lado, devido às suas características peculiares no quadro das profundas transformações pelas quais vem passando não só o setor primário, mas toda a economia brasileira. Por outro lado, pelos problemas que derivam de sua coexistência com as estruturas metropolitanas em intensiva expansão, os assentamentos de pescadores artesanais têm permitido uma reflexão sistemática e frutífera sobre as questões suscitadas pelo processo de mudança social. Por estes motivos, pesquisadores ligados a centros de reconhecida excelência no campo das Ciências Sociais – em especial a Antropologia – vêm dedicando ao assunto parte substantiva de sua produção acadêmica.

O direito costumeiro, o conhecimento naturalístico; o manejo dos ecossistemas, bem como as formas de organização dos povoados pesqueiros; os conflitos suscitados pelos diferentes agentes sociais envolvidos com a atividade, de modo direto ou indireto, são algumas das dimensões sobre as quais se têm concentrado os interesses de pesquisadores de diferentes gerações ligados ao Núcleo Fluminense de Estudos e Pesquisas, o NUFEP/UFF, que elegeram o litoral fluminense como lócus precípua para observação destes processos (Cf. CASTRO FARIA: 1997, 2000; KANT DE LIMA: 1997; BRITTO: 1999; CUNHA: 2000; LOBÃO: 2010; 2002; MOTA: 2003; MIBIELLI: 2004; MELLO & VOGEL: 2004; LATINI: 2006; VALPASSOS: 2006; COLAÇO: 2007 e 2012; FILGUEIRAS: 2008). Chama atenção, no entanto, no conjunto de etnografias sobre o tema, algumas características peculiares às estruturas de produção em contextos empíricos nos quais se desenvolvem a pesca artesanal, bem como o circuito de distribuição do pescado.

Pescadores artesanais se caracterizam como agentes de uma economia cuja estrutura é notadamente marcada pela imprevisibilidade em relação aos resultados da produção. O peixe, a princípio, é um recurso invisível e, em geral, encontra-se em constante movimento. A captura, portanto, depende da conjugação de sofisticadas técnicas pesqueiras compartilhadas entre os oficientes que são conjugadas como um refinado conhecimento acerca do ecossistema, bem como das espécies aquáticas. Ainda que as pesquisas apontem para a diversidade de ambientes marinhos ou de águas interiores (tais como rios, lagunas e estuários) e para

as diferentes técnicas de captura, a problemática em torno da imprevisibilidade do recurso é uma realidade vivida por pescadores artesanais de localidades variadas (KANT DE LIMA: 1997; MELLO & VOGEL: 2004; COLAÇO: 2012).

Esta característica levanta uma série de questões relevantes para a investigação. Algumas delas incidem, inicialmente, sobre as lógicas que organizam as estruturas de produção encontradas na pesca artesanal, tais como as regras de acesso aos recursos aquáticos ou partilha do pescado dentro das companhias ou grupos de pesca, investimento de capital nos materiais e apetrechos de trabalho – redes, armadilhas, combustível, embarcações, etc. Tal atividade, caracterizada na literatura antropológica como econômica coletora/caçadora (SAHLINS: 1972, CLASTRES: 1988), tem que lidar com a relativa raridade dos recursos naturais criando mecanismos particulares para sua produção e consumo (GODELIER: s/d). O que chama atenção, no entanto, é que as populações que participam desta forma econômica no mundo contemporâneo, em geral, não estão desassociadas das estruturas metropolitanas marcadas pelo dinamismo de seus mercados.

O CENÁRIO ETNOGRÁFICO E O OBJETO

Este artigo apresenta alguns dados da pesquisa etnográfica que se desenrolou entre os meses de outubro de 2010 e julho de 2011 em um povoado de pescadores artesanais na costa portuguesa¹. Trata-se da Carrasqueira, pequena aldeia de pescadores e agricultores localizada na região centro-sul de Portugal. Lá, as atividades pesqueiras são realizadas no Rio Sado, um dos mais importantes do país. As terras de suas margens são conhecidas pelo alto grau de fertilidade o que propicia o desenvolvimento de várias culturas hortaliças, destacando-se o arroz e a batata-doce. Os dados que serão destacados aqui versam sobre três modalidades de venda de pescado fresco, tal como praticadas pelos pescadores carrasqueiros. Deriva daí, portanto, o objetivo precípua deste artigo, qual seja, descrever as práticas comerciais dos pescadores da Carrasqueira, compreender a complexidade das relações sociais e as formas como estas se estabelecem,

¹ Minha estadia em Portugal deveu-se à participação no Convênio CAPES-FCT Modernidade e Justiça: controvérsias, causas públicas e participação política numa perspectiva comparada Portugal/Brasil. O Convênio tem a coordenação pela parte brasileira de Roberto Kant de Lima, professor da Universidade Federal Fluminense e coordenador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia – Instituto de Estudos Comparados em Administração Institucional de Conflitos (INCT-InEAC) e pela parte portuguesa de José Manuel Resende, professor da Universidade Nova de Lisboa.

a partir da etnografia da circulação do pescado, do momento de sua captura, in natura, até sua distribuição nas praças de mercado em Portugal. A observação de tal processo pode colocar em evidência diversos atores sociais, para além dos pescadores artesanais, que participam de maneira direta ou indireta deste circuito.

A pesca artesanal é desenvolvida pelos moradores da Carrasqueira ao longo do Rio Sado. Localmente o Rio é chamado de Máre. As atividades de captura de peixes ou outros recursos marinhos vivos são reguladas pela altura e pelo movimento do Máre – que, por sua vez, responde aos fluxos do oceano. Mariscos como a Amêijoia ou o Canivete podem ser apanhados o ano todo em diversos pontos do estuário do Sado e até mesmo em outros locais como o estuário do Rio Tejo para onde muitos pescadores se deslocam, sobretudo nos meses de inverno. A sequência da atividade, entretanto, depende das condições do Máre.

A pesca de rede, destinada à captura dos peixes que migram do oceano para Sado é desenvolvida todo o ano também. Mas, seu ponto alto, sem dúvida, ocorre nos meses de calor. É no período de fevereiro a junho que se desenvolve a Pesca do Choco – molusco marinho que é localmente designado como peixe. Atualmente, em um universo de 100 pescadores, mais da metade pesca com o uso de redes somente neste período.

Os meses quentes – referentes à primavera e ao verão, do ponto de vista local – são agitados na Carrasqueira. Se não bastasse toda movimentação local em torno da pesca do Choco, o verão é marcado também pelo turismo. Por tratar-se de uma região com belas paisagens, praias e boa gastronomia, a Península de Setúbal e o estuário do Sado atraem turistas portugueses de outros lugares do país e europeus de várias nacionalidades. Muitos Carrasqueiros possuem casas anexas ou alugam quartos para os visitantes. Tal frequência, além de gerar renda para os proprietários das casas, aquece o pequeno comércio local que é constituído por um café, cinco restaurantes, um minimercado e uma farmácia. Os turistas são potenciais compradores de peixes e mariscos. É, portanto, sobre a venda de peixes e mariscos, tomando o caso da Carrasqueira como paradigmático, que este artigo versa. Os dados que serão apresentados a seguir referem-se a três modalidades praticadas na primeira venda do pescado, ou seja, aquela realizada quando o peixe ou o marisco chegam ainda vivos ou frescos do mar ou do rio. Tratam-se da venda em Lota, da venda

ao Comprador e da venda à Candonga.

A LOTA

Desde 1956, criada a partir de um Decreto de Lei (40764 de 7 de setembro), a Docapesca é uma empresa do setor empresarial do Estado português que tem como objetivo a exploração comercial das atividades pesqueiras e portuárias. Sua atuação se deu primeiro na capital Lisboa e depois, ao longo do tempo, em todo o país. Com o passar dos anos, a Docapesca ficou responsável por explorar e incrementar o serviço de vendas de pescado em praticamente toda costa portuguesa. Depois do 25 de Abril de 1974, a empresa teve a incumbência de construir frigoríficos em entrepostos importantes no país com objetivo de estruturar a comercialização do pescado. Da mesma década data a construção dos primeiros armazéns de vendas, ainda sobre a sigla SLV, que significava Serviço de Lotas e Vendagens. Assim, a Docapesca adquiriu a exclusividade na prestação de serviços da primeira venda – ou seja, a venda do peixe fresco recém-chegado dos mares ou rios – e a exerce organizando um sistema de leilão.

Os leilões são realizados nas Lotas, que são edificações semelhantes a armazéns onde se encontram os funcionários da Docapesca, que organizam a atividade, os pescadores e os compradores previamente cadastrados. Ao deixarem o pescado nas Lotas, além de receberem os ganhos pela venda em leilão, os pescadores formalizam e quantificam sua produção para o Estado. Isto tem implicações diretas com a renovação ou não das matrículas de mariscador bem como a dos barcos de pesca local. Para ter o direito de exercer a profissão de mariscador, cada indivíduo tem que vender na Lota, por ano, 2.000,00 euros em valor bruto. Para renovar a matrícula do barco, o proprietário tem deixar em Lota, por ano, 6.000,00 euros em peixe². Com matrícula da embarcação em dia, o pescador também pode solicitar ao Estado subsídios para a compra de óleo diesel, aquisição de novos motores, incrementos nos barcos e outros materiais. Até o mês de janeiro deste ano, os descontos para os seguros sociais, como a aposentadoria [reforma], por exemplo, eram feitos exclusivamente através da Lota. Eram, até janeiro passado, descontados 10% do valor bruto das vendas. Desde então, os pagamentos são feitos autonomamente, por pescador independente

² Estas metas são estabelecidas e administradas pela Direção Geral de Pescas e Aqüicultura – DGPA, órgão ligado ao Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas.

da produção, com referência ao valor do salário mínimo português.

Em Lota, há mais descontos. A taxa de serviço para o uso do estabelecimento é de 4% para barcos com motor a óleo diesel e 2% para barcos com motor à gasolina. Ambos taxados sobre os valores brutos das vendas. O desconto para aqueles que são ligados à Associação é de 1%, valor que a Docapesca repassa para a conta do grêmio³. Os compradores cadastrados para participarem dos leilões em Lota também são taxados em 9% no valor da compra.

Na Carrasqueira, entretanto, não há uma Lota, propriamente dita. A Lota mais próxima é a de Setúbal, na entrada do Rio Sado. O que existe no povoado é um Posto de Vendagem – ainda que seja designado pelos pescadores locais como Lota. Um Posto de Vendagem é uma instalação de tamanho menor que a Lota. Normalmente localiza-se em lugares afastados dos grandes portos pesqueiros nos quais a produção é menor assim como o número de compradores também. Mas, do ponto de vista administrativo, seu funcionamento é idêntico à Lota, tal como descrito anteriormente.

Os pescadores da Carrasqueira os quais acompanhei de perto executando suas atividades de captura e venda do pescado se queixavam que na Lota do povoado não há leilões como na Lota de Setúbal. “Aqui, Zé, não temos leilões! É um absurdo! Nosso peixe não encontra concorrência. São sempre os mesmos a comprar”. Ou “Sem os leilões a mais valia do quilo fica muito baixa. Não paga a pena o trabalho do pescador. Com a mais valia do quilo baixa e mais os descontos... não dá. Querem acabar com os pescadores artesanais assim”. Outras reclamações dirigem-se não apenas aos baixos valores obtidos na primeira venda, mas também ao fato de que na Lota da Carrasqueira, muitas espécies não tem valor de compra. “Em Setúbal e em outras Lotas, tudo que é capturado tem comprador: raias, garrentos, charrocos, safias, liguados. Aqui não! São só chocos e ameijoas”. Escutei também queixas sobre as metas fixadas pela Direção Geral de Pescas e Aquicultura para a renovação das matrículas e licenças: “Eles [DGPA] não entendem que cá na Carrasqueira não pescamos todo o ano. Muitos fazem apenas a campanha do Choco que são quatro meses, se calhar, três... Como tem pouco peixe, procuramos estar a fazer outras atividades e não atingimos as metas”.

Realmente, nos dias de hoje, não há leilões. Os

³ Na Carrasqueira não há associação profissional. Alguns pescadores são ligados à Associação de Setúbal. A contribuição para a Associação pode variar um lugar para outro.

pescadores, depois de atracarem os barcos no porto, rumam para a Lota. Lá, seus latões de peixe são pesados numa balança e o funcionário da Lota marca num papel o número correspondente à inscrição do barco e os quilos do pescado. O pagamento da produção é realizado nas sextas-feiras. Ao receberem o dinheiro, os pescadores também recebem um talão que indica o valor da venda semanal com todos os descontos. No período em que eu fiz o trabalho de campo, apenas um comprador estava em atividade. Outro comprador conhecido passava por problemas pessoais e nesta temporada estava ausente das vendas.

Do máre até o consumidor final, há um circuito realizado pelo pescado. A primeira etapa é a venda na Lota. Depois, o peixe e/ou os mariscos seguem para as praças que podem ser mercados abastecedores, peixarias ou restaurantes longe da Carrasqueira. Do mercado abastecedor, ele ainda cumpre mais outras etapas até chegar ao consumidor final, caso seja comprado por uma grande rede de supermercados nacional ou por comerciantes estrangeiros. Já as peixarias e restaurantes são o último elo até o consumidor final. Apenas para se ter uma idéia do valor que o pescado adquire ao passar por cada etapa deste circuito, um quilo de Choco em Lota é negociado em média por 3,50 euros. O prato com o molusco para uma pessoa em qualquer restaurante mediano na cidade de Lisboa não é servido por menos de 15 euros.

O pescador participa da primeira venda. Ele é o vendedor, mas não é ele quem define o valor de seu pescado. Na Carrasqueira, como não há leilão, o valor do quilo é definido por uma avaliação que o comprador faz do mercado. Por isso, é um preço variável de acordo com a oferta (dos chocos, por exemplo) e a demanda do mercado (as praças). A demanda das praças pode variar de acordo com a época do ano. O comprador da Carrasqueira participa, portanto, como comprador na primeira venda e como vendedor na segunda. E assim se desenrolam as tensões entre os pescadores que julgam que o valor do quilo está sempre aquém do trabalho e do investimento na pesca e dos compradores

que argumentam que tem que comprar na Lota e vender a um preço rentável para ele, e aceitável nas praças de mercado fora dali.

O COMPRADOR

Será apresentada a segunda modalidade de venda do pescado. Ele tem como ator principal o Comprador. Não o comprador da Lota apresentado há pouco. Mas o Comprador autônomo. Em muitas

regiões costeiras de Portugal, em períodos de grande pesca, os Compradores aparecem em busca do peixe ou do marisco fresco. Durante os meses de janeiro e fevereiro, acompanhei junto com alguns interlocutores da Carrasqueira, a apanha de Amêijoas em Montijo – região pertencente ao estuário do Rio Tejo, na costa central de Portugal. O estuário do Tejo é rico em recursos naturais e é considerado um dos melhores sítios para ir às ameijoas, quer pela quantidade, quer pela qualidade dos mariscos.

Em períodos de maré viva, nos quais as águas do Rio acompanham os fluxos do oceano e escorrem ou vazam mais, os parciais de ameijoas ficam a mostra e podem ser explorados. É possível que ajam até 8 ou 9 dias de maré viva em sequência, o que significa trabalho intenso para os mariscadores. Os mais jovens chegam a fazer duas marés por dia, uma pela manhã e outra à tarde. Ou uma de tarde a outra à noite, dependendo dos horários de baixa-mar e preamar⁴ [ou baixa-maré e aprea-maré, como dizem os carrasqueiros]. Muitos pescadores – e não pescadores – advindos de várias regiões de Portugal fazem a campanha do inverno nesta região já que as condições climáticas muitas vezes os impedem de exercer as atividades no mar.

São também nestes períodos que os Compradores aparecem. Com suas caminhonetes-baú, localmente chamadas de carrinhas, equipadas com frigoríficos e balanças de precisão, eles esperam na beira do Rio a chegada dos mariscadores ao final das marés. No Montijo, as caminhonetes ficam no estacionamento da praia fluvial.

Depois da apanha, a primeira tarefa feita pelos mariscadores quando chegam a terra é separar por sacos as ameijoas miúdas [pequenas ou médias] das ameijoas gradas [grandes]. O valor do quilo na venda é distinto. No inverno de 2010/11, os Compradores pagavam, em média, 2,00 euros pelas gradas e 3,00 euros pelas miúdas. Perto do período natalino houve um pequeno aumento no valor do quilo subindo para 3,00 e 4,00, respectivamente. Os pescadores da Carrasqueira os quais acompanhei nas últimas marés do inverno tinham a expectativa que perto do período do Carnaval deste ano, o valor do quilo sofresse um aumento. Isso não ocorreu.

O valor do quilo é definido pelo grupo de Compradores. Aqui, em geral, há uma afinação entre estes agentes nas regiões onde se realizam as compras.

⁴ O baixa-mar é o nível mínimo de uma maré vazante. O preamar é o nível máximo de uma maré cheia. Os pescadores acompanham estes ritmos baseados em uma tabela elaborada pela Capitania dos Portos que é distribuída anualmente. Mas, o conhecimento das marés vivas e mortas se baseia na associação dos níveis da água com a observação das correntes marítimas.

Isso faz com que valor do quilo não sofra variações por Comprador. Quando há algum aumento no valor – como no caso dos períodos de festas – todos os compradores elevam juntos. A mesma lógica também funciona para baixar o valor. O pescador/mariscador nesta modalidade, não barganha o preço do quilo nem assiste sua produção ser negociada em leilões. E, dependendo do dia, ainda pode correr o risco de não vender seus mariscos caso o Comprador tenha alcançado sua meta, tenha gasto todo o dinheiro ou simplesmente não tenha ido ao Montijo. Entretanto, aqui o pescador recebe o valor bruto em cash assim que encerra seu trabalho diário. Acompanhei pescadores que lucravam de 80,00 a 100,00 euros por dia com a apanha dos bivalves.

É bom ressaltar que o Comprador trabalha por encomendas. Ele pode ter, por exemplo, uma encomenda de uma tonelada de ameijoas feita por um supermercado espanhol. Quando atinge esta meta, ao final de 4 ou 5 marés, ele só volta ao Montijo quando houver mais encomendas. Normalmente os Compradores que se deslocam para as regiões mais propícias à exploração dos bivalves são profissionais autônomos. Não trabalham como nota fiscal. Não se preocupam se os mariscos ou pescados estão dentro dos tamanhos mínimos permitidos. Também não cobram que os mariscadores sejam legalizados. São, neste sentido, intermediários informais que levam bivalves ou peixes diretamente do local de captura até outros compradores que são, em sua maioria, em mercados, restaurantes e hotéis em várias regiões do país ou mesmo fora de Portugal.

Os pescadores queixam-se dos valores do quilo. Eles os consideram baixo para o trabalho exaustivo que é a apanha. “Estais a ver como é? Estamos cá desde as 4 da manhã, longe de casa, dando cabo da coluna, para vender as ameijoas a este valor!”, diz um de meus interlocutores. Ou “Já houve anos em que eu as vendia aqui por 5,00 ou 6,00 euros o quilo. Agora eles só fazem é baixar. Quem vem às ameijoas sabe a dificuldade do trabalho. É para poucos. Há muito esforço. Tem que trabalhar muito para ganhar. Para muitos, que são doentes ou tem problemas, não paga a pena vir até aqui”. Mas praticamente todos consideram que o trabalho pago em dinheiro, no dia sem as taxas é muito satisfatório: “Ah é melhor, é melhor. Saímos daqui com dinheirinho na mão. Trabalha, recebe! Deveria ser assim sempre em tudo o que fazemos”.

A CANDONGA

O inverno é um período de relativa diminuição

da pesca com o uso de redes no estuário do Sado. Durante a estação, os carrasqueiros que ocupam-se da apanha de mariscos ou, em alguns casos, da pequena agricultura e da apanha de pinhas. É a altura também na qual as redes e os barcos são reparados para a campanha do choco que começa na transição do inverno para primavera. Acompanhei estas atividades em terra e conversei com muitos pescadores. Ao falarem das dificuldades da vida dedicada à pesca sempre mencionavam os baixos valores do pescado na primeira venda em Lota. Este foi, e continuou sendo, um dos assuntos mais recorrentes. Meus interlocutores mais próximos começaram a me falar das estratégias para se conseguir mais vantagens na venda do peixe fresco, recém-chegado do máre. Foi quando ouvi as primeiras vezes a palavra Candonga. “Ah, Zé[i], o pescador tem que dar o seu jeito. Às vezes temos que vender à Candonga mesmo”. Ou “Se não fosse a venda à Candonga o pescador da Carrasqueira já estaria morto! Apenas assim ganhamos mais um dinheiro”.

Candonga é uma expressão da língua Kimbudu. Assim como ocorre em Angola⁵, em Portugal ela identifica negociações que são consideradas, por grande parte da sociedade nacional, clandestinas, informais ou mesmo ilegais em alguma medida. Tal modalidade é encontrada em muitas regiões do país e define distintas relações comerciais. Os bens trocados nestas relações são variados: ingressos para jogos de futebol vendidos fora das bilheterias, entradas para concertos musicais vendidos fora das casas onde se realizam, bebidas e iguarias vendidas nas ruas depois do encerramento do comércio etc.

Na Carrasqueira – como em outros povoados pesqueiros portugueses – a Candonga define a primeira venda, ou seja, a venda do peixe fresco, realizada fora da Lota. Mas, nem toda venda fora da Lota pode ser considerada uma Candonga. Um exemplo é a modalidade do Comprador que apresentei anteriormente. Para ser considerada uma Candonga, a venda precisa ter algumas características as quais serão apresentadas a seguir. Entretanto, há um fator que marca uma diferença crucial em comparação com as modalidades já descritas: na Candonga é o pescador que tem autoridade para definir o valor do quilo. É ele quem dá o primeiro lance. E é ele quem dirige a negociação.

Uma pescadora me diz: “É assim, Zé[i], eu chego no cais com meu pescado fresco e muitas vezes aparecem pessoas querendo chocos, linguados,

ameijoas, raias – para fazer caldeiradas, raias e charcos ... Isso nos meses mais quentes. Aí, eu digo o valor do quilo. O quilo do choco eu peço 6,0 euros. Para os linguados eu peço 15,00. Se a pessoa quiser leva. Se não, não vendo para ela. Deixo na Lota ou vendo para quem aparecer”.

Mas, a negociação da Candonga é mais complexa do que esta descrição nativa. Ela envolve corporalidade e oralidade especiais. Além disso, na Candonga é possível usar várias estratégias para convencer o potencial comprador. A venda conta bastante com as habilidades do pescador/comerciante durante a negociação. Eu próprio, só tive uma ideia mais substancial do que era a venda à Candonga, para além das descrições que tinha escutado, quando participei e observei.

Vou descrever aqui, de modo sucinto, duas vendas. Uma que participei e no Montijo e outra que observei no cais da Carrasqueira. A primeira, em meu caderno de campo, está registrada sob a forma de um pequeno diálogo entre o pescador e o comprador.

“Certa vez, após voltar da maré, três carrasqueiros estavam separando as ameijoas para vender aos compradores como de costume. Muitos desses compradores atravessam os mariscos até a Espanha onde ele é bastante apreciado. Durante a triagem, um casal de velhos se aproxima. O velho observa os três homens enquanto estes permanecem concentrados no trabalho.

- “Quanto tá o quilo?” - pergunta o velho.

- “3,0 Euros” - responde um dos pescadores sem desviar o olhar do trabalho e parecendo pouco interessado na conversa.

- “3,0 Euros? Tudo isso?”

- “O senhor pode perguntar a qualquer um. É a valia do quilo. É como nós vendemos”.

O velho faz cara de dúvida. Olha para a velha – notadamente sua esposa – e ela faz sinal de positivo com a cabeça.

- “O senhor tem três ou quatro quilos aí?”

O pescador levanta um dos sacos que ainda não tinha passado pela triagem e diz:

- “Este tem quatro quilos!”

O velho, ainda desconfiado, levanta o saco de ameijoas, ri alto e retruca:

- “O que? Aqui não tem quatro quilos, meu senhor. Se calhar tem três!”

- “Três e meio para quatro” - diz o pescador sem olhar para o velho e ainda separando as ameijoas de outro saco. O velho olha para a mulher novamente. Ela

⁵ A categoria foi trabalhada por SANTOS (1990) e LOPES (2004) no contexto angolano pós-revolucionário.

responde positivamente e complementa puxando assunto sobre qual a melhor maneira de prepará-las.

- “15 Euros e leva tudo” - diz o pescador.

- “15? Mas aqui há menos que quatro quilos! Não posso pagar quinze! 12 Euros e eu levo!”

Atento a separação dos mariscos e mais atento ainda a negociação, o pescador responde rapidamente sem olhar para o velho:

- “12 e meio [12,50]”.

O velho, aparentemente convencido do negócio pergunta se a mulher tem moedas. Ela tinha. Ele estende a mão para pagar ao pescador e ele diz:

- “Pague a este senhor”. E indicou com o dedo para a direção do pescador mais novo que o ajudava na separação das ameijoas e escutava atento o desenrolar da negociação.

O pescador mais novo sorri e agradece ao velho que vai embora com a mulher e um saco de três quilos e pouco de mariscos frescos.

O pescador mais velho sorri e diz para o neófito:

- Viste? Esta é a venda à candonga...”

Acompanhei outra venda dentro de um barco após ter acompanhado mais um dia de pesca. Reproduzo agora tal como foi registrada em meu caderno de campo:

“Enquanto Juvenal estava na lota, chegaram à barca Marcos e Maria. Os dois vestiram as luvas e começaram a ajudar na limpeza das redes.

O pescador volta rápido e comenta:

“- Uma velhota perguntou-me se tínhamos 30 quilos de choco porque ela quer levar agora”.

Gabriela responde que 30 quilos não tinham, porém, talvez uns 10 ou um pouco mais lá havia.

Pouco tempo depois a velha se aproxima. Uma senhora forte e falante muito parecida com as moradoras da Carrasqueira. A acompanhava um senhor, seu marido, muito magro e fraco. Devia ser doente.

A velhota:

“- Boa tarde. Ainda há chocos”.

No grupo é Gabriela quem toma a iniciativa e responde começando assim a negociação:

“- Há sim senhora! Quanto a senhora

quer levar?”

- “Uns trinta quilos”, responde.

“Trinta não há. Temos pouco mais de dez. Já vendemos a maior parte na lota. Mas a senhora não vai encontrar ninguém com trinta quilos disponíveis não. Somos obrigados a fazer a venda em lota e a esta altura quase todos já venderam”.

Interessante a estratégia de venda de Gabriela. Ela sabe que naquela semana as marés não têm dado mais de 40 ou 50 quilos por barco. E sabe que os pescadores têm que fazer venda em lota por causa dos descontos e das metas. Esta informação colocada assim é praticamente um “pegar ou largar” os quilos de chocos que ainda estavam na barca de Juvenal.

“- Ai, mas eu preciso de 30... Vou ver se consigo mais alguma coisinha com seus colegas”.

“- A senhora pode ficar à vontade”, disse Gabriela, “Mas será muito difícil! A esta altura está tudo vendido”.

“- Vou ver ali e volto cá para comprar os chocos dos senhores”, garantiu a velhota. “Quanto está o quilo?” pergunta já saindo.

- “Está 5 Euros”, responde firme Gabriela.

Quando a velhota afasta-se Juvenal e Gabriela comentam a negociação.

Minutos depois a velhota retorna. Depois de uma rápida consulta e de uma compra mais rápida ainda. Ela conseguiu 10 quilos com outro casal. Enquanto isso o balde de Juvenal e Gabriela enchia-se de chocos. Parecia ter mais animais na rede do que eles previam. A velhota e seu marido aguardaram pacientemente os quatro pescadores terminarem a limpeza de toda a rede. Nenhum pescador fez mais esforço ou pareceu trabalhar mais rápido por conta da venda. “Fingir que não está nem ai para a venda” sugere uma estratégia.

“- Olhe, aqui tem quase 20 quilos. Tem 18 ou 19”, disse Gabriela quando o balde mostrava-se quase cheio. “100 Euros e a senhora ainda leva uns charrocos, muito bons para caldeirada!”

A velhota fez cara de dúvida. Antes de reclamar (pois não haviam 20 quilos de choco para justificar o 100 Euros) Gabriela aumentou a oferta:

“- E alguns garrentos. Peixe branco. Dos bons! Aproveito e faço para senhora o quilo do linguado à 4 Euros. Muito abaixo do que cobram por ai. Leve tudo. Temos 3 quilos aqui”.

A velhota olhou para o marido. Ele disse que por ele estava bem. Assim, o negócio foi fechado.

Eu subi com o balde de chocos até a ponte. Os charrocos estavam por cima. Os linguados e os garrentos me foram dados dentro de um saco plástico. Gabriela perguntou se eles tinham como levar. A velhota indicou o carro que estava estacionado ao lado da lota. Eu me ofereci para ajudar. Enquanto me organizava com o peso a velha pagava a Gabriela que tinha coordenado toda a venda. A compradora saiu satisfeita, pois conseguiu, na ida à Carrasqueira, comprar quase 30 quilos de chocos e ainda levou para casa de graça alguns charrocos e garrentos. E comprou o linguado por um preço considerado muito baixo para primeira venda. Gabriela e Juvenal fizeram uma venda à candonga na qual faturaram cash e sem descontos 112 Euros.

E eu fui com todo peso até o carro dos velhotes deixar os peixes”.

A venda à Candonga se distingue das outras modalidades, em primeiro lugar porque é o pescador quem estabelece o valor inicial do quilo. Em muitos casos, o pescador arredonda o peso para cima: se há 3 quilos e meio ele diz que há 5; se há 38 quilos ele diz que tem 40. Quando indagado pelo comprador sobre a precisão do quilo, o pescador usa argumentos como “Olhe lá, os peixes estão frescos. Acabaram de chegar do máre. Não há peixes mais frescos que estes...” Ou, como aconteceu no caso narrado, o pescador adiciona à venda outras espécies que praticamente não tem saída comercial: “Levas também uns charrocos. Olhe só! Levas 5 charrocos grandes. É uma bela caldeirada. Levas uns garrentos também. Para fazer fritinho e beber com uma cervejinha!”. No final, o comprador sai com uns poucos quilos a menos do que pagou, entretanto com mais peixes do que desejava comprar. Para o pescador, o faturamento veio do valor/quilo dos chocos ou linguados – pois as outras espécies não seriam deixadas na Lota. Poderiam ser utilizadas para consumo próprio ou distribuídas entre vizinhos e parentes mais velhos que não vão mais à pesca por

doença ou aposentadoria.

Na Candonga, pagamento também é cash e livre das taxas da Lota. Também não há constrangimentos com os tamanhos mínimos permitidos. Com uma boa maré, o pescador pode deixar parte do pescado na Lota e a outra parte vender à Candonga. É uma maneira de otimizar o lucro ao mesmo tempo em que faz número de vendagem para a DGPA. Outra vantagem, do ponto de vista dos pescadores, observada nesta modalidade é que não há intermediários. Enquanto a Lota é uma empresa mediadora entre ele e o comprador cadastrado e o Comprador (da segunda modalidade) é um intermediário entre o pescador e uma praça, na maioria dos casos, na Candonga o pescador vende diretamente ao consumidor final.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE AS MODALIDADES DE VENDA, OU “LE CALCUL SUAUVAGE”⁶

A venda em Lota, do ponto de vista dos pescadores, tem algumas características previsíveis e conhecidas à priori. Na Lota da Carrasqueira (que é um Posto de Vendagem), atualmente não há leilões, o que faz com que exista pouca variação no valor do quilo. Não há negociação na qual os pescadores participem. Os pescadores sabem que ao deixarem o pescado lá, serão descontados pela prestação de serviço da empresa, a saber, por estabelecer a mediação entre eles e o comprador. Ao mesmo tempo, reconhecem que sem o desembarque em Lota, não atingem as metas estipuladas pela DGPA e têm dificuldades para renovar matrículas de barcos ou licenças de mariscador ao final de um ano. O pagamento efetuado pela Lota da Carrasqueira, incluindo os descontos, é feito em dinheiro uma vez por semana. Eles ganham recibos e talões [notas fiscais].

A venda feita para o Comprador de ameijoas estabelece uma situação mais ou menos previsível. Os pescadores sabem que não há descontos e que o pagamento é feito no ato da venda – ainda que reclamem dos baixos valores pagos por quilo. Correm o risco, entretanto, de fazerem uma boa maré e ao chegarem ao local de venda, não encontrarem o Comprador ou a este não interessar comprar mais naquele dia. A característica mais importante aqui é que o pescador não pode negociar o valor do quilo das ameijoas. Este é sempre estipulado pelo grupo de Compradores de acordo com os períodos do ano, os mercados e as regiões nas quais atuam. Não há taxas, nota fiscal ou qualquer

⁶ Referência ao capítulo Suplemento à Viagem de Cook; ou “Le Calcul Sauvage” escrito por Marshall Sahlins em seu *Ilhas de História* (SAHLINS: 1990).

tipo de regulação oficial sobre esta venda.

Já a Candonga é a modalidade de venda que trás as características mais ambíguas e é mais imprevisível se comparada às duas anteriores. Imprevisível porque, na maior parte dos casos, não é possível prever “se” e “quando” ela vai acontecer. E é imprevisível também porque quando a situação ocorre ninguém sabe, à priori, se a venda vai se concretizar. Pode-se conseguir efetuar uma venda em valor bruto mais rentável do que nas outras modalidades ou pode-se não vender nada. Conforme apresentado, não há taxas, notas e nenhuma regulação oficial. Aqui, entretanto, o pescador tem autoridade sobre o primeiro lance da venda e encaminha a negociação de acordo com suas intenções e habilidades. É sempre uma situação nova cada vez que acontece, pois o pescador tem que ser astuto o suficiente para fazer a proposta inicial, negociar com vários recursos (outros peixes ou mariscos, por exemplo) e sentir, a partir da conversa e da observação, até quanto o comprador está disposto a pagar.

A participação dos pescadores nestas modalidades de venda está associada a um cálculo particular das perdas e dos ganhos que eles podem obter em cada uma delas em separado ou mesmo em conjunto – como o caso da Candonga do cais onde a maré foi tão produtiva que os pescadores deixaram parte na Lota e negociaram o restante. Este cálculo, no caso da Carrasqueira, é normalmente feito pelo homem e pela mulher, já que nesta aldeia, os camaradas, no máre são quase todos casais em terra.

Há importantes variáveis na construção deste cálculo. Eles levam em consideração a quantidade de recursos marinhos que capturam em cada maré. Como sabemos pescadores, em geral, tem alguma previsibilidade sobre o quanto vão capturar em uma saída para o mar. Mas, não controlam isto de todo. Devido a vários fatores, podem ser surpreendidos por uma maré fraca, como dizem na Carrasqueira, obtendo algumas vezes resultados de uma pesca que não cobre nem o investimento da gasolina naquele dia. Já uma boa maré os possibilita deixarem o pescado em Lota e fazer vendas [para as metas da DGPA] ao mesmo tempo em que podem praticar a Candonga com o objetivo valorizar o seu pescado e, por conseqüência, obter mais lucro.

Os meses mais quentes – primavera e verão – são mais propícios para as vendas à Candonga associadas à venda em Lota. São, como mostra o Calendário, meses de mais fartura de peixes no Sado. A maioria das espécies procura águas mais

quentes para desovarem, como é o caso do choco na primavera e o linguado no verão. E, ao mesmo tempo, é o período de mais consumo de peixes em bares e restaurantes da região. Mesmo os turistas, compram peixe fresco, recém chegado do máre para preparar bons pratos nas casas alugadas pela aldeia. Em resumo, para quem faz a vida no máre, os meses quentes são períodos de abundância e permite que os pescadores possam escolher qual das modalidades de venda lhes são mais interessantes.

O mesmo cálculo pode ser feito para a venda com o Comprador. Nos meses de inverno, onde a maior parte da campanha das ameijoas é realizada em Montijo, estuário do Tejo, muitos pescadores apanham e vendem tudo que podem ao Comprador. Já nos meses de verão nos quais realizam no mesmo dia, marés de ameijoas e de chocos no Rio Sado, muitos pescadores optam por deixar as ameijoas na Lota para, mais uma vez, fazer vendas e poder renovar suas licenças de mariscadores.

REFERÊNCIAS

BRITTO, Rosyan Campos de Caldas. Modernidade e tradição. Construção da identidade social dos pescadores de Arraial do Cabo – RJ. Niterói: Eduff, 1999.

CASTRO FARIA, Luiz de. Apresentação. Pescadores e Pescarias. In Os Pescadores de Itaipu. Meio Ambiente, conflito e ritual no litoral do Estado do Rio de Janeiro. Niterói: Eduff, 1997.

_____. Os Pescadores de Ponta Grossa dos Fidalgos: Um Estudo de Morfologia Social. (Título Provisório) Inédito. Conforme originais incorporados ao acervo do Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST/CNPq, no Observatório do Valongo, Rio de Janeiro/RJ, 2000.

CLASTRES, Pierre. A Sociedade Contra o Estado. Pesquisas de Antropologia Política. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora S.A., 1988.

COLAÇO, José. Quanto Custa Ser Pescador Artesanal? Etnografia, relato e comparação entre dois povoados pesqueiros no Brasil e em Portugal. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense (PPGA-UFF). Niterói. (O trabalho em sua versão integral encontra-se disponível para consulta na biblioteca do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense/ICHF/UFF), 2012.

_____. Tempo(s) Ecológico(s): Um relato das tensões entre pescadores artesanais e IBAMA acerca do calendário de pesca da Lagoa Feia. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação

em Antropologia da Universidade Federal Fluminense (PPGA-UFF). Niterói. (O trabalho em sua versão integral encontra-se disponível para consulta na biblioteca do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense/ICHF/UFF), 2007.

FILGUEIRAS, Márcio de Paula. Entre Barracões e Módulos de Pesca: Pescaria e meio ambiente na regulação do uso de espaços públicos na Barra do Jucu. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2008. (O trabalho em sua versão integral encontra-se disponível para consulta na biblioteca do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense/ICHF/UFF).

GODELIER, Maurice. Racionalidade e Irracionalidade na Economia. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro Ltda, S/D.

LATINI, Juliana Lopes. Memória, Identidade Social e Conflito entre os Pescadores de Itaipu – RJ. Monografia apresentada como requisito para a conclusão do curso de Bacharelado em Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense. 2006. (O trabalho em sua versão integral encontra-se disponível para consulta na biblioteca do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia/ICHF/UFF).

LOBÃO, Ronaldo Joaquim Silveira. Cosmologias Políticas do Neocolonialismo. Como uma política pública pode se transformar numa política do ressentimento. Niterói: Eduff, 2010.

LOPES, Carlos M. Candongueiros, Kinguilas, Roboteiros e Zungueiros: Uma digressão pela economia informal de Luanda. Comunicação apresentada no VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, realizado no Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra entre os dias 16 e 18 de setembro de 2004.

KANT DE LIMA, Roberto. Os Pescadores de Itaipu. Meio Ambiente, conflito e ritual no litoral do Estado do Rio de Janeiro. Niterói: Eduff, 1997.

MELLO, Marco Antônio da Silva & VOGEL, Arno. Gente das Areias: Sociedade, História e Meio Ambiente no Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Eduff, 2004.

MIBIELLI, Bruno Leipner. Mestre Cambuci e “sumiço da tainha”: uma nova imagem da praia de Itaipu. Monografia apresentada como requisito para a conclusão do curso de Bacharelado em Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense. (O trabalho em sua versão integral encontra-se disponível para consulta na biblioteca do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia/ICHF/UFF), 2004.

MOTA, Fábio Reis. Nem muito mar, nem muita terra. Nem tanto negro, nem tanto branco: uma

discussão sobre o processo de construção da identidade da comunidade remanescente de quilombos na Ilha da Marambaia/RJ. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Antropologia e Ciência Política da Universidade Federal Fluminense. Niterói. 2003. 164p. (O trabalho em sua versão integral encontra-se disponível para consulta na biblioteca do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense/ICHF/UFF).

SAHLINS, Marshall. Stone Age Economics. New York: Aldine Publishing Company, 1972.

_____. Ilhas de História. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

SANTOS, Daniel. The Second Economy in Angola: Esquema e Candonga. In: LÓS, Maria (org). The Second Economy in Marxist States. London: The Macmillan Press, 1990.

José Colaço Dias Neto

Professor adjunto no Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense (UFF) no polo de Campos dos Goytacazes. Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (2005), Mestre (2007) e Doutor em Antropologia pela Universidade Federal Fluminense (2012), tem se dedicado ao estudo de povoados pesqueiros e conflitos em áreas de interesse ecológico. Sua atuação docente tem como principais temáticas as áreas de Teoria Antropológica, Teoria Sociológica e Metodologia de Pesquisa Empírica. Também é pesquisador associado do Núcleo Fluminense de Estudos e Pesquisa - NUFEP-INCT-InEAC/UFF. Participou, entre os anos de 2010 e 2011, do Convênio CAPES-FCT Modernidade e Justiça: controvérsias, causas públicas e participação política numa perspectiva comparada Portugal/Brasil e desenvolveu pesquisa empírica no litoral lusitano em povoados de pescadores artesanais.