

Culturas de mercado: a logística de suprimento do Alto Solimões

FRANCISCO MATOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS

Introdução

No Alto Solimões, as cidades têm como referência seus portos, de onde chegam e saem pessoas e mercadorias. Neste artigo, analiso o abastecimento do comércio da região. Os barcos chamados de recreios são agentes logísticos que transportam mercadorias de Manaus para as cidades do interior do Amazonas. A enchente e a vazante são fenômenos amazônicos que influenciam modos de vida e trabalho nessas paragens. Esta pesquisa contribui com o desenvolvimento da CCT, descrevendo um aspecto importante da cultura de mercado, a rede de marketing no varejo.

Problema de Pesquisa e Objetivo

A sociedade moderna, consequência da industrialização, produziu um novo cenário. As pessoas se aglomeram nas cidades, criando um estilo de vida que impacta no ambiente. Uma vez que as pessoas não querem mais a vida natural e sim a artificial que demanda produtos industrializados e a extração de matérias-primas, uma cultura de consumo e descarte, em que os ciclos de vida dos produtos estão diminuindo, gerando lixo e poluindo o ambiente. O desenvolvimento econômico e a preservação do ambiente são projetos socioculturais críveis para as regiões pobres do mundo.

Fundamentação Teórica

A Consumer Culture Theory (CCT) analisa as manifestações da cultura do consumidor em mercados. Arnould e Thompson (2005) propuseram a teoria da cultura do consumidor, eles reuniram conceitos de mercado, de consumidores e da cultura, desde a Consumer Behavior Odyssey (1985). Estas variáveis são usadas para interpretar os signos do consumo. Os temas de pesquisa da CCT são: culturas de mercado, ideologias de mercado, padrões de consumo e projetos de identidade (Arnould et al., 2019). A cultura de mercado descreve os espaços e os processos em que as experiências dos atores do mercado são formadas.

Metodologia

Esta pesquisa é qualitativa, cujo método é pesquisa participante. O universo da pesquisa é o comércio de Benjamin, no Alto Solimões. Tendo como amostra: dez consumidores, três comerciantes e dois agentes logísticos. Para coletar dados foram feitas observações e realizadas entrevistas com perguntas abertas e fechadas. Fiz compras no comércio de Benjamin (no período de um ano) e viagens nos barcos que abastecem a cidade, subindo e descendo o rio Solimões. Isto possibilitou conhecer o trabalho dos agentes logísticos. A análise dos discursos foi baseada na noção de “contexto interpretativo” (Gill,

Análise dos Resultados

Os comerciantes do Alto Solimões fazem parte de uma rede de suprimento que tem como referência a cidade de Manaus e o sudeste do país (São Paulo). Na entrevista com um comerciante, perguntei: Os produtos vendidos na sua loja vêm de onde? Ele respondeu: “A maioria de Manaus e pouca coisa do Sul”. Uma rede de suprimento que envolve fornecedores, transportadores e comerciantes. Na região, o modal mais viável para o transporte de mercadorias compradas de Manaus é o hidroviário. Os barcos fazem parte da vida das pessoas que vivem nas margens do Solimões. As condições do rio (enchente e vazante) pod

Conclusão

Os objetivos da pesquisa foram alcançados. A cultura de consumo envolve comerciantes (empresas) e consumidores (clientes), uma visão de contexto conceberia a cultura de mercado como expressão do espaço, dos atores e das interações no comércio. A distância, o transporte e o tempo de entrega são causas do elevado custo de vida no Alto Solimões. A enchente e a vazante, são fatores determinantes do acesso aos produtos industrializados. Portanto, homens da cidade e homens da floresta constroem culturas de mercado.

Referências Bibliográficas

ARNOULD, E. et al. Consumer culture theory: development, critique, application and prospects. *Foundations and Trends in Marketing*, Boston, v. 12, n. 2, p. 80-166, 2019. ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer culture theory (CCT): twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, Oxônia, v. 31, n. 4, p. 868-882, mar. 2005. BALLOU, R. H. Logística empresarial: transporte, administração de materiais, distribuição física. Tradução: Hugo Yoshizaki. São Paulo: Atlas, 2011. BATISTA, D. O complexo da Amazônia: análise do processo de desenvolvimento. 2 ed. Manaus: Valer, EDUA e INPA, 2007.

Palavras Chave

Culturas de mercado;, Logística de suprimento;, Alto Solimões.

Agradecimento a órgão de fomento

Agradeço a Universidade Federal do Amazonas, onde trabalho como Professor MS; a FAPEAM e a CAPES que me apoiaram no Curso de Doutorado; e ao PPGA/UNIVALI, onde estudei. Estas instituições têm importância capital no desenvolvimento sustentável da Amazônia, onde nasci e desenvolvo pesquisa científica.

Culturas de mercado: a logística de suprimento do Alto Solimões

INTRODUÇÃO

No mundo capitalista, onde se estabelecer uma sociedade também surgirá alguma forma de comércio. Weber (2006, p. 257) exara: “O capitalismo existe onde quer que se realize a satisfação de necessidades de um grupo humano, com caráter lucrativo e por meio de empresas”. Porém, o capitalismo não é um espírito errante que se apodera dos homens de negócios e os tornam irracionais e insensíveis às necessidades do *outro*. O desenvolvimento das regiões é um problema político-econômico com implicações socioambientais (Lago; Rocha, 2016, Carreiro; Mascena; Freitas, 2022).

A economia leva em conta a escassez, a produção e a disposição dos recursos necessários à sociedade. Administração pode ser entendida como a gestão da produção e da distribuição de bens e serviços. Assim, a logística empresarial “é um fato econômico, é um assunto vital” (Ballou, 2011, p. 17) para cidades e comunidades. O objetivo da logística empresarial é prover recursos por meio do processo de suprimento de mercadorias para a indústria e o comércio; e o processo de distribuição de produtos para o consumidor. Mas “tanto os recursos quanto os consumidores estão espalhados em uma ampla área geográfica” (*idem*). Em todo o mundo as pessoas trocam recursos.

A sociedade moderna, consequência da industrialização, produziu um novo cenário. As pessoas se aglomeram nas cidades, criando um estilo de vida que impacta no ambiente. Uma vez que as pessoas não querem mais a vida natural e sim a artificial que demanda produtos industrializados e a extração de matérias-primas, uma cultura de consumo e descarte, em que os ciclos de vida dos produtos estão diminuindo, gerando lixo e poluindo o ambiente. “Além das dificuldades originadas pela aglomeração urbana, outras dificuldades são impostas pela movimentação de mercadorias no suprimento do varejo” (Freitas; Martins, 2018), como o capitalismo ou socialismo excludentes.

No Alto Solimões, as cidades têm como referência seus portos, de onde chegam e saem pessoas e mercadorias. Benjamin Constant é uma dessas cidades, situada na fronteira amazônica, dista da capital há 1.500 km (via fluvial). “Na economia mundial, sistemas logísticos eficientes formam bases para o comércio e um alto padrão de vida nos países desenvolvidos. Mas os países, assim como as populações que os ocupam, não são igualmente produtivos” (Ballou, 2011, p. 19). Nesse sentido, “a economia das regiões está intrinsecamente ligada a movimentação de mercadorias, as operações logísticas tornam-se cada vez mais importantes no planejamento urbano” (Alves; Sari; Ávila, 2020, p. 218). Segundo Marx e Engels (1845-46), comércio é a troca de mercadorias/produtos entre pessoas e nações.

Este artigo é decorrente da minha dissertação, um estudo qualitativo com observações e entrevistas. Dando voz aos comerciantes, consumidores e agentes logísticos, apresento uma pesquisa participante. Descrevendo a rede de suprimento do Alto Solimões, interpreto um aspecto importante da cultura de mercado: o abastecimento do comércio. O desenvolvimento econômico e a preservação do ambiente são projetos socioculturais críveis para as regiões pobres do mundo (Stefani *et al.*, 2022).

Em Benjamin, os produtos vendidos nos mercadinhos custam 30% a 50% mais caros que em Manaus. Isto ocorre devido à distância da capital, os barcos que abastecem o comércio da região demoram seis dias para chegarem à cidade. E ainda, a especulação financeira associada a vazante do Solimões, quando os barcos que transportam mercadorias não conseguem chegar à cidade. As experiências dos povos amazônicos podem ser retratadas para compreender seus modos de vida e trabalho (Freitas, 2009), o consumo e suas consequências na sociedade no ambiente (Andrade; Abreu; Valadão, 2022).

A crise ambiental questionou o crescimento econômico eterno dos países em desenvolvimento. Os discursos de mercado baseados nos conceitos da Economia, como escassez de recursos e produção quântica, são contraditórios. Uma vez que as necessidades humanas são infinitas e os recursos naturais são finitos (Capra, 2005). As cidades/regiões devem ser compreendidas como sistemas sociais e naturais interdependentes, “ao invés de simples fonte inesgotável de energia e de negócios privados” (Alves; Sari; Ávila, 2020, p. 218).

1 FUNDAMENTAÇÃO

A *Consumer Culture Theory* (CCT) analisa as manifestações da cultura do consumidor em mercados. Arnould e Thompson (2005) propuseram a teoria da cultura do consumidor, eles reuniram conceitos de mercado, de consumidores e da cultura, desde a *Consumer Behavior Odyssey* (1985). Estas variáveis são usadas para interpretar os signos do consumo. Os temas de pesquisa da CCT são: culturas de mercado, ideologias de mercado, padrões de consumo e projetos de identidade (Arnould *et al.*, 2019).

Em outra perspectiva, **cultura de consumo** é uma representação socioeconômica que se desdobra em **cultura de mercado** e ideologias de mercado; e **cultura do consumidor** e padrões de consumo. A cultura de mercado descreve os espaços e os processos em que a experiência do comerciante é formada, criando ideologias e identidades. A cultura do consumidor descreve os espaços e os processos em que a experiência do consumidor é formada, criando ideologias e identidades. Interpretando como os atores do mercado, comerciantes e consumidores, estabelecem relações e constroem mundos distintos por meio de interesses pessoais e coletivos (Arnould; Thompson, 2005). A sociedade é compreendida como uma rede de atores que compartilham experiências de consumo (Fligstein; Dauter, 2012; Arnould *et al.*, 2019). Pretende responder qual é o papel das instituições e das pessoas no consumo, como o governo, a empresa, a escola, a igreja, a família, o consumidor e o comerciante.

Logística (ou *logistike* – grego) significa contabilizar as atividades de transporte, de estoque e de pedidos da empresa. Administrando os fluxos de informação e de produto no sistema logístico, que envolve o fornecedor, a fábrica e o intermediário, para entregar bens/serviços ao consumidor, a um custo adequado (Ballou, 2011, Goettem; Maçada, 2019). As mudanças de mercado, na sociedade e nas empresas, indicam novas abordagens no abastecimento das cidades/regiões, considerando a compreensão do problema ambiental e do custo socioeconômico (Alves; Sari; Ávila, 2020).

O objetivo da logística empresarial é prover recursos por meio do processo de suprimento para a indústria e o comércio; e do processo de distribuição para o consumidor final (Ballou, 2011), visando qualidade nas operações e vantagem competitiva no mercado (Alves; Sari; Ávila, 2020). A gestão logística tornou-se imprescindível para as organizações e para a sociedade, uma vez que a sociedade é constituída de organizações (Chiavenato, 2000).

A logística empresarial se inspirou inicialmente na logística militar, nos feitos prodigiosos dos Estados Unidos na guerra (1945). “Os livros tradicionais chamam atenção para a origem militar da logística, bem como para sua importância desde a Antiguidade” (Pires, 2009, p. 17). “Hoje, a logística empresarial é um campo fascinante e em expansão, com potencial para a alta administração” (Ballou, 2011, 27).

Em 1950, as empresas aplicaram teorias da administração nessa área de conhecimento. “Após a segunda guerra mundial, a economia dos EUA teve rápido crescimento, devido à demanda reprimida dos anos de depressão e a posição dominante da indústria americana no mercado mundial” (Ballou, 2011, p. 29). A gestão logística melhorou os processos de produção e distribuição no mercado local e global (Goettem; Mallmann; Maçada, 2019).

Na década de 60, a logística se desenvolveu consideravelmente. As atividades das empresas estavam sendo reagrupadas, o que possibilitou uma mudança interna com reflexos

externos. Os executivos separaram a logística das outras funções organizacionais, mas mantendo sua interface com as funções principais: financeiro, produção e marketing. “Os princípios básicos estavam estabelecidos” (Ballou, 2011, p. 29). Mas “havia necessidade de se estender o papel das funções e caracterizar a integração funcional” (Silva; Lombardi; Pimenta, 2013).

Na década de 70, quando as empresas estavam redefinindo suas funções organizacionais, a logística se tornou uma função de apoio, posicionada entre o fornecedor e a empresa e entre a empresa e o cliente: fornecedor/logística/empresa/logística/cliente. Nas próximas décadas, a logística passou a ser uma função estratégica das organizações, especialmente na tendência de crescimento dos serviços no mercado (Kotler; Armstrong, 2007). Assim, os profissionais de logística são agentes de integração das divisões da empresa (Vivaldini, 2019).

Atualmente, a logística empresarial é uma área de atuação bem estruturada. O problema logístico, semelhante ao da logística militar, é a distância entre os produtos e os consumidores, a ordem não é contrária, pois a logística se posiciona para suprir a fábrica/loja e distribuir para os consumidores. De acordo com Ballou (2011, p. 23), “vencer tempo e distância na movimentação de mercadorias ou na entrega de produtos de forma eficiente é a tarefa da logística”. Os agentes logísticos atuam com “plasticidade operacional” para responderem às novas demandas, “e resiliência para se adaptar ao ambiente cada vez mais turbulento” (Vivaldini, 2019, p. 176).

O papel da logística é entregar os produtos certos, no lugar e na hora certos, ao menor custo possível, superando desafios de tempo e de espaço (Ballou, 2011). As atividades primárias da logística são definidas abaixo:

Transporte, refere-se aos vários métodos para movimentar produtos. Algumas alternativas são os modos rodoviário, ferroviário e aeroviário. A administração da atividade de transporte envolve decisões quanto aos métodos de transporte, aos roteiros e aos tipos de veículos; **Estoque**, age como “amortecedor” entre a oferta e a demanda. Geralmente, não é viável produzir e entregar instantaneamente aos clientes. Para se atingir um grau razoável de disponibilidade de produto, é necessário manter estoques; **Pedidos**, é a atividade primária que inicializa a movimentação de mercadorias e a entrega de produtos. Enquanto o transporte adiciona valor de “lugar” ao produto, o estoque agrega valor de “tempo” (Ballou, 2011, pp. 24, 25).

As atividades secundárias da logística são: manuseio de materiais, embalagem de proteção, armazenagem, obtenção, programação de produtos e manutenção de informação. As atividades primárias e secundárias da logística empresarial são representadas na tabela 1.

Tabela 1 - Atividades logísticas

Atividades PRIMÁRIAS	1 Sistema de Transporte	2 Controle de Estoque	3 Processamento de pedido
Atividades de APOIO	1. Manuseio de materiais 2. Embalagem de proteção	3. Armazenagem 4. Obtenção	5. Programação de produtos 6. Manutenção de informação

O sistema logístico é composto por dois processos: suprimento e distribuição. O suprimento posiciona-se entre a empresa e o fornecedor para prover os fluxos de informação e de materiais necessários à produção de bens e serviços. A distribuição posiciona-se entre a empresa e o cliente para prover os fluxos de informação e de produtos para atender a necessidade do consumidor. Esses processos e suas atividades estão representados na tabela 2.

Tabela 2 - Processos logísticos

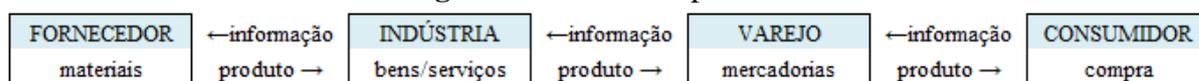
Processo de suprimento	Processo de distribuição
1. Sistema de transporte	1. Sistema de transporte
2. Controle de estoque	2. Controle de estoque
3. Processamento de pedido	3. Processamento de pedido

Esses processos ocorrem no **canal de suprimento** e no **canal de distribuição**, respectivamente. “A distribuição de uma empresa é o suprimento da outra. Da mesma forma que existe um canal de distribuição para os fluxos de produtos e informações na distribuição física, há um canal semelhante no suprimento físico” (Ballou, 2011, p. 40, 58). Os processos logísticos, quando conectados, formam a **logística integrada**.

Supply Chain é um conceito da Logística, que significa **cadeia de suprimento**. Nessa rede, o fornecedor, a empresa, o intermediário e o cliente acessam um sistema de informação (SI) para compartilhar os dados das operações (Goettem; Mallmann; Maçada, 2019). A empresa informa ao cliente suas ofertas de produtos, as condições de pagamento e o tempo de entrega; o cliente faz o pedido e informa o local do recebimento. A empresa informa ao fornecedor sua lista de materiais, o tempo e o local do recebimento. O fornecedor informa suas ofertas de materiais, condições de pagamento e tempo de entrega.

Na **rede de suprimento**, os eventos logísticos não são todos lineares. Slack (2010, p. 304) diz: “Este fluxo de informações e produtos que flui através da empresa, desde as compras de materiais, da produção de bens/serviços até a entrega de produtos ao cliente, é a rede ou cadeia de suprimento”. A figura 1 ilustra as operações, os fluxos e a rede.

Figura 1 - Rede de suprimento



Processamento de pedido é a atividade logística que inicializa o processo de suprimento da fábrica ou da loja (Ballou, 2011). No caso do supermercado, o processamento de pedido começa quando o representante comercial visita a loja ou o proprietário faz o pedido pelo telefone. Em seguida, o fornecedor processa o pedido, emitindo a Nota Fiscal (NF) e a Fatura de Cobrança (FC). A NF vai para o estoque do fornecedor para separar as mercadorias e a FC vai para o banco para gerar a cobrança (boleto).

Controle de estoque é a atividade logística que armazena os materiais e os produtos da empresa. O controle de estoque visa diminuir os custos de produção, com economia de escala e proteção contra mudanças de mercado (Ballou, 2011). Alguns métodos de gestão podem diminuir o custo de manutenção de estoque, como previsão de demanda, limites de estoque (máximo e mínimo), re-suprimento, classificação ABC, *just-in-time* (no tempo certo) e princípio de Pareto, que considera 20% do estoque como responsável por 80% do faturamento da empresa, isto significa que existem produtos mais importantes e produtos menos importantes. “O capitalismo é em alta conta dinâmico por causa das conexões estabelecidas entre o empreendimento econômico competitivo e os processos generalizados de transformação em mercadoria” (Giddens, 1991, p. 57).

Sistema de transporte é a atividade logística mais visada. O transporte é a variável mais importante do custo logístico na maioria das empresas (Goettem; Maçada, 2019). Sistemas de transporte eficientes possibilitam nível de serviço mais elevado para as regiões, menor preço dos produtos e qualidade de vida. O custo do transporte depende do produto e do modal de transporte. O modo fluvial é considerado o mais barato de todos, sua vantagem está na capacidade de carga e na utilização de vias naturais (sem custo de construção), mas sua desvantagem é o tempo de viagem (Ballou, 2011).

O comerciante varejista faz parte da cadeia de suprimento de cidades/comunidades, seu papel é o de intermediário entre a empresa e o cliente. Vance e Merlo (2011, p. 2) dizem que “Ao lado do atacadista, o varejista pode ser um dos intermediários entre o produtor e o consumidor”. De acordo com Parente e Barki (2014, p. 2), “o varejista faz parte do sistema de distribuição entre o produtor e o consumidor, desempenhando um papel de intermediário, funcionando como um elo entre o nível do consumo e o nível do atacado ou nível de produção”.

Em princípio, o papel do marketing é vender os produtos da empresa e criar um relacionamento com o cliente, numa troca ganha-ganha. Mas o marketing exorbita sua esfera quando convence o consumidor a comprar produtos que vão além de suas necessidades (Andreoli; Lima; Minciotti, 2018), numa troca ganha-perde, no intento de criar novos nichos de mercado. As empresas que foram criadas para produzir bens e serviços, necessários a sociedade (Chiavenato, 2000), evoluíram para um sistema social que aliena os indivíduos, usando os produtos e as marcas como artefatos de cultura, resultando no uso desmedido dos recursos naturais, algo como racionalidade do consumismo (Arnould et al., 2019).

O consumismo, produzido pelo sistema político-econômico globalizante (Steenkamp, 2019), cujo discurso é modernizar a sociedade (Giddens, 1991), é uma das causas da crise ambiental. O curso da degradação é este: as sociedades primitivas foram substituídas pelas sociedades civilizadas, a produção sustentável pela produção de excedentes, o consumo racional pelo consumo irracional, um futuro promissor para as próximas gerações pela extinção da humanidade. Porém, uma nova abordagem está construindo sociedades sustentáveis, onde a cidadania é baseada em uma racionalidade capital e ambiental (Zanoni; Oliveira, 2023).

2 METODOLOGIA

Este estudo empreendeu pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. A pesquisa científica é um processo que utiliza teorias, métodos, técnicas, instrumentos, procedimentos e abordagens para obter novos conhecimentos. “Todo trabalho científico deve ser baseado em procedimentos metodológicos, os quais conduzem a um modo pelo qual se realiza uma operação denominada *conhecer*” (Fachin, 2006, p. 29).

Partindo desse princípio, elegi teorias clássicas e contemporâneas para explicar os aspectos materiais e imateriais do abastecimento de uma cidade amazônica, apontando consequências da produção e do consumo na sociedade e no ambiente. “As teorias são meios para compreensão da realidade observável, pois é a teoria que permite identificar as possíveis relações entre os fenômenos e, desse modo, explicá-los, entender suas causas e seus efeitos e projetar tendências no seu desenvolvimento” (Nova, 2011, p. 22).

Esta pesquisa é qualitativa, cujo método é pesquisa participante. Entendendo que “método é o conjunto das atividades sistêmicas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos – traçando o caminho a ser seguido” (Marconi; Lakatos, 2010, p. 65). A pesquisa participante “possibilita uma compreensão mais ampla da atuação dos indivíduos” (Vergara, 2005, p. 73) nas empresas e na sociedade.

O universo da pesquisa é o comércio de Benjamin, no Alto Solimões. Uma vez que “A pesquisa procura estabelecer generalizações a partir de observações em grupos ou conjunto de indivíduos, chamados de população ou universo” (Cervo; Bervian; Silva, 2007, p. 66). Tendo como amostra: dez consumidores, três comerciantes (Cm1, Cm2 e Cm3) e dois agentes logísticos (AL1 e AL2), cujos os nomes não foram citados objetivando o sigilo. “Amostragem é, pois, a coleta de dados de uma parte da população, selecionada segundo critérios que garantam sua representatividade” (idem). Os critérios de inclusão dos participantes da pesquisa são: jovens e adultos, maiores de idade, residentes na região, há pelo menos três anos.

Para coletar dados foram feitas observações e realizadas entrevistas com perguntas abertas e fechadas. “Observar é aplicar atentamente os sentidos físicos a um objeto para dele se obter um conhecimento claro e preciso” (Cervo; Bervian; Silva, 2007, p. 31). E “entrevista é um encontro entre duas pessoas, visando obter informações de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional” (Marconi; Lakatos, 2010, p. 178). Fiz compras no comércio de Benjamin (no período de um ano) e viagens nos barcos que abastecem a cidade (N/M Sagrado e F/B Fênix II), subindo e descendo o rio Solimões (Manaus/Tabatinga;

Benjamin/Manaus). Isto possibilitou conhecer o trabalho dos agentes logísticos *in loco*.

Nas viagens, pude observar as atividades mercantis nos barcos e nos portos das cidades do Alto Solimões, bem como conversar com os agentes logísticos. “Fazer pesquisa na Amazônia supõe conhecer uma realidade diversificada, é enveredar pelo modo de ser de homens e mulheres para conhecer a dinâmica de suas existências” (Nascimento, 2012, p. 53). Os signos: questão ambiental e sustentabilidade, podem ser discutidos por meio dos discursos e dos significados, “as organizações discutem [tais] conceitos em cenários complexos e heterogêneos, cercados por construções de sentido diversas, advindas dos mais diferentes atores” (Zanoni; Oliveira, 2023), como nas experiências dos atores do mercado (Höpner *et al.*, 2015).

Os dados foram organizados e analisados, usando a abordagem indutiva e fazendo analogias (Zanoni; Oliveira, 2023). Porquanto, “o conhecimento científico é predominantemente indutivo, baseado na observação dos fatos, comportando, porém, o concurso da dedução quando se trata de áreas pouco ou nada investigadas” (NOVA, 2011, p. 44). As entrevistas foram integradas ao texto como em Arnould *et al.* (2019), citando perguntas e respostas dos diálogos entre pesquisador e pesquisados, visto que na linguagem da região, as falas são curtas e muitas expressões são subentendidas. A análise dos discursos foi baseada na noção de “contexto interpretativo” (Gill, 2008). Assimilando esse modelo, os atores sociais interpretam o contexto do mercado e constroem seus discursos para interagir no comércio, assim orientam suas ações.

3 RESULTADOS

3.1 *Supply Chain* do Alto Solimões

No Amazonas, o acesso às cidades é basicamente pelos rios. Isto porque as cidades-sedes dos municípios do Estado, em sua maioria, foram construídas nas margens dos rios: Negro, Solimões, Purus, Madeira, Amazonas e seus afluentes. No Alto Solimões, as cidades têm como referência seus portos, de onde chegam e saem pessoas e mercadorias.

Benjamin Constant, é uma dessas cidades. Localizada na fronteira Brasil/Peru, distante da capital a 1.500 km por via fluvial. Os barcos que transportam mercadorias de Manaus, demoram de seis (*recreios*) a quinze (balsas) dias para chegarem à cidade, isso faz com que os consumidores comprem produtos importados nos países vizinhos (Peru e Colômbia). Weber (2007, p. 194) diz que “o comércio depende do transporte, especialmente após a criação das cidades”.

Os comerciantes do Alto Solimões fazem parte de uma rede de suprimento que tem como referência a cidade de Manaus e o sudeste do país (São Paulo), onde estão os fornecedores. Na entrevista com um comerciante, perguntei: Os produtos vendidos na sua loja vêm de onde? Ele respondeu: “A maioria de Manaus e pouca coisa do Sul” (Cm1). Os amazonenses usam a expressão “Sul” porque são nortistas, na maioria das vezes se referindo ao sudeste.

Uma rede de suprimento que envolve fornecedores, transportadores e comerciantes. Na região, o modal mais viável para o transporte de mercadorias compradas de Manaus é o hidroviário. Um comerciante disse: “Sem os *recreios* é inviável, o transporte aéreo é muito caro” (Cm2). Inclusive, em Benjamin não tem aeroporto. “O sistema Amazonas/Solimões, com seus inúmeros afluentes navegáveis, reverte-se de grande importância econômica e social, atendendo à quase totalidade do transporte na região, integrando-a ao comércio exterior” (Rodrigues, 2007, p. 78).

Os barcos chamados de *recreios*, protagonistas dessa série, transportam mercadorias e pessoas. São classificados como Navio/Motor (N/M) e Ferry Boat (F/B), com capacidade média

de trezentos passageiros e setecentas toneladas de materiais. As mercadorias são transportadas no porão e no convés, e os passageiros no primeiro passadiço. Além disso, os *recreios* têm lanchonete e área de convivência, onde podem acontecer encontros e romances. Alguns têm capela, onde são realizados cultos e até casamento. Um agente logístico disse: “O comandante o é responsável da viagem, tudo passa por ele, ele é autoridade maior, ele pode até fazer casamento” (AL2). O comandante dirige o barco e a liturgia.

Figura 2 - N/M M. Monteiro



As pessoas viajam em redes e em camarotes. As redes coloridas, típicas do Amazonas, são usadas pelos passageiros que viajam nos *recreios* para o Interior e para a Capital. “Para os povos tradicionais da Amazônia, a preservação de suas identidades socioculturais figura como garantia da própria existência” (Torres, 2012, p. 32). Uma experiência extraordinária para os brasileiros do Sul e para as pessoas de outros países que estão fazendo turismo nesta região.

As viagens dos recreios. Um comerciante disse: “A gente faz o pedido pelo telefone, os fornecedores entregam as mercadorias no porto de Manaus e o barco traz para Benjamin” (Cm1). No porto de Manaus, os barcos recebem as mercadorias e os passageiros, e partem em direção à Tabatinga. Saindo do porto da cidade, descem o rio Negro até o encontro das águas, fazem a volta e sobem rio Solimões, passando pelo Baixo Solimões (Manacapuru e Iranduba) e Médio Solimões (Coari e Tefé) até chegarem ao Alto Solimões que começa em Fonte Boa (terra da pupunha), onde fazem a primeira parada/escala. A segunda parada é na cidade de Jutai (terra da sardinha). A terceira parada é em Tonantins (terra do pirarucu). A quarta parada é na cidade de Santo Antônio do Içá (terra do tambaqui). A quinta parada é em Amaturá (terra da castanha). A sexta parada é na cidade de São Paulo de Olivença (terra do peixe-liso). A sétima parada é em Benjamin (terra do açai). A oitava parada em Tabatinga (capital do Alto Solimões).

Um dos agentes logísticos entrevistado, que trabalha na região há mais de vinte anos, disse:

Até chegar a Fonte Boa, são 3 dias de viagem. De Fonte Boa à Jutai, são 10 horas. De Jutai à Tonantins, são 11 horas. De Tonantins à Santo Antônio do Içá, são 3 horas. De Santo Antônio do Içá à Amaturá, são 5 horas. De Amaturá à São Paulo de Olivença, são 8 horas. De São Paulo de Olivença à Tabatinga, são 16 horas. E de Benjamin à Tabatinga, é 1 hora (AL1).

Considerando as paradas nos portos, o tempo médio de viagem é de cento e quarenta e quatro horas ou seis dias, subindo o Solimões. Por exemplo: se o Sagrado sair de Manaus na quarta, às 12h. Chegará à Tabatinga na terça, às 12h. Porém, descendo o rio, o tempo médio de viagem é de setenta e duas horas ou três dias. Por exemplo: se o Sagrado sair de Tabatinga no sábado, às 12h. Chegará à Manaus na terça, às 12h. Os dias de partida são geralmente quartas

e sábados. Os dias de chegada são terças e sextas.

No transporte de passageiros, os barcos cobram passagem e alimentação. Um agente logístico disse: “Para cada município é um valor, de Manaus à Benjamin é 425 reais, descendo é 240”, de Benjamin à Manaus (AL1). Eles dizem que a recita obtida com o transporte de passageiros não paga a despesa da viagem de Manaus para Tabatinga. Outro agente logístico disse: “Quem paga a despesa de um barco desse é a carga” (AL2). Mesmo assim, o ganho com as passagens ajuda na despesa da embarcação, especialmente na volta para Manaus, pois os barcos sobem com pessoas e mercadorias e descem somente com passageiros.

Tabela 3 - Preços das passagens nos recreios

Origem	Destino	Passagem
Manaus	Fonte Boa	245,00
Manaus	Jutaí	280,00
Manaus	Tonantins	305,00
Manaus	Santo Antônio do Içá	320,00
Manaus	Amaturá	340,00
Manaus	São Paulo de Olivença	365,00
Manaus	Benjamin/Tabatinga	425,00

Fonte: Adaptado de F/B Fênix II, 2022.

Os barcos fazem parte da vida das pessoas que vivem nas margens do Solimões. Segundo (Chiavenato, 2000, p. 1), “a vida das pessoas depende das organizações e estas dependem do trabalho daquelas”. Na “época da borracha”, os regatões traziam produtos industrializados da capital para trocar por produtos regionais com os ribeirinhos. Um agente logístico disse: “Sem o comércio não existiria Sagrado, como seria a vida desse povo? Tem as canoas, mas pra longa distância, entre uma cidade e outra, temos que ter os barcos. Nós vamos devagar, mas levamos o açúcar e o café que você vai tomar”. Sem os barcos, o comércio seria primitivo, baseado na troca de produtos regionais.

O N/M Voyager V segue até Atalaia do Norte (terra da matrinhã) para vender mercadorias aos comerciantes daquela cidade, subindo o rio Javari. Esse barco é um regatão moderno, transporta e vende mercadorias para os comerciantes e consumidores dos municípios por onde passa. Escrevendo sobre o papel dos regatões Batista (2007, p. 120) declara: “considero o regatão uma figura de grande destaque, dentro dos condicionamentos da Amazônia. Culturalmente, sempre representou um agente de ligação entre a capital e os lugares mais distantes”. Posso dizer que os regatões tinham uma superioridade econômica e um poder comercial gerado pela troca ganha/perde. Porém, o capitalismo racional tem parâmetros mais justos, as empresas interagem no mercado numa relação de concorrência e de parceria, numa troca ganha/ganha para que a sociedade se mantenha estável, do contrário o caos se instalará.

No porto de Benjamin, quando os barcos chegam à cidade, o conferente entrega as mercadorias ao comerciante. O comerciante contrata carregadores/estivadores para o desembarque e o transporte terrestre até a loja. A estrutura portuária é uma plataforma flutuante feita de aço, onde as embarcações atracam, ligada à terra através de uma rampa móvel. Os estivadores carregam as mercadorias do barco para veículos utilitários de tamanhos variados. Em seguida, os comerciantes transportam para seus estabelecimentos. No supermercado, as mercadorias são estocadas e depois colocadas nas prateleiras ou expositores dos mercadinhos para serem vendidas.

Os estivadores trabalham no porto de Benjamin desde a criação do município, é um sistema de trabalho secular baseado na força humana para realizar as tarefas. Os carregadores

são chamados de estivadores por causa da tradição. Em tempos passados, os produtos movimentados nos portos da região chamavam-se estivas, por isso quem carregava estiva, era estivador. A experiência da chamada economia da borracha é uma prova cabal da desventura do trabalhador assalariado no capitalismo guiado por homens desumanos. Batista (2007, p. 119) apresenta fatos: “toda a ilusão decorrente da produção da borracha durou apenas 30 anos, e só uma classe dispôs de recursos que nem sempre soube usar, porém soube esbanjar loucamente”.

Se a BR230 fosse construída, desenvolveria a mesorregião. Esta é uma rodovia inter-regional projetada para ligar Benjamin (Alto Solimões) à Lábrea (Médio Purus) e à BR319. O custo de vida no Alto Solimões seria bem menor, pois as mercadorias poderiam ser trazidas de Porto Velho/RO (Alto Madeira). O tempo de viagem seria reduzido em 2/3, pois a viagem que hoje demora seis dias, vindo de Manaus, seria realizada em dois dias, vindo de Porto Velho. Benjamin se tornaria um centro de distribuição de mercadorias para os outros municípios. **Além disso, a poluição dos rios seria mitigada, uma vez que diminuiria o tráfego de embarcações de porte N/M no Solimões.**

3.2 O abastecimento de Benjamin Constant

As atividades logísticas de transporte, de estoque e de pedidos, ocorrem no canal de suprimento. No caso do supermercado, o processamento de pedido começa quando o representante comercial visita a loja ou o proprietário faz o pedido pelo telefone. Então, o fornecedor processa o pedido, emitindo a Nota Fiscal (NF) e a Fatura de Cobrança (FC). A NF vai para o estoque do fornecedor para separar as mercadorias e a FC vai para o banco para gerar o título de cobrança (boleto). Em seguida, as mercadorias são transportadas até o porto de Manaus. O conferente do *recreio* recebe as mercadorias e as armazena no porão ou no convés. Depois disso, o barco transporta as mercadorias para o Alto Solimões.

Processamento de pedido (PP) é a atividade que inicializa o processo de abastecimento das lojas. “Sua importância deriva do fato de ser um elemento crítico em termos de tempo necessário para levar bens e serviços aos clientes” (Ballou, 2011, p. 25). Em Benjamin, o vendedor disse que usa um aparelho eletrônico para registrar e transmitir os pedidos dos comerciantes ao fornecedor. Essa tecnologia é muito útil no processo de aquisição de mercadorias, pois a cidade amazônica é muito distante de Manaus. “Tradicionalmente, a entrada de pedidos era realizada por meio de contato telefônico, pelo correio ou diretamente com o vendedor, existindo um formulário padrão ou contrato de venda. A moderna mídia eletrônica revolucionou esta comunicação em muitas empresas” (Ballou, 2011, p. 269).

No processo de suprimento, o PP começa e termina no comerciante. A primeira atividade é a entrada do pedido (requisição), em seguida ocorre o faturamento (nota fiscal/cobrança) e depois a entrega da mercadoria. O tempo de entrega e a rapidez nas operações caracterizam o nível do serviço logístico (Ballou, 2011). Um agente logístico disse: “Sem os comerciantes, ninguém trabalha porque o principal financiador das viagens é o frete” (AL1). Os barcos cobram frete por volume e por peso das mercadorias, por exemplo: um fardo de arroz (30kg) custa 30 reais, e uma caixa de frango (20kg) custa 20 reais, em média um real por quilo.

Controle de estoque (CE) é a atividade intermediária que armazena os produtos. “O ideal seria a perfeita sincronização entre oferta e demanda, de maneira a tornar a manutenção de estoque desnecessária” (Ballou, 2011, p. 204). Segundo Dias (2009, p. 4), “os materiais em estoque podem ser de três tipos básicos: matéria-prima, produtos em fabricação e produtos acabados. O setor de estoque gerencia os níveis de estoque da empresa, visando diminuir os custos de produção com economia de escala.

As organizações selecionam seus fornecedores para não faltar produtos em seus estoques. Porém, no Alto Solimões, essas práticas não garantem uma efetiva gestão de materiais/mercadorias nos mercadinhos. “Prever a quantidade de produtos que os clientes

deverão comprar é um assunto crítico para toda empresa. Controlar o nível de estoque é como apostar num jogo de azar” (Ballou, 2011, p. 211). Os comerciantes de Benjamin disseram que muitas vezes pedem o produto x e recebem o produto y ou “os produtos não chegam” (Cm3).

Sistema de transporte (ST) é uma atividade imperativa da logística empresarial. O ST é constituído por modais e suas combinações, veículos e suas capacidades, e terminais de carga e descarga, por exemplo, os barcos e os portos do Alto Solimões. “A maior parte da movimentação de carga é feita por cinco modais básicos de transporte interurbanos: hidrovia, ferrovia, rodovia, aerovias e dutos” (Ballou, 2011, p. 113). Um ST eficiente possibilita a redução de preços das mercadorias e acesso aos produtos.

O modal hidroviário pode ser marítimo ou fluvial. O custo do transporte depende do produto e do método de transporte. O modo fluvial é o mais barato de todos. Sua vantagem está na capacidade de carga e na utilização de vias naturais, como o Solimões. Mas sua desvantagem é o tempo de viagem, como no Alto Solimões. Por exemplo, no abastecimento do comércio de Benjamin, os barcos passam uma semana no porto de Manaus, embarcando mercadoria, e seis dias transportando materiais, subindo o rio e parando nos portos do Alto Solimões. Um comerciante disse: “O centro da cidade e o porto tem que melhorar” (Cm1). E um agente logístico disse: “Olha, nós temos algumas dificuldades!” (AL1). Tem porto que não tem cobertura; e, na seca, tem porto que não oferece condições de atracar.

Comparando preços, observei que as mercadorias vendidas em Benjamin são 30% a 50% mais caras que em Manaus. Um dos produtos industrializados mais consumidos em Benjamin, o frango congelado, custa 12 reais o quilo. Em Manaus, o mesmo produto custa 7 reais. Isto ocorre pelo custo do transporte – devido à distância – e pela especulação financeira – na vazante do rio, uma prática do capitalismo irracional. “O empreendimento capitalista depende da produção para mercados competitivos, os preços sendo sinais para investidores, produtores e consumidores” (Giddens, 1991, p. 53).

As condições do rio (enchente e vazante) podem aumentar o custo do transporte. Um agente logístico disse: “O rio Solimões não é constante, praias, canais e furos mudam de lugar” (AL1). **Na vazante**, as mercadorias são trazidas de Manaus para Tabatinga. Em seguida, são transportadas em canoas para Benjamin, aumentando o preço dos produtos. Uma comerciante disse: “Quando o rio seca, fica muito difícil porque tem que pegar a mercadoria em Tabatinga, aí o frete sobe e a mercadoria sobe” (Cm3). Um consumidor disse: “Quando tá seco, quando não tá dando acesso, tudo fica caro”. Por outro lado, é uma época boa para os produtores rurais, que plantam nas margens dos rios Javari e Solimões.

Em 2022, o Solimões secou tanto que os barcos não conseguiam chegar ao porto da cidade. Um consumidor disse: “Quando seca, os barcos não chegam até aqui”. Assim, Benjamin e Atalaia sofrem uma crise de desabastecimento de produtos industrializados. **Um consumidor disse: “Acredito que estamos pagando o preço da poluição”**. Os comerciantes de Benjamin têm que contratar canoas grandes para trazerem as mercadorias de Tabatinga, mas em condições desfavoráveis (sol, chuva e bancos de areia). Por exemplo, os congelados chegam a descongelar e pode ser que essas canoas naufraguem ao bater em bancos de areia. Isto foi noticiado pelos jornais, como Jornal do Amazonas e Jornal Nacional (<https://g1.globo.com/amazonas/noticia/2022>).

Figura 3 - Solimões na vazante de 2022



Nesse transporte, as canoas grandes, um comerciante perdeu um carregamento de arroz por causa de chuva forte; e outro comerciante perdeu mercadorias, pois a canoa alagou durante a viagem. Um comerciante disse: “A dificuldade é que o barco não vem pra cá, aí tem que pegar lá em Tabatinga, no canoão. E, geralmente, o pessoal cobra mais caro pra cá [4h] do que de Manaus pra Tabatinga [6 dias]” (Cm2). Na seca, as canoas demoram 4h/6h no trajeto Tabatinga/Benjamin. O rio *Amazonas* no Peru e Solimões no Brasil, nasce nos Andes. No verão amazônico, a vazante limita seu curso e a navegação. Os barcos e as canoas são os principais meios de transporte da região.

Na enchente, os barcos chegam de Manaus trazendo pessoas e mercadorias, é um tempo de prosperidade. Uma consumidora disse: “Nessa época, tá ótimo pra todo mundo, o rio tá cheio, mas não alagou e as embarcações conseguem chegar aqui, todo mundo consegue fazer seu trabalho”. Uma comerciante disse: “Quando o rio enche é bom porque o barco entra, fica melhor pra pegar mercadoria” (Cm3). Um comerciante disse: “No período da cheia, tudo certo, as mercadorias vêm no barco e chega até aqui” (Cm2). Nessa época, o rio favorece os comerciantes e os consumidores, pois não faltam produtos industrializados nos mercadinhos e produtos agrícolas na feira. Os discursos dos atores do comércio expressam expectativas de compra e venda (trocas).

Um barco é uma empresa, que literalmente está em movimento, com a estrutura (embarcação) necessária para operar no mercado (região). A hierarquia desse tipo de organização é esta: nível estratégico – proprietário, nível gerencial – comandante e nível operacional – tripulação. Os concorrentes desse ambiente organizacional são os outros barcos que atuam nessa região. Um agente logístico disse: “Concorrentes? É muita navegação, acredito que são entre dez e quinze [barcos], tem semana que todo dia tem barco” (AL1). Outro agente logístico disse: “Se contar, hoje vai dar uns treze [barcos] que fazem esse serviço” (AL2). Os discursos AL1 e AL2 indicam o quantitativo de barcos e a intensa movimentação de mercadorias e passageiros pelo Solimões. Olhando pela janela de quem mora na margem do rio, todo dia tem barco passando.

Toda empresa causa impacto ambiental. Os barcos que singram o Solimões, transportando passageiros e mercadorias, poluem o rio com dejetos humanos e embalagens (papel, plástico e alumínio) que são jogadas pelos consumidores durante a viagem. O volume de material orgânico e inorgânico descartados pelos recreios é superior ao que pode ser absorvido pelo sistema. E ainda, os comerciantes colombianos investem na pesca de bagre no Solimões, se a pesca indiscriminada de peixe-liso continuar, ocorrerá um desequilíbrio na fauna aquática e o rio do lado brasileiro ficará mais poluído, pois são peixes limpadores de rios.

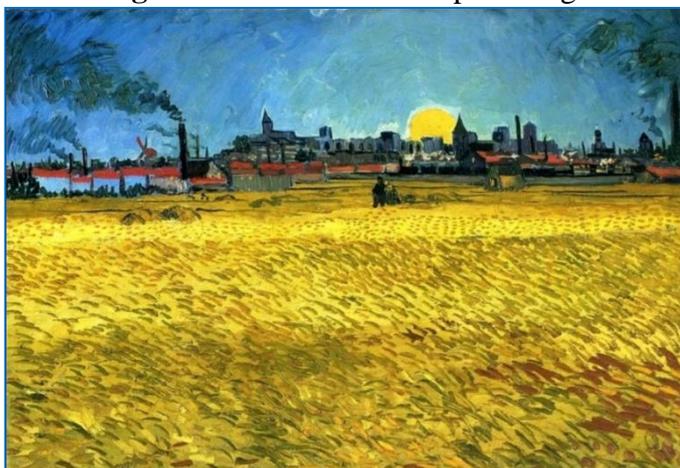
A sociedade moderna, consequência da industrialização, produziu um novo cenário. As pessoas se aglomeraram nas cidades, criando um estilo de vida que impacta no ambiente, uma vez que as pessoas não querem mais a vida natural e sim a artificial que demanda produtos industrializados e a extração de matérias-primas, uma cultura de consumo e descarte, em que os ciclos de vida dos produtos estão diminuindo, gerando lixo e poluindo o ambiente. Em conversa com o cacique de uma comunidade indígena do município, perguntei sobre o consumo de refrigerante. Ele respondeu que os nativos gostam de refrigerante, “os jovens não querem mais viver como os antigos, eles querem viver como o homem da cidade”.

Um dia, enquanto esperava o *recreio* para ir à Manaus, conversava com um morador do *beiradão* (margem do rio). Aquele senhor, de mais ou menos cinquenta anos de idade, se lamentava da realidade de sua comunidade. Ele narrou a situação, parafraseada:

Na minha geração, nós aprendemos com nossos pais a importância da família, do trabalho e da terra. Na companhia deles, trabalhávamos pensando em ter nossos próprios terrenos e casas para plantar e criar, e viver em paz. Hoje, os jovens não pensam desse jeito. Eles vêm para a cidade, não querem estudar, passam a beber e usar drogas, cometem crimes, vão presos e se tornam marginais. Eles pensam que isso é aventura!

O consumismo está desvirtuando os saberes tradicionais dos povos amazônicos. “No século 20, se desenvolve a segunda industrialização, que passa a ser a industrialização da alma. Essas novas mercadorias são as mais humanas de todas, pois vendem a varejo os ectoplasmas de humanidade” (Morin, 2011, p. 03). Os discursos de mercado baseados nos conceitos da Economia, como escassez de recursos e produção quântica, são contraditórios. Uma vez que as necessidades humanas são infinitas e os recursos naturais são finitos (Capra, 2005). No quadro a seguir, o vento sopra sobre o campo de trigo espalhando polens de vida e sobre as fábricas espalhando fumaça de morte.

Figura 4 - Pôr-do-sol: campo de trigo



Fonte: Van Gogh, 1888.

As mercadorias transportadas pelos barcos são diversas, todo tipo de produto, industrializado e semi-industrializado. “Toda a logística gira em torno do produto” (Ballou, 2011, p. 94). Marx e Engels (1845-46) não criticaram os produtos do trabalho, “indispensáveis à vida humana” (p. 52). Eles criticaram a acumulação do capital, em que o trabalhador enriquecer o patrão, mas continua pobre. “O capital não é, portanto, um poder pessoal, é um poder social” (p. 53). As mercadorias (trabalho, produtos e dinheiro) aparece no cenário amazônico como meio de existência e não como o fim da existência no Alto Solimões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos da pesquisa foram alcançados. A **cultura de consumo** envolve comerciantes (empresas) e consumidores (clientes), uma visão de contexto conceberia a **cultura de mercado** como expressão do espaço, dos atores e das interações no comércio. A experiência do comerciante nas trocas (venda) é um fato do comércio ignorado pela mercadologia. Os comerciantes também são protagonistas do mercado, mas sua atuação é descrita, na maioria dos casos, como um trabalho nos bastidores do comércio, elaborando cenários e assistindo à dramatização.

A **cidade amazônica**, construída na margem do rio, recebe influência da cultura peruana, mantendo uma tradição. A cultura de consumo local é influenciada pela cultura de consumo global (Steenkamp, 2019), mudando discursos e práticas dos cidadãos. O espaço urbano se transforma na cooperação e no conflito dos atores do comércio. O mercado é uma rede de atores que envolve pessoas, crenças e costumes (Arnould et al., 2019).

Os **mercadinhos** são espaços de trocas. O comércio é um teatro, onde comerciantes e consumidores atuam no drama da vida. O discurso dos comerciantes e consumidores indicam que pode haver ideologias de mercado no varejo, uma conspiração dos filósofos corporativos, mas as marionetes do consumo estão inconscientes de tais doutrinas. A sociedade industrial/comercial modela objetos e as imagens de homens, de mulheres e de crianças, reinventando a civilização, necessidades e desejos dos consumidores.

Os **produtos** têm valor econômico e simbólico. Os objetos representam pessoas e instituições na sociedade de consumo. Os produtos vendidos no comércio de Benjamin são muito mais caros que em Manaus. Mas o dinheiro não garante qualidade vida, pois os consumidores não encontram todos os produtos que procuram na cidade. Um consumidor disse: “Não tem tudo que procuramos, não”. Isto é, a exclusão do consumo.

O **abastecimento**. Os fornecedores, agentes logísticos e comerciantes fazem parte de uma rede de suprimento. Os comerciantes dependem dos barcos que transportam mercadorias, por exemplo, de Manaus para Benjamin. A distância, o transporte e o tempo de entrega são causas do elevado custo de vida no Alto Solimões. A enchente e a vazante, são fatores determinantes do acesso aos produtos industrializados.

A **dinâmica do rio** impacta no comércio da Benjamin. Na enchente, os barcos que trazem mercadorias de Manaus demoram seis dias para chegarem à cidade. Na vazante, porém, os *recreios* não conseguem chegar ao porto da cidade. As mercadorias são transportadas de canoas grandes de Tabatinga para Benjamin, aumentando o custo do transporte, que são repassados para o consumidor. Os consumidores reclamam que os comerciantes sobem os preços dos produtos na vazante, mas não baixam os preços na enchente. Uma prática dos homens de negócios no capitalismo/socialismo excludente, que sempre têm motivo para explorar os pobres.

Os **barcos**. Um *recreio* é uma empresa individual (com CNPJ), que literalmente está em movimento. Os concorrentes são os outros *recreios*. No Sagrado, por exemplo, foi elaborado um plano de vendas (*marketing*) de passagens. Na viagem de Benjamin para Manaus, o barco dá um desconto promocional, a passagem é vendida por 200 reais. A propaganda é feita na voz comunitária, localizada no porto da cidade, ou nas rádios locais.

O **impacto ambiental**. O Amazonas é rico em água doce, mas é pobre em cultura de preservação e está perdendo esse recurso, tão importante para outros povos ao redor do mundo. Logo as nações entrarão em guerra pela água potável, como hoje lutam pelo petróleo que é um recurso escasso (ou esgotado) em muitos países. O tempo de regeneração dos rios não está sendo respeitado, pois o volume de material orgânico e inorgânico despejados diariamente pelo sistema social é superior ao que pode ser absorvido pelo sistema natural.

A **sustentabilidade**. Uma solução para este problema sério, que está sendo ignorado

pelo governo, seria o armazenamento destes materiais (dejetos) nos barcos, como é feito nos aviões, para serem coletados e levados para um aterro sanitário adequado, nos municípios. E isso pode (e deve) ser feito em forma de lei, não em forma de conselho em cartilhas de conscientização.

Portanto, homens da cidade e homens da floresta constroem culturas de mercado. Assim como as lojas e os produtos, o abastecimento do comércio é uma categoria de análise da cultura de mercado, representada pelos fornecedores e agentes logísticos. Neste caso, o abastecimento de uma cidade amazônica, mostra importância da rede de marketing e da gestão logística na CCT. Um retrato em preto e branco, que pode ser colorido com novas pesquisas. Este estudo tem limitações, os recursos disponíveis (humano, tecnológico, financeiro, tempo, etc.) não possibilitaram pesquisar todos os municípios do Alto Solimões. Por oportuno, recomendo estudos sobre o abastecimento de outras cidades da região.

REFERÊNCIAS

- ALVES, V. T.; SARI, V.; ÁVILA, L. V. As principais evidências acerca dos conceitos de logística urbana: um estudo bibliométrico. **Desenvolvimento em Questão**, v. 18, n. 50, jan/mar. 2020.
- ANDREADE, G. B.; ABREU, I. A.; VALADÃO, J. A. D. Comunidades sustentáveis: um panorama geral na web of science nos últimos 20 anos. **Anais do ENGEMA XXIV**, São Paulo, nov. 2022. Disponível em: <https://engemausp.submissao.com.br/24/anais/trabalhos.php>. Acessado em set. 2023.
- ARNOULD, E. *et al.* Consumer culture theory: development, critique, application and prospects. **Foundations and Trends in Marketing**, Boston, v. 12, n. 2, p. 80-166, 2019.
- ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer culture theory (CCT): twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, Oxônia, v. 31, n. 4, p. 868-882, mar. 2005.
- BALLOU, R. H. **Logística empresarial: transporte, administração de materiais, distribuição física**. Tradução: Hugo Yoshizaki. São Paulo: Atlas, 2011.
- BATISTA, D. **O complexo da Amazônia: análise do processo de desenvolvimento**. 2 ed. Manaus: Valer, EDUA e INPA, 2007.
- CAPRA, F. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. Tradução: N. R. Eicheberg. São Paulo, Cultrix. Disponível em: <<https://drive.google.com/drive/folders/0B-YLV8egGwSuYWtZaFRNOHhhdDg>>. Acessado em jul. 2022.
- CARREIRO, J. B. X.; MASCENA, K. M. C.; FREITAS, A. R. P. Compreendendo cinco dimensões da sustentabilidade na promoção do desenvolvimento regional sustentável. **Anais do ENGEMA XXIV**, São Paulo, nov. 2022. Disponível em: <<https://engemausp.submissao.com.br/24/anais/trabalhos.php>>. Acessado em set. 2023.
- CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- DIAS, M. A. P. **Administração de materiais: princípios, conceitos e gestão**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- DISTÂNCIA ENTRE CIDADES. Distância entre Manaus e Benjamin Constant. Disponível em: <<http://www.distanciasentrecidades.com/distancia-manaus-a-benjamin-constant>>. Acessado em set. 2023.
- FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. A. Sociologia dos mercados. **Caderno CRH**, v. 25, n. 66, p. 481-504, set/dez. 2012.
- FREITAS, K. A.; MARTINS, R. S. Alterações nos hábitos de compra e distribuição varejista. **Revista Adm. FACES**, Belo Horizonte, v 17, n. 3, p. 8-27, jul/set 2018.
- FREITAS, M. C. S. **Os amazônidas contam sua história: territórios, povos e populações**.

In: SCHERER, E.; OLIVEIRA, J. A. (Org.). *Amazônia: território, povos tradicionais e ambiente*. Manaus: EDUA, 2009.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. Tradução: Raul Fiker. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GILL, R. **Análise de discurso**. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. *Pesquisa qualitativa com texto e imagem: um manual prático*. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

GOETTEM, L. C. M.; MALLMANN, G. L.; MAÇADA, A. C. G. Impacto do sistema de gestão de transporte no desempenho das operações e na relação com fornecedores de serviço de transporte: uma percepção dos usuários. **RCA**, Florianópolis, v. 21, n. 53, p. 72-92, abr. 2019.

HÖPNER, A. *et al.* Experiência do consumidor no varejo: um estudo bibliométrico. **Brazilian Journal of Marketing**, v. 14, n. 4, p. 513-528, out/dez. 2015.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 12. ed. Tradução: Cristina Yamagami. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOZINETS, R. V.; HANDELMAN, J. M. Adversaries of consumption: consumer movements, activism, and ideology. **Journal of Consumer Research**, v. 31, p. 691-704, dec. 2004.

LAGO, S. M. S.; ROCHA, W. F. Logística reversa, legislação e sustentabilidade: o óleo de fritura residual como matéria-prima para produção de biodiesel. **Gestão & Sociedade**, Belo Horizonte, v. 10, n. 27, p. 1437-1438, set/dez 2017.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cv000003.pdf>>. Acessado em mai. 2015.

MORIN, E. **Cultura de Massas no século XX**. Tradução: Maura Ribeiro Sardinha. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

NASCIMENTO, S. P. (2012). Perfil sociocultural das mulheres de Izidoro e Barro Alto. In: TORRES, I. C. (Org.). *Ethos das mulheres da floresta*. Manaus: Valer.

NOVA, S. V. **Introdução à sociologia**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

PARENTE, J. G.; BARKI, E. Varejo na baixa renda. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 39-43, 2006.

PARENTE, J.; BARKI, E. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Atlas, 2014.

PIRES, S. R. I. **Gestão da cadeia de suprimentos: conceitos, estratégias, práticas e casos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

RODRIGUES, P. R. A. **Introdução aos sistemas de transporte no Brasil e à logística internacional**. 4. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2007.

SILVA, A. L.; LOMBARDI, G. H. V.; PIMENTA, M. L. Alinhamento interfuncional: um estudo exploratório sobre os pontos de contato entre marketing, logística e produção. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 20, n. 4, p. 863-881, 2013.

SLACK, N. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

STEENKAMP, J-B. E. M. Global versus local consumer culture: theory, measurement, and future research directions. **Journal of International Marketing**, v. 27, n. 1, p. 1-19, 2019.

STEFANI, S. R. *et al.* Cidades sustentáveis: uma análise bibliométrica nacional e internacional. **Anais do ENGEMA XXIV**, São Paulo, nov. 2022. Disponível em: <<https://engemausp.submissao.com.br/24/anais/trabalhos.php>>. Acessado em set. 2023.

TORRES, I. C. (Org.). **Ethos das mulheres da floresta**. Manaus: Valer, 2012.

VANCE, P. S.; MERLO, E. M. (Org.). **Administração de varejo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VIVALDINI, M. Provedor de serviços logísticos – perspectivas do modelo 4PL. **Contextus**, v. 17, n.13, p. 168-186, set/dez. 2019.

WEBER, M. **História geral da economia**. Tradução: K. V. Puschen. São Paulo: Centauro, 2006.

ZANONI, B. L.; OLIVEIRA, S. A. Reflexões sobre o sentido de sustentabilidade em organizações. **RAE**, São Paulo, v. 63, n. 2, p. 1-20, 2023.