

Mandlakaze ultrapassou metas de comercialização

por Inácio Nhantumbo

Duas mil e quatrocentas toneladas de castanha de caju foram, até agora, comercializadas no distrito de Mandlakaze, província de Gaza, constituindo um recorde dos últimos oito anos, sobre a nossa Reportagem no decurso da reunião que marcou o encerramento da campanha 1985/86, naquele ponto do País.

Com esta quantidade, aquele distrito ocupou o primeiro lugar na província de Gaza.

De acordo com Abdul Bachir Calú, armazenista distrital e responsável local da Comissão Coordenadora da Campanha de Comercialização de Castanha de Caju (CCCCC), o total atribuída a Mandlakaze, para este ano, era de 1400 toneladas, tendo sido sobre-cumprida em mil, ou seja, 71 por cento, aproximadamente.

COOPERATIVAS DE CONSUMO TIVERAM MUITA OPORTUNIDADE

Segundo informa o relatório apresentado pela Comissão Coordenadora, uma boa parte da quantidade apurada provém das cooperativas de consumo que por terem sido mais honestas em relação a alguns comércios, colocaram sempre os artigos de troca de acordo com os preços.

— Por isso, destacaremos quaisquer queixas desses comerciantes se nas próximas campanhas dermos prioridade às cooperativas de consumo, na distribuição dos produtos de troca, pois tivemos a oportunidade de, uma vez mais, comprovar a honestidade com que elas encerram o nosso trabalho — disse Abdul Calú aos participantes, no total de 150 entre secretários das Células do Partido, presidentes dos Comités Executivos, comerciantes e convidados.

BANCO FACILITOU EMPRÉSTIMOS

Segundo afirmações de Jacinto Bila, gerente da filial do Banco de Moçambique em Mandlakaze, uma facilidade especial quanto aos créditos, foi com os comerciantes vinculados na campanha, como forma de garantir o bom andamento do trabalho. Entretanto,

conforme acrescentou a mesma fonte, a maior parte dos devedores ainda não tinha começado a fazer amortizações nem depósitos.

FALTARAM ATRACTIVOS

A chegada tardia dos artigos de troca e o facto de estes serem de pouco valor prático, quanto às necessidades dos camponeses, foram, nas palavras de muitos intervenientes na campanha, os motivos por que muita castanha não saiu das mãos da população.

— Para começar, as mercadorias chegaram com atraso, o que não permitiu uma exposição antecipada, para que fossem apreciadas pela população. Depois, na maioria dos casos, esses artigos não foram ao encontro das necessidades básicas da população. Isso dificultou o nosso trabalho — afirmou o armazenista distrital, acrescentando que mesmo em Junho, com a chegada do açúcar, as pessoas afluíram às lojas com castanha.

— Os produtos de troca chegaram muito tarde e em quantidades bastante reduzidas. A maior parte eram quinilhas (artigos de adorno e brinquedos), e, com esses objectos, não pudemos receber nenhuma castanha — disse Musafo Khan, um comerciante retalhista, para o qual as coisas correriam bem, nas próximas campanhas, se os artigos de troca fossem expostos a partir de Outubro e correspondessem às necessidades dos camponeses.

Jorge Mazive, delegado distrital da AGRICOM, disse ter visto muitas pessoas recolherem às suas casas, com castanha, mesmo depois de chegarem ao seu posto, por falta dos artigos mais procurados pelos camponeses.

— Temos muita castanha. Como não a usamos para caril, porque produzimos o suficiente para tal em amendoim, está aos montes nas nossas casas. Mas também seria um desperdício entregá-la em troca de pulseiras, anéis, brinquedos... — afirmou Basílio Munguambe, secretário da Célula em Indolene, localidade de Chidenquele, a confirmar as palavras de muitos populares da sua povoação, segundo

as quais, mesmo em Setembro ou Outubro, tiram castanha a entregar ao Estado, em troca de fósforos, açúcar, petróleo, sabão, óleo alimentar e tecidos.

Contactado o administrador de Mandlakaze, Alberto Langane, disse que em muitas regiões do seu distrito a população possuía ainda consideráveis quantidades de castanha, e estaria disposta a comercializá-las, acrescentando que, com artigos de troca, o encerramento da campanha não significaria devolução da castanha, porque, de facto, muitas pessoas poderiam acorrer, com o produto, às lojas e postos de troca.

Alberto Langane recordou que na campanha anterior comprou-se castanha até Novembro, sem nenhuns problemas.

COMBUSTÍVEL E TRANSPORTE: A OUTRA FACE DAS DIFICULDADES

A escassez de combustível e, consequentemente, de meios de transporte, tanto para o escoamento dos artigos destinados à troca, como da própria castanha, foi, nas palavras da Comissão Coordenadora, um dos vários problemas que dificultaram os trabalhos da campanha 1985/86.

— Vejamos apenas este aspecto: com a falta de combustível, mesmo havendo mercadorias, não é possível transportá-las de um lugar para o outro. Enquanto isso, ou a população vai consumindo a castanha ou mete-a na candonga — afirmou o chefe da comissão.

De acordo com um documento apresentado pela Comissão Coordenadora e aprovado pelos participantes, o distrito de Mandlakaze prontifica-se a comercializar três mil toneladas de castanha de caju na próxima campanha.

Porém, segundo o mesmo documento, o cumprimento e o possível sobrecumprimento desta meta dependerão da resolução das principais dificuldades enfrentadas na campanha 1985/86, ou seja, a chegada, com tempo, das mercadorias, a sua capacidade de serem atractivas e a existência de combustível.