

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
CENTRO DE ESTUDOS GERAIS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

**O CAFÉ DO CERRADO EM PATROCÍNIO – (MG), UM EXEMPLO DO
PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO DA AGRICULTURA BRASILEIRA.**

MARCELO OROZCO MORAIS

**NITERÓI
-2006-**

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

MARCELO OROZCO MORAIS

**O CAFÉ DO CERRADO EM PATROCÍNIO – (MG), UM EXEMPLO DO
PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO DA AGRICULTURA BRASILEIRA.**

Dissertação apresentada ao departamento de Pós-Graduação em Geografia da Universidade federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre. Área de concentração Ordenamento Territorial.

Orientador: Profº. Drº. Rui Erthal

NITERÓI
-2006-

M827 Morais, Marcelo Orozco
 O café do Cerrado em Patrocínio (MG), um exemplo do
 processo de modernização da agricultura brasileira / Marcelo
 Orozco Moraes. – Niterói : [s.n.], 2006.
 116 f.
 Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade
 Federal Fluminense, 2006.

 1.Economia cafeeira. 2.Modernização agrícola. 3.Café do
 Cerrado. I.Título.

CDD 338.17373

O CAFÉ DO CERRADO EM PATROCÍNIO – (MG), UM EXEMPLO DO PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO DA AGRICULTURA BRASILEIRA.

MARCELO OROZCO MORAIS

Dissertação apresentada ao departamento de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre. Área de concentração Ordenamento Territorial.

BANCA EXAMINADORA

Profº. Drº. Rui Erthal
Universidade Federal Fluminense
Orientador

Profº. Drº. Carlos Alberto Franco da Silva
Universidade Federal Fluminense

Profº. Drº. Augusto César Pinheiro da Silva
Pontifícia Universidade Católica do
Rio de Janeiro



Dedico este trabalho a Maria Guadalupe, minha mãe, pelo eterno apoio.

AGRADECIMENTOS

A Rui Erthal, meu orientador, pela amizade, paciência e presença constante, indispensáveis para o desenvolvimento deste trabalho.

À minha família, pelo apoio em todos os momentos.

À minha irmã Susana e a Rosely, pelo fundamental apoio e desprendimento na composição deste trabalho.

Aos amigos da UFF, Fábio Tadeu, José Carlos, Márcia, Marcus e Roberto, sempre presentes.

Gostaria de agradecer especialmente a Rute Amaral Ramos, secretária do CACCER, pelo grande apoio dado a esta pesquisa.

SUMÁRIO

Introdução	01
A Dinâmica do Café	04
Capítulo I: A Modernização da Agricultura Brasileira	08
1.1- O Complexo Rural	11
1.2 - A Formação do Complexo Agroindustrial	16
1.2.1- A estrutura do CAI	19
1.2.2 - O papel do Estado	21
1.3 - A Corporação em Rede	25
1.4 - A Estruturação e Organização das Redes	28
1.4.1 - Redes - Interações sócio espaciais	28
1.4.2 - Redes: círculo invisível de conexões, circulação e fluidez	31
Capítulo II: A Dinâmica do Café no Brasil	41
2.1 - O Sistema Agroindustrial do Café	44
2.1.1 - A dimensão territorial produtiva	47
2.1.2 - A busca pela qualidade	49
2.2 - A Ascensão do Café do Cerrado	51
2.2.1- A Região de Patrocínio	51
2.2.2 - Um Histórico da Região	53
2.2.3 - Os Criadores do Café do Cerrado	56
Capítulo III: A Excelência do Café do Cerrado	61
3.1 - O Nascimento do CACCER	61
3.2 - A Certificação do Café	71
3.3 - A Qualidade do Café do Cerrado	80

3.3.1 - O modelo de produção e a mão de obra	84
3.4 - A Comercialização do Café do Cerrado	88
Conclusão	96
Bibliografia	101
Anexos	
Anexo 1 - Fluxograma de Certificação do Café	105
Anexo 2 - Portaria de Delimitação de Região de Origem	106
Anexo 3 - Decreto de Regulamentação do Certificafé	108
Anexo 4 - Os Valores Comparativos da Produção e Preço do Café	115
Anexo 5 – Organograma do Café do Cerrado	116
Figuras	
Figura 1- Produção de Café nos Estados de MG e ES, segundo o IBGE	02
Figura 2 - As Regiões Cafeeiras de Minas Gerais	03
Figura 3 - Representação da Cadeia Agroindustrial do Café	45
Figura 4 - A Dinâmica da Cafeicultura em Minas Gerais	48
Figura 5 - O Município de Patrocínio e seus Limites	52
Figura 6 - Aguinaldo José de Lima	56
Figura 7 - A Estrutura do CACCER	70
Figura 8 - O Certificafé	74
Figura 9 - A Região Delimitada do Café do Cerrado	75
Figura 10 - Identificação Padrão de Propriedade Certificada	78
Figura 11 - Terreiro de Secagem de Café	82
Figura 12 - O Biodigestor	83
Figura 13 - Colheitadeira de Café	84
Figura 14 - A entrada de Cidade de Patrocínio	91
Figura 15 - A Fachada da ACARPA/CACCER	99

Moça tomando café

*Cassiano Ricardo
Martim Cererê*

Num Salão de Paris
A linda moça de olhar gris
Toma café. Moça feliz!
Mas a moça não sabe, por quem é,
Que há um mar azul, antes da sua xícara de café;
E que há um navio longo antes do mar azul...
E que, antes do navio longo, há uma terra do sul;
E, antes da terra, um porto em contínuo vaivém,
Com guindastes roncando na boca do trem
E botando letreiros nas costas do mar...
E, antes do porto, há um trem madrugador;
Sobe - desce da serra, a gritar, sem parar,
Nas carretilhas que zunem de dor...
E, antes da serra, está o relógio da estação...
Tudo ofegante, como um coração
Que está sempre chegando, e palpitando assim...
E, antes dessa estação, se estende o cafezal.
E, antes do cafezal, está o homem, por fim,
Que derrubou sozinho a floresta brutal,
O homem sujo de terra, o lavrador,
Que dorme rico, a plantação branca de flor,
E acorda pobre, no outro dia (não faz mal...),
Com a geada negra, que queimou o cafezal.
A riqueza é a noiva (que fazer?),
Que promete, e que falta, sem querer...
Chega a vestir-se assim, enfeitada de flor,
Na noite branca, que é o seu véu nupcial;
Mas vem o sol, queima-lhe o véu,
E a conduz loucamente para o céu,
Arrancando-a das mãos do lavrador.
Quedê o sertão daqui?
Lavrador derrubou
Quedê o lavrador?
Está plantando café.
Quedê o café?
Moça bebeu.
Mas a moça onde está?
Está em Paris.
Moça feliz!

* RICARDO, Cassiano. **Martim Cererê**. 17.ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

RESUMO

Esta dissertação discute uma nova frente de modernização agrícola do país, na região do cerrado mineiro, mais precisamente o município de Patrocínio.

A discussão se dá em torno da economia do café, agindo como vetor de modernização agrícola da região, culminando na criação de uma rede global de produção e comercialização do produto, que foge aos padrões convencionais, até então vigentes no país.

A produção de café da região, diferente das antigas formas de produção, é orientada pela busca da agregação de qualidade e valor ao produto. Para tanto, articula-se uma rede de produção e distribuição que opera desde o nível local até o global, inserindo a região no ambiente competitivo do meio técnico-científico e informacional.

Esta nova forma de organização produtiva é analisada através de estudos teóricos e empíricos, permitindo-nos observar um exemplo da inserção competitiva da agricultura brasileira no circuito produtivo da globalização.

Palavras-Chave: Redes – Competitividade – Modernização Agrícola – Café do Cerrado.

ABSTRACT

This paper discuss a new facet of agricultural modernization in Patrocínio, state of Minas Gerais in the Brazilian savannah.

The discussion revolves around coffee economy that plays an important role in the region's agricultural modernization leading to the formation of a global network of coffee's production and commercialization unlike conventional patterns used until then in this country.

Coffee production in this region unlike old forms of production in now oriented to add quality and value to this product. For this reason, a manufacturing and distribution network has been formed to operate from local to global levels. As a result, this region is now placed in the competitive technical- scientific environment.

This new formation of a productive organization is analyzed through empirical and theoretical studies allowing us to observe an example of a competitive inclusion of Brazilian agriculture into the productive area of globalization.

Key words: Network – Competitivity – Agricultural – Modernization – “Brazilian savannah” Coffee.

APRESENTAÇÃO

Desde a época da graduação em geografia, realizada na Universidade Federal Fluminense (UFF), interesse-me pelo segmento da geografia agrária. Tendo a oportunidade de iniciar-me no tema, com a produção de um trabalho referente a uma bolsa de iniciação científica, concedida pela FAPERJ, realizei, junto ao meu atual orientador, um trabalho intitulado; A Modernização da Cafeicultura em Bom Jardim, município da região serrana do Estado do Rio de Janeiro.

Durante a confecção deste trabalho, fui tomando conhecimento de importantes aspectos referentes ao processo de modernização da agricultura brasileira, como o próprio processo de modernização que culminou na mudança da base técnico-produtiva do país, sob a ótica de vários autores especialistas para o tema.

Paralelo a isto penetrei no mundo da economia do Setor Agroindustrial do Café (SAG), setor que até então eu tinha poucas referências. No decorrer da confecção do trabalho, pude tomar conhecimento de variedades de plantas, técnicas de plantio e aspectos de comercialização. Ao fim, ficou a certeza de que deveria me aprofundar no tema.

Por um bom período, depois de concluída a graduação, vinha acalentando o sonho de me aprofundar nesta temática através de um curso de mestrado. Com o ingresso no programa de mestrado em Geografia da UFF, surgiu a oportunidade deste aprofundamento, satisfazendo não só uma necessidade profissional, mas também pessoal.

Veio então a proposta deste trabalho, que volta a temática do café, desta vez com a ambição de um aprofundamento teórico e da ampliação da escala de análise do objeto estudado.

Após a análise de cursos com propostas interdisciplinares, concluí que a Geografia era o melhor caminho para a realização deste projeto. Não só por minha formação na área, mas por acreditar que o instrumental teórico disponível nesta ciência, como o conceito de redes, ser o mais adequado para dar cabo desta proposta de trabalho.

Acredito que a importância deste trabalho resida na possibilidade de se estudar a modernização da agricultura através da cafeicultura e principalmente através da concepção teórica das redes, dando nossa contribuição a esta importante área de estudo.

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa pretende contribuir em termos teóricos e empíricos para a compreensão da modernização da agricultura brasileira, vista através da cafeicultura e do sistema de redes, como instrumentalizadores desta modernização. Para tanto, será analisada a modernização produtiva, ocorrida no âmbito da cafeicultura no município de Patrocínio, localizado na região oeste do Estado de Minas Gerais.

A escolha desta região assentou-se no ineditismo do processo empregado pelos produtores que logrou transformar a região na produtora do café de melhor qualidade do país, com certificação de origem e qualidade reconhecida internacionalmente e, ainda, sem paralelo na produção interna.

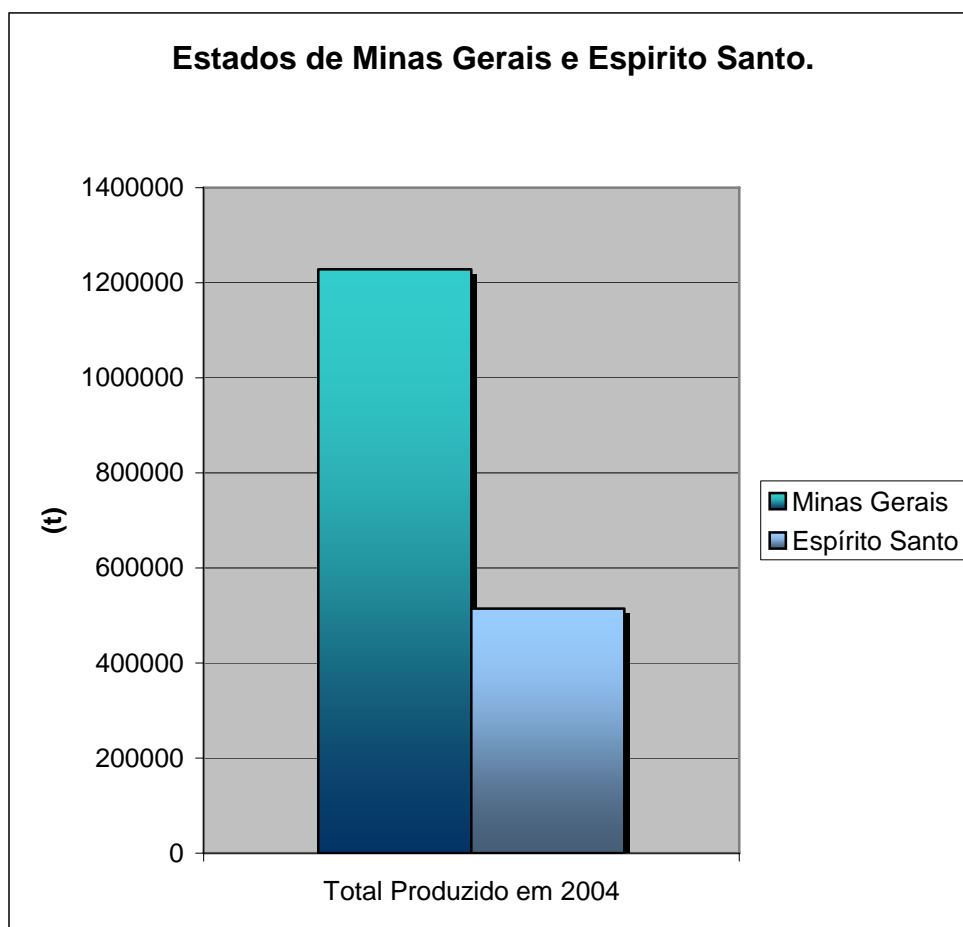
O café brasileiro participa tanto das matrizes cultural como econômica do país e, ao longo de sua história produtiva, atravessou momentos de opulência e crise, sempre contribuindo para a economia nacional, principalmente através de exportações. Além disto, o produto tem uma larga aceitação no mercado interno, fazendo parte do cotidiano de milhões de pessoas. Segundo Zylbersztajn (1993); em pesquisas espontâneas, o café se coloca como a bebida mais conhecida e lembrada por parte dos entrevistados. Recentemente o consumo interno tem apresentado sinais de melhora e a chegada de novas cafeterias no país abrem a possibilidade de renovação do público consumidor do produto.

Desde o início do século passado, sua produção tem peso fundamental na economia do país, é bem verdade foi perdendo importância para outros setores, mas o Brasil continua sendo o primeiro produtor e o primeiro exportador mundial de café, com um setor cafeeiro que fornece ainda 4% do valor das exportações brasileiras e reúne mais de 250.000 produtores, Broggio (1999).

O café ocupou ao longo de sua história produtiva, áreas que posteriormente foram abandonadas e convertidas em pastagens, (Rio de Janeiro) ou que o substituíram por outras

culturas, como a soja (São Paulo e Paraná). Nas duas últimas décadas, 1980 e 1990, sobressaiu-se o Estado de Minas Gerais, hoje dono de 54% da produção nacional, seguido do Estado do Espírito Santo com 18% da produção. (Fig 1).

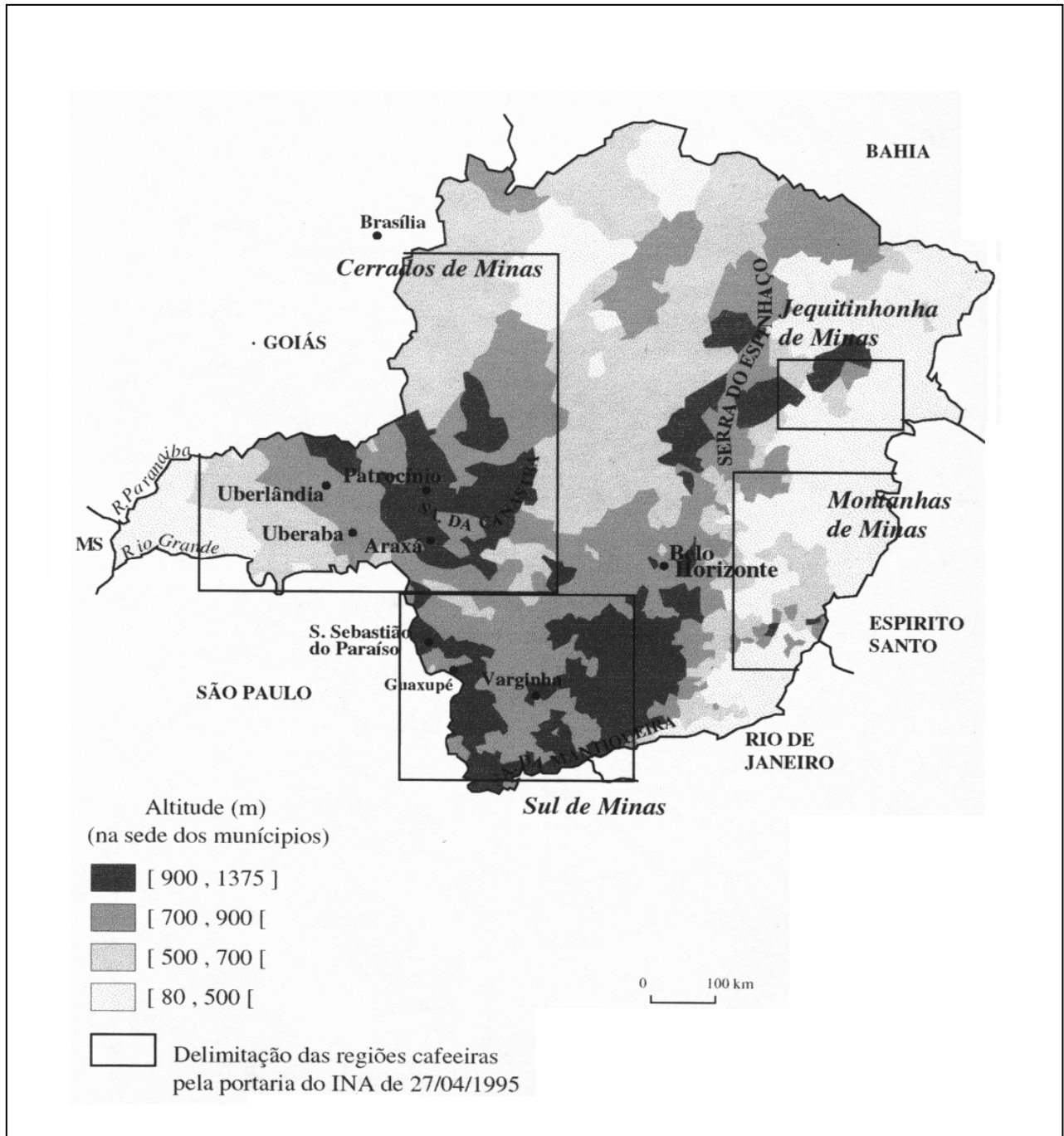
Figura 1 – Produção do Café Beneficiado



Fonte: IBGE

O Estado de Minas possui quatro regiões produtoras bem delimitadas de produção cafeeira: Sul do Estado, Cerrado, Montanhas (Zona da Mata) e o Jequitinhonha. (fig 2). Destas, duas se destacam pelo dinamismo da atividade produtiva: o Sul de Minas e o Cerrado. Sendo a primeira pelo volume produzido e a segunda pelo crescente aumento da produção, mas principalmente pela estratégia adotada para a busca de qualidade e agregação ao valor do produto.

Fig 2 - As Regiões Cafeeiras de Minas Gerais



In: Broggio, C., *A Dinâmica Territorial da Cafeicultura Brasileira* (1999)

A Dinâmica do Café

Ao longo da história, o café contou com um forte apoio governamental, quer no apoio à produção, como também na comercialização, com a compra de excedentes e políticas de preços. Tal prática criou uma forte dependência dos produtores em relação ao Estado cuja atuação criou, na realidade, um grande mercado nacional de produção do café orientado pelo preço médio.

Dentre os instrumentos reguladores, o que teve maior interferência na política cafeeira foi o Instituto Brasileiro do Café (IBC), criado em 1952 e extinto em 1990, no governo de Fernando Collor de Mello. Segundo Farina (1997), a garantia de preços do IBC foi prejudicial ao sistema agroindustrial do café no país, isto porque esta política não estimulava a busca pela qualidade e sim pela quantidade produzida, levando os produtores a não investir em tratamentos da lavoura, uma vez que o investimento não seria recompensado na hora da venda do produto, visto que toda produção seria vendida em grande lote. Não havia, até então, um processo de certificação de origem do produto e do produtor, fato que provocava oscilações de qualidade.

Esta política deteriorou a imagem do “Café do Brasil”, chancela de venda do produto, no mercado externo, transformando-o num produto de segunda linha, onde não figurava como o principal elemento na formação dos “blend” dos grandes consumidores de café no mercado mundial, mas sim como um complemento, o que significava menor remuneração pelo produto.

É importante considerar que o grau de exigência, em termos de qualidade, em mercados como Europa e Estados Unidos é mais elevado do que em nosso mercado interno, isto significa que aqui se suporta oscilações de qualidade que não são admitidas em outros mercados mais exigentes.

A extinção do IBC deixou a cafeicultura brasileira numa situação delicada. O término da garantia de preços revelou uma estrutura produtiva que não oferecia resposta à demanda do mercado mundial por um aumento de qualidade, levando um grande número de produtores a erradicar seus pés de café ou até mesmo à falência.

Com o fracasso das negociações para a criação de um novo órgão governamental de regulação de preços, os plantadores, exportadores e torrefadores, tiveram que tomar iniciativas próprias para solucionar o problema da queda de qualidade e preço do produto.

Neste ambiente de mudanças no setor, passa a ganhar peso o papel das cooperativas, associações de produtores e empresas de exportação. A iniciativa privada teve que reestruturar uma atividade produtiva que na maior parte do tempo esteve, historicamente, regulada pelo Estado, buscando soluções para o aumento de competitividade e elevação da qualidade o que permitiria não só a abertura de novos mercados, como a manutenção de clientes tradicionais.

A queda de qualidade do café brasileiro foi tão acentuada que as próprias empresas internacionais compradoras do produto tomaram a iniciativa de buscar soluções para a elevação da qualidade do produto, porque mesmo não sendo o principal componente do “blend”, o café brasileiro é necessário como complemento, e a constante oscilação de qualidade por parte dos fornecedores começava a comprometer a qualidade final de seus produtos.

Dentre as iniciativas merece destaque a empresa italiana ILLY Café, terceira maior torrefadora de café para expresso do mundo, como aponta Zylbersztajn (1997), que em 1991, instituiu um concurso de qualidade do café, onde poderiam se inscrever produtores de todo o Brasil. Os primeiros colocados receberiam um prêmio em dinheiro, além do comprometimento da empresa de comprar uma determinada cota de sua produção, por um preço acima da média paga pelo mercado.

Nas primeiras edições do concurso a maioria dos produtores premiados era oriunda da região do Cerrado de Minas Gerais, isto serviu de estímulo para os produtores se articularem e buscarem estratégias de aumento de qualidade, pois a repercussão em termos de marketing para o produto era a melhor possível.

A avaliação do café em aspectos ligados principalmente à qualidade do produto, não só no aspecto do grão, mas também a degustação, criou a percepção, um tanto óbvia, de que o café não era igual em todo o país. Um conjunto de fatores influi no resultado final, tais como: a espécie da planta, os tratamentos a ela dispensados, o clima e solo das regiões de plantio. Estes dois últimos constituíram-se no maior trunfo da região do Cerrado na obtenção de um produto com características únicas, que veio estimular um grupo de plantadores a investir em uma forma inovadora de gestão produtiva.

Surge, então, no município de Patrocínio o Conselho das Cooperativas do Cerrado o (CACCER), cujo grande objetivo é a elevação da qualidade do café produzido, obtendo maior remuneração pelo produto, utilizando estratégias inéditas no setor. Este Conselho agrupou um conjunto de nove cooperativas de produtores da região, estabelecendo um conjunto de metas qualitativas, assim como, fornecendo apoio técnico e de marketing.

Criou-se, então, uma marca própria para o café produzido na região, que recebeu a denominação de Café do Cerrado, numa tentativa de se elaborar um produto diferenciado, buscando uma alternativa a chancela **Café do Brasil**, cujos preços não eram dos mais vantajosos no mercado internacional.

Desde então, o município de Patrocínio tornou-se o centro articulador de uma rede, que envolve produtores e canais de comercialização em níveis nacional e internacional, transformando uma região que antes parecia inóspita para o negócio do café num centro de excelência do produto. A partir do exposto, surge então a questão central do trabalho:

Quais os fatores sócio-econômicos que permitiram a região de Patrocínio se destacar como centro produtor e articulador da produção do melhor café do Brasil?

A resposta para esta questão passa pela articulação de um grupo de produtores que se valeram de particularidades físicas da região, bem como da criação de uma estratégia produtiva e comercial inédita no país, aliada a um conjunto de idéias inovadoras para a agricultura brasileira.

Utilizaremos então como objetivo para nossa pesquisa o seguinte objetivo:

Mostrar como a criação do selo “Café do Cerrado” reestruturou a economia cafeeira na região comandada por Patrocínio, criando um sistema de redes que permitiu a inserção da região num mercado global.

A criação do CACCER e do selo de certificação permitiu aos produtores alcançar outros vãos, tanto na produção, quanto nas possibilidades de comercialização de seu próprio produto, pois romperam com estruturas antigas que sempre vigoraram ao longo da organização produtiva do café no país. A gênese evolutiva da criação da marca **Café do Cerrado** e suas múltiplas interações espaciais, certamente merecem um estudo.

Para alcançarmos este objetivo, optou-se por dividir este trabalho em três capítulos, o primeiro dedicado à elaboração de um recorte teórico para a discussão em tela, analisando a dinâmica da modernização da agricultura brasileira, passando pela formação dos Complexos Agroindustriais, até a proposta de Franco da Silva (2003) do conceito de Corporação em Rede, como novo exemplo de modernização da agricultura. Ainda dentro deste capítulo, será

feito uma análise da formação, estruturação e funcionamento das redes, conceito fundamental para um perfeito entendimento das múltiplas interações realizadas pela agricultura em seu atual estágio de modernidade.

O segundo capítulo será dedicado ao Sistema Agroindustrial do Café, passando pela sua dimensão territorial e pela busca de qualidade. Ainda neste capítulo, será iniciada análise sobre o surgimento e a gênese evolutiva do Café do Cerrado, levando em conta a região de Patrocínio e o papel exercido pelos criadores da marca Café do Cerrado.

O terceiro e último capítulo, será dedicado a excelência do Café do Cerrado, onde será analisado todo o processo empregado na estruturação e consolidação da marca Café do Cerrado, responsável pelo êxito atingido na região. Este capítulo será dedicado principalmente ao caráter empírico do trabalho.

CAPÍTULO I

A MODERNIZAÇÃO DA AGRICULTURA BRASILEIRA

Ao longo de sua história econômica, o Brasil teve na atividade rural seu principal vértice econômico. Durante séculos esta atividade produtiva foi o grande pilar de sua economia. Chegou-se a afirmar, mesmo com a Revolução Industrial em curso nos países centrais, que o Brasil deveria reafirmar sua vocação agroexportadora, como relata Brum (2001), priorizando-a em detrimento de um possível processo de industrialização. Cabia ao setor agrícola abastecer o mercado externo e gerar as divisas necessárias para o país honrar seus compromissos financeiros e importar o que julgava necessário e não produzido internamente.

Esta estrutura que perdurou durante um longo período, vai começar a sofrer transformações profundas a partir da década de 1930, quando o país começa a experimentar, de maneira mais vigorosa, um processo de industrialização que criou uma nova demanda urbana até então, muito incipiente. Esta nova demanda apontava para o consumo de produtos de melhor elaboração, inclusive os ligados ao setor alimentar, gerando a necessidade de alterações intensas nas cadeias produtivas de alguns setores econômicos.

O setor agrícola não ficou passivo a estas mudanças vividas pela economia e pela sociedade, pelo contrário, iniciou um processo de reorganização produtiva visando atender as novas oportunidades que surgiam no mercado, quer por senso de oportunidade ou por necessidade. Neste ponto a agricultura vai incorporar novos elementos produtivos, como a adoção de novas técnicas de produção, como maquinaria que dinamizasse a lavoura, do plantio à colheita, adubos químicos, fertilizantes e pesticidas, todos instrumentos fundamentais à elevação da produtividade e da qualidade do produto gerado no campo, visando atender a demanda de um mercado cada vez mais exigente e disposto à mudanças nos hábitos de consumo.

As transformações ocorridas no campo atingiram também as relações de trabalho nele presentes, formas tradicionais não capitalistas passaram a conviver com relações de trabalho assalariado, alterando o modo de vida de milhões de trabalhadores rurais. A introdução de maquinaria gerou um grave quadro de desemprego estrutural, fato comum em tempos de grandes mudanças técnicas na produção, conforme Mattoso (1995), produzindo uma enorme massa de desempregados rurais que tentou encontrar na cidade a solução para seus problemas. Abriram-se também perspectivas para a absorção de mão de obra qualificada, alterando o perfil do trabalhador rural, fato decorrente da necessidade criada pela sofisticação produtiva introduzida com a nova dinâmica de produção. Estas alterações acabaram por agravar conflitos sociais já existentes no campo, assim como criaram outros nas cidades, que não se prepararam para receber a massa de trabalhadores oriundos do campo.

O que se pode observar, em princípio, é que a agricultura brasileira, nas últimas décadas, experimentou um intenso processo de modernização, mesmo com todas as contradições que isto possa ter gerado. É inegável a elevação da base técnico-produtiva do setor, seu incremento de produtividade, seu aumento de competitividade, tanto no mercado interno quanto no externo, assim como não se pode refutar o agravamento das tensões sociais no campo, decorrentes do desemprego estrutural, da concentração fundiária e da inoperância de políticas públicas, que efetivamente somados, aprofundaram o problema da desigualdade social no campo. A modernização, com efeito, não atingiu a todos os setores da agricultura, alargando a distância pré-existente entre os mais e os menos dinâmicos. Seria o retrato de uma modernização conservadora e dolorosa, como denominou o processo de modernização agrícola brasileiro o economista José Graziano da Silva (1996).

Erthal (1997), argumenta que as mudanças ligadas às inovações do campo ocorreram sob a lógica, os objetivos e as estratégias do capital, em princípio comercial, em seguida industrial e, depois, financeiro. Naturalmente, os setores agrícolas básicos ligados à exportação, sobretudo café, cana de açúcar e algodão, foram no passado os mais susceptíveis na adoção de inovações, tanto a nível técnico como nas relações de trabalho.

Em sua reestruturação produtiva, a agricultura passou a interagir com outros setores da economia, gerando uma interdependência com a indústria, com empresas comerciais e entidades financeiras, de modo que não opera, pelo menos nos setores mais dinâmicos, de maneira autônoma. Esta observação é importante porque permite afirmar que a agricultura, ou num jargão econômico mais recente o agronegócio, tem sido fundamental no crescimento econômico do país, como observa Leitão (2005).

Segundo esta autora, o crescimento da economia brasileira tem ficando aquém do desejado nas últimas duas décadas, sendo inferior inclusive a de países com características econômicas semelhantes às suas. Contudo isso, o PIB vem crescendo nos últimos anos, e grande parte deste crescimento se deve ao agronegócio, impulsionado principalmente pela expansão do plantio da soja, com suas múltiplas interações espaciais e setoriais. Isto significa que o crescimento da produção agrícola não deve ser compreendido como um elemento isolado, no caso da soja por exemplo, ele impulsiona o crescimento de outros setores da economia, alguns até cujos produtos não são específicos para a agricultura.

Um exemplo pertinente a esta análise é o do setor de transportes; a multinacional sueca Saab Scania, fabricante de caminhões pesados instalada no Brasil, teve no ano de 2004 seu melhor resultado em vendas desde sua instalação no país em 1969, segundo seu presidente Ake Normam. Este resultado é reflexo do aumento da produção de grãos no país, cuja matriz de transportes, ainda, é predominantemente rodoviária¹.

Na tentativa de mudar este panorama de dependência do modal rodoviário, projetos de construção de ferrovias e hidrovias são anunciados pelo governo e pela iniciativa privada, numa clara tentativa de dinamizar o escoamento da produção agrícola tornando o produto mais competitivo.

Ganham com esta expansão os setores de logística, as empresas de exportação e setores ligados diretamente ao suporte produtivo, como a indústria de implementos agrícolas e de adubos e fertilizantes. Dessa forma a modernização intersetorial estimula outros segmentos da economia, beneficiando-os como um todo. Assim, a agricultura mantém sua importância no conjunto da economia nacional.

Como a agricultura constituiu-se em atividade econômica no país muito antes do processo de industrialização, é necessário observar que para se chegar ao seu atual estágio técnico, denominado por alguns autores como Complexo Agroindustrial (CAI), Muller (1989), Graziano da Silva (1986), Guimarães (1979) ou por outros de Sistema Agroindustrial, Zylberstajn (1993), Farina (1997) ou ainda de Organização em Rede como proposto Por Mazzali (2000), foram necessárias inúmeras transformações em sua estrutura. A análise destas transformações na agricultura brasileira é o objetivo principal deste capítulo², visto a

¹ Dados obtidos em www.scania.com.br. Acesso em: 14 jul. 2005.

² Embora os conceitos acima sejam importantes para a análise do processo de modernização da agricultura, não é objetivo primaz deste trabalho discuti-los a fundo, visto que, dependendo da visão do autor seu emprego pode gerar distorções quando confrontado com a visão de outro autor. Sem querer entrar no âmago da discussão conceitual, os termos acima serão empregados de maneira generalista, como exemplos de estruturas modernas de produção da agricultura brasileira.

importância desta discussão para a compreensão do tema central deste trabalho, para tanto se buscou um pequeno retrospecto histórico e geográfico deste processo.

1.1 - O Complexo Rural

A agricultura brasileira organizou-se inicialmente, como um complexo rural sob auspícios das grandes propriedades onde a prioridade era a produção para o mercado externo. Graziano da Silva (1996:5), assim definiu o complexo rural:

Em linhas gerais, a dinâmica do complexo rural era determinada pelas flutuações do comércio exterior. Mas a produção agrícola para exportação ocupava apenas parte dos meios de produção disponíveis (recursos naturais, mão de obra escrava e bens de capital) sendo a outra parte destinada à produção de bens de consumo para a população local e dos próprios bens de produção. No interior das fazendas produziam-se não só as mercadorias agrícolas para a exportação mas também manufaturas, equipamentos simples para a produção, transportes e habitação. Em outros termos, a divisão social do trabalho era incipiente, as atividades agrícolas e manufatureiras encontravam-se ligadas, grande parte dos bens produzidos só tinha valor de uso, não se destinando ao mercado. O mercado interno inexistia.

Pela definição do autor, fica nítida a auto-suficiência da agricultura para produzir, já que a maior parte do instrumental necessário à produção era obtida dentro dos limites da própria fazenda, não havendo a necessidade de relações intersetoriais mais amplas.

Como o principal destino da produção era o mercado externo, a relação com o meio urbano local era muito reduzida e uma indústria voltada para a produção de insumos à agricultura inexistia. Brum (2001), argumenta que a utilização do trabalho escravo inibia a formação de um efetivo mercado interno consumidor, fazendo com que os produtores priorizassem o mercado externo, visto que lá obtinham maiores ganhos, não havia, portanto, o interesse prioritário no desenvolvimento de um mercado interno nacional, isto desestimulava o crescimento de agroindústrias, que embora existissem eram reduzidas em número, e de caráter regional.

Como os produtos brasileiros, principalmente o café e o açúcar conseguiam manter seus mercados no exterior, não havia porque empreender mudanças na base técnico-produtiva,

assim as mudanças no padrão produtivo da agricultura foram lentas como observa Guimarães (1979:23):

O Brasil atingiu tarde o limiar da revolução agrícola... Nosso país incorrendo numa inversão da ordem cronológica seguida pela maioria das nações, começou a transpor aquele limiar não antes, mas após haver dado, alguns dos passos iniciais em direção a revolução industrial. Essa particularidade histórica é mais um dos significativos testemunhos da rigidez do sistema latifundiário brasileiro e de sua obstinada resistência a todas as mudanças capazes de abalar sua continuidade estrutural.

O conservadorismo instalado no país retardou a introdução de mudanças significativas na base produtiva da agricultura e mesmo quando as condições se mostraram propícias à incorporação de inovações, determinados ranços se reinventaram como frisa Guimarães (1979: 34):

O primeiro acontecimento marcante de uma abertura social vigorosa no caminho das transformações agrícolas foi a abolição da escravatura. Tudo levava a crer que, em conseqüência desse importante evento, o poder latifundiário iria esfacelar-se. E que a propriedade agrária seria redistribuída e multiplicada; assim como, as relações servis de trabalho no campo seriam substituídas por relações livres de trabalho. Ao invés, o que, porém veio a surgir foi a recomposição do sistema latifundiário, agraciado com a compensação de fartos créditos e novos favores. Entre esses, as facilidades para a importação de mão de obra substitutiva, buscada nas regiões mais pobres do planeta e capaz de sujeitar-se a um regime de trabalho tão opressivo como foi a escravidão.

Se o fim da escravidão for tomado como o início do processo de modernização da agricultura brasileira, fica claro que ela já se inicia de maneira conservadora, não contemplando todos os segmentos de produção e não solucionando o problema da questão fundiária. A promulgação da Lei de Terras em 1850, portanto antes da abolição da escravatura, já havia dado a terra um valor de troca em detrimento do valor de uso. Isso limitou o acesso a terra a um grande contingente de trabalhadores agravando o problema da concentração fundiária. A estrutura fundiária injusta e a conseqüente concentração de renda retardaram a formação de um amplo mercado de consumo interno, fato que se observado com acuidade perdura até os dias de hoje, como observa Aguinaldo José de Lima³:

³ Vice-Presidente do CACCER, em entrevista concedida ao autor em 27/07/2005.

No tocante ao setor agroindustrial do café, os plantadores até os dias de hoje encontram dificuldades em vender os melhores lotes do produto no mercado interno, buscando avidamente canais para enviar o produto para o mercado externo. A razão é a simples falta de um mercado interno com poder aquisitivo suficiente para absorver um produto de melhor qualidade e, portanto, de melhor preço. Confirma-se aí o senso comum de que o melhor café do Brasil é bebido no exterior, ficando o de pior qualidade no mercado interno.

A crise da bolsa de Nova York em 1929 vai reorientar a dinâmica da agricultura no Brasil, pois com a queda acentuada das exportações o país buscou uma nova orientação econômica, inaugurando um modelo de industrialização baseado no processo de substituição de importações, Fausto (1995). A partir de então, o crescimento urbano passou a demandar mão de obra para o processo de industrialização e alimentos para a reprodução da força de trabalho, obrigando o setor agrícola a oferecer respostas a estas demandas. A solução encontrada foi a introdução de novas técnicas de produção e uma reorganização em toda a estrutura produtiva, diluía-se o complexo rural e iniciava-se um período de transição rumo ao complexo agroindustrial.⁴

O declínio do complexo rural pode ser verificado a partir do fim do uso do trabalho escravo no país, o que obrigou a agricultura a adotar novas relações de trabalho. Esta mudança vai mexer não somente com a questão da mão-de-obra, mas também com a própria estrutura produtiva das fazendas, fazendo com que as propriedades perdessem seu caráter de auto-suficiência produtiva.

Por esta época, o café era o principal produto da agricultura brasileira e tinha no trabalho escravo seu suporte de mão de obra, usada de maneira generalizada no país. No entanto, Graziano da Silva (1996:5) observa que a passagem do trabalho escravo para o trabalho livre, se deu de forma diferenciada em algumas áreas do país, dando a pista para se explicar porque algumas áreas se mostraram mais dinâmicas do que outras no novo ambiente de transformações que experimentava a agricultura:

⁴ Utilizou-se como síntese da modernização da agricultura brasileira o conceito de Complexo Agroindustrial (CAI) que na definição de Delgado, G. C. Capital Financeiro e Agricultura no Brasil. 1965-1985. Campinas. Ícone. 1985 Apud. Mazzali (2000:52): “Trata-se da articulação da agricultura, por um lado, com a indústria produtora de insumos e bens de capital agrícolas e, por outro lado, com a indústria processadora de produtos agrícolas, a agroindústria. A partir dessa mudança na base técnica, a reprodução ampliada da agricultura passa a depender cada vez menos dos recursos naturais e mais dos meios de produção gerados por um setor especializado da indústria”.

No Rio de Janeiro, os velhos cafezais foram liquidados. No nordeste a transição era quase que formal, uma vez que os antigos escravos permaneciam nas propriedades como moradores de condição. Em Minas Gerais e Espírito Santo, a transição levou ao estabelecimento de relações de parceria em São Paulo deu origem ao regime de colonato.

O Regime do colonato adotado em São Paulo se mostrou o mais adequado à nova realidade produtiva da agricultura e da própria economia do país. Isto porque o colono, em épocas de colheita, era um trabalhador assalariado, portanto dispunha de alguma renda que o tornava consumidor de mercadorias produzidas além dos limites da fazenda, ou seja, o trabalhador rural começa a abrir o seu leque de consumo para além de suas necessidades de subsistência. Mesmo que de forma incipiente, esta nova demanda estimulou um mercado urbano que se estruturou para produzir estes bens .

A esta nova configuração produtiva, Cano (1977) denominou de complexo cafeeiro, observando que não só as relações de trabalho passaram por transformações, mas já se configurava também uma nova divisão setorial do trabalho. Isto em razão de algumas atividades ligadas à produção começaram a ser feitas fora do âmbito da fazenda, como a fabricação de equipamentos para beneficiamento da produção, sacaria para embalar o produto e, até mesmo, mudas de café para o plantio de novas áreas. Embora algumas atividades continuassem internalizadas no interior das fazendas, como a produção de insumos e a própria reprodução da força de trabalho, não deixa de ser uma sinalização positiva de novas relações setoriais da agricultura.

Segundo Graziano da Silva (1996:6), foi o complexo cafeeiro, dentro de uma nova realidade econômica do país, que permitiu o início da mudança setorial da produção agrícola, pois o complexo rural e sua estrutura produtiva não dariam conta de atender a novas demandas, sobre isto observa este autor:

Em outras palavras, a expansão das atividades não agrícolas engendradas no seio do complexo cafeeiro paulista não podia mais ser satisfeita internamente nas próprias fazendas, obrigando a um aprofundamento da divisão do trabalho e delegando nova funções as cidades. Estabeleceu-se assim, a partir do complexo cafeeiro paulista, uma mudança fundamental, com a passagem de uma economia rural fechada e assentada em bases naturais para uma economia aberta e mercado interno que começava a estruturar-se a partir das indústrias montadas nas cidades, mas ainda voltada à demanda dos segmentos da própria agricultura.

No que tange à formação do complexo cafeeiro paulista, pode se afirmar que esta nova estrutura produtiva intensificou as desigualdades regionais existente no país. Isto se explica pelo fato de outras regiões não terem conseguido empreender estas mudanças de maneira análoga ao Estado de São Paulo, partiram então com atraso no processo de modernização agrícola. Sobre este tema Cano, Apud. Graziano da Silva (1996:10), faz a seguinte observação:

Antes do processo de integração do mercado nacional o capital comercial dominava o padrão de acumulação nas diversas células exportadoras regionais, o que não consegue ser rompido no momento em que se deflagra a industrialização. Essa periferia não consegue competir com a economia de São Paulo, de base capitalista mais avançada, porque seu próprio desenvolvimento histórico havia sido duplamente problemático; sua integração ao mercado internacional na fase primário exportadora era débil e as relações capitalistas de produção não haviam se instalado, ou sua existência era ainda precária.

Com o processo de integração regional, acelerado com a industrialização do país, ficam nítidas as desigualdades regionais existentes que vão perdurar durante grande parte do processo de modernização da agricultura brasileira. Nas décadas de 1970,80 e 90, por força da expansão do mercado interno e externo, áreas consideradas periféricas foram incorporadas pelas bases modernas de produção. Um exemplo pertinente é o alargamento da fronteira agrícola que carregada pela expansão da produção de soja, engloba novas áreas, como Balsas no Maranhão e Barreiras na Bahia, Giordano (1999), transformando as relações de produção na região e inserindo-as, dentro de uma lógica global de produção e competitividade que era inimaginável à alguns anos.

A inserção destas regiões dentro de uma nova lógica produtiva deve ser vista com cautela, pois se é fato a elevação da base técnico-produtiva e do nível de competitividade, também nestas áreas se reproduzem elementos que acentuam problemas ligados ao desenvolvimento agrícola do país, como a concentração fundiária, os conflitos rurais e as agressões ao meio ambiente. Com efeito, esta modernização das áreas periféricas é comanda pelo capital internacional ou pelo centro dinâmico da economia nacional, localizado na região Centro-Sul do país, Giordano (1999), mantendo o caráter centralizador das decisões e a baixa autonomia das regiões produtoras.

1.2 - A Formação do Complexo Agroindustrial

No período que antecede a crise política de 1930, o complexo cafeeiro teve sua máxima expansão. Ampliaram-se as atividades tipicamente urbanas e outros setores emergiram do complexo cafeeiro: criou-se um setor de máquinas e equipamentos fora das fazendas de café para a fabricação de arados, secadores, despoldadores e outras ferramentas, estabeleceram-se agroindústrias urbanas, mais complexas que as existentes no interior das fazendas.

A crise de 1930 que atingiu duramente a economia brasileira engendrou um novo processo de modernização na agricultura, o complexo cafeeiro, em função da crise que atingiu diretamente seu setor, perdeu preponderância, passando a conviver com a produção de novos segmentos agrícolas. A economia do país passou por profundas transformações, minimizou seu caráter agroexportador iniciando um processo de industrialização denominado de substituição de importações, segundo Brum (2001).

A agricultura começa a incorporar mudanças em sua base técnica, com a incorporação de novos equipamentos, adubos, fertilizantes e pesticidas. Entretanto, até a década de 1960, estas modificações se deram de maneira relativamente lenta. Isto porque não havia ainda uma indústria de insumos para a agricultura devidamente instalada no país, toda modificação implementada no campo ficava condicionada à capacidade de importação do país, que até então era bastante reduzida.

A preocupação em se instalar uma indústria de insumos vai ocorrer no segundo Governo de Getúlio Vargas, segundo Graziano da Silva (1996), quando o Estado resolve investir em uma indústria de fertilizantes, estimulando o consumo do produto. A modernização da agricultura estava condicionada, então, à instalação de uma indústria de insumos para a agricultura, fato que ocorreu durante o Plano de Metas do governo de Juscelino Kubitschek, e, mais intensamente, durante o regime militar instalado a partir de 1964, o que permitiu a aceleração do processo de modernização agrícola, com todas as suas virtudes e contradições.

Ao se falar do processo de modernização da agricultura deve-se levar em conta fundamentalmente a junção de interesses de um grupo de atores fundamentais para o êxito do processo; o Estado, os capitais agrários, industriais, comerciais e posteriormente financeiros. A ação conjunta destes agentes promoveu alterações substanciais no modo de produzir, nas relações de trabalho, na incorporação de novos territórios produtivos e até mesmo mudanças

nos hábitos alimentares da população, o que permitiu a superação de importantes obstáculos a consolidação dos CAI's.

Para muitos teóricos dedicados ao assunto, a década de 1960 é um marco temporal na mudança da base técnica da agricultura, isto porque até meados desta década não havia sido definitivamente consolidada a presença de indústrias de insumos para a agricultura que permitisse uma efetiva mudança na base técnica da produção. Este problema foi efetivamente contornado com a abertura da economia para entrada de empresas multinacionais ligadas ao setor, aliada a iniciativas tomadas anteriormente pelo Estado. Uma vez instaladas, consolidaram a modernização da agricultura baseada na chamada revolução verde, que combina inovações físico-químicas e mecânicas com a criação de variedades vegetais altamente exigentes em adubação química e irrigação, Mazzali (2000).

Este período marcou a chegada ao país de grandes empresas multinacionais ligadas ao setor de insumos para a agricultura, também denominado de indústrias a montante, ou seja, aquelas fornecedoras de elementos para a produção da lavoura, como tratores, colheitadeiras, adubos, fertilizantes e pesticidas. Graziano da Silva (1980) critica a chegada deste “pacote” tecnológico, “jogado” de fora para dentro, argumentando que parte desta tecnologia era inadequada para nosso meio edáfico e climático, o que trouxe posteriormente sérios problemas ambientais.

A elevação da produtividade e as novas demandas do mercado foram tornando a agricultura refém deste novo segmento industrial, o que contribuiu também para aumentar a distância entre o produtor capitalizado, ou que tinha acesso a financiamentos, e aquele que por falta de recursos, não tinha condições de modernizar sua propriedade, ficando marginalizado no mercado. A crescente especialização da agricultura exigia uma inversão cada vez maior de recursos na lavoura, não disponíveis para todos os produtores.

Este quadro levou os grandes produtores a direcionar sua produção aos produtos de maior retorno no mercado que para serem obtidos demandavam ou grandes extensões de terra ou altos investimentos técnicos na lavoura. Aos pequenos proprietários coube a produção de gêneros de menor valor de mercado, o que estruturou um círculo vicioso; baixo retorno, baixo investimento na produção, baixo retorno.

Ao mesmo passo que se consolidava a indústria de insumos, instalava-se no país as indústrias agroprocessadoras, algumas de capital nacional, outras multinacionais, já com larga tradição em seus países de origem. Estas empresas, caracterizadas como indústrias à jusante da agricultura, passaram a industrializar a matéria-prima oriunda do campo, passando a oferecer ao mercado um leque de novos produtos, tais como: rações para a criação de animais

e também para a manutenção de animais domésticos, alimentos em conserva e comida semipronta.

O novo ritmo urbano, vivido por grande parte da população, aliada a uma intensa campanha publicitária, modificou largamente os hábitos alimentares dos brasileiros, que por falta de acesso ou por comodidade, foi se distanciando da dieta tradicional composta basicamente de alimentos “in natura”.

Spears (2003), observa que o crescente consumo de alimentos industrializados e a preocupação com a saúde da população abriram novas perspectivas para a agricultura, ficou cada vez maior por parte das agroindústrias e do consumidor a preocupação com a segurança alimentar e a certificação de origem do produto. Isto obrigou os produtores a seguirem novas regras de produção, sob pena de ficarem alijados dos mercados de maior remuneração.

Desta forma consolidava-se no país o chamado Complexo Agroindustrial (CAI), que significou o entrelaçamento e a interdependência entre a agricultura, a pecuária e a indústria, ficando o campo numa posição de “ensanduíchamento” em relação à indústria, passando a depender desta, tanto para produzir, quanto para vender sua produção, já que a remuneração obtida com as agroindústrias é em geral superior.

Os produtores rurais passam a negociar a maior parte da produção com a indústria e não diretamente ao setor comercial. A indústria passa a ditar as regras do que deve ser produzido, em que quantidade e qualidade, deixando clara a ascendência desta sobre a agricultura.

Segundo Erthal (1997), A indústria foi se tornando cada vez mais exigente em termos de padrão de qualidade dos produtos. A fim de diminuir o preço de custo e elevar a produtividade, ela passou a determinar a área destinada ao plantio, tipos de insumos e tecnologias apropriados. Além do mais, ela fornecia crédito direto ou indireto, via instituições financeiras. Neste processo de modernização e consolidação dos Cai's, a grande agroindústria exerceu papel fundamental.

De todo modo, o que se pode observar é que a agricultura colaborou largamente para a industrialização do país, atuando como fornecedora de alimentos para as cidades, produzindo para o mercado externo, o que significava entrada de divisas que eram investidas na infraestrutura urbana e industrial, além de ser ela própria, uma grande cliente da indústria.

1.2.1 - A estrutura do CAI

Apesar das relações entre as empresas, principalmente processadoras, e as rurais serem muito variadas em natureza e intensidade, são de modo geral classificadas em intergradadas e semi-integradas. A distinção entre elas fica mais por conta de aspectos formais, na avaliação de Guimarães (1979).

A integração vem a ser a ligação interativa e intersetorial de diversos processos que envolvem a agropecuária, a agroindústria, o comércio e o setor financeiro, sob o controle final de uma empresa processadora que passou por grande concentração horizontal e vertical.

Os Cai's altamente integrados, possuem um corpo técnico diversificado e qualificado (veterinários, agrônomos, engenheiros florestais, biólogos, químicos etc.) Alguns deles chegam a construir seus próprios laboratórios e investem em pesquisas, paralelas as patrocinadas pelo Estado. Possui também uma grande estrutura administrativa para definir políticas globais e setoriais. Procuram racionalizar os recursos técnicos e humanos a fim de garantir a produtividade da força de trabalho, através do aprimoramento dos métodos de trabalho, entre outros.

Tais complexos concentram, apesar do uso de tecnologias avançadas, um relativo contingente de mão de obra assalariada. Os assalariados permanentes, de modo geral, são dotados de maior qualificação. Já os trabalhadores temporários, conhecidos como bóias frias, são requisitados normalmente em épocas de colheitas, sob contrato temporário de trabalho. A incorporação de novas tecnologias produtivas vêm abrindo um amplo mercado de trabalho para profissionais qualificados, ao mesmo tempo em que reduz mercado para os menos qualificados.

Nos Cai's, até de forma comum, há empresas integradas que se verticalizam a ponto de assumir riscos inerentes ao processo de produtor rural, investindo na aquisição de grandes extensões de terra e dotando-as de caráter produtivo. Um exemplo desta configuração é o complexo sucro-alcooleiro do interior de São Paulo. A Cutrale, dona de uma expressiva parcela do mercado mundial de suco de laranja, possui usinas onde esmaga as laranjas obtidas a partir de um grande número de fornecedores, mas possui também fazendas próprias para o plantio de laranjas, nos municípios de Bebedouro, Matão, entre outros.

Como empresa semi-integrada, Sorj (1986), classifica a produção realizada por produtores autônomos, mas controlada pela indústria. A empresa núcleo exerce o controle da produção, impondo as normas do contrato, onde estão estabelecidos os direitos e deveres de

cada parceiro. Cabe a empresa fornecer insumos, assistência técnica, transporte, crédito e fixar preço à produção dos parceiros inseridos no complexo. Em contrapartida, estes devem entregar a produção seguindo normas de qualidade e no prazo pré-estabelecido, sob pena de desligamento do sistema de consorciamento, no caso do não cumprimento das normas.

A unidade econômica familiar camponesa, herança de relações de produção não capitalistas, é a dominante neste esquema de integração (Erthal 1997). Embora subordinada⁵, ela goza de certa autonomia, para ao fim do contrato, engajar-se em outro esquema de consorciamento ou não. As relações de produção e o processo de trabalho nas unidades familiares não são tipicamente capitalistas.

Sob este sistema de integração e consorciamento, Oliveira (1996) observa que a modernização da agricultura não significa o domínio absoluto do trabalho assalariado, pelo contrário, cria novas condições para a reprodução do trabalho familiar, mesmo que subordinado ao grande capital. Na percepção deste autor, a modernização da agricultura cria mais uma contradição; pois recria uma forma de trabalho não denominada moderna.

Esta forma de articulação, delegando aos pequenos proprietários a produção de matérias primas, é fundamental para as empresas, no tocante à redução de seus custos de produção. Assim, as grandes agroindústrias terceirizam a parte menos rentável do processo produtivo, ficando com a parte mais rentável, que neste caso seria o processamento do produto, que obtém maior valor agregado e maior preço final no mercado.

Um exemplo deste tipo de integração pode ser observado no setor de suínos, onde um grande número de pequenos proprietários fornece os animais para as agroindústrias. Recentemente o setor do agronegócio foi sacudido com a oferta da Sadia pela Perdigão, duas das maiores empresas do ramo de embutidos do país. Caso a operação fosse confirmada, a nova empresas abrigaria, aproximadamente, 5.000 pequenos produtores integrados, somente de suínos⁶.

⁵ Giarraca, Norma. Complejos Agroindustriales y la Subordinación Del Campesinato. Algunas Reflexiones e el Caso de los Tabacaleros Mexicanos. In *Estúdios Rurales Latinoamericanos*, vol 8 (1), enero - abril Bogotá, 21 – 39. Apud (Erthal 1997:27) define subordinação como: "um processo social, portanto contraditório, com determinações múltiplas, resultado por um lado dos interesses de rentabilidade das empresas processadoras mas também das negociações e lutas que os setores camponeses realizam para modificar as condições de integração".

⁶ (Jornal o Globo. 17/07/2006).

1.2.2 - O Papel do Estado

Entre os agentes que colaboraram para o processo de modernização da agricultura, um deles desempenhou papel primordial, o Estado. Suas ações e políticas pavimentaram o caminho para o atual estágio de modernidade da agricultura.

O papel do Estado, que foi de modernizar o setor agrário, atendeu principalmente aos interesses do grande capital, levando o Estado a ser apropriado não apenas pela burguesia, mas por grupos específicos de interesses deste ou daquele ramo de atividade, forçando uma balcanização do aparelho governamental, como observa Graziano da Silva (1996). Erthal (1997) argumenta que o grande problema encontrava-se justamente no fato de o Estado ter sido o grande, ou único, tomador de riscos, considerando o Brasil ser uma economia de mercado.

Esta observação é bastante pertinente, pois é muito comum a argumentação de que o Brasil é hoje um país neoliberal, no sentido de ter uma economia mais flexível, com menor interferência do Estado e com o mercado e as empresas correndo mais riscos sem garantias públicas. Pois bem, os últimos dois anos têm sido marcado por queda da cotação do dólar frente ao Real, isto reduz a rentabilidade das exportações, incluindo as do setor agrícola. O governo recentemente, pressionado pela bancada ruralista, muito bem articulada no Congresso Nacional, baixou um pacote de “ajuda” ao campo, que na verdade foi um socorro aos produtores endividados, uma vez que, os lucros não foram os esperados. Assim, se cumpre uma lógica simplista: em caso de lucro, este é absorvido pelos produtores, em caso de prejuízo, este é transferido ao Estado, ou de modo geral entre todos os contribuintes. O que se pode observar, então, é que o Estado continua sendo um grande tomador de riscos, cobrindo eventuais prejuízos oriundos do campo.

No tocante ao processo de modernização da agricultura, a ação do Estado pode ser observada pela implementação de diversas políticas (global, territorial, setorial), que abrangeram não só a esfera econômica, como também a política, a institucional, a social, etc.. Tal postura calcada em planejamentos visou dotar o país de condições atrativas aos investimentos produtivos internacionais, o que permitiu sua inserção, em nível competitivo, no mercado internacional.

Coube ao Estado, ao longo do processo de modernização, a cessão de créditos para os produtores, em 1965 houve uma reforma do sistema financeiro, inclusive para dar suporte a criação do Sistema Financeiro de Crédito Rural (SNCR), que foi um importante instrumento de financiamento para a agricultura.

A importância do crédito agrícola pode ser verificada na observação de Sorj (1986: 89):

O crédito agrícola se transformou, sem sombra de dúvida, no mais importante impulsionador do processo de modernização das forças produtivas, em particular, na modernização da agricultura, chegando por vezes a subsidiar praticamente mais da metade do valor da maquinaria agrícola.

Segundo Erthal (1997), a distribuição dos créditos e financiamentos, se deu de maneira bastante seletiva. Somente os proprietários rurais com um mínimo de lastro econômico podiam garantir os empréstimos. Tinham eles que possuir bens em terras, produção etc.. De modo geral, somente os grandes e médios proprietários satisfaziam tais exigências. Assim, a exigência de garantias atuava como um mecanismo de exclusão para os pequenos proprietários, principalmente os ligados à produção de gêneros de subsistência. Esse mecanismo, como já observado, serviu para ampliar a distância entre o grande e o pequeno produtor, não só no volume de produção, mas também no acesso a financiamentos, nível técnico e produtividade da propriedade rural.

Coube ainda ao Estado, principalmente no período do Regime Militar, investir também em pesquisa, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) transformou-se no principal órgão de pesquisa agrícola do país. Estes investimentos foram cruciais para a criação de novas áreas produtivas no país, uma vez que, foram vencidas várias barreiras naturais com a obtenção de elevados índices de produtividade.

Bernardes (1996), cita o exemplo da parceria público-privada entre a EMBRAPA e o grupo Itamarati Norte, cujo apoio do Estado foi fundamental para a expansão da Soja no Centro Oeste. Esta parceria tinha como principal objetivo o desenvolvimento de novos cultivares da planta, que fossem melhor adaptadas ao meio físico da região, mais produtivas e mais resistentes ao ataque de pragas.

Assim, o Estado foi um importante agente no processo de modernização da agricultura, como regulador, fomentador ou produtor. O quadro técnico-produtivo e social apresentado atualmente pela agricultura é resultado de uma série de políticas públicas, que nos brindam com uma agricultura dual, por um lado, uma agricultura de ponta, entre as melhores do mundo, do ponto de vista técnico e produtivo, e de outro uma agricultura de subsistência, de baixo nível técnico e produtividade. Além disto, perduram no país estruturas

arcaicas, como a má distribuição de terras, os conflitos fundiários e as constantes denúncias de trabalho escravo.

A década de 1980 foi para o país um período conturbado do ponto de vista econômico, a elevação dos juros internacionais criou uma situação interna de colapso financeiro, faltava recursos para o Estado manter um nível satisfatório de investimento em infraestrutura que permitisse a manutenção do crescimento econômico, pois a maior parte dos recursos era utilizada para o pagamento dos juros das dívidas interna e externa.

Desta forma, o período foi marcado por juros elevados, recessão, inflação elevada, que levaram o país a um quadro de “estagflação”, que em linguagem econômica seria a combinação de estagnação com inflação (Sandroni,1997). De fato, o país apresentou um crescimento pífio neste período, abrindo campo para um discurso que argumentava que se o Estado não consegue cumprir suas metas, estas deveriam ser repassadas a iniciativa privada, sob venda de empresas, significando privatizações de empresas estatais, ou sob concessão do poder público.

Este discurso foi encampado pelo candidato vencedor das eleições presidenciais de 1989, e ao tomar posse em 1990 o país passou a experimentar uma nova orientação econômica, com a abertura da economia para novos investimentos produtivos e maior integração ao mercado mundial. Desde então, o país passou por profundas mudanças em sua economia, em sua base técnico produtiva e mesmo em sua estrutura social.

O país nas décadas de 1960,70 e 80 foi marcado por um forte protecionismo de seu mercado interno, numa tentativa de resguardar a indústria nacional da concorrência estrangeira. Assim por algumas décadas ficaram proibidas as importações de produtos que tivessem similar na indústria nacional.

Para os críticos desta política da reserva de mercado, isto serviu sobremaneira para tirar da indústria nacional a capacidade de concorrer com os mercados de ponta, criando um mercado cativo onde as empresas nacionais puderam se acomodar, oferecendo nem sempre produtos de qualidade por um preço competitivo.

A abertura indiscriminada do mercado interno, a partir da década de 1990, permitiu a entrada de uma enxurrada de produtos importados que, em muitos casos, tinham qualidade e preço mais competitivo que o produto nacional. Isto provocou a quebra de muitas empresas nacionais que ou simplesmente foram à falência ou foram absorvidas por outras empresas, principalmente pelas novas transnacionais que chegavam ao país, pois não suportaram a concorrência dos produtos importados ou não puderam acompanhar os investimentos feitos pelas novas empresas. Gonçalves (1999).

Ainda, segundo este autor, a economia brasileira passou por um processo de desnacionalização, com a passagem de setores estratégicos do país para as mãos do capital internacional. Isto pôde ser observado no caso das privatizações das empresas estatais ligadas ao setor elétrico e de telecomunicações.

Estas mudanças vão mexer também no campo do trabalho, pois a introdução de novas tecnologias produtivas agravou o quadro de desemprego estrutural, gerando uma massa de desempregados no setor industrial. Muitos destes trabalhadores tiveram grandes dificuldades de se recolocar no mercado de trabalho, devido à falta de qualificação para lidar com as novas tecnologias que surgiam no mercado.

Este salto tecnológico, obviamente, não é privilégio do Brasil. Mas segundo Matoso (1995), isto é particularmente mais grave em um país como o nosso, onde há seriíssimos problemas na área educacional, o que dificulta a recolocação da força de trabalho no mercado.

Desde a abertura da economia, uma grande quantidade de empresas, notadamente estrangeiras, se interessou pelo mercado brasileiro, as que já estavam instaladas ampliaram seus investimentos, apresentaram novos produtos, muitos em sintonia com o que é oferecido nos mercados centrais, o que ampliou a capacidade de exportação do país, construíram novas fabricas, aumentaram seus pontos de comercialização.

Por outro lado, novas empresas chegaram ao país, algumas saindo do zero em termos de participação no mercado, outras utilizando o recurso da aquisição de empresas já instaladas no mercado interno. Isto permitiria a utilização de uma marca já conhecida, o que reduziria os gastos com publicidade, além da possibilidade de se fazer uso de uma rede de distribuição já previamente instalada. O setor automobilístico é um exemplo desta nova estratégia empresarial vigente em nosso país, com a chegada de novos fabricantes.

O setor agrícola não ficou excluído destas mudanças estruturais, no tocante a agroindústria processadora, foi visível a onda de fusões e aquisições de empresas brasileiras por grandes grupos internacionais como Bunge e Unilever. Empresas como Carlos de Brito (Peixe), Arisco, Cica, Ceval (Seara), Adria e outras passaram para o controle destes e de outros grandes grupos. Gonçalves (1999).

1.3 - A Corporação em Rede

As mudanças experimentadas pela economia vão abrir novas possibilidades para o setor agrícola em todas as suas vertentes, desde a produção até a comercialização e processamento do produto. Novas estratégias são criadas e se configuram até a constituição de um novo conceito explicativo para o atual nível de modernidade da agricultura brasileira⁷. Sobre isto, Franco da Silva (2003:27) faz as seguintes observações:

Nos anos 90 do século XX, a utilização intensiva de tecnologia, o perfil neoliberal do Estado e busca, cada vez maior, de integração competitiva no mercado mundial têm se refletido na dinâmica das empresas que atuam na produção e comercialização agropecuária, colocando em xeque a noção de complexo agroindustrial.

Acrescenta, ainda:

Diante das transformações do padrão produtivo, da revolução das telecomunicações, da informática, da biotecnologia e do enfraquecimento do Estado, o complexo agroindustrial perde significado analítico, visto que se limita a determinar as atividades que têm origem e destino imediato na agricultura, através de cadeias produtivas específicas, tais como a da soja.

Em sua concepção, o Complexo Agroindustrial constitui uma fase dinâmica e transitória no desenvolvimento da agricultura, não sendo um ponto final deste desenvolvimento. Assim, o Complexo Agroindustrial é visto como o período correspondente à consolidação do pacote tecnológico empreendido pela Revolução Verde, que foi viabilizado pelo desenvolvimento de variedades adaptadas à mecanização e quimificação e com forte participação do Estado, através do crédito rural e dos investimentos em pesquisa e nas redes técnicas.

Segundo Mazzalli (2000), as transformações decorrentes da década de 1990 e seus reflexos sobre a agricultura brasileira estão atreladas aos seguintes pontos:

- Emergência de um novo paradigma produtivo;
- Estado mínimo, crise fiscal e desarticulação do aparato de regulamentação estatal;
- Revolução científica tecnológica (telecomunicações, informática e biotecnologia)

⁷ Carlos Alberto Franco da Silva faz esta proposta no capítulo um, denominado Corporação e Rede na Fronteira Capitalista, de seu livro Corporação e Rede em Áreas de Fronteira (2003). Mesmo não sendo o objetivo central deste trabalho discutir a essência dos conceitos ligados a modernização da agricultura, nos parece pertinente citar os elementos básicos da proposta para futuras discussões e aprofundamentos.

- Polarização do comércio internacional.

A introdução destes novos elementos produtivos levaria o conceito de Complexo Agroindustrial à insuficiência analítica, pois segundo Mazzalli (2000:150):

Dada a natureza das novas configurações, ficou patente que o complexo agroindustrial é insuficiente para apreender as articulações entre os agentes. Isso porque tais articulações não estão assentadas em relações bem definidas e estruturadas a partir da matriz insumo-produto, mas em um conjunto de estratégias dos agentes que redefinem dinamicamente a forma e o conteúdo das relações.

A insuficiência do conceito giraria em torno das inúmeras possibilidades de interações experimentadas pelo setor agrícola no ambiente da globalização. Calcadas num conjunto de redes de produção, distribuição e mesmo de poder, estas interações extrapolariam os limites do Complexo Agroindustrial, em seu conceito de articulação agricultura-indústria, como bem observa Franco da Silva (2003:29):

No contexto do neoliberalismo e enfraquecimento do Estado, algumas corporações não só investem na produção, mas também financiam a lavoura com insumos e capitais, investem em logística de transporte, energia e armazéns; buscam o controle tecnológico de novas variedades de sementes; mantêm o controle oligopolizado dos mecanismos de distribuição e comercialização da produção em escalas nacional e global e por fim, atuam no setor de beneficiamento da produção. Dependendo da intensidade e variedade das interações espaciais dentro e fora da organização espacial da corporação, sua dinâmica pode se confundir ou ultrapassar os encadeamentos produtivos sugeridos pela noção de complexo agroindustrial.

Se em princípio a análise acima pode remeter ao conceito de Complexo Agroindustrial fechado ou verticalizado, a escala de abrangência e a multiplicidade de agentes envolvidos no processo produtivo permitiram o surgimento de uma nova proposta analítica e conceitual que seria a Organização em Rede na concepção de Mazzalli (2000) ou Corporação em Rede, como prefere Franco da Silva (2003). Este último descreve a corporação em rede como um sistema de ações e objetos com dois recortes espaciais: as horizontalidades e as verticalidades.

Segundo Santos (2002:284) estes recortes podem ser assim definidos:

De um lado, há extensões formadas de pontos que se agregam sem descontinuidade, como na definição tradicional de região. São as horizontalidades. De outro lado, há pontos no espaço que, separados uns dos outros, asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia. São as verticalidades. O espaço se compõe de uns e de outros desses recortes, inseparavelmente.

Enquanto as horizontalidades são, sobretudo, a fábrica da produção propriamente dita e o locus de uma cooperação mais limitada, as verticalidades dão, sobretudo, conta dos outros momentos da produção (circulação, distribuição, consumo), sendo o veículo de uma cooperação mais ampla, tanto econômica e politicamente, como geograficamente.

O processo produtivo então é formado por uma rede que promove a interação de múltiplas escalas e interesses, no tocante à agricultura Franco da Silva (2003:30), faz a seguinte observação:

Nas áreas de agricultura moderna, as horizontalidades se estabelecem a partir da introdução da ciência, da tecnologia e da informação nos processos produtivos. As verticalidades são vetores da racionalidade capitalista que se manifestam através de redes políticas, produtivas e financeiras em diversas escalas geográficas.

As verticalidades podem então ser entendidas como um comando, ordenado a partir de atores hegemônicos, que buscam através de estratégias produtivas e instrumentalizados por um conjunto de redes, áreas onde seja possível a territorialização destas estratégias. Estas áreas que dariam suporte territorial, oferecendo respostas positivas a estas novas demandas seriam as horizontalidades. Teriam as verticalidades um caráter global, enquanto as horizontalidades um caráter mais local.

Assim, uma análise mais apurada da atual conjuntura da agricultura brasileira na opinião de Mazzalli (2000) apud Franco da Silva (2003 p. 28), passa pela investigação dos seguintes pontos:

- A reestruturação agroindustrial diante da conformação de um ambiente turbulento marcado pela competição tecnológica.
- A reformulação das formas de ordenamento territorial, de modo a garantir novas interações espaciais e vantagens competitivas; compartilha riscos iminentes às decisões e fluidez das fronteiras entre empresas e setores de atividades, derivando novas configurações socioespaciais produtivas.
- A redefinição do espaço de articulação e gestão territorial das diferentes atividades produtivas.

Estas novas articulações produtivas tornam imprescindível um estudo das redes, instrumental técnico fundamental para o êxito das novas estratégias produtivas e para a efetiva consolidação das verticalidades e horizontalidades, com todas as contradições inerentes ao processo

1.4 - A Estruturação e Organização das Redes

1.4.1 - Redes interações sócio espaciais

O fenômeno contemporâneo denominado globalização vem alterando profundamente as estruturas produtivas, as relações técnicas e sociais de produção e os padrões organizacionais e locacionais. Esse processo que ao mesmo tempo é resultado, também, é condicionante das mudanças tecnológicas das últimas décadas, sob a liderança das tecnologias da informação e das comunicações e sua inigualável capacidade de atingir e impactar todos os setores ou atividades produtivas, as relações sociais e as políticas.

Numa abrangência cronológica, podemos acompanhar a categoria redes ao processo de globalização que como fruto da diluição dos constrangimentos espaço-temporais, revela-se como motor do processo de transformações. Globalizam-se as economias, globalizam-se as políticas, globalizam-se as bases de informação, globalizam-se os processos de comunicação.

E os primeiros passos para a ampliação e integração da economia mundial remontam aos séculos XV e XVI, quando a expansão ultramarina dos Estados Europeus possibilita a conquista de novos mercados. O processo acentua-se com a Revolução Industrial do século XVIII e a do XIX, cujos impactos alteraram profundamente as interações espaciais, como observa Corrêa (1997:279):

As interações espaciais constituem um amplo e complexo conjunto de deslocamentos de pessoas, mercadorias, capital e informação sobre o espaço geográfico. Podem apresentar maior ou menor intensidade, variar segundo a frequência de ocorrência e, conforme a distância e direção, caracterizar-se por diversos propósitos e se realizar através de diversos meios e velocidade.

Tais alterações foram o prenúncio da atual infra-estrutura global de informações em que vivemos, diferente das transformações objetivas como na circulação comercial com o navio a vapor, a ferrovia, assim como na comunicação com o telégrafo, conhecidos de épocas remotas, hoje presenciamos uma circulação subjetiva de comunicação: a teleinformática, que numa fração de segundos permite-nos realizar transações tanto pessoais como comerciais sem nos retirarmos de nossos aposentos, isso graças ao conjunto de relações técnicas, políticas e sociais que resultam na existência de pontos no território em constante interações com outros pontos, comumente chamado de redes. A esse respeito Corrêa,(1997:306) observa:

As redes geográficas são historicamente contextualizadas, constituindo-se em parte integrante do longo e cada vez mais complexo processo de organização espacial socialmente engendrado (...) As trilhas dos povos nômades que articulavam poços de água e pastagens, as estradas romanas que ligavam parte significativa da Europa, as redes telegráfica e ferroviária do século XIX e as modernas redes telemáticas foram e são, a cada momento, cruciais para a existência, reprodução e transformação social.

Tal perspectiva contribui para entendermos a dimensão espaço-tempo à medida que a técnica foi evoluindo-se contribuindo para o estabelecimento da interconexão e interdependência entre os eventos em suas diferentes escalas, do global ao local, e do local ao global. Ainda segundo este autor, a rede encontra-se geograficamente localizada garantindo assim, interconexões de diferentes tipos. “É através de redes geográficas, isto é, localizações articuladas entre si por vias e fluxos (...) que as interações espaciais efetivamente se realizam a partir dos atributos das localizações e das possibilidades reais de se articularem entre si”. (Corrêa, 1997:306).

O tempo presente é caracterizado pelo desenvolvimento técnico-científico que interfere em toda vida social, produtiva e pessoal através de redes de informação possibilitando uma integração nunca antes vivida entre indivíduos, governo, comércio, pesquisas e negócios, beneficiada pelas inovações técnicas as redes articulam tanto o local quanto o global.

A palavra rede é empregada hoje em numerosos campos de investigação, visando objetivos muito diferenciados que, em consequência, tornam seu significado polissêmico. A receptividade com que foi acolhida esta noção no mundo científico se deve, em grande parte, aos progressos impressionantes da ciência informática e dos sistemas de telecomunicação.

Para Castells (1996:86), uma das principais características da sociedade atual é a organização em redes que se apresentam como "estruturas abertas, capazes de expandir de forma ilimitada, integrando-nos, desde que consigam comunicar-se dentro da rede, na medida em que dominem a mesma linguagem". Quando utilizamos os serviços em rede ficamos suspensos entre o enraizamento local e domínio global, apropriamos o global a partir de nossa representação local, do individual passamos simultaneamente a fazer parte de uma dinâmica contígua global.

A ambiência comunicacional promovida pelas redes e serviços telemáticos tem na sua essência a dimensão de híbrido, o que lhe dá uma natureza inovadora. Esta dimensão de hibridismo tem várias facetas que têm em comum a experiência da oscilação. A rede e serviços telemáticos são em si mesmos híbridos enquanto linguagem porque acolhem simultaneamente escrita, imagem, som, vídeo unidos pela estrutura do laço (*link*) e da interatividade. É neste ambiente comunicacional em que as fronteiras se diluem que se desenha uma nova geografia que deixa de ter como elementos estruturantes o espaço e o tempo e passa a ter como estrutura os nós de conhecimento e de aglutinação motivacional como ímãs de atração dos habitantes deste novo espaço, o ciberespaço.

O processo de globalização da economia capitalista permite identificar a constituição de um mercado hierarquizado e articulado pelo capital monopolista. Este mercado pressupõe um espaço onde a fluidez da informação, dos produtos, das relações sociais e do próprio capital possam ocorrer, com destaque para a aceleração da circulação do capital e sua correspondente acumulação.

É possível considerar que tempo e espaço articulados numa dimensão única conferem a base estrutural para a compreensão das manifestações organizacionais que se configuram nas redes. Considerada como "instrumento viabilizador da circulação" (Dias, 1995 p.146), as redes geográficas assumem diversas formas de manifestação em diferentes momentos da história da humanidade. Citado por Dias (2005:143) "Pensamos que o conteúdo do conceito é a sua história", partindo dessa afirmação percebe-se que o termo rede não é recente e seus

efeitos estão implícitos na formação sócio-territorial. Para tais enunciações, serão incorporadas ao longo deste trabalho, contribuições teóricas de alguns autores como Harvey, Raffestin, e Santos.

1.4.2 - Redes: círculo invisível de conexões, circulação e fluidez.

Em sua trilogia "A sociedade em rede", Manuel Castells (1999:497), defende a tese de que há uma tendência histórica dos processos dominantes na era da informação de se organizar em torno de redes. Para o autor, as redes constituem "a nova morfologia social de nossas sociedades, e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura".

Redes são instrumentos para a economia capitalista baseada na inovação, globalização e concentração descentralizada; para o trabalho, trabalhadores e empresas voltadas para a flexibilidade e adaptabilidade; para uma cultura de desconstrução e reconstrução contínuas; para uma política destinada ao processamento instantâneo de novos valores e humores públicos; e para uma organização social que vise à suplantação do espaço e invalidação do tempo. Mas a morfologia da rede também é uma fonte de drástica reorganização das relações de poder. (Castells, 1999:498).

A frase. "Redes são instrumentos para a economia capitalista baseada na inovação, globalização e concentração descentralizada", é mais coerente com o capitalismo flexível do que com o trabalhador propriamente dito, uma vez que o contínuo avanço tecnológico global não garante a toda sociedade trabalhadora, a necessidade lógica de estar-em-rede, para não fraquejar é preciso estar nas redes. Fora delas não há salvação!

Do ponto de vista do trabalho, trabalhadores e empresas devem voltar-se para a flexibilidade e adaptabilidade. Caberia perguntar: e os trabalhadores que estão fora-das-redes? Como devem proceder para incluir-se nas redes? O que causa aflição nos dias de hoje é que não interessa o conteúdo circulante da rede, o que importa é sua circulação e seu consumo rápidos e geradores de enormes lucros. Sob esta ótica, as redes servem mais ao capitalismo flexível – sem trabalhadores e sem impostos, um capitalismo em que as empresas aumentaram os lucros nas últimas décadas e reduziram impostos pagos.

Seria um equívoco falarmos da rede como se esta teia se estendesse a todos os lugares e pessoas. Informação para os dias de hoje virou produto indispensável em nossa “cesta básica”. A “Internet” é ferramenta fundamental para a produção e difusão dessa mesma informação, mas os custos de acesso, bem como dos equipamentos, é mais dispendioso para os países menos desenvolvidos. Santos (2002), argumenta que só os atores hegemônicos utilizam as redes e seu instrumental técnico em sua plenitude.

A internet é a tecnologia que permeia o tecido social vigente dos dias atuais. Uma tecnologia que se desenvolveu a partir da década de 1960, sob a perspectiva de uma arquitetura aberta e de livre acesso, na qual, os produtores foram fundamentalmente seus usuários. Uma tecnologia que acendeu a partir da interação inusitada entre ciência, pesquisa universitária, programas de pesquisa militar e movimentos contraculturais. No entanto, como destaca Castells (2003:258): "foi a cultura empresarial que, 25 anos depois, encarregou-se de fazer o gancho entre a internet e a sociedade". Isso explica porque ela está tão disseminada nas organizações, sendo utilizada em praticamente todas as atividades profissionais. Para Castells (2003:43), "tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas". O referido autor também ressalta que a "tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades" (2003:44). A especificidade da internet em relação a outras tecnologias, é que ela constitui a base material e tecnológica de um novo modelo social, denominado sociedade em rede.

O impacto dessas mudanças nos quadros das relações internacionais, que Harvey (1992) chamou de compressão do espaço-tempo, tem provocado grandes alterações estruturais, permitindo e induzindo a generalização dos novos meios de comunicação e controle (informática, telemática, internet, e-mail, TV a cabo, sistemas “on line” etc.) e, conseqüentemente, potencializando e realimentando o aumento do fluxo de informações econômicas, científicas, tecnológicas, culturais e políticas. Sob este aspecto Harvey (1992:257) faz esta importante observação:

Sistemas aperfeiçoados de comunicação e de fluxo de informações, associados com racionalizações nas técnicas de distribuição (empacotamento, controle de estoques, containerização, retorno do mercado etc.), possibilitaram a circulação de mercadorias no

mercado a uma velocidade maior. Os bancos eletrônicos e o dinheiro de plástico foram algumas das inovações que aumentaram a rapidez do fluxo de dinheiro inverso. Serviços e mercados financeiros (auxiliados pelo comércio computadorizado) também foram acelerados, de modo a fazer, como diz o ditado, “vinte e quatro horas ser um tempo bem longo” nos mercados globais de ações.

O espaço em que as redes se constituem e se proliferam são inerentes à informação e ao conhecimento, uma vez que são eles que movimentam as redes. A importância da informação no desempenho das empresas é indispensável, pois é um segmento estratégico importantíssimo, porquanto pode multiplicar a sinergia dos esforços ou anular o resultado do conjunto dos esforços. É fator de produção importante para a obtenção de vantagem competitiva, uma vez que os fatores tradicionais – terras, mão-de-obra e recursos financeiros – por si só já não garantem a competitividade.

“As redes são a base da modernidade atual e a condição de realização da economia e da sociedade global, (...) são os nós dessas redes que presidem e vigiam as atividades mais características desse nosso mundo globalizado” (SANTOS, 2000:82). E, arquitetadas intencionalmente, presidem a ampliação da divisão internacional e territorial do trabalho, de forma a manter a fluidez material e imaterial entre lugares concentrados e especializados na produção de determinados produtos e informações.

A organização das redes é evidenciada pela importância da informação que segue funcionalidades presentes, tanto em sua forma material quanto nas regras estabelecidas, imprimindo assim, uma nova divisão territorial do trabalho. A Rede é um instrumento que promove a alteração, reorganização e construção da subjetividade. Tem caráter ubíquo, ou seja, um produtor e um consumidor de representações cognitivas, afetivas e relacionais.

Com base nos parâmetros do meio técnico-científico-informacional – ou também globalização de mercados – é possível considerar as *redes geográficas* como pilares de uma particular reorganização do espaço, pois grande parte da produção hoje se dá em escala mundial, através de empresas mundiais que competem e cooperam entre si organizadas em redes que ativam e articulam de maneira funcional e flexível os espaços mais interessantes economicamente.

A fluidez torna-se a palavra de ordem deste contexto, que tem como base a busca de novas tecnologias que garantem a maior rapidez dos fluxos “a fluidez é, ao mesmo tempo, uma causa, uma condição e um resultado”. (Santos, 2002:274). Para tanto, são criados objetos que permitam a maior fluidez de produtos, serviços e de informações, visto que “Uma das características do mundo atual é a exigência de fluidez para a circulação de idéias, mensagens, produtos ou dinheiro (...). A fluidez contemporânea é baseada nas redes técnicas, que são um dos suportes da competitividade”. (Santos, 2002:274).

A adequação da rede às mudanças sociais e econômicas se dará de maneira variada e de acordo com a aceleração das ações dos agentes construtores e usuários das redes. Redes capazes de se adaptar mais rapidamente às modificações sociais serão aquelas onde os principais agentes mantenedores dessa rede tem maior poder aquisitivo e maior força sobre outros agentes, inclusive sobre o Estado. A fluidez interna à rede será também definida de acordo com a capacidade de ação dos agentes envolvidos (produtores usuários), o tipo de fluxo que a atravessa, as condições de suporte de cada uma das redes e a importância e o papel dos “nós” em cada uma delas.

A diferença entre os usuários da rede determinará a sua condição de ser mais ou menos veloz, de obter maior ou menor fluidez na rede visto que a própria rede é, na nossa sociedade, regulada por normas formais e informais. Quanto maior for a condição do usuário de atender as normas da rede ou mesmo de modificá-las maior será a sua aceleração dentro da rede podendo aumentar a sua fluidez e conseqüentemente a velocidade com que sua informação e ele próprio percorrerão as linhas e nós.

Devemos pensar a rede técnica como um elemento que abre um horizonte de possibilidades em relação ao desenvolvimento de um dado território. A instalação e o aproveitamento das redes técnicas, engendrados por uma dada dinâmica social e econômica, e expressão de relações de poder existentes no lugar, torna aparente tanto as potencialidades como os constrangimentos ao desenvolvimento social e espacial do território. Assim, a exigência permanente, pelos atores hegemônicos, de uma cada vez maior fluidez tem resultado na ampliação e na complexificação da divisão territorial do trabalho e das diversas formas de circulação.

Nesse contexto de afirmação do espaço dos fluxos não há como não considerar o fato de que a fluidez e a funcionalidade técnica requerida ao território evidenciam a importância

estratégica e funcional das redes técnicas. Nesse aspecto, as reflexões quanto aos efeitos e às determinações do processo de globalização da economia em relação ao papel das redes e sua relação com a produção e organização do espaço geográfico em geral, e do território em particular, adquirem fundamental importância. Assim, estaríamos vivendo um momento, na atual dinâmica de desenvolvimento capitalista, em que as redes técnicas são percebidas afirmando crescentemente seu caráter essencialmente universal, na medida em que elas provêm o mesmo serviço em todos os pontos do território, homogeneizando-o quanto ao seu conteúdo técnico.

Diante da nova racionalidade do mercado capitalista, da flexibilização das relações de produção e da emergência e crescente universalização das redes técnicas, em especial de comunicação, vivemos em um período de aprofundamento da aceleração dos eventos, de contínuo encurtamento das distâncias, de exacerbação dos fluxos e de homogeneização do espaço pela expansão do capital hegemônico à escala planetária. São características que permitem suscitar a idéia de anulação do espaço pelo tempo.

Claude Raffestin (1993:204), traz um debate sobre as redes junto às possibilidades de disseminação do poder, destacando o papel dos atores na circulação e comunicação, dessa forma ele escreve que:

A rede aparece, desde então, como fios seguros de uma rede flexível que pode se moldar conforme as situações concretas e, por isso mesmo, se deformar para melhor reter. A rede é proteiforme, móvel e inacabada, e é dessa falta de acabamento que ela tira sua força no espaço e no tempo: tanto libera como aprisiona. É o porquê de ela ser o "instrumento" por excelência do poder... ...Redes de circulação e comunicação contribuem para modelar o quadro espaço-temporal que é todo o território. Essas redes são inseparáveis dos modos de produção dos quais asseguram a mobilidade.

Rede, portanto, pode ser definida de variadas maneiras. Em todas elas, no entanto, serão encontradas características comuns que trazem a base para a sua definição: “pontos interligados”. Isso não significa que todas as situações em que se encontrar pontos interligados existirá uma rede, mas essa é a premissa para a existência desta.

Em muitas redes, as ligações entre os pontos estão carregadas de intencionalidades comunicacionais. O potencial de cada ponto em transmitir “coisas” para um outro ponto traz as ações necessárias para dar vida aos objetos que compõem as redes ou elas próprias como grandes objetos técnicos e sociais componentes do que Milton Santos (2002) chama de “sistema técnico”.

Raffestin (1993: 204) explica que “a rede faz e desfaz as prisões do espaço, tornando território: tanto libera como aprisiona. É porque ela é instrumento por excelência, do poder”. Conforme este autor: “as redes de circulação e redes de comunicação, no fim, se compenetraram, se articulam, interagem. Mas, sobretudo, criam interfaces entre circulação e comunicação que dão ao poder uma trama específica”. (213).

O poder se distribui sobre o território e usa a rede como via através da qual emite seus comandos, ele próprio pela sua permeabilidade se move e se manifesta através da rede, se exerce através da rede de maneira mais ou menos efetiva de acordo com a adaptabilidade da rede, o poder, ele próprio se faz rede.

A adaptabilidade das redes lhe confere a capacidade de permitir e impedir o seu uso de definir aqueles que poderão ter acesso a esta ou pelo menos acesso a algumas partes desta. Seu uso enquanto via pela qual o poder se manifesta também é diferenciado de acordo com a fonte e a posição hierárquica do indivíduo na sociedade a qual definirá o seu acesso a certas partes das redes e como consequência o seu nível de mobilidade dentro dessa.

Dependerá o poder, do veículo e da sua capacidade de transporte dentro da rede, ou seja, para além da capacidade do veículo existe a própria banda que caracteriza a rede e conseqüentemente a velocidade com a qual o poder se manifestará através desta. Conforme Raffestin (1993:212), “o conjunto do espaço terrestre pode ser reorganizado de tal maneira que nenhum ponto fique isolado e que, dessa forma, as redes de comunicação permitem assegurar o controle sobre tudo aquilo que pode ser distribuído, alocado e/ou possuído, permitem impor e manter uma ou várias ordens”.

Cabe ainda fazer menção ao que Castells (1999:497), enunciou como rede: “um conjunto de nós interconectados”. E nó, o que seria?

O que é um nó depende do tipo de redes concretas (...). São mercados de bolsas de valores e suas centrais de serviços auxiliares

avançados na rede dos fluxos financeiros globais. São conselhos nacionais de ministros e comissários europeus da rede política que governa a União Européia. São campos de coca e papoula, laboratórios clandestinos, pistas de aterrisagem secretas, gangues de rua e instituições financeiras para lavagem de dinheiro na rede de tráfico de drogas que invade as economias, sociedades e Estados do mundo inteiro. São sistemas de televisão, estúdios de entretenimento, meios de computação gráfica, equipes para cobertura jornalística e equipamentos móveis gerando, transmitindo e recebendo sinais na rede global da nova mídia no âmago da expressão cultural e da opinião pública, na era da informação.

A rede tem uma arquitetura capaz de rapidamente acessar os nós que a compõe. Nós no sentido daqueles elementos e processos sociais que fazem à ligadura da rede e estabelecem vínculos ativos entre sujeitos e coletividades. Este novo meio de comunicação que gera novas modalidades de interação com o conhecimento e com os outros através das noções de espaço, tempo e realidade, vem também dar um novo espaço ao imaginário na medida em que os serviços permitem o anonimato e adoção de personalidades que na verdade não lhe seria possível.

A partir de tais considerações, cabe mencionar a questão da rede como instrumento viabilizador do tráfego, onde seus atores fazem conexões, se organizam e agem por redes e através de redes, exprimindo perigo e ameaça por toda parte, pois a cada instante torna-se inexecutável o controle da disseminação das informações na rede e poder paralelo. Milton Santos (2000: 79) por sua vez complementa:

No mundo da globalização, o espaço geográfico ganha novos contornos, novas características, novas definições. E, também, uma nova importância, porque a eficácia das ações está estreitamente relacionada com a sua localização. Os atores mais poderosos se reservam os melhores pedaços do território e deixam o resto para os outros.

De acordo com esta última posição, é possível entender que, no atual contexto da economia globalizada, as mudanças no padrão tecnológico e produtivo se fazem acompanhar da emergência de novas formas espaciais, ou de velhas formas espaciais com novos conteúdos, e de uma nova lógica espacial onde, a priori, o espaço dos fluxos tende a sobrepor-se ao espaço dos lugares.

O lugar redefine-se a partir do potencial integrativo do novo padrão tecnológico, ganhando em densidade comunicacional, informacional e técnica no âmbito das redes informacionais que se estabelecem em escala planetária.

Milton Santos (2002) traz uma interessante análise sobre as redes conceituando-as e demonstrando suas articulações com o território, ele afirma que as conceituações se estendem por duas matrizes uma que leva em conta apenas a realidade material e outra onde é considerado o dado social, no caso da primeira citando N. Curien (1988) apud Santos (2002:262), rede seria:

Toda infra-estrutura, permitindo o transporte de matéria, de energia ou de informação e que se inscreve sobre um território onde se caracteriza pela topologia dos seus pontos de acesso ou pontos terminais, seus arcos de transmissão, seus nós de bifurcação ou de comunicação.

Santos (1996:208), acrescenta a esta definição a importância do caráter social da rede não são se prendendo somente ao caráter técnico, como observa: “a rede também é social e política, pelas pessoas, mensagens, valores que a frequenta. Sem isso e, a despeito da materialidade com que se impõe aos nossos sentidos, a rede é na verdade, uma mera abstração”.

Os utilizadores das Redes e Serviços Telemáticos são seres sociais e é de acordo com o seu enraizamento pessoal a nível local e a nível ciberespacial que vão procurar, produzir e transformar a informação. A ambiência gerada pelas Redes e Serviços Telemáticos globais, o ciberespaço, não deve ser encarado como mero repositório de informação, mas como lugar propiciador da dinâmica social, em que a própria informação perde o seu carácter estático e adquire uma dinâmica da alteração, do crescimento, da apropriação transformadora.

O ciberespaço ultrapassa todos os paradigmas da representação do real. As novas tecnologias de comunicação - as redes telemáticas, a telefonia móvel, as televisões a cabo - caracterizam-se, sobretudo por permitir conexões “on-line” e interativas, ou seja, imediatas no tempo e, numa situação onde os comunicantes estão compartilhando o mesmo meio.

Essas interações se dão mediadas pelas interfaces dos próprios meios: a tela e o teclado do computador, o áudio dos telefones móveis. Estes meios estabelecem uma "condição ambiental", o ciberespaço. Este faz parte do processo de desmaterialização do espaço e de instantaneidade temporal contemporâneos, se na modernidade o tempo era uma forma de esculpir o espaço, com a cibercultura contemporânea nós assistimos a um processo aonde o tempo-real vai aos poucos exterminando o espaço.

O ciberespaço é um "espaço mágico", que coloca em relação todo aquele que aí se encontra: é a "casa da imaginação". Ao mergulhar no ambiente do ciberespaço, o usuário vai experimentar uma espécie de "abolição do espaço" e circular num território transnacional onde as referências de lugar e de caminho que se percorre para se deslocar de um ponto a outro, modificam-se substancialmente.

No mundo da globalização, tudo circula: dos capitais ao conhecimento. Se, por um lado, muito daquilo que transita o faz de maneira virtual, por meio de fios, cabos ou fibras ópticas, por outro, pessoas e mercadorias devem ser deslocadas fisicamente de um local para outro. Os meios de transporte são vitais para o funcionamento do mundo moderno. Sua eficiência deve ser determinada considerando vários aspectos: tecnologia e capitais disponíveis, tipo de carga, condições naturais, custo de implantação e manutenção, consumo energético, capacidade e volume de transporte, relação custo-benefício, impacto ambiental e segurança.

Quanto mais eficiente a rede de transportes, maior a dimensão dos pontos de convergência de serviços e pessoas. Através dessas redes organizadas em circuitos e apoiados na transmissão simultânea e instantânea de informações, de pessoas e mercadorias, as grandes empresas exercem uma política voltada às estratégias de competitividade demasiada sobre os territórios onde atuam, utilizando as facilidades do sistema de telecomunicações, e infra-estrutura de redes de transportes, conseguindo acessar os mais diversos pontos geográficos.

É importante ressaltar sempre que estas descrições são direcionadas para os atores hegemônicos do processo de globalização, que no entender de Santos (2002), são os únicos que

desfrutam a plenitude do suporte oferecido pelas redes. Não se pode desconsiderar que uma grande parte da população mundial está alijada destas redes técnicas.

Trazendo toda esta discussão para o âmbito da agricultura é fácil observar que esta vem experimentando um grau de articulação cada vez maior, entre os inúmeros agentes envolvidos no processo produtivo, sendo que seletivamente, alguns serão contemplados com uma maior participação e outros não dentro destes novos circuitos produtivos. A estruturação em redes permite que o espaço produtivo se articule e atenda as novas demandas determinadas pelo mercado. Então, esses conceitos são fundamentais para o entendimento do atual nível de modernidade da agricultura brasileira e serão utilizados adiante.

CAPÍTULO II

A DINÂMICA DO CAFÉ NO BRASIL

O café é uma planta que pode ser cultivada em climas tropicais e subtropicais, e sua cultura é de imensa importância para o Terceiro Mundo, onde mais de vinte países dependem dela para mais de um quarto dos seus ganhos com exportação.

O café não é uma cultura fácil. Pelos métodos convencionais, as cerejas da qual o grão de café é obtido somente podem ser retiradas do pé quando a planta já está com três anos, mas o pé de café somente chega ao seu máximo de produção no sexto ano. Dado que exige auto-grau de capitalização por parte dos produtores que precisam aguardar um longo período pelo retorno do investimento.

A produção começa a declinar após vinte anos, o que exige renovação dos cafezais ou conviver com a queda de produtividade. A colheita e a separação das cerejas maduras das verdes são tarefas árduas e requer habilidades, além de grande volume de mão de obra. Existem dois tipos principais de café: o Arábica, nativo da Etiópia, que se subdivide em Mundo Novo e Catuaí; e o Robusta, nativo do cinturão equatorial da África.

O Brasil emergiu como um país produtor de café quando o Caribe começou a declinar após a abolição dos escravos. Entre 1850 e 1950, o Brasil e o café eram quase sinônimos. Durante grande parte desse período, o Brasil forneceu entre 50 a 70 por cento da oferta mundial do café.

Alguns fatores foram muito significantes para acelerar a produção do café no Brasil: o declínio da economia canavieira; o solo e clima ideal nos Estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Paraná; o *The Coffee Blight*⁸, no Sri Lanka em 1870, que dizimou grande parte de seus cafezais; a construção de ferrovias no interior paulista, viabilizando o escoamento; e o vasto investimento inglês na economia brasileira. (Tavares 2002).

Naquele período, cultivar café não era algo simples, assim como o açúcar, requeria grande quantidade de mão de obra. Ademais, o capital financeiro no Brasil era remunerado a

⁸ The Coffee Blight foi uma doença ocorrida nos pés de café do Sri Lanka.

15% ao ano e os produtores, apenas, poderiam iniciar o pagamento de seus empréstimos após quatro anos da plantação, quando as primeiras cerejas eram colhidas. A casa grande, a tulha, o moinho e as senzalas precisavam ser construídos, as florestas derrubadas e os alimentos para subsistência também deveriam ser cultivados. A colheita e a seleção eram feitas manualmente.

Os altos preços pagos pelo café encorajaram novos produtores e concentrou as grandes fazendas na produção apenas do café, diminuindo as áreas destinadas à produção de alimentos. Conseqüentemente, os custos começaram a se elevar e os preços a cair. Ademais, após a proibição do comércio de escravos em 1850, os custos da mão de obra aumentaram: em 1870, um escravo passou a custar quatro vezes mais que em 1830. Obviamente, um produtor que já possuísse escravos apresentava uma grande vantagem frente aos seus novos concorrentes. Tavares (2002).

No Brasil, o desenvolvimento da cultura cafeeira confunde-se, nos dois últimos séculos, por adaptação e mesmo por vocação, chegou a marcar época devido a sua grande importância econômica e social. Até 1820, o Brasil não era considerado exportador de café, embora date de 1800 a sua primeira exportação, quando apenas 13 sacas foram embarcadas no porto do Rio de Janeiro. Antes da independência, consta que algumas outras partidas de café foram realizadas tendo como destino Lisboa, principalmente cafés produzidos pelas Capitânicas do norte, mas em pequenas quantidades que nem sequer mereceram registro.

O Brasil iniciou, realmente, sua projeção como grande produtor e exportador de café após sua independência. Já, em 1845, colhia 45% da produção mundial, passando a ser, a partir dessa data, o maior produtor de café do mundo, status que conserva até hoje. As riquezas geradas pela cafeicultura possibilitaram o desenvolvimento e a industrialização de suas regiões. Como exemplo, podemos citar a criação da rede ferroviária, o asfaltamento de estradas, a energia elétrica e a industrialização nos Estados de São Paulo (Campinas e Ribeirão Preto) e Paraná (região de Londrina). (Tavares 2002).

Ainda nos dias de hoje, o agribusiness do café é um dos mais tradicionais e significativos na geração de renda para a economia brasileira. Em 1998, o valor adicionado do SAG do café foi de US\$ 4 bilhões. Entretanto, apesar desse resultado favorável, a participação do Brasil no mercado internacional tem sido decrescente. Na década de 1960, o Brasil chegou a deter mais de 40% do total da produção mundial, ao passo que nos anos 90 sua participação caiu para 20%. A produção brasileira, nos últimos 30 anos não tem conseguido ultrapassar a média de 25 milhões de saca/ano.

O Brasil, além de maior produtor mundial, é o segundo maior consumidor de café (em alguns anos alternando o posto de terceiro lugar em consumo com a Alemanha). É um importante mercado em potencial, pois embora o consumo interno tenha mostrado tendência de alta nos últimos anos, o consumo “per capita” tem-se reduzido drasticamente. Segundo a Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC), de 1965 a 1993, a população brasileira aumentou em quase 88% e o consumo de café cresceu, no mesmo período, apenas 14%.

Estratégias de marketing são necessárias para incentivar o aumento da demanda interna. Atualmente, a principal causa da redução do consumo é a substituição de café por outros tipos de bebidas (especialmente refrigerante). (Tavares 2002).

Zylbersztajn (1993:35) atribui esta a queda a imagem negativa criada em torno do café, denominada por ele de lado sombrio do produto, em suas palavras:

Ingerir café aparece nitidamente dissociado da infância. Ou, por outro lado, a aquisição do hábito de tomar café parece dar-se com a iniciação à vida adulta, tornado-a uma prerrogativa de adultos. Talvez isso pudesse ser explicado pela associação que se faz do café com “vício”. O cigarro é o elemento mais referido como significativamente ligado ao ato de tomar café, ocorrendo dessa forma, a associação.

Assim, a associação com o cigarro evoca o consumo do café como ocorrendo de modo automático e compulsivo. Além disso, verifica-se a existência do aspecto “não sadio” do café, referido principalmente pela distância em relação a atitudes voltadas a cuidados com o corpo ou organismo.

Dessa forma, os não consumidores citam o café como inimigo da tranqüilidade, sono ou repouso. Se seu aspecto estimulante é percebido como positivo por alguns entrevistados, faz com que os outros dele se distanciem pelo mesmo motivo. Assim, o café seria taxado como proibido para aquelas pessoas com problemas de insônia ou nervosismo. De fato, na visão dessas pessoas, o consumo de café agrava ainda mais os eventuais problemas ou dificuldades associados com nervosismo ou insônia.

Tavares (2002) atribui esta queda também ao encarecimento do preço do produto no ponto de varejo do consumidor. Isto vem ocorrendo devido à formação de um oligopsonio para a compra do café no mercado interno, principalmente pelas redes de supermercados, o que reduz as margens de negociação das torrefadoras onde, já assinalado, constitui uma etapa de pouca ascendência no sistema agroindustrial do café. Colabora para isto, também, o marketing interno do produto, que segundo a autora não consegue atingir o público jovem que seria o responsável pela renovação do público consumidor do produto.

Recentemente, a rede americana Starbucks anunciou sua vinda ao Brasil, trata-se da maior rede mundial de cafeterias. Segundo estimativas de mercado, sua vinda agitará o

mercado de cafés especiais no Brasil, dando ao café um ar mais sofisticado, o que melhoraria a imagem do produto, que para o senso comum da maioria dos consumidores é consumido em botequins, em copos de vidro, ou ainda em escritórios em copinhos de plástico.

Segundo Ernesto Illy, Presidente mundial da ILLY Café, uma das grandes dificuldades das empresas de cafés especiais para atuarem no mercado interno é apurar o paladar do brasileiro, ensinando-o a diferenciar o café pela qualidade, o que justificaria inclusive o preço cobrado por estes cafés. Este, aliás, é o grande desafio para estas empresas, encontrar um grande público disposta a pagar aproximadamente US\$ 2 por uma xícara de café. De qualquer forma é interessante perceber que o café continua no centro das notícias e discussões de mercado.

2.1 - O Sistema Agroindustrial do Café

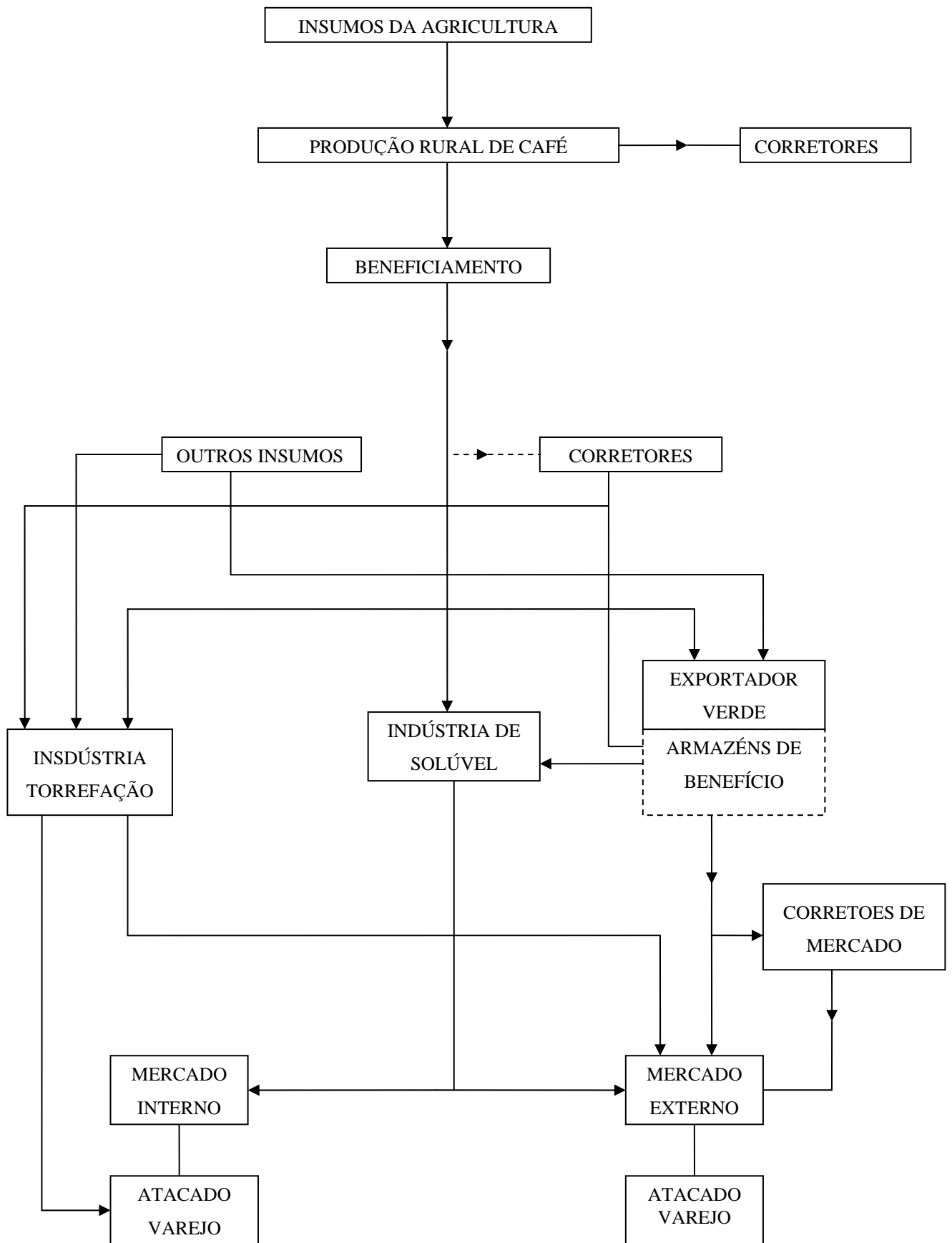
A cadeia agroindustrial do café é composta por atividades produtivas que envolvem o produtor de insumos, o produtor rural, o maquinista, o corretor, a cooperativa, a indústria de torrefação e moagem, a indústria de café solúvel, os exportadores, atacadistas e varejistas. A fig. 3 representa o fluxo do produto em termos de transformações que este sofre até chegar ao mercado. Zylbersztajn (1993).

O negócio do café gera considerável renda para os atores envolvidos, segundo Zylbersztajn (1993), o agribusiness do café situa-se ao redor de 5% de todo o valor gerado pelo agronegócio nacional. Esta participação já denota a importância do produto para a economia. Além disso, funciona como uma referência internacional do agronegócio do país e deve se levar em conta também sua importância social enquanto setor gerador de empregos.

Este autor realizou um importante estudo a respeito do sistema agroindustrial do café e decorrida mais de uma década deste estudo, algumas de suas impressões puderam ser confirmadas outras não.

Uma importante observação feita pelo autor é que apesar de ser o maior produtor e exportador mundial, o Brasil hoje não tem o café como principal produto da balança comercial, configurando uma perda significativa da importância do desempenho da “commodity” na economia brasileira, o que trouxe, como consequência, a perda do interesse político/econômico e da força da cadeia café como grupo de pressão. Reforçando essa perda de força de poder de negociação, os setores atacadista e varejista acompanharam a tendência mundial de concentração dos estabelecimentos, diminuindo o poder de negociação das indústrias frente aos distribuidores.

Fig. 3 - Representação da Cadeia Agroindustrial do café



In: Zylbersztajn, Décio. O Sistema Agroindustrial do Café, (1993: 14)

Um outro movimento ocorrido nos últimos anos, foi a tendência ao desaparecimento do maquinista, agente responsável pelo primeiro beneficiamento, classificação e comercialização, com a incorporação da fase de beneficiamento pelo produtor ou cooperativa.

Em seu estudo, Zylbersztajn (1993) identifica que 90 por cento do café exportado e cerca de 60 por cento do café consumido no mercado interno são comercializados através de corretores, o que realçaria a importância desta categoria dentro do SAG do café.

A redução da margem de lucro e o aumento da concorrência empurraram os produtores a criar canais de venda direta para o mercado, eliminando a figura do intermediário ou reduzindo as comissões pagas a estes agentes. No caso dos produtores do cerrado mineiro, criaram a EXPOCACCER, que vem a ser uma empresa exportadora ligada diretamente ao CACCER, isto permitiu a eliminação da corretagem em grande parte das vendas do café comercializado. Este caso específico será analisado com maior profundidade no capítulo seguinte.

Ainda em seu estudo, Zylbersztajn (1993) não se mostra muito otimista com o quadro interno da cafeicultura, mas faz uma importante observação:

O café é um produto de forte apelo emocional e o parque cafeicultor brasileiro, por sua variedade e complexidade, apresenta plenas condições de atendimento aos diferentes tipos de necessidade dos consumidores nacionais e internacionais. Esses aspectos favoráveis apontam várias possibilidades para o crescimento e para a melhoria da qualidade e produtividade do café brasileiro.

Esta possibilidade aberta pelo autor, em parte, acabou se confirmando com o surgimento de áreas de produção de café com excelência de qualidade e mesmo algumas áreas, no todo pouco promissoras, possuem produtores de café de excelente qualidade. É a análise de uma destas áreas de excelência de produção o principal foco deste trabalho.

Cabe ressaltar uma observação importante feita por Farina (1997): Qualidade é uma questão de mercado, mesmo um café de gosto ruim encontra seu seguimento de mercado desde que haja procura por ele. Um exemplo: para se misturar com leite certamente o café não precisa passar por uma prova de degustação apurada, obviamente que isto influencia na remuneração pelo produto.

2.1.1 - A dimensão territorial produtiva

Na década de 1990, a cafeicultura brasileira atravessou momentos de readaptação provocados pela desregulamentação do setor. Neste período, ocorreram mudanças significativas no tamanho do parque cafeeiro, com uma redução da ordem de 16 por cento na população de plantas produtivas. No mesmo período, é possível identificar as alterações que vêm ocorrendo no perfil das regiões produtoras tradicionais, observando-se declínio, em alguns casos, ou o estabelecimento de uma cafeicultura tecnificada em microrregiões específicas existentes dentro de áreas de decadência.

Zylbersztajn (1993), classificou estas áreas produtivas em três categorias:

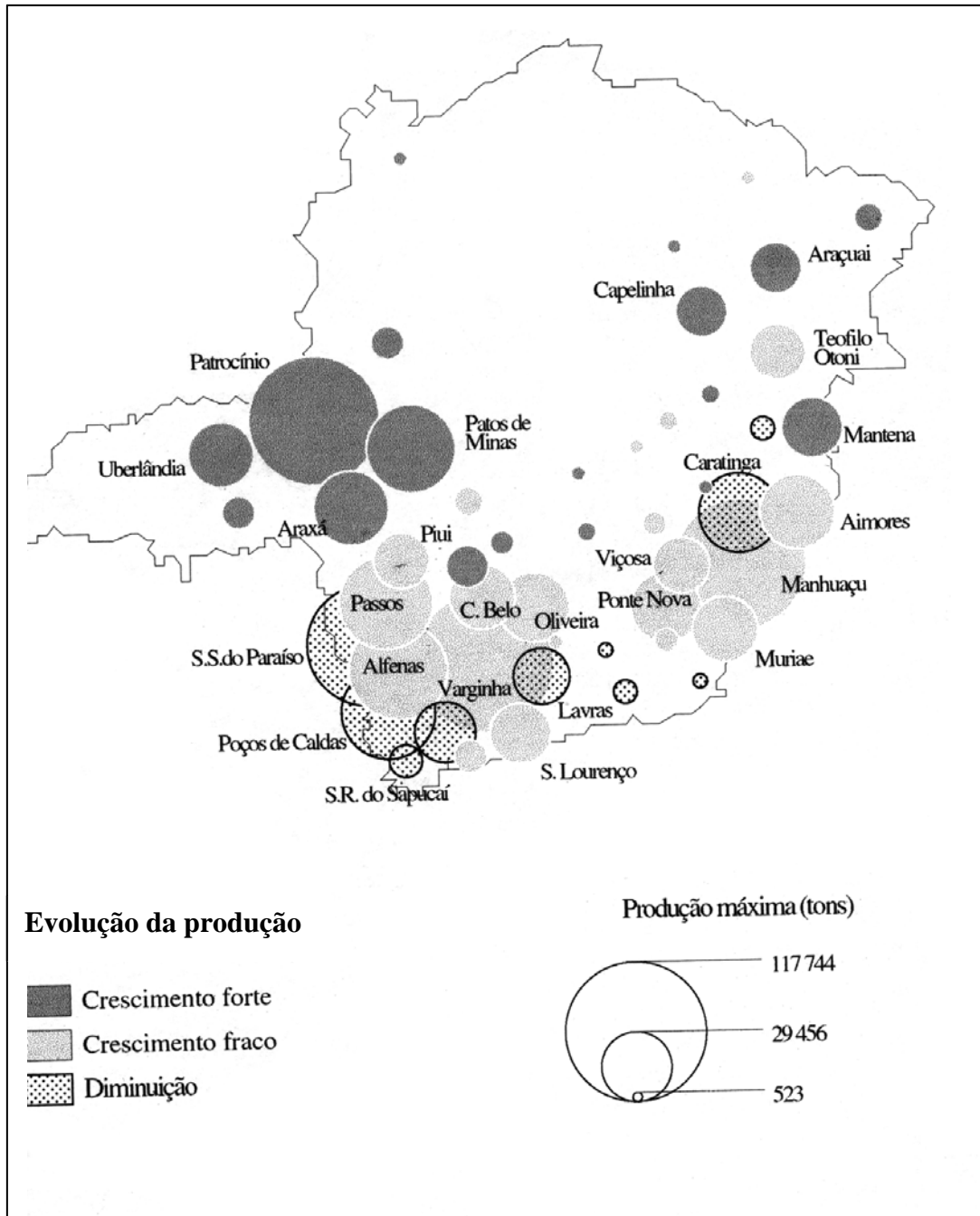
- Áreas de avanço
- Áreas de estabilização
- Áreas de decadência

No Estado de Minas Gerais, por exemplo, podemos identificar estes três tipos de áreas produtivas, que podem ser visualizadas na figura 4.

Classificou, ainda, os produtores em três categorias distintas quanto ao seu nível tecnológico:

- Alta – é o produtor que utiliza sementes ou mudas produtivas de qualidade e origem conhecida. Faz o plantio com espaçamentos adequados regidos pelos resultados de pesquisas; análises de solo e foliar, procedendo a suas adubações de acordo com os resultados obtidos nas análises e as necessidades das plantas; uso adequado dos corretivos de solo, bem como suplementação com micronutrientes quando necessário. Igualmente realiza controle fitossanitário sempre que necessário, principalmente contra a ferrugem; controle de ervas invasoras e renovação das lavouras; a colheita no pano ou com máquina, onde a topografia permite, tomando os cuidados devidos com pós-colheita: lavagem, pré-secagem, secagem em terreiro pavimentado e em secador e beneficiamento. Produtividade de 30 a 50 sacas de café beneficiadas/há.

Fig. 4 - A Dinâmica da Cafeicultura em Minas Gerais



In: Broggio, C., *A Dinâmica Territorial da Cafeicultura Brasileira* (1999)

- Média – os produtores de média tecnologia fazem correção de solo, porém a adubação não segue rigorosas normas técnicas. Fazem controle fitossanitário incompleto, tomando cuidados com o controle de plantas invasoras. As variedades escolhidas e os espaçamentos nem sempre são os mais adequados. Fazem a colheita no pano e também no chão e preocupam-se com a renovação de lavouras. Fazem lavagem e secagem. Produtividade média de 10 a 30 sacas de café beneficiadas/há.
- Baixa – não tem correção do solo, sendo a adubação inadequada e desbalanceada. Não fazem controle fitossanitário, não se preocupando com a produtividade e nem com a qualidade de seu produto. Não desenvolvem programas de renovação da sua lavoura e nem tampouco planejamento. Fazem o possível para sobreviver, caracterizando-se por estarem no caminho de saída do processo de produção por falta de competitividade.

Estes três tipos de produtores podem ser encontrados em todas as regiões produtoras, mesmo nas mais dinâmicas, em se tratando dos produtores de baixo nível tecnológico.

2.1.2 - A busca pela qualidade

No tocante à produção, o manejo da qualidade do café pode ser visto como uma decisão em duas etapas. Na primeira há a decisão quanto à localização física da produção, este aspecto pode facilitar, dificultar ou até mesmo impedir a produção de café de qualidade diferenciada.

Os produtores localizados em regiões que permitem a obtenção de uma bebida de boa classificação, em geral, têm uma preocupação acentuada com a qualidade de seu produto, independentemente de seu tamanho ou de seu grau de capitalização. Ou seja, é muito claro, para eles, que produzir um produto melhor resulta em um melhor ganho final. O diferencial de qualidade proporcionado pela região (fatores climáticos, principalmente) o faz produzir um bom café. Nestas regiões favoráveis, a produção de um café de qualidade é piada corrente que o produtor tem de se esforçar muito para produzir um café rio ou riado⁹.

⁹ Nomenclatura dada à bebida de baixa qualidade e de paladar desagradável.

Por outro lado, em regiões onde o clima não favorece a qualidade da bebida, todo o cuidado é pouco para se fazer um bom café, e qualquer descuido tem conseqüências graves no final do processo. Assim, em geral pode-se considerar que, para se obter um bom café ocorre um aumento de custos que, para muitos produtores, inviabiliza o processo.

Em épocas de preços muito deprimidos, praticamente, não compensa para produtores descapitalizados ou endividados realizar a colheita deste café, visto que a receita não cobre os custos. Assim entra-se num perigoso círculo vicioso; onde o preço baixo não compensa novos investimentos em qualidade e mesmo na manutenção básica dos cafezais, o que fatalmente levará a uma próxima safra de baixa qualidade com baixa remuneração, comprometendo a imagem do produto.

Nas regiões menos favorecidas em termos climáticos, os custos para a obtenção dos atributos de qualidade valorizados pelo mercado são maiores. Alguns produtores têm buscado novas tecnologias para agregar valor ao seu produto final. Mas, como isto exige investimentos, em alguns casos elevados, esta alternativa torna-se viável apenas para um pequeno grupo de produtores.

A região do cerrado de Minas Gerais, principalmente a de influência do município de Patrocínio, é considerada como um centro de excelência de produção de café. Colabora para isto o clima, que permite alta flexibilidade de colheita para os produtores e principalmente a visão de um grupo de produtores, que promoveu a articulação de uma rede produtiva que objetiva fugir das oscilações de queda de qualidade da produção como buscar uma maior remuneração pelo seu produto.

O resultado destas ações culminou na criação da marca Café do Cerrado que é o diferencial do produto produzido dentro de uma região demarcada por lei. Este é o assunto tratado a seguir.

2.2 - A Ascensão do Café do Cerrado

2.2.1 - A região de Patrocínio

O Estado de Minas Gerais é descrito por Saes (1997) como uma bruxa, uma bruxa velha e nariguda, com um nariz pontudo que avança para o oeste, é justamente na junção do nariz com o resto do Estado que localiza-se a região cafeeira do cerrado mineiro. A região do Cerrado Mineiro ocupa um planalto elevado, com altitudes entre 820 e 1100 metros. O clima da região é tropical de altitude, com temperaturas médias entre 18 e 21 graus. A amplitude térmica ao longo do ano é baixa, porém as estações são bem definidas. O verão, época da florada dos cafezais, é quente e chuvoso. No inverno, sem chuvas, o ar é quente e seco. O meio edáfico é predominantemente formado por latossolos de baixa fertilidade natural. Nestas condições físicas, é produzido aquele que é considerado o melhor café do Brasil e que atende pelo nome de “Café do Cerrado”, sob uma chancela própria que o diferencia de outros “cafés” produzidos no país.

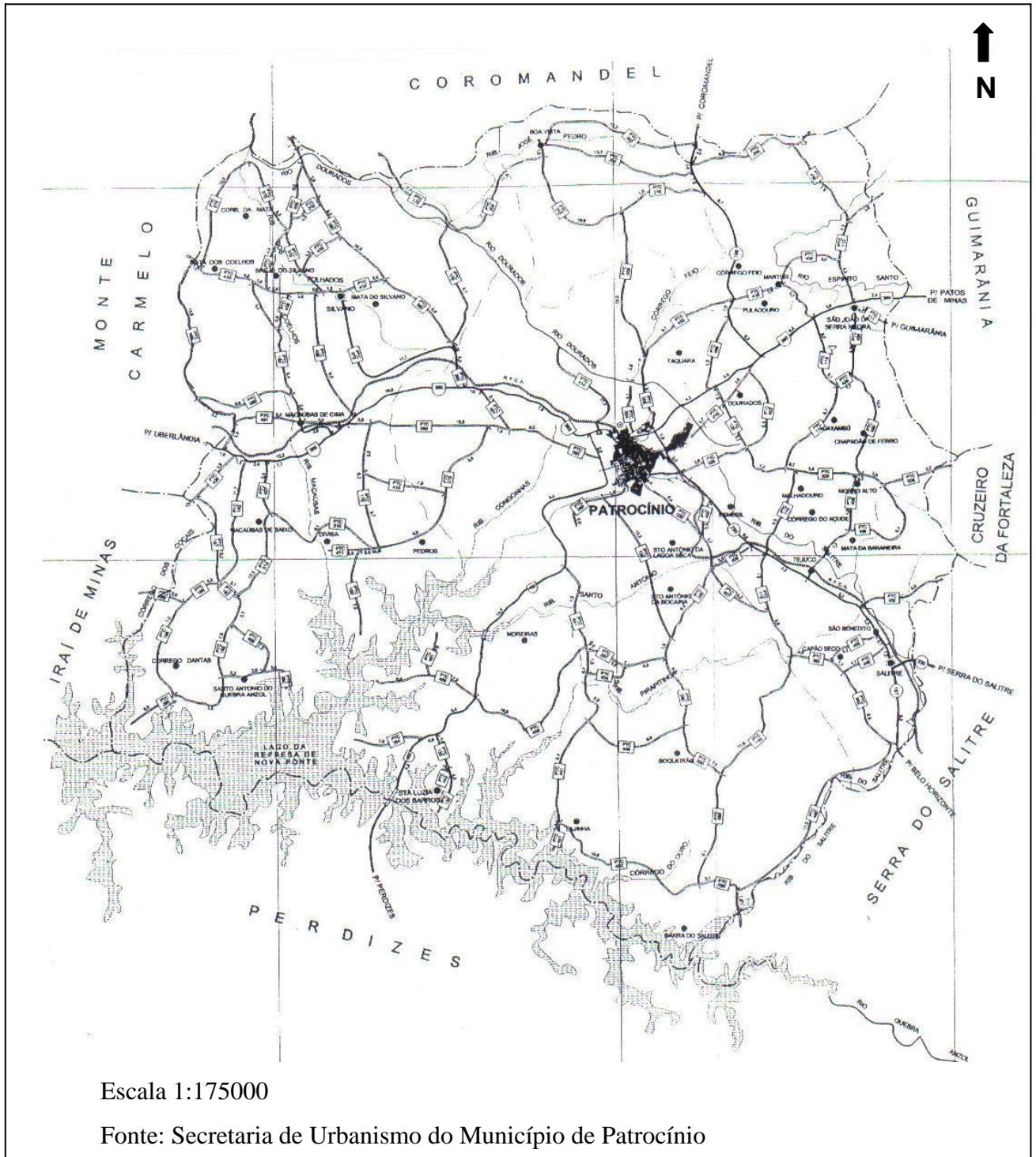
O município de Patrocínio, objeto central deste estudo, está incluso nesta região. Constitui-se como uma estância hidromineral, ocupando um lugar estratégico na zona do Alto Paranaíba, como parte da microrregião homogênea 171 formada por 12 municípios. São vizinhos de limites: Monte Carmelo, Coromandel, Guimarães, Cruzeiro da Fortaleza, Serra do Salitre, Perdizes e Iraí de Minas. (Fig. 5)

Na Divisão do Estado, para efeitos de planejamento, o município pertence à região IV, formada por 05 microrregiões: Alto Paranaíba, Pontal do Triângulo, Uberlândia, Uberaba e Planalto do Araxá. Na divisão administrativa, Patrocínio pertence à região do Alto Paranaíba, com sede em Patos de Minas.

Segundo Corrêa (1987), Patrocínio constitui-se como centro sub-regional, estando sob influência da metrópole São Paulo, da capital regional Uberlândia e subordinando os centros de zona: Caiapônia (GO) e Coromandel (MG).

A área do município é de 2.838 Km², correspondente a 22% da Microrregião do alto Paranaíba. Sua altitude é de 972m em média acima do nível do mar, sendo o ponto culminante o Morro das Pedras, com 1.258m e o ponto mais baixo a Foz Córrego dos Cocais com 750 m. a posição geográfica da cidade está determinada pelas coordenadas de: Latitude 18°17'00''S e Longitude: 46°59'36''O.

Fig. 5 - O Município de Patrocínio e seus Limites



Quanto ao relevo, Patrocínio pode ser dividido em duas grandes áreas: à parte leste, caracterizada por menores altitudes, em torno de 800m, e a porção oeste, de maiores altitudes, em torno de 1000m. Sua topografia apresenta 60% de sua área constituída de planos, 30% de ondulados e 10% de montanhas.

A hidrografia do município é bastante densa e faz parte da Bacia do Paranaíba. Seus principais cursos d'água são os rios: Quebranzol e Santo Antônio (afluentes do Rio Araguari); Dourados e Perdizes (afluentes do Rio Piracicaba) e o Rio Espírito Santo. Esta rede hídrica garante o abastecimento da cidade e a irrigação da lavoura.

A cidade está localizada de forma equidistante de grandes centros como Belo Horizonte, São Paulo, Brasília e Goiânia. A cidade é servida por duas rodovias estaduais (MG 230 e MG 187) e duas federais (BR 365 e BR 462) todas pavimentadas. A cidade também é servida pela Ferrovia Centro Atlântica (FCA), com possibilidades de acesso ao Porto de Sepetiba-RJ (970 Km), Rio de Janeiro (942 Km), além de conexões possíveis aos portos de Tubarão-ES (1275 Km) e Santos-SP (1054Km).

2.2.2 - Um histórico da região

O município de Patrocínio e sua região adjacente é de ocupação antiga e, durante muitas décadas, foi ocupada pela criação de gado extensiva e pela lavoura branca, ambas de baixa produtividade. O município vai começar a experimentar um crescimento econômico com a chegada do café que vai começar a ditar um novo ritmo à economia, principalmente a partir da década de 1990.

O café na região de Patrocínio é fato relativamente recente, data da década de 1970, mais precisamente, as primeiras lavouras foram implantadas no ano de 1972. Os primeiros produtores eram oriundos de São Paulo e Paraná e vinham atraídos pelos baixos preços da terra e pela ausência de geadas, evento climático que dizimou grande parte dos cafezais destes dois Estados, principalmente na grande geada de 1975.

Sendo a região pouco dinâmica, até então, houve um grande afluxo de agricultores atraídos não somente pelo baixo preço da terra, mas também pela possibilidade do plantio de grãos, pois por esta época havia incentivos por parte do governo para o plantio de gêneros de exportação. O café foi escolhido pela maior parte destes produtores devido à boa remuneração que se obtinha pelo produto. Desta forma, a chegada de novos atores produtivos não

significou a continuação e expansão da pecuária extensiva, embora esta exista, até hoje, na região.

Franco da Silva (2003:21), levanta uma interessante discussão a respeito do conceito de fronteira, discutido por Pierre Monbeig, Leo Waibel e José de Souza Martins. Para estes autores pesquisados pelo referido autor, a discussão gira em torno dos termos frente de expansão e frente pioneira. Não sendo este o cerne de nossa discussão, cabe ressaltar apenas algumas observações feitas pelo autor que são pertinentes ao entendimento da nova dinâmica produtiva da região:

Do ponto de vista geográfico, o termo fronteira expressa, em linhas gerais, o movimento de expansão agrícola em área, concentração fundiária, transformação das relações de produção (êxodo rural e a emergência de um exército de bóias frias) e conflitos fundiários; modernização da base técnico-produtiva, implantação da rede de fixos (armazéns, indústrias, latifúndios, centros de pesquisa, bancos, cidades, empresas) e fluxos de informação, capitais, mercadorias e mão de obra...integração espacial em diversas escalas geográficas.

Sob este ponto de vista Patrocínio se comporta como uma fronteira, que sofreu nas últimas duas décadas uma série de transformações, muitas das quais citadas acima. E se a cidade e a região são consideradas, hoje, centros dinâmicos no certame da agricultura, isto se deve largamente a cultura cafeeira. Franco da Silva (2003: 22) faz ainda uma importante observação:

Se o espaço geográfico é, dentre outras definições, reflexo e condição das práticas sociais, ou seja, é a expressão da própria formação social, a fronteira constitui espaço em incorporação à dinâmica dos espaços global e nacional e se materializa a partir de pré-requisitos de uma ordem territorial preexistente nas áreas por onde ela se expande. Assim sendo, emerge a importância do quadro natural e dos territórios aí presentes.

No caso em questão, o meio natural vai se constituir como o grande fator que inicialmente permitiu a região chegar ao status de hoje. É o clima o principal elemento que permite a obtenção de um café de qualidade diferenciada. Entretanto, nada disto seria possível sem a ação promovida por um grupo de cafeicultores que soube tirar proveito desta particularidade, criando uma nova estratégia produtiva. Inicialmente os produtores enfrentaram grandes dificuldades, principalmente devido à acidez e baixa fertilidade dos solos

da região. Vencida esta barreira natural, o café começou a ganhar força no município. As décadas de 1970 e 1980 foram favoráveis a lavoura de café, devido principalmente aos incentivos dados pelo extinto Instituto Brasileiro do Café (IBC), que foi extinto no governo Collor de Mello.

A extinção do IBC, inicialmente, significou um grande problema para os produtores, pois o mercado foi desregulamentado e houve forte queda nos preços do café. De outra ponta, os produtores tiveram que se articular para buscar novas estratégias para a produção e comercialização, agora sem a proteção estatal. Hoje, na visão dos próprios produtores, o IBC mais atrapalhava do que efetivamente ajudava e a desregulamentação e o surgimento de novas estratégias pontuais acabaram sendo positivo para o setor de um modo geral.

Foi nesta transição, ocorrida no início da década de 1990, que se deu o grande salto da região de Patrocínio. Convém lembrar que a cerca de duas décadas já se produzia café na região, mas em nada esta se diferenciava das outras, a não ser pelo fato que já se sabia que ali se obtinha um café de boa qualidade, mas isso não significava melhor preço para o produtor, já que o preço do café era tirado por uma média de mercado sem se levar diferenças de qualidade e de origem.

O início do governo Collor de Mello foi dramático para os produtores, como para a economia de um modo geral, devido ao "confisco" dos recursos alocados no mercado financeiro. Os cafeicultores se preparavam para a colheita e ficaram sem recursos para a mão de obra, o que significaria a deterioração da fruta no pé e um enorme prejuízo. Os produtores então tiveram que buscar soluções para resolver este grave problema, que uma vez resolvido, serviu de estímulo para todo um processo de transição e mudança.

Esse processo de transição se confunde com a história de Aguinaldo José de Lima, considerado o pai do Café do Cerrado. Sua história e seu perfil são típicos do produtor da região, em sua grande maioria migrantes sem muita experiência com o plantio do café. O que inicialmente pode parecer uma desvantagem, a falta de tradição no assunto, acabou por constituir-se numa grande vantagem para os produtores.

Conhecer um pouco da história deste importante personagem, entre outros, é conhecer a gênese evolutiva do que é hoje o Café do Cerrado, pois sem suas iniciativas o processo não teria se desencadeado ou certamente levaria mais tempo para ser iniciado. Desta forma o que se busca aqui é conhecer um pouco de sua história como cafeicultor, entremeada com a transformação produtiva ocorrida na região.

2.2.3 - Os Criadores do Café do Cerrado

Paulistano, formado em administração de empresas, até 1984, ano da mudança para o município de Patrocínio, Aguinaldo José de Lima era proprietário, junto com seu pai, de uma rede de postos de gasolina na capital paulista. Embora sempre acalentasse o sonho de ter uma fazenda, sua experiência no ramo era mínima, resumindo-se a propriedade de uma pequena chácara de fim de semana.

Cansado do trabalho na cidade, começou a pesquisar em jornais preços de propriedades rurais, possíveis localidades, situação de mercado de produtos agrícolas, até que resolveu colocar um anúncio em um grande jornal da capital paulista, anunciando a possibilidade de trocar postos de gasolina por fazenda. Obteve inúmeras respostas e propostas e, conversando com um corretor, resolveu conhecer Patrocínio, segundo seu relato foi paixão à primeira vista, resolveu que ia ficar na cidade. Esta decisão pode ter sido o pontapé inicial para o nascimento da marca **Café do Cerrado**.

Fig. 6 - Aguinaldo José de Lima



Fotos do autor.

Colocando em prática o sonho de ser fazendeiro, vendeu sua participação na rede de postos e adquiriu uma fazenda no município de Patrocínio, para onde se mudou com a família. Na propriedade adquirida já havia café plantado, de onde surgiu o interesse pelo produto. Daí

surgiram as primeiras dificuldades: faltava experiência no trato da lavoura e com a cultura do café. Isto para ele hoje, assim como para outros plantadores, acabou por se constituir em vantagem. Em suas palavras¹⁰:

O sujeito que vem para cá tem que estar lastreado de conhecimento técnico, porque é terra de cerrado, pode dar desequilíbrio de solo, diferente do sul de Minas, onde você planta, joga um adubozinho e a coisa vai. Não vai tão tecnicamente, mas você consegue. Aqui você tem que ser profissional. Quem veio de fora, de áreas tradicionais, se ele aplicasse o que o pai ou o avô ensinava, ele quebrava, aqui tinha que procurar assistência técnica. Então, se criou aqui nesta região uma característica de eficiência e competência, não porque está implícito no sujeito, é porque ele foi obrigado a procurar assistência e se abrir para conhecimentos profissionais.”

Esses conhecimentos eram fornecidos principalmente pela EMBRAPA e pela Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG) e foram fundamentais para a consolidação do café na região. Essa particularidade foi importante para a região, pois ela se abriu para novas tecnologias de produção ditadas por órgãos de pesquisas, que conseguiram colocar estas novas técnicas em prática, justamente pela maior flexibilidade do produtor em adquirir novos conhecimentos. Essas mesmas técnicas encontraram resistência em outras regiões, devido em grande parte ao conservadorismo dos produtores.

A década de 1980 foi um período de bons preços para o café, pelo menos até o ano de 1987, quando começa uma queda nos valores. Neste período os produtores da região, ainda norteados pelo IBC, tanto quanto outros do país, se preocupavam apenas em produzir uma grande volume de café. Isto é compreensível se observando o seguinte fato: até então não havia uma política de procedência do café no país e o preço pago era o ditado pelo mercado para o que café que se encaixasse numa determinada faixa de classificação¹¹, o preço era pago

¹⁰ As citações incluídas neste texto foram obtidas através de entrevista concedida ao autor em 26/07/2005, realizada na sede da ACARPA, no município de Patrocínio - MG.

¹¹ No mercado, o café arábica é classificado pela determinação do tipo e da bebida. A classificação por tipo admite sete categorias (tipo 2 a tipo 8, com qualidade decrescente), segundo o número de defeitos constatados em uma amostra de 300 gramas. A classificação por bebida é realizada por degustadores, que em prova de xícara determinam a qualidade mediante o paladar, olfato e tato. A tabela oficial admite sete escalas: Bebida Estritamente Mole (sabor suavíssimo e adocicado), Mole (suave, acentuado e adocicado), Apenas Mole (suave porém com leve adstringência), Dura (sabor adstringente, gosto áspero), Riada (leve sabor de iodofórmio ou ácido fênico), Rio (sabor forte e desagradável) e Rio Zona (sabor e odor intoleráveis). Na classificação oficial por grupos I e II, era feita a seguinte distinção: o grupo I contém cafés de tipo seis para melhor, na ausência de gosto Rio Zona, e o grupo II admite cafés tipo sete para melhor com gosto Rio Zona.

pelo lote, não importando se o café de uma região tinha um paladar melhor ou não. Desta forma, já havia uma noção de que o café produzido no cerrado tinha qualidade. Isto, no entanto, não significava diferencial de preço, era apenas uma garantia de mercado comprador devido à qualidade do produto, obtido pelas novas técnicas de plantio e pelas condições climáticas favoráveis.

O governo José Sarney, de um modo geral, não foi muito positivo para o café, devido aos baixos preços obtidos pelo produto. Houve, inclusive, erradicação de cafezais na região, muitos produtores quebraram. O próprio Aguinaldo partiu para a produção de cachaça, atividade de retorno mais imediato. Aliás, por conta disto, sua primeira alcunha na região era Aguinaldo da Pinga.

Os produtores do município, por esta época, eram bastante desarticulados, não havia sequer uma associação de produtores que pudesse defender seus interesses. Em função das crises econômicas, do endividamento dos produtores e do baixo preço do café, os produtores começaram a se organizar para realizar protestos contra tal situação.

Por iniciativa do produtor José Carlos Grossi, é fundada, em 1986, a Associação dos Cafeicultores da Região de Patrocínio (ACARPA), que nasceu do esforço dos produtores de tentar reverter o difícil momento que enfrentavam. Passada, no entanto, a tormenta a nova associação ficou praticamente em desuso e os produtores quase nunca se reuniam.

O período subsequente foi muito ruim para a cafeicultura, a solução encontrada pelo governo para os problemas dos agricultores, quando da constituição de 1988, foi a anistia para parte das dívidas. Grande parte dos cafeicultores da região foi anistiada, o que posteriormente “queimou” a categoria com os bancos, gerando um sério problema de falta de crédito para investimentos na lavoura e mesmo para a rolagem de dívidas antigas.

Os produtores se “especializaram” em falar mal do banco; “esse era o atrativo da gente, tinha até um banquinho colocado para ficar fazendo isso”, segundo Aguinaldo. E foi numa visita ao banco, na tentativa de obter crédito para pagar dívidas, que sofreu o que chamou de humilhação.

Por esta época, segundo seu relato, os funcionários do Banco do Brasil da cidade eram extremamente arrogantes com os produtores, principalmente os de café, devido à anistia. Vale ressaltar que os pequenos proprietários sequer eram recebidos. Em uma visita ao banco, argumentando sobre o que fazer com as dívidas, obteve a seguinte resposta de um funcionário: “toma formicida”, sentindo-se humilhado e mesmo não se considerando violento, agrediu o funcionário e foi expulso do banco pela segurança. Ao ser posto na rua foi

aplaudido por outros produtores pela iniciativa, segunda comenta: “serviu para ficar mais conhecido” e principalmente aguçar o ímpeto de mudar a situação, a começar pela sua.

Se a situação não estava boa, ficou ainda pior com o início do governo Collor de Mello, pois o estabelecimento do Plano Collor significou a retenção dos recursos disponíveis no banco, deixando apenas uma pequena margem de liquidez. Para os produtores de café, assim como outros, foi o caos. O plano foi implantando com uma enorme quantidade de bóias frias terminando o arruamento e a capina dos cafezais, que à época eram feitas manualmente, e ainda tinha de se preparar a colheita.

Foi, então, que Aguinaldo encontrou a solução para o problema dos produtores de Patrocínio. Atormentado com a própria situação buscou uma forma de liberar o dinheiro retido. Em visitas às agências bancárias, não obteve nenhuma informação relevante que pudesse resolver a questão. Teve então a idéia de ligar para o Banco Central em Brasília, fazendo-se passar pelo Presidente da Associação dos Produtores de Patrocínio, coisa que não era, e conseguiu ser atendido por um dos gerentes plantonistas. Obteve então uma preciosa informação: que produtores com problemas com bóias frias tinham salvaguarda para saque imediato de recursos.

O Banco Central, através de fax, passou uma mensagem para a agência de Patrocínio do Banco Real, onde Aguinaldo tinha conta com recursos retidos, autorizando saques dele e de quem mais se encaixasse na normativa do governo para liberação de recursos. Após o seu gesto muitos produtores conseguiram liberar seus recursos e honrar seus compromissos.

A notícia logo correu e esta iniciativa lhe valeu uma grande admiração por parte dos produtores do município, e que, em seguida, passou a ser apontado como um interlocutor natural do grupo. Desde então percebeu a força que tinha o nome associação; se apenas mencionando seu nome havia conseguido bons resultados, o que poderia se conseguir se efetivamente a associação de produtores funcionasse?

Desde este episódio, os produtores resolveram se reunir mais e discutir os problemas comuns da produção, como preço da mão de obra na colheita, preço da saca de café, entre outras questões. Por esta época, foi criada na região uma tabela para os colhedores de café, baseada na quantidade de sacas colhidas. Houve então uma uniformização do preço para a colheita, evitando disparidades entre os produtores. A tabela existe e funciona até hoje.

Devido ao bom andamento das conversas, resolveram reativar a ACARPA, que até então se encontrava inoperante. Os produtores se reuniram e o presidente, até então, o Sr. José Carlos Grossi, lançou uma nova chapa, com Aguinaldo para presidente. Este, surpreso, aceitou o desafio e partiu para angariar voto dos associados. Em suas palavras:

Foi a primeira vez que falei no microfone, e eu falei, não fiquei nervoso nem nada, eu lembro que tinha, eu vi que tinha firmeza para falar, e eu falei com o coração, nem eu sabia que tinha essa capacidade, eu falei o que sentia, no que eu falei; o pessoal começou a gritar: tá aprovado bateram palmas, eu sei que me até muito bem.

Realizada a eleição, Aginaldo foi eleito presidente da ACARPA, tomando posse em 24 de abril de 1990. Daí em diante, suas iniciativas somadas a de seu grupo de trabalho, bem como uma série de coincidências favoráveis, vão desembocar na nova estrutura produtiva do café na região.

CAPÍTULO III

A EXCELÊNCIA DO CAFÉ DO CERRADO

3.1 - O Nascimento do CACCER

Reativada a ACARPA, a primeira providência foi reestruturar fisicamente a Associação que foi instalada no sindicato dos produtores rurais de Patrocínio que, além de ceder uma sala, também instalou uma linha telefônica. Ainda assustado com a novidade, Aguinaldo tomou noção da responsabilidade que tinha aceitado com o gesto de dois produtores que foram visitá-lo na Associação. Segundo seu relato, ouviu o seguinte destes produtores: “estamos fazendo nossa contribuição, cada um vai vender cinco sacas de café, é pouco, mas estamos dando isso para você começar, porque lá na reunião você falou que sem dinheiro não dá para fazer nada”. Em seu entendimento, só restava agora tocar o negócio a frente da melhor maneira possível, não dava para voltar atrás.

A conclusão inicial é que era fundamental a partir de então, buscar uma estratégia que tirasse proveito do grande diferencial da região que era a qualidade do café, resultante de particularidades locais, e que estava sendo desperdiçado, como os próprios produtores de outras regiões observavam. Nas palavras de Aguinaldo:

Nós começamos a perceber que não tínhamos balizamento de preço, nós fomos ao Sul de Minas e o próprio pessoal de lá disse que nós estávamos vendendo barato. O pessoal de Minas reconhecia a qualidade do café do cerrado, porque nós os prejudicávamos. Se eles tinham um lote bom para vender por R\$ 200, os funcionários das multinacionais diziam: “eu consigo um melhor por R\$ 195”. Era o nosso café. Não estávamos tirando proveito da qualidade do nosso café. O próprio agente de comercialização das cooperativas do Sul de Minas falava pra gente: “O café de vocês é excelente”.

A estratégia pensada era buscar uma certificação baseada na origem do café, aliada à qualidade natural do produto. Essa estratégia, se bem administrada, poderia se transformar

num diferencial de preço, pagando um prêmio extra ao produtor. Segundo Saes (1997), esta estratégia consistia basicamente no seguinte:

Se o café da região tinha qualidade apreciada pelos mais exigentes compradores, havia a possibilidade de fazer-se pagar um prêmio por tal superioridade; focar o mercado nos nichos dispostos a pagar por qualidade, valorizando junto a esses compradores a imagem do produto por suas características de excelência associadas a origem.

Estabelecida a estratégia, a questão era colocá-la em prática, até porque, inicialmente, a idéia de certificação por origem foi tratada com um certo desdém por produtores de outras regiões, como relata Aguinaldo:

Em um evento que houve em São Paulo para um grupo de exportadores, eu lembro que tinha aquelas rodinhas do pessoal, nós ouvíamos: “esses meninos aí”, naquele tempo a gente era menino. “Esses meninos aí, vão dar com os burros n’ água. Eles pensam que é diferenciar por área, esse negócio de região diferenciada não funciona”, assim, meio que ridicularizando.

Não se sentido desestimulado com afirmações deste tipo, foi em frente e deparou-se com as primeiras dificuldades para implementar o projeto de diferenciação de qualidade do produto, que ao menos estava bem delimitado em sua cabeça:

Nós sabíamos que tínhamos algo diferente, só não sabíamos como utilizar isto, então surgiu a idéia de demarcar os municípios, vamos demarcar os municípios que tem essa qualidade... Vamos criar uma marca para chancelar, porque aí teremos uma marca para vender o produto. E como vamos diferenciar? Fazendo propaganda, fazendo marketing, você tem o produto feito aqui, tem a marca e pronto.

Pensando numa forma de dinamizar a Associação, a primeira coisa que veio em mente foi divulgar sua existência e suas realizações. Surgiu aí a idéia que seria um grande trunfo e suporte da consolidação da marca Café do Cerrado, a utilização da mídia, não só local, mas de todo o país como instrumento de divulgação de suas ações. A partir daí, os primeiros recursos passaram a ser alocados em confecção de material de divulgação, Aguinaldo passou a sistematicamente a viajar e participar de reuniões em sindicatos de produtores, para ouvir e tentar falar. Paralelo a isto, conseguiu criar uma rede de relações com os grandes canais de

mídia do país, o que valeu reportagens sobre a região em grandes veículos de comunicação como o programa dominical Globo Rural, a revista semanal Veja, além de matérias no caderno agrícola do jornal Estado de São Paulo, entre outras publicações. Sua percepção sobre a importância da mídia é bastante interessante como relata:

Eu mandava noticiário para a imprensa, porque a imprensa de um modo geral, ela quer notícia, precisa de notícia, mas ela não quer notícia da empresa tal, se for associação, sindicato é com ela mesmo. Então, eu mandava notícias para a imprensa, usava um fax, depois veio o computador, então eu criei uma relação de amizade com os repórteres, toda hora aparecia uma notinha. E isso foi inspiração, não foi ninguém que me ensinou, foram surgindo as idéias.

Estas iniciativas deram grande visibilidade a cafeicultura do cerrado, que passou a ser vista como uma área de êxito na atividade, superando obstáculos naturais e alcançando um alto padrão de qualidade, tanto na qualidade dos grãos, como na prova de xícara. Os resultados animadores foram empolgando Aguinaldo e seu grupo, que cada vez mais se dedicavam a associação e os resultados foram aparecendo.

Em 1991, por iniciativa da ACARPA, foi realizado o primeiro seminário de café na região do Cerrado, que no entender de Aguinaldo era fundamental para o desenvolvimento da região e ademais, julgava que o Cerrado deveria fazer parte deste circuito de palestras, congressos e seminários, pois imaginava que a importância produtiva do Cerrado já justificava sua inclusão neste meio. O Seminário realizado em Patrocínio foi um sucesso como se percebe em seu relato:

Nos íamos a congressos de café, eu e os companheiros, e nos perguntávamos: por que não fazemos no Cerrado? Resolvemos, então, com o pessoal da EMBRAPA e montamos um seminário de quatro dias aqui, foi o maior sucesso! Aqui no cinema antigo da cidade, foram mais de oitocentas pessoas, salas cheias. Um negócio que o pessoal daqui estava querendo.

Os resultados do seminário foram positivos, bem organizado contou com palestrantes de peso, como deputados federais ligados ao setor agrícola, engenheiros agrônomos, pesquisadores, produtores de outras regiões e foi encerrado por Roberto Rodrigues, que viria a se tornar Ministro da Agricultura do governo de Luís Inácio Lula da Silva. Os desdobramentos do seminário foram os melhores possíveis, principalmente nas novas possibilidades de articulação que ele gerou, como observa o próprio Aguinaldo:

Foi um negócio extremamente bem feito, diferente dos eventos que tinham, tanto é que nosso evento serviu de modelo para os outros depois, em forma de palestras, por assunto, coisa que não era muito normal fazer. O pessoal da EMBRAPA tinha um conhecimento para isso, então foi um marco, um marco histórico, nós ganhamos projeção de imprensa. Fruto disso e da nossa organização é o que a gente conseguia com a Associação era um negócio muito forte. Outras associações foram surgindo, eles vinham para cá, nós íamos lá, havia uma troca, nós mesmos nos inspiramos na Associação de Araguari. Criou-se um laço forte de amizade e nos perguntamos: por que não criar uma Associação das Associações?

Essas ações aconteciam no âmbito da ACARPA e os resultados positivos animaram outras Associações da região a trilhar o mesmo caminho. Já no ano de 1991, a notícia da qualidade do café da região se espalhava e já nessa safra os produtores do Cerrado conseguiram um pequeno acréscimo no valor de suas sacas de café. O que provava que a estratégia da diferenciação pela qualidade diferenciada estava no rumo certo.

Nas provas de xícara, o café produzido no Cerrado já mostrava seu diferencial de sabor e qualidade, mas faltava o reconhecimento internacional, que abrisse as portas do mercado externo para os produtores da Cerrado, visto que o grande sonho, numa forma de aumentar a margem de lucro, era justamente eliminar ou reduzir a figura do corretor que intermediava as vendas.

Em 1991, apareceu a grande chance do Café do Cerrado ter sua qualidade reconhecida internacionalmente e conseqüentemente em todo o Brasil. Esta oportunidade surgiu em função da queda de qualidade do café produzido no país, resultante da crise do setor neste período. Isto confirmava uma regra na cafeicultura brasileira que em tempos de preço baixo o produtor tende a se descuidar com os tratamentos da lavoura, o que compromete a qualidade da safra seguinte.

Esta queda de qualidade começou a incomodar as grandes multinacionais importadoras do café brasileiro, entre elas a italiana ILLY que se constitui numa das grandes produtoras de sachês para café expresso do mundo. O café brasileiro, como já observado, é fundamental na composição do blend destes produtos, e sua alternância de qualidade estava comprometendo seu produto final.

Aqui cabe um parêntese, para a maioria dos brasileiros estas discussões em torno de pequenas variações na qualidade do café pode parecer exagerada ou até mesmo estranha, mas nos mercados dos países centrais, o café é um produto, segundo as empresas internacionais e

para sua clientela, degustável cujo ato de bebê-lo envolve todo um ritual e, portanto, queda na qualidade e variações de sabor é algo imperdoável.

A ILLY estava encontrando dificuldades com o fornecimento de café, a irregularidade na qualidade estava se tornando um grande problema para a empresa. Por conta disto enviou seus técnicos e compradores a região do cerrado, já tinham informações da qualidade da região, para fazer um levantamento. A empresa sugeriu então fazer um concurso de qualidade do café em âmbito nacional, visando formar um pool de fornecedores com qualidade reconhecida.

A estratégia da ILLY e de outras empresas era, no fundo, criar um mecanismo de produção e comercialização que garantisse não só a regularidade do fornecimento do café, mas também da qualidade. O problema é que não era possível fazer um acordo com um só produtor ou uns poucos, pois estes não teriam condições de fornecer a quantidade suficiente dentro do padrão de qualidade estabelecido. E cooperativas e empresas fornecedoras do produto que agrupavam os produtores, nem sempre tinham os devidos cuidados com o manuseio e a classificação do café. A própria ILLY teve problemas com uma empresa fornecedora, localizada na própria região do Cerrado, como relata Aguinaldo:

A ILLY apareceu por aqui porque queria comprar café da região, ela estava com dificuldade para comprar café... Houve uma queda de qualidade, eles precisavam de café brasileiro, eles trabalhavam com uma empresa aqui de Indianópolis, que começou a fornecer cafés bons, e depois caiu a qualidade. Começaram a ver que o preço era bom e começaram a comprar de terceiros, sem critério, fazendo misturas. Daí a ILLY ter vindo para cá, falando em fazer concurso.

O concurso consistiria basicamente no seguinte: produtores de todo o Brasil poderiam enviar amostras de seu café para a empresa Porto de Santos, credenciada pela ILLY para classificar e comprar café no país. As amostras seriam analisadas e classificadas por esta empresa, que daria o resultado final. Os dez primeiros colocados receberiam um prêmio em dinheiro e, ainda, o compromisso da empresa de comprar parte de sua produção por um preço acima da média de mercado.

O objetivo da empresa italiana era estruturar sua própria rede de comercialização de café, fato que foi alcançado com o credenciamento da empresa Porto de Santos, responsável pela classificação, compra e embarque do café para a Itália. A manutenção dos concursos garante o fornecimento de um produto de qualidade, pois a empresa conta sempre com uma lista de

fornecedores de excelente qualidade, que pode variar de acordo com suas necessidades em termos de tipo e qualidade do produto.

A ACARPA deu todo o apoio ao concurso e incentivou produtores de toda a região a participar, estavam confiantes na qualidade de seu café e sabiam que um resultado favorável seria uma fantástica ferramenta de marketing. O primeiro concurso teve 130 amostras, sendo 83 da região do café do cerrado, sendo que o primeiro lugar foi conseguido pela região, através do produtor Ernesto Fornaro, do município de Serra do Salitre. Dos dez primeiros colocados a região ficou com sete prêmios.

Este fantástico resultado deu uma enorme visibilidade para a região e um grande impulso ao objetivo dos produtores de criar uma região certificada de produção e uma marca própria para a comercialização do produto. A repercussão do resultado foi muito grande, não só no Brasil como no exterior. O atestado emitido pela ILLY foi a confirmação da alta qualidade do Café do Cerrado.

Propaganda melhor do que esta seria impossível e os produtores souberam se aproveitar disto criando uma ampla estratégia de marketing e se sentiram ainda mais estimulados a trabalhar pela busca da certificação e dos investimentos em qualidade. Após este resultado ficou claro para eles que uma associação em escala maior, que buscasse uma articulação na região em torno de um objetivo comum, traria muito mais resultados.

Surgiu então a idéia da formação de um grande conselho, que englobasse todas as associações da região, tanto as já existentes, como as que viessem a ser criadas com esta finalidade. Em outubro de 1992 era então criado o Conselho das Associações de Cafeicultores do Cerrado – CACCER.

Este organismo constitui-se no instrumento que norteou toda a estrutura que compreende a marca Café do Cerrado e foi fundamental para o seu êxito. A própria criação do Conselho e sua atuação dentro de suas atribuições trouxeram uma serie de inovações para o SAG do café, principalmente nos quesitos produção, comercialização e certificação, trouxe também novidades para a própria agricultura brasileira.

Desde a elaboração do Conselho, os produtores do Cerrado já trilharam um caminho diferente da maioria dos produtores de café do país, e por que? De um modo geral os cafeicultores se organizam em cooperativas tanto para a produção como para a comercialização de seu produto, aqui não se empregava este termo, pelo contrário os produtores tinham aversão a denominação jurídica, como expõe Aguinaldo:

O CACCER não tem nada de cooperativa, tanto é, que nós tínhamos bronca de cooperativa, até brincávamos, que o símbolo do cooperativismo eram aqueles pinheirinhos, éramos doidos para arrumar uma moto-serra e cortar aqueles pinheirinhos, e jogar fora... Porque a experiência que tínhamos, era com cooperativa que vinha de fora e não era boa. Depois vimos que o problema não era a cooperativa e sim a forma deles administrarem.

O CACCER tinha em seus estatutos sociais a seguinte definição: *uma sociedade de responsabilidade limitada, constituída de Associações e Cooperativas de Cafeicultores, que no cumprimento de seu objetivo operará sem finalidade de lucro.* Os objetivos da entidade estão direcionados a três áreas de atuação: gerir o marketing do Café do Cerrado; funcionar como um canal político de representação; e prestar aos associados, orientação em todos os aspectos de seu agronegócio.

Segundo Saes (1997), a solução mais tradicional para atingir esses objetivos seria a constituição de uma cooperativa. Entretanto, essa forma de organização era vista com restrições. A maneira de atuar das cooperativas costuma apresentar uma série de problemas ou vícios, tais como: pesada estrutura burocrática, muitas vezes implicando falta de agilidade nos processos decisórios e um distanciamento entre os interesses dos dirigentes e dos cooperados; formas usualmente limitadas de interação como os produtores, muitas vezes restringindo-se a relações de compra e venda de produtos e insumos; e estrutura de representação igualitária, que inibe a criatividade individual. A idéia com a criação do CACCER era justamente fugir destes vícios, buscando uma estrutura mais enxuta e principalmente uma maior interação como o produtor.

O problema é que as cooperativas compravam o café do produtor por um preço relativamente baixo, não valorizando a qualidade do produto diferenciado da região, que ademais não era reconhecido, ao menos formalmente, em outras regiões do Brasil. Também não prestavam serviços para os produtores, como a seleção e classificação do café, dessa forma os produtores vendiam o café em bica corrida¹², o que evidentemente desvalorizava o produto.

Esta observação é de extrema importância, pois mostra o grau de desinformação em que vivia o produtor. Esta resistência a cooperativas residia no engessamento jurídico que se atribuía a elas, principalmente na prestação de serviços com finalidade de lucro, inclusive para terceiros, que não se enquadrava no papel das cooperativas.

¹² É o café entregue sem seleção e classificação.

A questão toda, como se descobriu depois, é que isto não estava em escrito em lugar algum, ou seja, não existe nenhuma lei que proíba cooperativa de prestar serviços para terceiros, para não cooperados, com finalidade de lucro, a coisa girava, por incrível que pareça, em torno do ouvi dizer. Os próprios produtores do Cerrado só perceberam isso quando sentiram a necessidade de comercializar o próprio café, para isso foi criada a EXPOCACER, que é uma empresa de comercialização criada sobre três cooperativas estruturadas para este fim. Aqui os produtores do cerrado rompem com um paradigma: esta empresa foi estruturada para prestar serviços aos associados ou não, com objetivo claro de lucro, utilizando a denominação de armazéns gerais.

O objetivo do CACCER era muito mais amplo e ambicioso que o papel exercido pelas tradicionais cooperativas de café, com suas intermediações de compra venda. O conselho que surgia se propunha a trabalhar incessantemente pela busca da qualidade do café produzido na região, reconhecimento desta qualidade pelo mercado e agregação de valor ao produto final.

O CACCER passou a se comportar então como um guarda chuva de todo o sistema de produção do café do cerrado, agindo no campo institucional e ditando as normas para alcançar os objetivos definidos. Ao CACCER não cabe produzir ou comercializar café, também não é seu papel prestar assistência técnica aos produtores, tampouco conseguir linhas de financiamento para a produção, este papel e sua operacionalização cabe as Associações de produtores que formam o Conselho e que fazem parte da estrutura do CACCER, seguindo as orientações dadas pelo Conselho, mesmo que para isto novas empresas tivessem que ser criadas. Segundo seus estatutos, é seu objetivo estruturar os seguintes pontos:

1. Congregar as associações de cafeicultores da região do cerrado mineiro. Promover a ampliação e fortalecimento das associações e cooperativas de cafeicultores nos municípios da região. Representar suas associadas perante quaisquer organismos públicos e privados, nacionais e internacionais. Representá-las junto aos órgãos responsáveis pela exportação de seus produtos.

2. Promover o marketing do café produzido na região, com a finalidade de torná-lo conhecido em níveis nacional e internacional.

3. Criar e organizar instrumentos que viabilizem a comercialização nacional e internacional do café produzido na região, através da formação de consórcios de produtores rurais ou similares.

4. Criar e operar instrumentos de controle e fiscalização da qualidade do café da região, tais como o certificado de origem, selo de qualidade e outros sistemas que garantam a qualidade ao comprador.

5. Organizar os produtores na aquisição e construção de armazéns em condomínio.

6. Fornecer aos produtores informação técnica e orientação comercial.

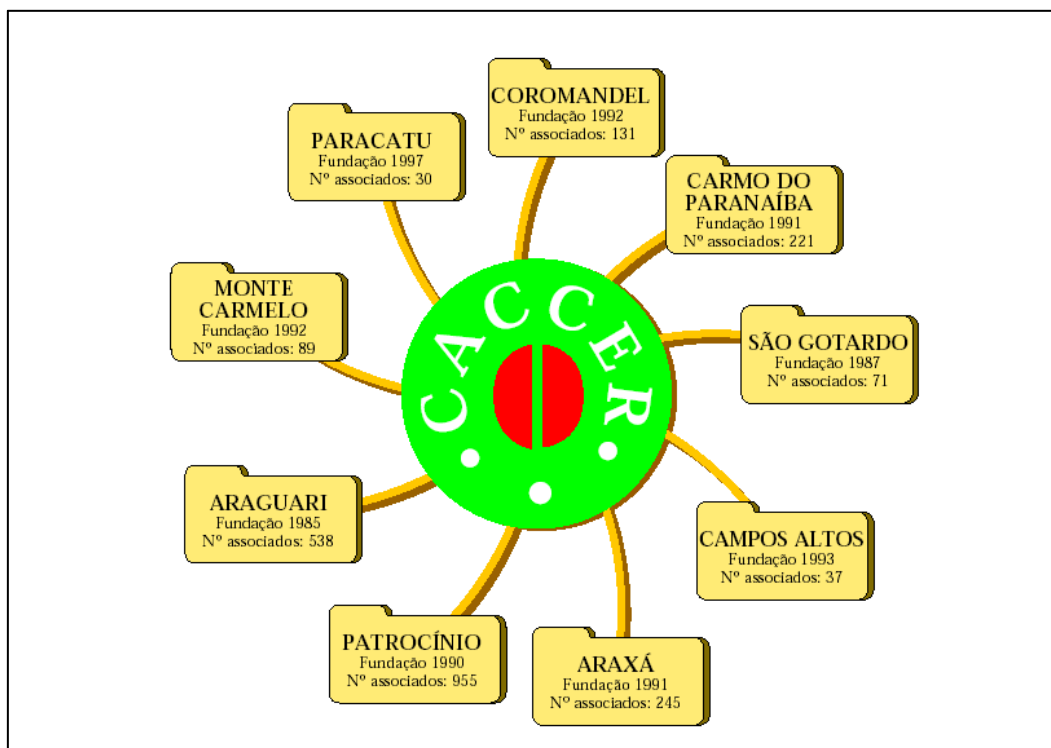
O CACCER então é formado pela junção de nove Associações de produtores; Araguari, São Gotardo, Araxá, Campos Altos, Carmo do Paranaíba, Coromandel, Monte Carmelo e Paracatu, além da já citada ACARPA de Patrocínio, como já mencionado, algumas já existiam anteriormente, outras surgiram posteriormente para integrar o Conselho. Fig. 7

Saes (1997:7) faz uma importante observação sobre as Associações que formam o CACCER:

Cabe notar que, pela própria falta de tradição do cerrado mineiro na produção de café, as associações de representação de cafeicultores eram praticamente inexistentes até o final da década de 1980, entre as associações que compõe o CACCER, as mais antigas são as de Araguari, fundada em 1986 e a de São Gotardo, que embora tivesse existência anterior, somente em 1989 passou a voltar-se para a área de cafeicultura.

Segundo Saes (1997), aplicar no dia-a-dia a filosofia de negócios, gerando benefícios concretos para os produtores, não é uma tarefa trivial para o CACCER. O mercado cafeeiro no Brasil não está acostumado à segmentação e à diferenciação, de sorte que muitas estruturas e estratégias precisaram ser moldadas em um processo de aprendizado. É preciso atender aos produtores nos diversos aspectos do agronegócio: de pouco adiantam estratégias de marketing arrojadas, se os produtores não possuírem acesso à tecnologia, orientação técnica e comercial, bem como a mecanismos de financiamento que garantam a regularidade na produção e comercialização.

Fig. 7 - A Estrutura do CACCER



In Saes 1997

Nesse sentido é que o CACCER tem atuado em duas frentes igualmente importantes na sua estratégia de valorização e desenvolvimento do Café do Cerrado: por um lado atua como entidade de representação dos produtores e articula ações de marketing associadas à origem; por outro tem agido como prestador de serviços adicionais de apoio ao agronegócio dos associados.

Saes (1997:9), faz uma importante observação sobre o início dos trabalhos relacionados ao marketing:

É verdade que, para iniciar suas ações de marketing, os dirigentes do CACCER tiveram um ponto de partida privilegiado. Desde sua primeira edição em 1991, os concursos da ILLY tiveram ampla divulgação e repercutiram fortemente junto ao mercado cafeeiro. Dada a presença maciça de produtores do Cerrado entre os premiados, em pouco tempo as imagens do café da região e do próprio concurso acabaram ficando associadas. Assim, a qualidade do café do cerrado tornou-se conhecida internacionalmente, sem ônus ou investimento por parte dos produtores. Daí para frente, o

CAC CER soube, com senso de oportunidade, aproveitar a externalidade positiva.

3.2 - A Certificação do Café

Seguindo esta lógica, uma das primeiras ações empreendidas foi o registro da marca Café do Cerrado, lançada em julho de 1993 e desde então administrada pelo CAC CER. O objetivo era garantir diferencial de preço para o produtor, evitando que o café fino do cerrado servisse apenas para valorizar as ligas dos exportadores. Com este objetivo alcançado; o primeiro lote de café com a marca Café do Cerrado, totalizando 1400 sacas. Foi exportado para a Bélgica com prêmio de cerca de 8% sobre o preço que era praticado na época para o café da região. (Saes 1997).

A estratégia de diferenciação por meio da marca, ainda, incluiu a definição de uma escala de padrões de qualidade para o café do cerrado. Sem ignorar a classificação por número de defeitos, o CAC CER estabeleceu uma escala que também leva em conta atributos como fava, coloração do grão e altitude da área de produção, classificando o café do cerrado em três padrões: Ouro, Prata e Bronze. Tais padrões dão origem a seis marcas – Ouro I, Ouro II, Prata I, Prata II, Bronze I e Bronze II, transformando o café do cerrado em uma especialidade.

Registrar a marca Café do Cerrado foi um passo importante, mas não suficiente, surgiu o receio de grupos oportunistas viessem a utilizar marca sem autorização do CAC CER. Apesar de possuir os direitos da marca na Europa e nos Estados Unidos, no Japão a marca foi registrada por terceiros, obrigando gastos para sua compra. Dessa forma pensou-se numa forma de certificação do café produzido no cerrado.

A certificação de origem, prática comum nos mercados de alimentos e bebidas europeus, e mais recentemente no Chile e na Argentina, se aplica a produtos que possuem atributos qualitativos indissociáveis das características próprias de uma região ou micro-região bem delimitada, sejam elas relativas ao clima, ao solo, a história e a mão de obra. São produtos cujos processos de produção não são reproduzíveis fora do local de procedência tradicional, em vista disso, são protegidos por uma legislação de produção e denominação de origem, que os certifica e fiscaliza sua autenticidade¹³. (Saes 1997).

¹³ Na França, o controle e a fiscalização são coordenados pelo INAO – Institut National d'Appellations d'Origine. Os produtos que portam certificação movimentam anualmente um faturamento de 80 bilhões de francos (US\$ 16 bilhões), representando algo próximo a 10% da produção agrícola e agroindustrial francesa (dados do INAO-1995). Os vinhos de denominação Bordeaux, Bourgogne e Champagne, entre outros, bem como os queijos

Quadro 1 – Classificação do Café do Cerrado

Café – Padrão Cerrado				
Padrão	Bebida	Tipo	Peneira	Observações
Ouro I	Mole	2 e 3	16, 17 e 18 17 e 18 19	Cor verde uniforme, acidez moderada, seca e grãos uniformes aspectos bom, preparo via seca padronizado.
Ouro II	Mole	4 e 5	14, 16 14, 15 e 16 Moca (MK)	Cor verde uniforme, acidez moderada, seca e grãos uniformes, aspecto bom, preparo via seca padronizado.
Prata I	Dura	3 e 4	16, 17 e 18	Cor esverdeada, seca uniforme, aspecto regular, preparo via seca padronizado.
Prata II	Dura	4 e 5	14, 15 14, 15 e 16 Moca (MK)	Cor esverdeada, seca uniforme, aspectos regular, preparo via seca padronizado.
Bronze I	Dura	6 e 7	Bica corrida menor que 15	Cor verde e/ou esverdeada, aspecto regular, preparo via seca sem padronização.
Bronze II	Dura	8	Não classificado	Cor heterogênea, grão desuniforme, aspecto ruim, processamento indeterminado, sem padronização.

A primeira conquista do CACCER rumo a certificação de origem veio em junho de 1993, com a assinatura de um protocolo de intenções envolvendo o Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), a EPAMIG, a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER-MG), a Universidade Federal de Uberlândia e o CACCER. Esse documento deu partida a uma seqüência de ações conjuntas que acabaram resultando quase dois anos depois na publicação da Portaria 165/95 do decreto 33.859 do governo mineiro “que delimita regiões produtoras de café do Estado de Minas Gerais para instituição de certificado de origem”. Esta portaria delimitava oficialmente quatro regiões

Roquefort e Camembert de Normandie, são exemplos conhecidos de produtos certificados. Fora da França, outros exemplos são os vinhos do Porto (Portugal) ou do Reno (Alemanha). (Saes 1997).

produtoras de café no Estado: Sul de Minas, Jequitinhonha, Montanhas de Minas e Cerrado¹⁴. (Ver figura 1)



Em dezembro de 1996, foi instituído o regulamento do certificado de origem para os cafés das quatro regiões delimitadas, que foi batizado como Certicafé, atribuindo-se ao Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) as funções de emitir e controlar o uso do certificado. Em junho de 1997, ocorreu o lançamento oficial do Certicafé. A partir desta data, os cafés produzidos no cerrado mineiro e submetidos ao IMA para exame de amostra devem portar na sacaria um selo, contendo informações sobre a procedência do produto, entre outras.

Este selo constituiria a garantia, para o comprador, da procedência do café que ele estava adquirindo. Seria uma forma de evitar que grupos de corretores, exportares e outros comerciantes de café tentassem vender outros tipos de café, de menor qualidade, alegando ser do cerrado. Um ponto importante a ressaltar é que esta preocupação dos produtores está ligada a imagem da região, pois se o café vendido com procedência irregular não passar em uma prova de classificação seu preço cai e produtor e vendedor recebem menos. O problema é o comentário subsequente; de que o café que comprei do Cerrado não tinha a qualidade esperada, o que certamente funciona como um marketing negativo para a região.

Com o lançamento do Certicafé estava instituído no Brasil o primeiro produto agrícola com certificado de origem por região, estruturou-se na região do Cerrado Mineiro o conceito francês de *terroir*, que seria a origem geográfica, com características únicas, para a obtenção de um determinado produto. Broggio (1999). Desta forma, tem se deixar claro o seguinte: A região delimitada do Cerrado Mineiro não é a única região de Cerrado do país a produzir café, ele também é produzido em Goiás e oeste da Bahia. Entretanto, o único café produzido em cerrado que pode fazer uso da marca **Café do Cerrado**, com seu atestado de qualidade reconhecida, é o produzido dentro da região demarcada do Cerrado Mineiro. A região é composta de 55 municípios, totalizando uma área de 112.289,56 Km² e agrupando aproximadamente 4.500 produtores.

¹⁴ “A Região dos Cerrados de Minas compreende as áreas geográficas delimitadas pelos paralelos 16° 37’ a 20° 13’ de latitude e 45° 20’ a 49° 48’ de longitude, abrangendo as regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e parte do Alto São Francisco e do Noroeste. Caracteriza-se por áreas de altiplano, com altitude de 820 a 1100m, com clima ameno, sujeitas à geada de baixa intensidade e com possibilidade de produção de bebida fina, de corpo mais acentuado”. (*artigo 1º*)

Fig. 8 – O Certificafé

		GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS INSTITUTO MINEIRO DE AGROPECUÁRIA CAFÉ DE MINAS - BRASIL		LOGOMARCA DA REGIÃO DE ORIGEM
CERTIFICADO DE ORIGEM DO CAFÉ			Nº:	
PRODUTOR:		Nº REG. IMA:		
REGIÃO:		MUNICÍPIO:		
PADRÃO:				
TIPO:		ENTIDADE CERTIFICADORA ORÇENZIADA: (CARRIO)		
ESPÉCIE:				
PENEIRA:				
Nº LOTE:				
SAFRA:				
Nº DE SACAS:				
VARIAÇÃO:		DATA LOCAL:		
PESO BRUTO Kg:		ARMAZENAMENTO (CARRIO)		
PESO LÍQUIDO Kg:		DESTINATÁRIO:		
MUNICÍPIO/ESTADO:		PAÍS:		
Autorização IMA nº _____ de _____ de _____ de 200__				

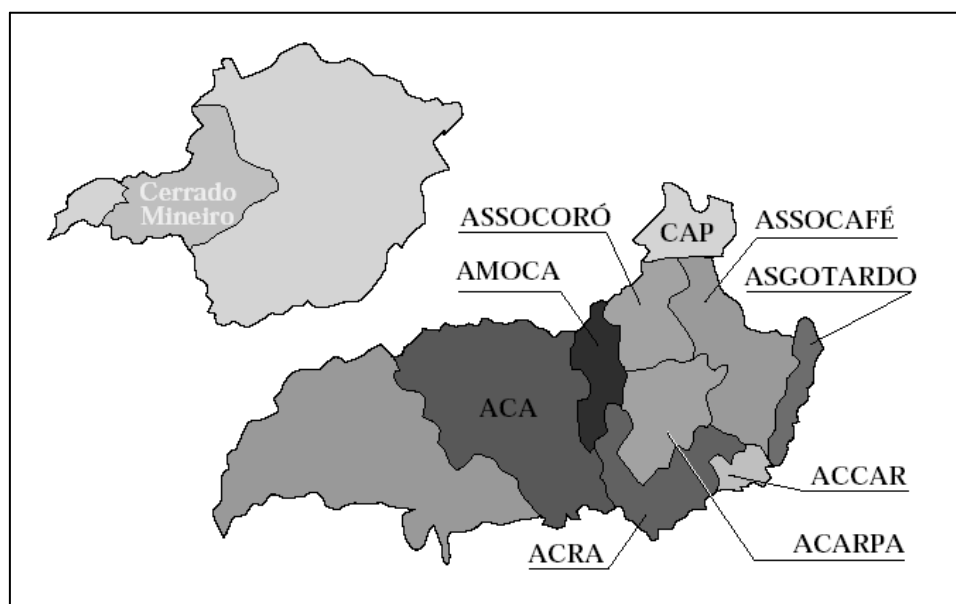
O lançamento do Certificafé foi uma grande vitória para o CACCER, mas os objetivos ainda estavam longe de ser alcançados. Isto porque o IMA não tinha um grande poder de fiscalização, além do que, sua história esta muito mais ligada à agropecuária. Dessa forma, mesmo a marca Café do Cerrado pertencendo ao CACCER, muita gente passou a utiliza-la indevidamente, fazendo mistura de cafés e vendendo como **Café do Cerrado**. Isto se tornou motivo de grande preocupação para os produtores, como atesta Aguinaldo:

Você chega na Europa, você vê um monte de lista de vendedor de café, com Sul de Minas, Cerrado, só que não é do Cerrado, não do nosso. O Cerrado é muito grande, o Oeste da Bahia, por exemplo, é Cerrado não deixa de ser, agora Café do Cerrado é dessa área delimitada.

Nos já vimos um monte de exemplos e você vai ver que não é nosso, o tipo de concha, defeitos, paladar... E falam que é Cerrado, e não é. Utilizando nosso nome sem controle nenhum. Eu sei de muitas empresas que estão aqui, a gente viu e conhece estes fatos,

exportadores grandes que vêm da Zona da Mata, do Sul de Minas e que vende dizendo que é Cerrado. Os cafés do Sul de Minas e da Zona da Mata são bons cafés? São, mas não são nossos. Então, nós produzimos 3 milhões de sacas, mas dá a impressão que produzimos 7 milhões, isso está errado, então passamos a trabalhar em cima da defesa do produtor.

Fig. 9 - A Região Delimitada do Café do Cerrado.



In: Saes (1997)

Esta defesa do produtor a que se refere Aguinaldo era o temor de que a marca Café do Cerrado fosse chamuscada pela variação de qualidade dos cafés vendidos com o uso indevido da marca. Desta forma, o CACCER começou a pleitear a exclusividade na classificação e emissão de laudos para a utilização da marca, tendo o controle sobre o processo imaginava que a qualidade estava assegurada, resguardando o produtor e o comprador que continuaria pagando um preço mais elevado devido a qualidade assegurada do produto.

A primeira indicação geográfica formal para o café brasileiro, que estava em tramitação desde 1999, foi concedida ao CACCER em Junho de 2005. O registro de indicações geográficas do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), órgão oficial responsável, vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

(MDIC), dá ao seu titular – O CACCER – o reconhecimento oficial da indicação de procedência do café da região do cerrado mineiro.

Mesmo antes de ser reconhecido oficialmente como único classificador do Café do Cerrado, o CACCER já havia implementado um novo programa de certificação para o uso da marca. Para os gestores do CACCER estava claro que não bastava apenas a delimitação da região produtora, era necessário também geri-la de modo que o Conselho tivesse o controle de toda a cadeia produtiva do café do cerrado, desde a fazenda até o consumidor final. Foi criada então uma Cadeia de Custódia dividida em dois grupos: o dos certificáveis e dos credenciáveis. Os certificáveis seriam a propriedade, o modelo de produção e o produto, no caso cada lote de café. O grupo dos credenciáveis é formado por: armazéns, exportadores, importadores, torrefadores e os pontos de venda e de serviço¹⁵.

Na concepção do CACCER, a Cadeia de Custódia é formada por um conjunto de entidades credenciáveis, que são participantes que têm como compromisso preservar a integridade de um determinado produto certificado sob custódia, a partir de seu ponto de produção ao consumo final. No caso do **Café do Cerrado**, o lote de café é o artigo certificado sob custódia que deverá seguir íntegro até o consumidor final. Desta forma, o CACCER passou a gerir por completo todo o processo produtivo do Café do Cerrado. Isto significa que qualquer produtor ou comprador que quiser usar a marca Café do Cerrado, tem que se submeter a um processo de avaliação e a assinatura de termos de compromisso elaborados pelo CACCER. Nas palavras de Aguinaldo:

Então, é uma série de proteções que nós estamos colocando em prática agora nas fazendas, a partir de agora ninguém vai poder exportar ou vender no mercado interno, usando a palavra Cerrado; Café do Cerrado, produzido no Cerrado, tipo Cerrado, não pode. A não ser que tenha a fazenda e o produto certificado pelo CACCER, só por dentro do CACCER e aí se submetendo a política de qualidade da Associação.

Na realidade, esta nova política de certificação visa algo mais que proteger a marca, o produtor e o produto da região, ela é o passaporte para atender a uma nova demanda do mercado de alimentos, principalmente dos países centrais, ligada a segurança alimentar. Esta política está baseada no rastreamento do alimento desde sua origem. No caso do café, isso é impossível com o sistema tradicional de comercialização, onde assim que sai da fazenda as sacas são misturadas com outras, perdendo-se a possibilidade de rastrear a origem.

¹⁵ Neste trabalho, vamos nos ater somente aos certificáveis da Cadeia de Custódia do Café do Cerrado.

Com o novo sistema de certificação, cada saca leva um código de barra indicando sua origem, de maneira que o comprador possa identificar, não só a região onde foi produzido, mas até mesmo a fazenda. E em casos especiais, como de defeito em algum lote, é possível identificar até o mesmo o talhão onde foi colhido o lote defeituoso. É pertinente observar que este nicho de mercado ainda é pequeno, ligado a um público de poder aquisitivo elevado. De qualquer forma para o produtor constitui um ótimo negócio, pois isto eleva o valor agregado do produto garantindo um excelente preço final de venda.

Criada a certificação, foi necessário convencer os produtores da região a certificarem suas fazendas, passando pelos critérios de avaliação do CACCER. Este ponto é um divisor de águas entre os produtores de Patrocínio; se submeter ao processo de classificação antes de qualquer coisa significa custo, pois os produtores têm que cumprir uma série de exigências sem as quais o produto não consegue abertura no mercado externo. Foi criado então um programa de concessão de estrelas, variando de uma a quatro, quanto maior o grau de exigências cumpridas, maior o número de estrelas. O primeiro ponto importante a ser cumprido é o código de conduta da propriedade de Café do Cerrado, que contempla os seguintes pontos:

- Condução agronômica responsável, contemplando utilização de produtos agroquímicos ou de proteção de cultivos registrados para a cultura. Prevê utilização preferencialmente dos conceitos de Manejo Integrado de Pragas e Doenças. A condução obrigatoriamente tem supervisão de profissional qualificado, e estabelece-se conjunto solidário entre funcionários, produtos, ações e condições da lavoura.
- Pleno atendimento da legislação trabalhista brasileira, contemplando aspectos de segurança laboral, medicina do trabalho e de promoção profissional dos funcionários.
- Pleno atendimento da legislação ambiental brasileira, abrangendo desde aspectos de gerenciamento de risco ambiental até preservação e estímulos ao incremento da biodiversidade na propriedade.
- Completo registro de todas as atividades e ações na unidade produtiva, permitindo utilização de mecanismos de rastreabilidade no sentido amplo, seja no tocante á sanidade do produto final café, seja relativo ao acompanhamento dos custos de produção.

Uma vez conseguida a certificação, a propriedade passa a exibir em sua entrada uma placa padronizada.

Fig 10 – Identificação Padrão de Propriedade Certificada



Nos Estatutos do CACCER reza o seguinte item: considerando-se o CACCER é a entidade representativa dos produtores da Região Demarcada do Cerrado Mineiro, o modelo de certificação adotado prevê mecânica de inclusão de produtores de todo o porte, desde familiares até os de grande porte, possibilitando assim, a todos os cafeicultores da região acesso ao Programa de Certificação e, posteriormente, aos mercados que o exigem. Assim, a certificação está disponível para todos, desde que cumpridas as exigências, entra aí uma questão delicada no caso do café: o fator custo de produção que muitos produtores ou não podem ou não querem arcar com eles. De todo modo, isto mostra que a certificação não é acatada por todos os produtores da região, que continuam a vender seu café por canais tradicionais. Ademais, não precisa ir tão longe, o próprio sistema ACARPA – CACCER não é uma unanimidade, tanto que nem todos os produtores do município de Patrocínio estão filiados à Associação. Para isto Aguinaldo oferece a seguinte explicação:

Nós temos 65% de produtores filiados a ACARPA, e os outros; por que não vem? Falta de espírito empreendedor, você tem aqueles que não se filiam a absolutamente nada, só vem depois que

*precisa, então sempre foi assim, se você observar nas outras Associações é a mesma coisa*¹⁶.

É possível observar então, que mesmo a cafeicultura na região sendo algo relativamente recente, existe resistência por parte de uma parcela de produtores. De uma maneira geral, estar associado á ACARPA traz alguns benefícios ao produtor, principalmente ao suporte técnico para a produção. Uma grande conquista do CACCER para os produtores da região foi a instalação de uma fazenda experimental da EPAMIG no município de Patrocínio. De modo que, todos os produtores associados as Associações que formam o CACCER possam se beneficiar de seus resultados.

Para o Sr. Wilson José de Oliveira¹⁷, todo produtor de café da região demarcada faz parte do CACCER, mesmo não sendo filiado diretamente a ACARPA ou as outras Associações, isto porque ele se beneficia do fato de estar produzindo na região, o que por si só, já é uma vantagem comparativa. Ademais, ainda segundo o Sr. Wilson, a ACARPA vem realizando um grande esforço para atrair os produtores para a Associação, principalmente o pequeno proprietário. Pois em seu entender o pequeno proprietário vivencia o dia-a-dia do café com mais intensidade que o grande proprietário, até pelo singelo fato de morar na fazenda ao contrário dos grandes que costumam morar na cidade. E, depois, a soma de tudo que é produzido pelos pequenos proprietários é bastante expressiva, merecendo uma atenção especial por parte da Associação.¹⁸

Para os produtores que resolveram seguir o caminho da certificação os resultados têm sido excelentes, tanto pela abertura de novos mercados, como também pelos ganhos de produtividade da fazenda. Um exemplo de sucesso neste novo projeto de certificação é o Sr. Ricardo dos Santos Bartholo¹⁹, que em pouco tempo de certificação, junto com outros 17 produtores da região, implementou uma distribuidora de café no Japão, vendendo diretamente seu produto no mercado japonês. Dessa forma o produtor vende diretamente para o mercado externo, eliminando a figura do intermediário e embolsando todo o resultado da venda, esta abertura só foi possível graças a alta qualidade do café obtido na propriedade e a certificação emitida pelo CACCER. Em suas palavras o CACCER tem um papel fundamental neste sucesso:

¹⁶ Por questões operacionais não foi possível ouvir a opinião de um produtor não filiado.

¹⁷ Presidente da ACARPA, em entrevista concedida ao autor em 25/07/2005, realizada no município de Patrocínio.

¹⁸ De qualquer forma, 35% de não filiados é um número muito expressivo. Não sendo o objeto de discussão deste trabalho, certamente este assunto merece uma discussão futura e mais aprofundada.

¹⁹ Proprietário da Fazenda Cinco Estrelas, localizada no município de Patrocínio. Em entrevista concedida ao autor em 25/07/2005. Por esta época sua propriedade se encontrava na reta final para a obtenção da 4ª estrela dentro do programa de certificação

A época do IBC era um guarda-chuva de pouca qualidade, quem fazia o pior café ganhava dinheiro, quem fazia o melhor perdia dinheiro. Com o fim do IBC entrou o CACCER, mostrando o diferencial de qualidade, quem tinha qualidade passou a poder vender café com preço diferenciado, que era o que a gente queria realmente.

O CACCER é uma ação dos produtores, que conseguiu emplacar uma mercadoria nova no mercado com um diferencial. Somos produtores, sem intervenção de ninguém, não tem dinheiro do governo, sem nada, com dinheiro do produtor, esforço do produtor, trabalho do produtor, que são os cabeças do CACCER.

É corrente entre os produtores filiados às Associações, o discurso do êxito do Café do Cerrado sem o apoio governamental. Isto deve ser relativizado por observações até simples em relação ao êxito do processo. Não se deve desmerecer o empenho dos produtores, seu senso de oportunidade e sua capacidade de gestão, mas não se deve também menosprezar a ação do Estado. Em primeiro lugar, foi o incentivo governamental de ocupação do cerrado que permitiu a chegada da cafeicultura na região. Em segundo lugar, se o diferencial do Café do Cerrado é ser produzido em uma área demarcada, o primeiro *terroir* do Brasil, quem tem o poder legal de demarcar áreas de produção, assim como demarcou, é o Estado. Por fim, grande parte da pesquisa ligada ao café na região é feita pela EPAMIG, órgão do governo do Estado de Minas Gerais.

3. 3 - A Qualidade do Café do Cerrado.

O êxito do CACCER em seu projeto pode ser medido por vários indicadores: conseguiu a demarcação da região produtora do Cerrado Mineiro, conseguiu criar um programa de certificação que garante ao consumidor a procedência e a qualidade do produto, entre outros objetivos alcançados. Entretanto, isto não seria possível sem o somatório de dois fatores importantes: a capacidade de inovação dos produtores e a qualidade do café obtido na região. A própria elaboração do CACCER resume, em parte, a capacidade de inovação dos produtores, e a qualidade do café? De onde vem a tão decantada qualidade do café do cerrado? É possível reproduzi-la em outras regiões do país? Sem nenhuma pretensão de invadir o campo da Agronomia, é possível responder a algumas destas perguntas.

A produção de café na região demarcada do Cerrado Mineiro envolve algumas particularidades só encontráveis na respectiva região, e o aproveitamento destas particularidades é que diferencia seu café dos outros.

Como já foi dito anteriormente, qualidade é uma questão de exigência do mercado consumidor, isto quer dizer: que é até possível se produzir um café melhor que o do Cerrado Mineiro, dependendo da classificação utilizada. Mas o sabor do Café do Cerrado e, principalmente, a regularidade da qualidade são únicos, e por que? Tomando a Fazenda Cinco Estrelas²⁰ como referencial de produção de qualidade, fica relativamente fácil entender a dinâmica da produção.

O café é produzido nesta propriedade e o seu modelo é copiado em várias outras, usando o que há de mais moderno em termos de técnicas e equipamentos para a produção. Em primeiro lugar, a história do proprietário se assemelha a de muitos outros, como a do próprio Aginaldo José de Lima, paulistano, administrador de empresas, sem experiência com agricultura e que chegou a região em 1991. Como outros produtores, absorveu os ensinamentos dos institutos de pesquisa, e posteriormente do próprio CACCER para tirar vantagens dos diferenciais da região. Para tornar mais fácil o entendimento destes diferenciais, vamos enumerá-los.

Condições naturais – para efeito de produção de café, o clima apresenta duas grandes vantagens; a primeira: não há risco de geadas, o que significa uma drástica redução na possibilidade de perdas na produção; a segunda: apresenta de forma bem definida, uma estação seca e outra chuvosa, sendo que a estação seca coincide com o período da colheita do café, que vai de maio a outubro, e qual a importância disto para o café?

Para a produção de cafés especiais, o ideal é que ele seque em terreiros a céu aberto e não em secadores artificiais, como não chove e o clima à época da colheita é bastante seco, não há risco de proliferação de fungos. Exposto permanentemente no terreiro, o café vai sofrendo várias “viragens”, de modo que todos os grãos sequem de maneira uniforme. Isto, em se tratando de café especial, é importante, pois uma secagem uniforme permite que os açúcares do café migrem de maneira lenta em toda a extensão do grão, parece banal? A falta de uniformidade na secagem altera o gosto do café e é o suficiente para reprovar um lote em uma prova de certificação para obtenção do rótulo de café especial.

²⁰ A fazenda conta com cerca de 252 hectares de cafezais com idades variadas.

Fig. 11 – Terreiro de Secagem de Café



É por esta particularidade que o café do cerrado, aqui em se tratando de paladar, aroma, corpo e textura, não pode ser reproduzido em outra região do país. A região produtora do Sul de Minas, maior concorrente em volume e qualidade, não possui esta particularidade, seu clima chuvoso na maior parte do ano, obriga os produtores a usas secadores artificiais, comprometendo a uniformidade do café.

No caso dos concorrentes internacionais, nosso maior concorrente segue sendo a Colômbia, que não tem condições climáticas de seguir este modelo. Desta forma, o café brasileiro, em especial o do cerrado, é fundamental para as empresas internacionais que trabalham com cafés especiais. Segundo Ernesto Illy, presidente internacional da ILLY Café, o café brasileiro é fundamental para dar corpo à mistura, daí toda a preocupação da empresa com a regularidade da qualidade do produto brasileiro.

No caso do Cerrado é importante ressaltar dois aspectos importantes. O primeiro é que em se tratando de agricultura, irregularidades acontecem, isto quer dizer que nem todo o café de uma propriedade atinge a categoria de especial. No caso da Fazenda Cinco Estrelas, segundo o proprietário; a obtenção do especial gira na casa dos 50%, o restante apresenta variações de qualidade. Outro ponto importante é que o volume de cafés especiais vendidos ainda é pequeno, se comparado ao montante da região, dessa forma a maior parte do café ainda é comercializado por caminhos tradicionais, mas sempre encontrando mercado. Isto significa que o café da região, de modo geral, possui boa qualidade e isso é de conhecimento do mercado. Dessa forma, não há nenhuma obrigação, por parte dos produtores da região, de

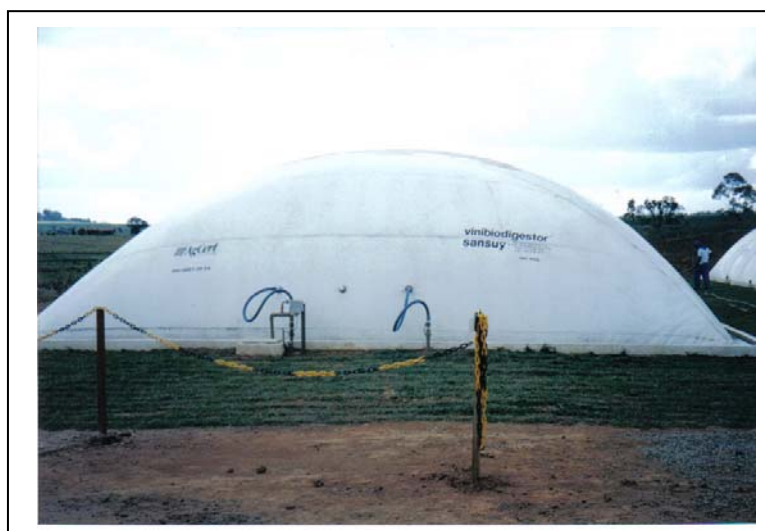
passar por dentro dos canais de comercialização indicados pelo CACCER, apenas ao não buscar a certificação não pode usar a marca Café do Cerrado, mesmo produzindo na área demarcada.

Dentro das questões de ordem do meio físico, a região conta com um relevo bastante favorável a produção de café. A primeira vantagem é a grande disponibilidade de áreas planas ou de leves ondulações, isto permite a mecanização da colheita, o que reduz drasticamente o custo com mão de obra. A outra vantagem é bastante sutil, mas bastante considerável em relação às regiões concorrentes, que produzem café em áreas de declive elevado. Como há pouco sombreamento, o cafezal recebe sol tanto pela manhã como a tarde, isto permite um amadurecimento uniforme de todos os frutos, garantindo uma maior homogeneidade do produto final.

O Modelo de Produção – seguindo o modelo estabelecido pelo CACCER, na questão da obtenção de um maior número de estrelas, a Fazenda Cinco Estrelas pode ser vista como um bom exemplo de implantação do modelo sugerido.

Do total de 330 hectares, aproximadamente 250 são utilizados com a lavoura de café, principal negócio da fazenda, o restante é destinado a atividades paralelas, como a suinocultura e a lavoura branca, buscando um caráter de diversificação da produção. A suinocultura é um belo exemplo, daquilo que o CACCER chama de responsabilidade ambiental. A produção é vendida sob contrato para a Sadia e o esterco é aproveitado em um biodigestor, responsável pela produção de energia elétrica consumida na fazenda.

Fig 12 – O Biodigestor



O chorume resultante da decomposição do esterco é depositado em um tanque, para posterior pulverização no cafezal, ou seja, utiliza-se um adubo orgânico de qualidade e a custo zero para a fazenda. Desta forma há uma redução na utilização de adubos químicos na produção. Quanto aos insumos químicos, estes são comprados na própria região e aplicados por funcionários fixos da fazenda.

3.3.1 – O modelo de produção e a mão de obra

A estruturação do novo modelo de gestão implementado pelo CACCER trouxe uma série de mudanças para a mão de obra envolvida no processo de produção do café. Manter a qualidade da marca e aumentar a penetração da marca **Café do Cerrado**, exigiu uma série de mudanças de ordem técnica e social no tocante aos trabalhadores. Analisando as mudanças ocorridas em Patrocínio, é possível se ter um panorama do que ocorreu na região.

O primeiro grande impacto experimentado pela região foi a mecanização da colheita do café, iniciada por volta da safra de 1994. Isto obviamente reduziu drasticamente o número de pessoal empregado na lavoura. A fazenda Cinco Estrelas, por exemplo, chegou a fazer a colheita com 160 empregados volantes e hoje utiliza no máximo 47, uma grande redução. Segundo Joel de Carvalho²¹, em um grupo de cinco fazendas que conhece bem, o número de empregados caiu de 4.800 para os atuais 400.

Figura 13 – Colheitadeira de Café



²¹ Ex trabalhador rural, atualmente é Presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Patrocínio e Vereador na cidade pelo PMDB. Em entrevista concedida ao autor em 26/07/2005.

Esta drástica redução no volume de mão de obra empregada no café, vai se refletir diretamente no tamanho da população flutuante de Patrocínio, isto porque a cidade convivia e ainda convive com o fenômeno da migração. Como a região nunca dispôs de mão de obra suficiente para a colheita, era necessário buscar esta em outras regiões, principalmente no norte de Minas e na Bahia. Desta forma, todos os anos, milhares de trabalhadores volantes migravam para a região em busca de trabalho na colheita. Com a mecanização, este movimento diminuiu muito, embora não tenha cessado e o mais interessante, talvez nunca venha a cessar e pode até aumentar novamente, como se observa nesta importante observação feita por Joel:

E engraçado dizer, ir contra o progresso, as máquinas estão vindo, é a modernização, mas as máquinas desgastam o pé de café muito mais. Então o que acontece? O café é de ciclo, tem ano que dá muito, tem hora que dá menos, aí nestes anos que dá menos é melhor o produtor colocar mão de obra manual é melhor do que a máquina. Porque se ele colocar a máquina para colher pouco café, vai ter despesa e vai desgastar a lavoura de café.

A colheita, de um modo geral, é feita combinando a máquina com a derriça manual²², pois a máquina em suas passagens, não consegue debulhar todos os frutos. Dessa forma em tempo baixa produtividade é melhor contar só com colheita manual que por custo ou para evitar o desgaste do cafezal. Este desgaste está ligado ao mecanismo de colheita da máquina, que consiste em dois rotores com hastes de silicone, que girando em torno da planta, debulham os frutos jogando-os diretamente em sacos acoplados em sua estrutura. Estes sacos, uma vez cheios, são deixados nas ruas do cafezal e posteriormente são recolhidos por outra turma. Desta forma, ainda há trabalho para os trabalhadores volantes.

Um dos grandes problemas em Patrocínio com a mão de obra volante, como em outras regiões do país, era com a figura do Gato, agente responsável pela contratação da mão de obra e que em muitos casos se apossava dos ganhos do trabalhador, mantendo-os muitas vezes em condições precárias e sem assinar suas carteiras de trabalho, negando-lhes o acesso aos direitos sociais.

Segundo Aguinaldo, isto era prática recorrente na região e uma das ações da ACARPA e do CACCER em parceria com o Sindicato dos Trabalhadores Rurais foi justamente eliminar esta forma de agenciamento dos trabalhadores, segundo conta houve uma grande redução,

²² Ato em que o trabalhador segura o galho do cafeeiro com uma mão e puxa, do início para o fim, com a outra os frutos.

informação confirmada por Joel. Entretanto, tanto ele quanto Joel, concordam que esta prática ainda existe. A melhoria nas condições de trabalho se deve a conjunção de dois fatores importantes; o primeiro uma maior ação do poder público, cujo Ministério do Trabalho fez uma dura intervenção no município em 1994, e, desde então, vem agindo com maior rigor em relação às denúncias que recebe. O segundo, a percepção por parte dos produtores; de que desrespeitar as leis trabalhistas e ficar inadimplente com o INSS, poderia trazer prejuízo muito maior do que a economia proporcionada.

O processo de certificação passa pelo cumprimento da legislação trabalhista, seu descumprimento trava o processo e fecha mercados para os produtores. Dessa forma, segundo Aguinaldo, todos os produtores em processo de certificação cumprem a legislação. Fazer parte da ACARPA e conseqüentemente do CACCER, não implica obrigatoriamente cumprir a legislação, entretanto o descumprimento implica em não fazer uso da marca **Café do Cerrado**.

O processo de modernização e a certificação, praticamente, empurrou os médios e grandes produtores a regularizarem a situação de seus trabalhadores, hoje segundo o Presidente da ACARPA e do Sindicato dos trabalhadores, o número de reclamações trabalhistas oriundas das médias e grandes fazendas de café são mínimas. Curiosamente a maior quantidade de reclamações provém das pequenas propriedades, esta observação de Joel, pode ser útil para esclarecer parte da questão:

O pequeno produtor muitas vezes atua na informalidade, ele não quer perder também os direitos da política agrícola. Ele não quer deixar de ser micro familiar, e se ele contratar os funcionários, aí vai perder como agricultor familiar. Muitas vezes leva na informalidade que é para não perder os direitos ao Programa Nacional de Agricultura Familiar (PRONAF), onde ele consegue crédito com juros a 4% ao ano. Além disto, ele tem direito de se aposentar aos 60 anos e sua mulher aos 55. Então, se contratar funcionário, passa a ser produtor rural, muda seu status, por isso muitos preferem a informalidade.

Embora as condições de trabalho tenham melhorado, a figura do intermediário de mão de obra ainda existe. Nas grandes e médias fazendas, o processo de intermediação passou a ser

feito por um elemento que os produtores denominam de agente de pessoal. Reconhecem que sua função é necessária, pois precisam de alguém para fazer a ligação com o local de origem da mão de obra. A diferença, segundo os produtores e o Sindicato dos trabalhadores, é que este agente não retém o pagamento dos trabalhadores, este é feito diretamente pelo proprietário da fazenda, além de terem os direitos trabalhistas respeitados. Este fato, segundo Joel, além de ser justo com o trabalhador, pois antes o gato se apropriava do resultado do seu trabalho, é positivo para a economia da cidade, pois em suas folgas costumam ir a cidade, freqüentando feiras, supermercados, farmácias, entre outros serviços, ou seja, injetam recursos na economia local.

Segundo Gustavo Bartholo²³, no caso da Fazenda Cinco Estrelas, os trabalhadores originários da Bahia, costumam vir por conta própria, se organizam em grupo e chegam a época da colheita, já trabalha com a mesma turma há cinco anos. Segundo seu relato, a vantagem de trabalhar com o mesmo pessoal é o fato deles já conhecerem as normas da Fazenda, segundo Gustavo, não é admitida a entrada de álcool, nem algazarra à noite. Ao chegarem são encaminhados ao alojamento, que foi construído segundo as recomendações do CACCER.

O pessoal que trabalha fixo nas fazendas geralmente é de Patrocínio, ou veio de fora e conseguiu fixar-se na cidade, desta forma seria possível pensar o seguinte: com a mecanização e a redução da necessidade de mão de obra volante, a migração seria extinta e o pessoal disponível em Patrocínio e adjacências seria suficiente para a colheita. Na prática não funciona bem assim, observemos o relato de Joel:

Continua vindo muita gente de fora, e por que buscar pessoal lá fora ao invés de Patrocínio? É que o pessoal que vem de fora já tem uma fazenda determinada, já tem um alojamento, já tem as condições de trabalho. Então, o empregador já sabe que ele vem exclusivamente para ele, faz a colheita, e o próprio produtor o leva de volta a sua região de origem. O problema é com o pessoal daqui, que já conhece a cidade, já conhece os preços vizinhos, então, se ele não tira uma boa diária em um lugar, no outro dia vai colher em outro, desguarnecendo a fazenda anterior.

²³ Filho de Ricardo e um dos responsáveis pela administração da Fazenda.

A vantagem para o produtor de trabalhar com a mão de obra migrante é que esta já chega com o preço amarrado e dificilmente vai trocar de propriedade durante a colheita, desta maneira, mesmo com o custo da viagem, o trabalhador migrante custa mais barato que o local.

A chegada de novos instrumentos técnicos na produção passou a exigir uma maior qualificação por parte do trabalhador, principalmente para a operação dos insumos químicos e da maquinaria. Para solucionar o problema, a ACARPA em parceria com o SEBRAE, com a EPAMIG e EMATER, vem realizando cursos de capacitação para os trabalhadores ligados a cafeicultura. Com as novas normas de certificação, a aplicação de insumos químicos nas fazendas e feita por pessoal qualificado e devidamente equipado.

Desta forma, é possível observar que a modernização trouxe, ao menos, o cumprimento da legislação trabalhista, melhorias nas condições de trabalho para o pessoal ligado à lavoura. Deve-se, no entanto, observar sempre que estas melhorias não são de interesse somente dos trabalhadores, mas principalmente dos produtores interessados na certificação. Assim, os produtores mais tecnificados vão cumprindo a legislação²⁴.

3.4 – A Comercialização do Café do Cerrado

Em seu processo de evolução, o CACCER e suas Associações colheram resultados bastante positivos, lograram êxito na delimitação da região produtora, consolidaram a marca **Café do Cerrado**, implementaram o programa de certificação, abriram novos mercados para seu produto e conseguiram criar um diferencial de preço para o café da região.

Baseado neste sucesso, o CACCER resolveu dar mais um passo em sua gestão sobre a estrutura produtiva. Um sonho dos produtores era criar um canal de comercialização próprio que eliminasse a figura do intermediário, de modo que o produtor conseguisse fazer seu produto chegar direto ao mercado sem intermediação, ficando com toda a receita da operação.

Imaginou-se, então, a criação de uma cooperativa central dos produtores que se incumbisse da exportação e abertura de novos mercados, foi criada então, em 1996, a EXPOCACCER.

Sobre o CACCER induzir a estruturação de cooperativas Saes (1997) faz uma importante observação:

²⁴ Um estudo mais aprofundado no todo do conjunto produtor de café no município, no tocante a mão de obra, mostre isto como regra ou revele uma realidade paralela. Não sendo nosso principal objetivo, fica como sugestão.

À medida que as ações de apoio ao agronegócio dos associados foram se expandindo, o CACCER se viu obrigado, também, a partir para novas formas de organização. Em algumas das atividades, identificou-se a que seria mais conveniente atuar como cooperativa, não como associação de classe. Isto surgiu em especial quando o CACCER passou a se envolver mais diretamente na comercialização do café dos associados, operacionalizando vendas futura e exportações de café. Nestas operações, as cooperativas levam vantagem sobre as associações, pois sobre elas incidem menos tributação e há maior facilidade para obtenção de crédito a juros mais baixos.

A EXPOCACCER nasceu como uma cooperativa central²⁵ com localização em Patrocínio, sua estrutura é formada por outras cinco cooperativas de produtores de café da região demarcada, que são responsáveis pelo recebimento, seleção e beneficiamento do produto do associado, podendo inclusive comercializá-lo. A EXPOCACCER, com seu armazém geral em Patrocínio, também realiza estas funções, no entanto, somente ela, lida diretamente com o mercado externo, como confirma André Peres²⁶.

No tocante à comercialização, Patrocínio está repleta de empresas de corretagem e compra e venda de café, o que esclarece um ponto desde o início: o fato de o produtor estar filiado ao sistema ACARPA/CACCER não o obriga a vender seu produto pela EXPOCACCER, segundo o próprio Aguinaldo, a empresa foi criada para buscar melhores preços para o produtor, mas, se outro comprador tiver um preço melhor, nada impede que ele venda seu produto para ele.

Desta forma, vários corretores, intermediários e “dilers” operam em Patrocínio e região. Um bom exemplo é a presença da Cooxupé, maior cooperativa de café do mundo (Broggio: 1999), instalada em Coromandel, por onde adquire o café produzido na região. Esta cooperativa é oriunda de Guaxupé, Sul de Minas, maior região produtora de café do país e, em termos comerciais, concorrente direta da EXPOCACCER, não em volume de café movimentado, pois segundo André; enquanto ele exporta cem mil sacas, a Cooxupé exporta um milhão, mas simbolicamente sim. Este exemplo serve para simbolizar o posicionamento de interesses do produtor e da empresa exportadora estruturada pelo CACCER e isto pode ser medido pelas ações dos próprios criadores da EXPOCACCER.

²⁵ Posteriormente por razões jurídicas e comerciais passou a operar como empresa de armazéns gerais.

²⁶ Gerente comercial da EXPOCACCER para o mercado externo, responsável pela comercialização dos cafés especiais, em entrevista ao autor em 25/07/2005, em Patrocínio.

Tome-se como exemplo o caso do próprio incentivador do **Café do Cerrado**, Aguinaldo José de Lima, sendo um dos primeiros cotistas da empresa não se furta a vender café por outros canais de comercialização, desta forma a pergunta; a presença da Cooxupé na região ajuda ou atrapalha? Obtém respostas diferentes de atores que em tese tem interesses comuns, para Aguinaldo, enquanto produtor, ajuda, para André, enquanto negociador de café, é uma concorrente. Desta forma, antes de se falar na EXPOCACCCER, é preciso delimitar bem o que é o sistema ACARPA/CACCER é o que é a empresa exportadora. Neste sentido as palavras de Aguinaldo são esclarecedoras:

Cooxupé mais ajuda do que atrapalha, é maior cooperativa de café do mundo, só que hoje a gente tem uma proteção. Acho que o principal é ser uma parceira nossa. Por que nós temos que separar o que é sistema cooperativo: EXPOCACCCER, Expo de Araguaçu, são cooperativas criadas pelos produtores daqui, eles têm interesses comerciais. Isso não se mistura com a ACARPA e com o CACCER, eles foram gerados dentro da associação, mas eles são independentes. Porque as Associações, elas não comercializam nada, e formaram o CACCER, que é uma instituição que representa toda a conjuntura do Cerrado na parte institucional, nós criamos as ferramentas da marca para as empresas que queiram utiliza-la, basta passar pelo CACCER.

Desta forma, não é pela EXPOCACCCER que transita a maior parte do café da região, embora sua participação venha aumentando, qualquer operador pode comprar café na região, ressalvando sempre que, para a usar a marca **Café do Cerrado**, tem que passar pelos tramites do CACCER. Assim, a criação da empresa exportadora foi uma iniciativa que objetivava tirar os produtores associados da dependência total de terceiros para comercializar o café. Passados dez anos de sua criação, pode se dizer que ela conseguiu articular uma rede de comercialização na região, reportando diretamente o produtor da fazenda para o mercado externo, sem intermediários. A estrutura de funcionamento da Expocaccer é equivalente a de outra exportadora, portanto serve como exemplo de canal de comercialização, entretanto, seu diferencial é o fato de estar atrelada ao CACCER.

Fig. 14 – Vista do Armazém Geral da EXPOCACCER



A EXPOCACCER recebe o café do produtor e inicia o processo de separação e classificação, com o resultado obtido, inicia um processo de consulta a seus clientes para saber se há demanda por aquele tipo de produto, nas palavras de André, o sistema funciona assim:

Você pega a matéria-prima, vamos dizer o café bruto e leva para a seleção, separa o fino do ruím, do médio, entre tamanho, entre cores, tira defeitos. Então aqui tem várias máquinas, onde você separa por tamanho, tira defeitos.

O produtor chega aqui numa bica comigo, nesse momento é feita uma classificação do café completo, in natura. Aí eu tenho 20% de peneira graúda, 10% de peneira média, 15% de grãos imperfeitos e assim por diante. A gente olhando sabe que este café pode atender ao mercado X e Y, daí é trabalhar e buscar mercado para ele.

Este procedimento, conforme já descrito, é realizado por todas as cooperativas atreladas ao sistema CACCER, entretanto, só a EXPOCACCER comercializa direto para o exterior. Isto, porém, não obriga estas cooperativas a venderem por dentro da EXPOCACCER, o que isto significa? Se elas tiverem um café de qualidade e aparecer um comprador, ela pode efetuar a venda sem passar pela cooperativa central. Isto mostra que o sistema de comercialização elaborado pelo CACCER é descentralizado, priorizando o

produtor e não necessariamente a empresa comercializadora a eles ligada. A esse respeito Aginaldo faz uma interessante observação:

Nós até pensamos nisto a algum tempo atrás, mas vimos que é impossível, por mais que a gente queira, não vai conseguir monopolizar, concentrar em uma ou duas cooperativas, não adianta, a comercialização tem que ser livre. O importante é lucra com a venda do café, fazendo uso de nossa marca, para isso nós criamos o processo de certificação.

Os agentes ligados a comercialização e distribuição do café são os denominados credenciáveis pelo CACCER, ou seja, eles podem comprar café na região e fazer uso da marca **Café do Cerrado**, basta seguir as normas do Conselho ligadas a proteção da marca.

Voltando a questão da EXPOCACCER, da mesma forma que uma cooperativa associada pode vender seu café diretamente, nada impede que um produtor de uma dada cooperativa possa vender pela EXPOCACCER, mesmo em detrimento desta cooperativa da qual faz parte. O sistema funciona de forma descentralizada, mas ao mesmo tempo articulada, como exemplifica André:

Eu tenho um cliente, eu tenho um produtor, que é filiado a Monte Carmelo, só que ele quer exportar o café dele, ele vem aqui, na EXPOCACCER, nós fazemos a seleção e exportamos o café dele, sem problema nenhum, sem ciúme da Associação dele, até porque eu recebo uma carta no meu computador e já informo a todos os operadores de lá. O que eles fazem então? Pegam o telefone passam para o controle deles e vão ver qual produtor tem a qualidade capaz de atender aquela venda.

Desta forma não podendo atender por conta própria os pedidos, a EXPOCACCER aciona as cooperativas afiliadas, e ainda que estas também não tenham como atender o pedido, a empresa tem liberdade de comprar até mesmo de produtores não filiados ao sistema, desde que estejam dentro da área delimitada, isto quando se pensa em usar a marca Café do Cerrado, pois no caso de uma venda convencional, nada impede que a EXPOCACCER compre café em outras regiões para completar um pedido, afinal trata-se de uma empresa exportadora.

Segundo André, no ano 2004, pelas mãos da EXPOCACCER, passaram aproximadamente 500 mil sacas, de um total de aproximadamente 3,5 milhões de sacas produzidas na região. Destes, cerca de 100 mil foram exportadas direto pela empresa, o

restante foi para a mão de exportadores, para o mercado interno e outros canais de venda. Nas palavras de André sua estrutura de saída funciona assim:

Eu trabalho com várias qualidades de café e com vários pontos de distribuição, ou seja, trabalho com torrefação direto, importador direto, com exportador que vai revender café, com “dilers” que vai comprando e repassando lá no exterior, com corretores internacionais, todo tipo de cliente.

O que se pode concluir com esta observação, é que a EXPOCACCER diminuiu, mas não eliminou a figura do intermediário, fazendo deste inclusive seu cliente, é uma questão de preço de mercado, tanto para o produtor quanto para a própria empresa. Ademais, abrir mercado, conquistar clientes diretos é algo que leva tempo, por este lado, a EXPOCACCER e conseqüentemente o CACCER, vêm obtendo êxito, embora seja um trabalho de formiguinha, como bem observa André:

Hoje meus negócios não são como antes, faço ponte direta com o exterior, busco cotação direta com o exterior, Londres, Nova Iorque, jogo o café lá dentro. Antigamente, há dez anos atrás, não tínhamos dinheiro pra fazer isso, então dependia 100% do corretor. Só que a gente foi tomando um foco e um rumo. Nosso café é melhor, nosso café tem qualidade, vamos oferecer diretamente. Não tiramos os corretores do negócio, mas criamos um mercado direto.

De todo o modo, segundo André, os primeiros contatos foram feitos através de corretores clientes da empresa:

Tem uma pessoa para quem eu vendo já faz dez anos, e a essa pessoa quem me apresentou foi um corretor. Não fui direto ao ela, tem uma ética, ele me trouxe, mas eu criei clientes aos quais vou direto. Eu fui a uma feira nos Estados Unidos, há 3 meses atrás, estou lá com nossos estandes servindo um cafezinho, o interessado chega, conversa comigo, para que vou propor um intermediário? Até porque assim, você estabelece um laço mais estreito.

Os resultados aparecem, na redução da dependência do intermediário e principalmente na forma, daquilo que toda empresa capitalista busca, lucro. O lucro é gerado não só no processo de comercialização, mas também na prestação de serviços, uma vez que, a EXPOCACCER presta serviços a qualquer interessado, seja ele produtor, exportador ou corretor. A repartição deste lucro é um dado interessante, não há pagamento de dividendos

aos cotistas, o dinheiro é revertido para a formação de um caixa, que dê potencial de compra para a empresa, e na aquisição de equipamentos para beneficiamento e classificação. Segundo André, a vantagem para os produtores é que você sempre conta com equipamentos de última geração. Além disto, ele ressalta a maior profissionalização do produtor da região ao ter contato com a empresa, inclusive na hora de barganhar preço, obter um financiamento, trocar café por insumos, entre outros passos.

Perguntado sobre armazenagem de café para regulação de mercado, André saiu com a seguinte resposta:

Não, não, não, isso é especular e é proibido, porque pra mim isso é especulação, a EXPOCACCCER não faz isso. Agora o produtor, ele pode especular, porque o custo dele é custo de produção, e o café é dele. Aqui eu lido com café de terceiros.

De qualquer maneira, ainda segundo suas observações, sabendo trabalhar como o mercado o produtor ainda ganha um bom dinheiro com o café, entretanto, ressalta; “ainda tem muito produtor cabeça dura que demora a mudar sua estratégia de comercialização”.

Um ponto que merece destaque, dentro da atuação da EXPOCACCCER, é a questão da oscilação de qualidade do café. Em tempos de preço baixo, há uma tendência de o produtor cortar custos, relaxar no trato, o que acaba por comprometer a qualidade do café. Isto, segundo André é um problema para a empresa, principalmente se surgir reclamação em algum lote enviado. Para contornar o problema a empresa conta o profissionalismo dos produtores, principalmente os que tem interesse em trabalhar com café especial. Neste momento juntam esforços, juntam esforços; o CACCER, as Associações e a EXPOCACCCER, no sentido de convencer o produtor a arcar com os custos da manutenção da qualidade, convencendo-o da recuperação do mercado e do preço, de modo que não se fechem as portas já abertas.

Por fim, uma observação feita por André, que denota bem o grau de articulação da rede de fornecedores montada pela EXPOCACCCER:

Depois de dez anos, nós temos mapeado todos os produtores que nos fornecem café, sabemos como plantam, o que plantam, o que são capazes de fornecer, até que ponto podem chegar em termos de qualidade. Então, quando alguém liga dizendo que quer o café tal, é direto, vamos ao produtor X, que sabemos que tem condições de atender o pedido.

A rede criada pela EXPOCACER, atende não só aos médios e grandes produtores, mas também aos pequenos e para todo o tipo de café, desde os especiais, até a chamada bica corrida.

Se valendo então, dos recursos das redes de informação, das ferramentas de marketing e do maior profissionalismo dos produtores, a EXPOCACER é um elemento fundamental na rede produtiva instalada no cerrado mineiro, organizado dentro das diretrizes propostas pelo CACER. É através dela que os produtores puderam entrar em uma rede de comercialização que abrange desde o mercado local até o global, permitindo que seu café seja diretamente tanto para uma grande torrefadora internacional, como para uma pequena empresa local.

CONCLUSÃO: PATROCÍNIO E O CAFÉ DO CERRADO

Com a extinção do IBC, o mercado de café sofreu um processo de desregulamentação, ficando mais solto e apto a operar sem um controle unificado por parte do Estado. Desde então, o mercado passou a exigir soluções que passaram ser tomadas não por um órgão regulador, mas sim, por iniciativas pontuais, por parte dos produtores e de suas associações de classe. Desta forma, cada região produtora do país passou a buscar suas próprias estratégias para enfrentar os novos tempos e principalmente as novas demandas impostas pelo mercado. Para algumas, significou a possibilidade de modernização, de aumento da produção e de melhoria na qualidade do produto, para outras, significou a decadência. A região de Patrocínio não fugiu a regra, e desde esta época passou a buscar suas próprias soluções para a nova realidade do mercado cafeeiro.

Tendo nas mãos uma região com pouca tradição no mercado cafeeiro, um grupo de produtores soube aproveitar um conjunto de particularidades locais, que bem trabalhadas, fez surgir uma área altamente competitiva no circuito produtor de café. Algumas soluções encontradas pelos produtores são inéditas, outras foram copiadas e melhoradas. De todo modo, o resultado é bastante satisfatório, principalmente para aquele que constitui o principal foco das ações empreendidas até então, o produtor de café da região, que passou a receber uma melhor remuneração por seu produto.

O que se observa na região é a que a criação do CACCER e suas ações estruturaram uma verdadeira rede de produção e comercialização de café, onde Patrocínio aparece como o principal centro gestor e articulador desta rede, buscando soluções para dar resposta as novas exigências do mercado internacional do café. As ações promovidas pelo Conselho provocaram alterações na paisagem, nas relações de trabalho, nas relações com o meio ambiente e na dinâmica econômica e social da região.

Se os Complexos Agroindustriais forem tomados como síntese da modernidade produtiva, a região se encaixa bem dentro deste delimitador teórico. As ações do CACCER e as novas demandas do mercado, deixam os produtores cada vez mais ensanduichados pela indústria, tanto a montante, como a jusante da produção.

Garantir uma produtividade elevada significa incorporar maquinaria, fazer uso de fertilizantes, pesticidas, corretores de solo, mudas selecionadas e certificadas, além de contar com apoio permanente de institutos de pesquisa, no sentido de melhorar cada vez mais a produção. Em outra ponta, os melhores preços obtidos com a venda do café se dá por venda direta para as indústrias torrefadoras, como o exemplo da ILLY, que pagam um sobrepreço

para o café que atenda a seus padrões de qualidade. As ações desta e de outras empresas, fazem o produtor perseguir constantemente a melhoria de seu produto. Desta maneira, o produtor vai ficando mais dependente da indústria tanto para produzir quanto para vender a produção.

As ações do CACCER não mudaram somente a mentalidade do produtor, levando-o a uma maior profissionalização. O êxito obtido com a criação da marca **Café do Cerrado** e com o processo de certificação permitiu aos produtores alçarem novos vôos e aumentar seu grau de interação com outros atores do setor cafeeiro, principalmente o mercado internacional ligado ao setor de cafés finos. A criação da EXPOCACCER deu ao conselho, e conseqüentemente aos seus associados, a possibilidade de interagir em escalas muito maiores do que âmbito regional, ao qual estavam acostumados, até então.

Assim, o que se pode perceber, é que a região cafeeira de Patrocínio, gerida pelo CACCER, possui um moderno Complexo Agroindustrial não intergrado, pois o café produzido na região não é processado pelos mesmos atores que o produzem, o papel dos produtores se encerra na entrega de um produto de qualidade para o mercado, majoritariamente o externo. Não é, até o momento, competência e objetivo do Conselho, torrar e distribuir café no varejo, o que significaria a estruturação de um CAI completo. Segundo Aguinaldo José de Lima, o principal objetivo do CACCER é transformar o café da região em menos “commoditie” e mais em um produto de valor agregado, neste caso através da certificação e reconhecimento da marca, que faz do café da região um produto diferenciado. Então, pode se concluir que a gestão do CACCER deu a região uma produção de café com alto grau de modernidade, perfilando-se dentro do contexto do agronegócio no país.

Observando a questão da modernização agrícola sob a ótica de Franco da Silva (2003) ao propor o conceito de Corporação em Rede, a região de Patrocínio oferece uma série de requisitos que atendem a esta proposta. A produção do **Café do Cerrado** é gerida e regulada por um organismo não governamental, que faz uso de tecnologias modernas na produção, que se serve de modernas redes de telecomunicações para interagir com clientes e obter cotações nos principais mercados internacionais e que busca constantemente soluções para facilitar a reprodução do capital na região. O que parece impedir a aplicação deste modelo teórico no caso em questão é a concepção do próprio CACCER, pois esta entidade não se constitui em uma corporação empresarial que busca meios na região de ampliar a reprodução de seu capital. Na realidade o CACCER em seus estatutos jurídicos se estrutura como uma entidade sem fins lucrativos.

Os reprodutores do capital na região são na realidade os produtores de café, que estão afiliados a este Conselho e as suas nove Associações por interesses de ordem mercadológica. Estes produtores, embora sigam as orientações do CACCER, quando é de seu interesse, agem de forma independente, um bom exemplo disto é a venda de seu próprio café, que pode ser feita para qualquer comprador, e não necessariamente pelo braço comercial do CACCER que é a EXPOCACCER. Aliás, convém lembrar, que a EXPOCACCER, esta sim, se comporta como uma empresa comercial, portanto geradora de lucro, mas não distribui dividendos em dinheiro para seus associados. Desta forma, a atuação do CACCER não tem um caráter efetivamente capitalista, embora suas ações criem meios para a reprodução do capital por parte de seus associados.

O CACCER poderia então ser visto não como uma corporação, mas como um organismo articulado em rede, cujo principal objetivo seria estruturar horizontalmente na região as verticalidades emanadas, estas sim pelas corporações internacionais do setor cafeeiro. Se as verticalidades forem tomadas como um comando de atores hegemônicos, que buscam áreas para territorializar suas estratégias de reprodução do capital, coube ao CACCER criar os mecanismos para que estas estratégias se horizontalizassem na região.

Patrocínio, sendo a sede do CACCER, se colocou como o nó da rede gestora criada pelo CACCER, cujo principal objetivo, era estruturar a região para atender a demanda criada pelas grandes corporações do setor. A criação do primeiro *terroir* de café no Brasil, o processo de certificação do produtor e a gestão sobre a marca Café do Cerrado, foram instrumentos para atender a demanda de qualidade das grandes empresas torrefadoras internacionais. Estas por sua vez, remuneraram estas ações, com o pagamento de um preço maior pelo produto que atenda suas especificações.

Assim, Aguinaldo e seus companheiros ao criarem o CACCER, estruturaram uma entidade que com suas ações, aproveitando as potencialidades da região, criou as condições favoráveis para a difusão horizontal das demandas das grandes empresas internacionais, que no caso da matéria-prima café, gira principalmente na manutenção da qualidade o produto.

O CACCER está localizado no município de Patrocínio, local onde se iniciou todo o processo que culminou com a criação da rede gestora hoje presente na região. Sua sede funciona no mesmo prédio da ACARPA (Fig.15), por coincidência, até 1992 este prédio pertenceu ao antigo IBC, até ser incorporado pela Associação dos produtores.

Fig 15 – A Sede da ACARPA/CACCER em Patrocínio



A cidade de Patrocínio obteve vantagens com o êxito do projeto CACCER, sendo a sede do Conselho, a cidade tornou-se uma referência na região, além disso, o município constituiu-se no maior produtor de café da região (ver anexo 4), até a safra de 2003 era o maior do país, perdendo esta posição recentemente para o município de Três Pontas, também em Minas Gerais.

Na última década, a cidade experimentou um crescimento em sua população e segundo o Sr. Rubens Rocha Machado²⁷, passou a contar com um melhor aparelhamento urbano devido ao aumento da arrecadação oriunda do café. Segundo ainda o Secretário, Patrocínio é extremamente dependente da economia cafeeira, pois 70% de sua receita, provém dos impostos recolhidos da atividade, o que segundo ele é problemático, pois com os preços do café em alta, a cidade sente junto os efeitos positivos, em contrapartida, com os preços em queda a cidade não tem muitas alternativas para manter suas receitas. A identidade da marca Café do Cerrado é reconhecida em grande parte da cidade, seu próprio trevo rodoviário sinaliza isso (Fig 16).

²⁷ Secretário Municipal de Agricultura e Pecuária. Em entrevista concedida ao autor em 25/07/2005

Fig 16 – Trevo de Acesso a Patrocínio.



Por fim, mesmo considerando-se o êxito dos projetos empreendidos por Aguinaldo e os produtores da região, algumas perguntas surgem e merecem respostas futuras, pois não puderam ser contempladas neste trabalho, tais como:

- 1- Por que o CACCER ainda não desenvolveu um projeto de criação de uma torrefação própria? Tanto para vender no mercado interno, quanto no externo. Seria uma forma de os produtores se apropriarem do resultado final de seu trabalho.
- 2- Será possível a região demarcada do Café do Cerrado crescer horizontalmente, além dos 55 atuais municípios que formam o *terroir*?

BIBLIOGRAFIA

ARAÚJO, Márcia Verônica. *O Teleporto do Rio de Janeiro: Um Território Rede?* Niterói, 2000. Dissertação de Mestrado - Departamento de Geografia, Universidade Federal Fluminense.

BECKER, Dinizar F. *A economia política do (des)envolvimento regional contemporâneo*. In Becker, Dinizar F. Wittmann, Milton Luiz. *Desenvolvimento Regional: Abordagens Interdisciplinares*. Rio Grande do Sul: 2003, Edunisc.

BERNARDES, Júlia Adão. *As Estratégias do Capital no Complexo da Soja*. In: CASTRO, Iná Elias de. *Brasil, Questões Atuais da Reorganização do Território*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

BOURDIN, Alain. *A Questão Local*. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

BROGGIO, Celine. *A Dinâmica Territorial da Cafeicultura Brasileira – Dois Sistemas de Produção em Minas Gerais*. In *Revista Território*. Rio de Janeiro, nº 6: LAGET/UFRJ. 1999.

BRUM, Argemiro. *O Desenvolvimento Econômico Brasileiro*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2001.

CANO, W. *Raízes da Concentração Industrial em São Paulo*. Rio de Janeiro: Difel, 1977.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1)*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____, Manuel. *Fluxos, redes e identidades: uma teoria crítica da sociedade informacional*. In: _____. *Novas perspectivas críticas em educação*. Tradução Juan Acuña. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

_____, Manuel. *Internet e sociedade em rede*. In *Por uma outra comunicação*. Record, 2003.

CORRÊA, Roberto Lobato. *Interações Geográficas*. In *Explorações Geográficas*. Castro, Iná Elias de. (Org.) Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

_____, Roberto Lobato. *Trajetórias Geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

_____, Roberto Lobato. *Regiões de Influência das Cidades*. Rio de Janeiro: IBGE, 1987.

COSTA, Rogério da. *Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva*. Interface (Botucatu), mar./ago. 2005, vol.9, nº17, p.235-248

DALLABRIDA, Valdir R. *Dinâmica Territorial do Desenvolvimento*. In Becker, Dinizar F. Wittmann, Milton Luiz. *Desenvolvimento Regional: Abordagens Interdisciplinares*. Rio Grande do Sul: Edunisc, 2004.

DIAS, Leila Christina. *Redes: Emergência e Organização*. In Castro, I. E.; Gomes, P. C. C. e Corrêa, R. L. (Org.) – *Geografia Conceitos e Temas*. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 1995.

DIAS, Leila Christina. (Org.) *Redes, Sociedades e Territórios*. Rio Grande do Sul: Edunisc, 2005.

ERTHAL, Rui. *Os Complexos Agroindustriais no Brasil*. Rio de Janeiro, 1997. Mimeo.

FARINA, Elizabeth. *O Agribusiness do Café no Brasil*. São Paulo: IPEA. PENSA, 1997.

FAUSTO, Boris. *História do Brasil*. São Paulo: Edusp. 1995.

GIORDANO, Samuel R. *Competitividade Regional e Globalização*. São Paulo. (Tese de Doutorado) Departamento de Geografia - Universidade de São Paulo, 1999.

GONÇALVES, Reinaldo. *Globalização e Desnacionalização*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

GUIMARÃES, Alberto Passos. *A Crise Agrária*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

HAESBAERT, R. *Territórios Alternativos*. Rio de Janeiro: Eduff/ Contexto, 2002.

HARVEY, David “A transformação político-econômica do capitalismo no final do século XX” (parte II), in: *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola. 1992.

LEITE, Sérgio. *Políticas Públicas e Agricultura no Brasil*. Rio Grande do Sul: Editora da Universidade UFRGS, 2001.

LEITÃO. Miriam. *Os Rumos do Agronegócio*. Panorama Econômico. Caderno de Economia. Jornal O Globo. 05/05/2004.

MATTOSO, Jorge. *A Desordem do Trabalho*. São Paulo: Scritta, 1995.

MAZZALI, Leonel. *O Processo Recente de Modernização Agroindustrial*. São Paulo: Edunesp, 2000.

MONIÉ, Frédéric. *A Mobilização Produtiva dos Territórios*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

MULLER, Geraldo. *Complexo Agroindustrial e Modernização Agrária*. São Paulo: Hucitec, 1989.

NEVES, Marcos F. *ILLY Café e os desafios do crescimento no Brasil*. São Paulo: Seminários PENSA de Agronegócios, 2002.

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino de. *Agricultura Brasileira - Transformações Recentes*. In: Geografia do Brasil. ROSS, Jurandy. São Paulo: Edusp, 1996.

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ed. Ática, SP.1993.

ROMEIRO, Ademar Ribeiro. *Meio Ambiente e Dinâmica de Inovações da Agricultura*. São Paulo: Annablume-Fapesp, 1998.

SAES, Maria Sylvia. *CACER: Coordenando Ações Para a Valorização do Café do Cerrado*. São Paulo: Seminários Pensa de Agronegócios, 1997.

SANDRONI, Paulo. *Novo Dicionário de Economia*. São Paulo: Best Seller, 1994.

SANTOS, M. *A natureza do espaço – Técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Ed. Hucitec, SP. 2002.

SANTOS, M. *A Natureza do Espaço*. São Paulo: Edusp, 2002.

_____, M. *O Brasil Território e Sociedade no Século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____, M. *Por uma outra globalização – Do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Ed. Record, RJ. 2000.

SILVA, CARLOS A. F. *Corporação e Rede em Áreas de Fronteira*. Cuiabá: Entrelinhas, 2003.

SORJ, Bernardo. *Estado e Classes Sociais na Agricultura Brasileira*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

SPERS, Eduardo Eugênio. *Segurança do Alimento*. In Zylbersztajn Décio. In: *Gestão da Qualidade no Agribusiness*. São Paulo: Atlas, 2003.

TAVARES, Estela. *A Questão do Café Commodity e sua Precificação: o “C Market” e a Classificação, Remuneração e Qualidade do Café*. Campinas. (Tese de Doutorado). Departamento de Economia – UNICAMP, 2002.

WITTMANN, Milton Luiz. (Org). *Desenvolvimento Regional, Capital Social, Redes e Planejamento*. Rio Grande do Sul: Edunisc, 2004.

ZYLBERSZTAJN, Décio. *O Sistema Agroindustrial do Café*. Porto Alegre: Ortiz, 1993.

_____, Décio. *Illycafé: Coordenação em Busca da Qualidade*. In: FARINA, Elizabeth. (org). *Estudos de Caso em Agribusiness*. São Paulo: Pioneira, 1997.

Anexos

Anexo 1 – Fluxograma de Certificação do Café



CERTIFICAÇÃO DE ORIGEM E QUALIDADE DE CAFÉ *FLUXOGRAMA*



AMOSTRA PARA AVALIAÇÃO (5 X 300g) → **AVALIAÇÃO FÍSICA E ORGANOLÉPTICA** →
LAUDO TÉCNICO → OBTENDO MAIS DE 75 PONTOS SCAA

**EMISSÃO DO CERTIFICADO DE ORIGEM E QUALIDADE
CAFÉ DO CERRADO**

CACCR
R. Marechal Floriano, 72 - Centro - Patrocínio - MG - BRASIL - 38.740-000
Phone: ++55.34.3831.2096 - Fax: ++55.34.3831.2071
info@cafedocerrado.org - www.cafedocerrado.org

Anexo 2 – Portaria de Delimitação de Região de Origem

PORTARIA Nº 165/95, DE 27 DE ABRIL DE 1995: DELIMITA REGIÕES PRODUTORAS DE CAFÉ DO ESTADO DE MINAS GERAIS PARA A INSTITUIÇÃO DO CERTIFICADO DE ORIGEM.

O DIRETOR-GERAL DO INSTITUTO MINEIRO DE AGROPECUÁRIA-IMA no uso das atribuições que lhe conferem o artigo 19, incisos I e XI, e o Anexo II, incisos I e XI, do Decreto nº 33.859, de 21 de agosto de 1992, para atender o disposto no inciso XLVI, dos artigos 2º e 5º do mesmo diploma legal; considerando a importância sócio-econômica da cultura do Café para o Estado de Minas Gerais; considerando as dificuldades para a caracterização do Café produzido nas diferentes regiões ecológicas do Estado.; considerando o crescimento das exportações da produção mineira de Café e a necessidade de identificação das regiões produtoras; considerando o conteúdo do trabalho denominado “Aptidão climática para a qualidade da bebida das principais regiões cafeeiras de arábica no Brasil” de autoria do extinto Instituto Brasileiro do Café; considerando os resultados das pesquisas intituladas “Qualidade do Café nas diferentes regiões do Estado” e “Zoneamento Agroclimático para a cultura do Café”, realizadas pela Empresa de Pesquisa agropecuária de Minas Gerais-EPAMIG, RESOLVE:

*Art. 1º - Ficam delimitadas as regiões para a produção de Café no Estado de Minas Gerais em: **Região Sul de Minas, Região dos Cerrados de Minas, Região das Montanhas de Minas e Região do Jequitinhonha de Minas**, conforme o Anexo Único desta Portaria.*

***I - A Região Sul de Minas** compreende as áreas geográficas delimitadas pelos paralelos 21º 13’ a 22º 10’ de latitude e 44º 20’a 47º 20’ de longitude, abrangendo a Região Sul de Minas, parte das Regiões do Alto São Francisco, Metalúrgica e Campo das Vertentes. Caracteriza-se por áreas elevadas, com altitude de 700 a 1.080m., com temperatura amena, sujeitas a geada, com moderada deficiência hídrica e possibilidade de produção de bebida fina, sendo que , quando próximas de represas, apresenta elevada umidade relativa, com produção de Café de **bebida dura a rio**.*

***II - A Região dos Cerrados de Minas** compreende as áreas geográficas delimitadas pelos paralelos 16º 37’ a 20º 13’ de latitude e 45º 20’ a 49º 48’ de longitude, abrangendo as Regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e parte do Alto São Francisco e do Noroeste. Caracteriza-se por áreas de altiplano, com altitude de 820 a 1.100m., com clima ameno, sujeitas a geada de baixa intensidade e com possibilidade de produção de **bebida fina**, de corpo mais acentuado.*

III - A Região das Montanhas de Minas compreende as áreas geográficas delimitadas pelos paralelos 40° 50' a 43° 36' de latitude e 18° 35' a 21° 26' de longitude, abrangendo as regiões da Zona da Mata, Rio Doce e parte das regiões Metalúrgicas, Campos das Vertentes e Jequitinhonha. Caracteriza-se por áreas montanhosas, com altitude de 400m. 700m., úmidas, sujeitas a neblina e possibilidade de produção de Café de **bebida dura a rio**.

IV - A Região do Jequitinhonha de Minas compreende as áreas geográficas delimitadas pelos paralelos 17° 05' a 18° 09' de latitude e 40° 50' a 42° 40' de longitude, abrangendo parte das regiões do Jequitinhonha e Rio Doce. Caracteriza-se por áreas de espigão elevado, com altitude de 1.099m., isentas de geada, com reduzido índice de insolação, alta umidade e possibilidade de produção de Café de **bebida dura a rio**.

Art. 2º - Fica instituído o **Certificado de Origem**, com base nas regiões cafeeiras previstas nesta Portaria, a ser conferido por esta Autarquia.

Art. 3º - O regulamento do **Certificado de Origem**, mencionado no artigo anterior, será baixado por ato específico.

Art. 4º - Para garantir a plena execução das atribuições previstas nesta Portaria, o IMA poderá credenciar cooperativas e entidades de produtores para a emissão do **Certificado de Origem**.

Art. 5º - Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.
Registre-se, Publique-se e Cumpra-se.

INSTITUTO MINEIRO DE AGROPECUÁRIA-IMA, em Belo Horizonte, aos 27 (vinte e sete) dias do mês de abril de 1995.

ANEXO 3 – Decreto de Regulamentação do Certificafé

DECRETO Nº38.559, DE 17 DE DEZEMBRO DE 1996 CRIA O PROGRAMA MINEIRO DE INCENTIVO À CERTIFICAÇÃO DE ORIGEM DO CAFÉ – CERTICAFÉ, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O Governador do Estado de Minas Gerais, no uso de atribuição que lhe confere o artigo 90, inciso VII, da Constituição do Estado, considerando a importância sócio-econômica da cultura do café para o Estado de Minas Gerais, considerando as dificuldades para a caracterização do café produzido nas diferentes regiões ecológicas do Estado. Considerando o crescimento das exportações da produção mineira de café e a necessidade de identificação das regiões produtoras, para fins de certificação da origem do produto, considerando, finalmente, a importância de identificar e realçar a qualidade do café produzido no Estado,

DECRETA:

Capítulo I Do Programa

Art. 1º - O Programa Mineiro de Incentivo à Certificação de Origem do Café - CERTICAFÉ será desenvolvido e executado de acordo com o disposto neste Decreto.

Parágrafo único - Para fins deste Decreto, as expressões Programa Mineiro de Incentivo à Certificação de Origem e CERTICAFÉ se equivalem.

Capítulo II Do Conselho Executivo

Art. 2º - O CERTICAFÉ será administrado por um Conselho Executivo composto de representantes dos seguintes órgãos e entidades:

I - 1 (um) da Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento;

II - 1 (um) da Secretaria de Estado de Indústria, Comércio e Turismo;

III - 1 (um) da Secretaria de Estado da Casa Civil e Comunicação Social;

IV - 1 (um) do Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA;

V - 1 (um) da Delegacia Federal de Agricultura e do Abastecimento de Minas Gerais;

VI - 1 (um) da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais - EMATER - MG;

VII - 1 (um) da Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais - EPAMIG;

VIII - 1 (um) da Federação da Agricultura do Estado de Minas Gerais;

IX - 1 (um) da Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado de Minas Gerais;

X - 1 (um) da Organização das Cooperativas do Estado de Minas Gerais;

XI - 1 (um) dos produtores de café da Região dos Cerrados de Minas;

XII - 1 (um) dos produtores de café da Região do Sul de Minas;

XIII - 1 (um) dos produtores de café da Região de Jequitinhonha de Minas;

XIV - 1 (um) dos produtores de café da Região das Montanhas de Minas;

§ 1º - Os integrantes do conselho Executivo do CERTICAFÉ, denominados Conselheiros, serão designados, com seus respectivos suplentes, pelo Secretário de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, mediante indicação dos titulares dos órgãos e das entidades mencionados neste artigo.

§ 2º - O suplente substituirá o titular na impossibilidade de seu comparecimento à reunião do Conselho Executivo.

§ 3º - O Conselho Executivo do CERTICAFÉ será presidido pelo Diretor-Geral do Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA.

§ 4º - O Presidente do Conselho Executivo será substituído, em sua ausência ou impedimento, pelo seu representante legal.

§ 5º - O Conselho Executivo contará com uma Secretária-Executiva, designada por seu Presidente.

Art. 3º - O Conselho Executivo se reúne, ordinariamente, uma vez em cada semestre e, extraordinariamente, quando convocado pelo Presidente ou pela maioria simples de seus membros.

Art. 4º - Os membros do Conselho Executivo terão mandato de 2 (dois) anos, renovável por igual período.

Parágrafo único - Perderá o mandato o Conselheiro que deixar de comparecer a 2 (duas) reuniões consecutivas ou a 3 (três) alternadas no ano, sem prévia e justificada comunicação.

Art. 5º - As deliberações do Conselho Executivo serão tomadas por maioria simples de votos dos Conselheiros presentes, cabendo ao Presidente, além do voto comum, o de desempate.

Art. 6º - Os membros do Conselho Executivo não perceberão remuneração, sendo, porém, considerados relevantes os trabalhos por eles desenvolvidos.

Art. 7º - Compete ao Conselho Executivo:

I - estabelecer o programa geral de ação do CERTICAFÉ;

II - desenvolver ações perante a administração pública e a iniciativa privada, com o objetivo de garantir a execução de suas diretrizes;

III - elaborar projetos e propostas, que objetivem o aprimoramento e desenvolvimento do programa, apresentando-os aos órgãos e às entidades competentes;

IV - acompanhar e avaliar a execução do programa;

V - estabelecer as especificações de padrão do café das regiões produtoras;

VI - elaborar o seu Regimento Interno;

VII - fiscalizar a aplicação dos recursos financeiros do CERTICAFÉ;

VIII - exercer outras atividades afins.

Parágrafo único - Ao IMA é assegurado o direito de veto de decisão do Conselho Executivo que contrarie procedimentos técnicos de fiscalização, vigilância e defesa vegetal.

Art. 8º - A execução das deliberações do Conselho Executivo são de responsabilidade do seu Presidente.

Art. 9º - Compete à Secretaria de Estado da Casa Civil e Comunicação Social:

I - promover e divulgar o CERTICAFÉ;

II - promover e divulgar a qualidade do café produzido no Estado, de acordo com as normas técnicas de certificação.

Art. 10 - Compete à Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento:

- I - promover e incentivar o desenvolvimento de sistemas de produção e cultivo do café destinado à certificação;*
- II - promover a difusão e a transferência de tecnologia às unidades de produção de café certificado;*
- III - incentivar a adesão dos cafeicultores ao CERTICAFÉ;*
- IV - viabilizar linhas especiais de crédito junto aos agentes financeiros, para o desenvolvimento da produção de café com certificado de origem;*
- V - exercer outras atividades afins.*

Art. 11 - Compete à Secretaria de Estado de Indústria Comércio e Turismo:

- I - incentivar a comercialização e a exportação de café produzido no Estado com a certificação de origem;*
- II - fazer gestões no sentido de simplificar e racionalizar a cobrança de tarifas e impostos incidentes sobre a atividade de produção e de comercialização de café produzido no Estado com certificação de origem;*
- III - incentivar a indústria e o comércio do café para o uso de matéria-prima com certificação de origem;*
- IV - viabilizar linhas especiais de crédito junto aos agentes financeiros, para o desenvolvimento da indústria e do comércio que utilizar café com certificação de origem;*
- V - exercer outras atividades afins.*

Art. 12 - Compete ao Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA:

- I - identificar, classificar e delimitar as áreas de produção de café;*
- II - cadastrar e registrar as pessoas físicas ou jurídicas integrantes do programa;*
- III - elaborar normas para a concessão e cassação do Certificado de Origem do Café;*
- IV - estabelecer normas para credenciamento de cooperativas ou entidades de classe do segmento rural para emitir Certificado de Origem do Café;*
- V - aprovar modelo para o Certificado de Origem do Café;*
- VI - baixar normas, supervisionar e fiscalizar a certificação de origem do café;*
- VII - fiscalizar, registrar e cassar o registro e o credenciamento de unidade de certificação de origem do café;*
- VIII - aplicar penalidade;*

Art. 13 - Compete à Empresa de assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais - EMATER - MG:

- I - difundir os objetivos e os benefícios do CERTICAFÉ junto ao segmento rural;*
- II - promover o desenvolvimento da cafeicultura através de assistência e de programas de difusão para os produtores, visando a adoção de tecnologia que confira qualidade ao produto;*
- III - incentivar o uso do Certificado de Origem do Café.*

Art. 14 - Compete à Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais - EPAMIG:

- I - dar suporte técnico-científico ao setor cafeeiro, visando promover a qualidade do produto;*
- II - desenvolver parâmetros tecnológicos para avaliação da qualidade da bebida do café, através de métodos analíticos;*
- III - valorizar e acompanhar toda a sistemática de avaliação e monitoramento da qualidade do café das regiões delimitadas;*
- IV - direcionar pesquisa e estudo do café no sentido de avaliar os diferentes fatores que contribuem para a qualidade final do produto*

CAPÍTULO III

Do Certificado de Origem

Art. 15 - Fica instituído o Certificado de Origem do Café, documento oficial do Governo do Estado de Minas Gerais, de acordo com modelo aprovado pelo IMA.

§ 1º - O Certificado previsto neste artigo constituirá documento hábil para atestar a origem do café, conforme as regiões delimitadas, podendo ser afixado nas sacarias na forma de adesivo, carimbo ou procedimento similar.

§ 2º - As sacarias utilizadas nas embalagens dos cafés certificados não poderão ser reutilizadas, salvo aprovação prévia pela fiscalização do IMA.

§ 3º - O Certificado conterá, no mínimo: região produtora delimitada, padrão, produtor, município, safra, número de registro e responsável pela emissão.

Art. 16 - O Certificado atestará a origem do café, com base nas regiões cafeeiras delimitadas pelo IMA.

§ 1º - O Certificado será emitido na primeira operação, em nível de produtor rural, mediante apresentação de Nota Fiscal de Venda, que identifique o respectivo lote, observadas as normas baixadas pelo IMA, executadas as transações internacionais.

§ 2º - Nas transações internacionais com café é permitido ao interessado o desdobramento do Certificado para constituir novos lotes ou volumes, mediante autorização do IMA ou da entidade certificadora.

§ 3º - O IMA poderá delegar a atividade de certificação de origem do café, de acordo com as normas a serem baixadas pela autarquia, que fixará o valor da remuneração pela prestação dos serviços.

CAPÍTULO IV

Das Especificações e dos Padrões

Art. 17 - O Certificado de Origem identificará a região produtora, as características e a qualidade do café.

Art. 18 - Os padrões regionais do café, estabelecidos pelo Conselho Executivo, serão fixados pelo IMA.

CAPÍTULO V

Do Cadastramento e do Registro

Art. 19 - As pessoas físicas ou jurídicas que aderirem ao CERTICAFÉ serão, obrigatoriamente, cadastradas e registradas no IMA, de acordo com os critérios fixados pela autarquia.

CAPÍTULO VI

Da Amostragem

Art. 20 - Para efeito deste Decreto, entende-se por amostragem a retirada de uma determinada quantidade de produto do lote ou volume a ser analisado, denominado amostra.

§ 1º - A amostra será retirada de modo a representar o padrão do produto a que se refere.

§ 2º - A amostra somente poderá ser retirada pelo IMA, ou pela entidade credenciada, que responderá pela sua autenticidade.

Art. 21 - O peso e o número de amostra por lote, bem como as condições técnicas a serem observadas na sua retirada,

acondicionamento, embalagens e conservação, serão fixados pelo IMA.

Art. 22 - Após a análise, a amostra será acondicionada e identificada com o lote do produto, para depósito e conservação sob a

responsabilidade de quem a coletou, com prazo fixado pelo IMA.

Art. 23 - Vencido o prazo do depósito e da conservação da amostra, o IMA poderá aliená-la ou doá-la, de acordo com a legislação vigente.

Parágrafo único - A amostra em poder de entidade credenciada, após liberação pelo IMA, terá destinação a seu critério.

CAPÍTULO VII

Da Fiscalização

Art. 24 - A fiscalização do CERTICAFÉ será exercida pelo IMA.

Parágrafo único - Caberá, ainda, ao IMA fiscalizar o uso e a emissão do Certificado de Origem, quando delegar a atividade.

Art. 25 - O café com Certificado de Origem, quando armazenado ou em trânsito, fica sujeito à fiscalização.

Art. 26 - A fiscalização tem por objetivo verificar o cumprimento das normas legais e regulamentares referentes à classificação e à certificação de origem do café.

Art. 27 - A fiscalização contará com o apoio dos órgãos e das entidades públicas estaduais, especialmente da Secretaria de Estado da Fazenda, para evitar fraude, imitação, alteração ou adulteração na comercialização do café com Certificado de Origem.

Art. 28 - Quando a autoridade fiscalizadora suspeitar que o produto não corresponder às especificações do padrão, contidas no respectivo Certificado de Origem, o produto será apreendido e o seu detentor será nomeado fiel depositário, nos termos da legislação vigente.

Parágrafo único - Nos casos previstos neste artigo, o café será amostrado para verificação e somente liberado após o resultado da análise.

CAPÍTULO VIII

Das penalidades

Art. 29 - Sem prejuízo da responsabilidade civil e penal cabível, o descumprimento das disposições deste Decreto implicará as seguintes penalidades:

I - advertência;

II - suspensão temporária do direito de uso do Certificado de Origem;

III - cassação ou cancelamento do registro e do direito de uso do Certificado de Origem;

IV - suspensão temporária do credenciamento;

V - cassação ou cancelamento do credenciamento.

Art. 30 - A pena de advertência será imposta somente a infrator primário.

Art. 31 - A pena de suspensão temporária do direito de uso do Certificado de Origem e do credenciamento dar-se-á quando o produto estiver sendo comercializado sem o cumprimento das disposições deste Decreto.

Art. 32 - A cassação ou o cancelamento do registro, do credenciamento e do direito de uso do Certificado de Origem ocorrerá nos casos de reincidência ou em situações de fraude, alteração ou adulteração do documento.

§ 1º - A cassação ou o cancelamento do registro, do credenciamento e do direito de uso do Certificado de Origem implica a renúncia, por parte do participante do CERTICAFÉ, de ação de indenização.

§ 2º - A cassação do credenciamento e do direito de uso do Certificado de Origem implica a apreensão e destruição de toda a documentação de certificado, sem direito de qualquer ressarcimento.

§ 3º - A utilização do Certificado de Origem fora das normas deste Programa importará responsabilidade civil e penal para infrator.

§ 4º - Qualquer rasura ou emenda no Certificado de Origem, mesmo com ressalva, invalida o documento para os fins deste Programa.

CAPÍTULO IX

Da Prestação de Serviços

Art. 33 - A prestação de serviços de certificação de que trata este Programa será remunerada de acordo com valores fixados pelo

IMA, ouvido o Conselho Executivo do CERTICAFÉ.

Art. 34 - Os recursos financeiros provenientes da prestação de serviços pelo IMA serão recolhidos em conta especial da autarquia, que a movimentará, de conformidade com a programação técnica aprovada pelo Conselho Executivo do CERTICAFÉ.

CAPÍTULO X

Das Disposições Gerais

Art. 35 - As Secretarias de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento e da Indústria, do Comércio e Turismo poderão delegar suas atribuições a autarquia, fundação pública ou entidade a elas vinculadas.

Art.36 - O Presidente do Conselho Executivo do CERTICAFÉ poderá solicitar a manifestação de representante de órgão ou de entidade governamental e de setor organizado da sociedade civil, sem representação no colegiado, acerca de assunto relacionado com os seus objetivos.

Art. 37 - As Secretarias de Estado com representantes no Conselho Executivo poderão celebrar em nome do Estado, com entidades de direito público e privado, para assegurar o desenvolvimento do CERTICAFÉ.

Art. 38 - Os participantes do CERTICAFÉ assegurarão aos servidores do IMA livre acesso às propriedades onde são produzidos,

beneficiados e preparados os cafés para certificação, visando ao cumprimento deste Decreto.

Art. 39 - Aquele que utilizar o Certificado de Origem sem autorização ou falsificá-lo será submetido a processo para apuração de responsabilidade civil e penal.

Art. 40 - Será realizada inspeção pelo IMA, antes da concessão de Certificado de Origem, para cafés que tenham apresentado

irregularidades ou uso indevido do Certificado, objetivando o seu reenquadramento no programa.

Art. 41 - a autorização e o credenciamento do uso do Certificado de Origem não poderão ser transferidos ou cedidos a terceiros.

Art.42 - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 43 - Revogam-se as disposições em contrário.

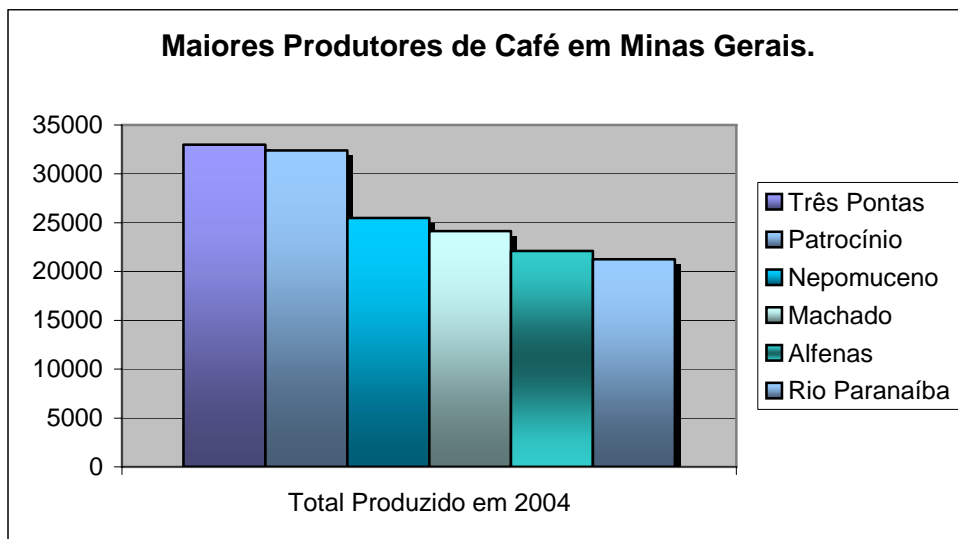
Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte, aos 17 de dezembro de 1996.

Eduardo Azeredo
Álvaro Brandão de Azeredo
Alysson Paulinelli
Maurício de Freitas Teixeira Campos

Anexo 4 – Os Valores Comparativos da Produção e Preço do Café



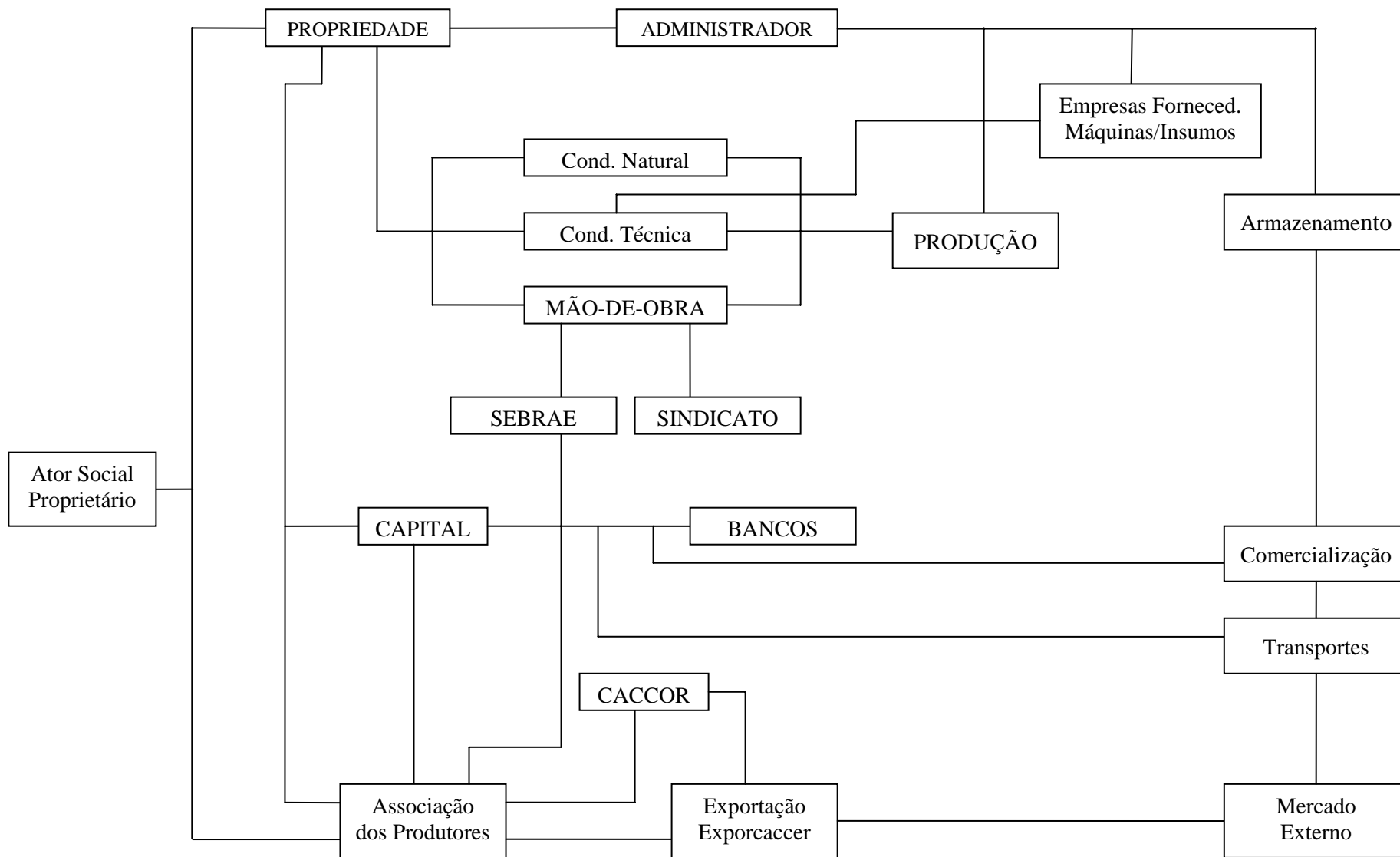
Fonte IBGE.



Fonte IBGE.

Anexo 5: CAFÉ DO CERRADO

ORGANIZAÇÃO DA PRODUÇÃO À EXPORTAÇÃO



Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)