

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Campus de Rio Claro

USO CORPORATIVO DO TERRITÓRIO BRASILEIRO E A
NOVA DINÂMICA DO LUGAR: O CIRCUITO ESPACIAL DA
PRODUÇÃO DE CAFÉ E OS CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO
NO SUDOESTE DE MINAS GERAIS (MG)

Guilherme Rodrigues dos Reis

Orientadora: Profa. Dra. Samira Peduti Kahil

Dissertação de Mestrado elaborada junto ao
Programa de Pós-Graduação em Geografia -
Área Organização do Espaço - para obtenção
do título de Mestre em Geografia.

Rio Claro (SP)
2009

910h.2 Reis, Guilherme Rodrigues dos
R375u Uso corporativo do território brasileiro e a nova dinâmica
do lugar : o circuito espacial da produção do café e os círculos
de cooperação no sudoeste de Minas Gerais / Guilherme
Rodrigues dos Reis. - Rio Claro : [s.n.], 2009
78 f. : il., figs., tabs.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista,
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Orientador: Samira Peduti Kahil

1. Geografia rural. 2. Globalização. 3. Círculo de
cooperação. 4. Uso do Território. I. Título.

Ficha Catalográfica elaborada pela STATI - Biblioteca da UNESP
Campus de Rio Claro/SP

COMISSÃO EXAMINADORA

Profa. Dra. Samira Peduti Kahlil
(Orientadora – Presidente)

Prof. Dr. Ricardo Castillo
(Membro – Titular)

Prof. Dr. Paulo Roberto Teixeira de Godoy
(Membro – Titular)

Guilherme Rodrigues dos Reis
(Mestrando)

Rio Claro, 13 de outubro de 2009

Resultado: APROVADO

AGRADECIMENTOS

Algumas pessoas foram importantes para a realização dessa pesquisa. A elas deixo aqui os meus agradecimentos.

À minha mãe Leila e meu pai Pedro, que, mesmo distantes fisicamente, sempre apoiaram minhas decisões, meu muito obrigado.

Meu muito obrigado também à orientadora Samira, pelo apoio intelectual com o qual sempre pude contar em nossas conversas de orientação.

Ao amigo Pedro Henrique (BH), pelas conversas no prédio da pós-graduação, que também foram de grande importância para meu amadurecimento intelectual, meus sinceros agradecimentos.

RESUMO

Uso corporativo do território brasileiro e a nova dinâmica do lugar: o circuito espacial da produção de café e os círculos de cooperação no sudoeste de Minas Gerais (MG).

Partindo dos conceitos círculo de cooperação, circuito espacial de produção e formação socioespacial da região cafeeira do Sudoeste de Minas Gerais, destaca-se um contexto histórico que se direciona para uma especialização produtiva desta região através do avanço do meio técnico-científico-informacional, que possibilita sua inserção no processo de globalização. A partir da difusão desse meio tecnificado, os novos objetos técnicos e as mesmas ações conservadoras se instalam no território para dinamizar a produção cafeeira, dando uma nova dinâmica ao lugar, a qual torna esta região apta a participar das trocas comerciais globais exacerbadas pela globalização. A inserção da região cafeeira do sudoeste mineiro na economia agrícola internacional se dá através de uma modernização conservadora, trazendo perda de autonomia do lugar e levando ao uso seletivo e corporativo do território.

Palavras-chave : globalização – círculo de cooperação - uso do território.

ABSTRACT

Use corporative of brasilian territory and the new dynamic of the place: the spatial circuit of production of coffee and the cooperation circule in the southern Minas Gerais (MG) – Brazil

Based on the concepts of cooperation circle, spatial circuit of production and socio-spatial formation of the coffee region in southern Minas Gerais stands out a historical context that goes to a productive specialization this region by the advancement of the technical-scientific-informational allowing their integration into the globalization process. From the diffusion of the means technified, the new technical objects and the same conservative actions settle in the territory to boost the coffee production giving a new dynamic to the place. And from this new dynamic that the region becomes able to participate in global trade exacerbated by globalization. The insertion of the coffee region in southwestern of the Minas Gerais in international agricultural economy is given by a conservative modernization bringing loss of autonomy of the place leading to the selective use and corporate of territory.

Key words: globalization, cooperation circle, circuit spacial of production

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: Organograma das associações privadas do círculo de cooperação da atividade cafeeira.....	p. 28
Figura 02: Organograma da estrutura administrativa do CICAPE.....	p. 29
Figura 03: Distribuição dos subprojetos por Instituição Consorciada.....	p. 31
Figura 04: Subprojetos em andamento por Núcleo de Referência (2005).....	p. 32
Figura 05: Financiamento público da agricultura.....	p. 34
Figura 06: Agentes Financeiros Responsáveis pelo Repasse de Crédito na safra de 2005/2006.....	p. 36
Figura 07: Participação dos Agentes Financeiros.....	p. 37
Figura 08: Recursos do Funcafé.....	p. 37
Figura 09: Recursos distribuídos por linhas de créditos (2006).....	p. 38
Figura 10: Comercialização com CDA-WA.....	p. 41
Figura 11: Circuito Espacial da Produção do Café e Principais Agentes Econômicos.....	p. 46
Figura 12: Situação da concentração de renda.....	p. 47
Figura 13: Relação custo com preço de venda.....	p. 48
Figura 14: Exportação de café solúvel brasileiro (milhões de sacas).....	p. 54
Figura 15: Exportações brasileiras de café torrado e moído.....	p. 56
Figura 16: PIB do café - Fonte: Seminário Café: Novos Desafios e Oportunidades.....	p. 58
Figura 17: Cooperativas mineiras participantes da Global.....	p. 71

LISTA DE TABELAS

- Tabela 01:** As 15 maiores exportadoras brasileiras de café verde (arábica e conillon) em mil sacas de 60kg.....p. 50
- Tabela 02:** Grau de concentração das empresas exportadoras de Café Verde no Brasil.....p. 51
- Tabela 03:** Participação das principais empresas de solúvel nas exportações (equivalente em sacas de 60 kg).....p. 52
- Tabela 04:** Grau de Concentração das Indústrias de Torrefação no Brasil.....p. 56
- Tabela 05:** Compradores Internacionais de Café – Grau de Concentração.....p. 60
- Tabela 06:** Concentração das Multinacionais Torrefadoras de Café.....p. 60
- Tabela 07:** Grau de Concentração das Principais Indústrias nos Países Consumidores.....p. 62
- Tabela 08:** Perfil dos produtores.....p. 69

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café

ABICS - Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel

AIC - Acordo Internacional do Café

APPC - Associação de Países Produtores de Café

BM&F - Bolsa de Mercadoria e Futuro

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Social e Econômico

CBD&D/CAFÉ - Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café

CDA - Certificado de Depósito Agropecuário

CDPC - Conselho Deliberativo de Política Cafeeira

CECAFE - Associação dos Exportadores de Café

CICAFE - Centro de Inteligência do Café

CMN - Conselho Monetário Nacional

CNA - Conselho Nacional da Agricultura

CNC - Conselho Nacional da Cafeicultura

CONAB - Companhia Nacional para o Abastecimento

COOPARAISO - Cooperativa de Cafeicultores de S. S. do Paraíso e Região

COOXUPE - Cooperativa de Cafeicultores de Guaxupé e Região

DCAF/SPAE - Departamento do Café

EGF - Empréstimo Governo Federal

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EU - União Européia

FAC - Financiamento para Aquisição de Café

FAT - Fundo do Amparo ao Trabalhador

FINEP - Fundo Nacional de Investimento para o Ensino e Pesquisa

FMI - Fundo Monetário Internacional

FUNCAFE - Fundo de Defesa da Economia Cafeeira

IAC - Instituto Agronômico de Campinas

IBC - Instituto Brasileiro do Café

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS - Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços

IED - Investimentos Externos Diretos

LEC - Linha Especial de Crédito

MAPA - Ministério da Agricultura

MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia

MIDC - Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e Comércio Exterior

NYBOT - Bolsa de Valores de Nova York

OCB - Organização das Cooperativas Brasileiras

OIC - Organização Internacional da Cafeicultura

PAC - Plano de Aceleração e Crescimento

PGPM - Política de Garantia de Preços Mínimos

PIB - Produto Interno Bruto

PNP&D/CAFÉ - Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café

PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

PRRC - Plano de Renovação e Revigoração dos Cafezais

SNCR - Sistema Nacional de Crédito Rural

SPAIE - Secretaria de Produção e Agroenergia

UFLA - Universidade Federal de Lavras

UFV - Universidade Federal de Viçosa

UNICAMP - Universidade Estadual de Campinas

USP - Universidade de São Paulo

WA - Warrant Agropecuário

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO 1 - Os Círculos de Cooperação na Atividade Cafeeira: Informação, Pesquisa Científica e Financiamento.....	21
1.1 O Círculo de Cooperação da Informação para Gestão do Circuito Espacial de Produção do Café.....	23
1.2 O Círculo de Cooperação da Pesquisa Científica para Gestão do Circuito Espacial da Produção do Café.....	30
1.3 O Círculo de Cooperação do Financiamento para Gestão do Circuito Espacial da Produção do Café.....	32
1.3.1 O Financiamento da Agricultura no Território Brasileiro.....	34
1.3.2 O Fundo de Defesa da Economia (FUNCAFE) e as Agências de Financiamentos.....	35
1.3.3 Instrumentos de Financiamento Privado na Atividade Cafeeira.....	39
CAPÍTULO 2 - A Globalização e o Comercio Mundial do Café: As Multinacionais e a Atividade Cafeeira no Território Brasileiro.....	43
2.1 Os Agentes do Circuito Espacial da Produção do Café.....	44
2.2 A Atividade Cafeeira nos Países Periféricos.....	46
2.3 A Atividade Cafeeira no Território Brasileiro.....	47
2.4 A Exportação do Café Verde no Brasil.....	49
2.5 As Empresas de Solúvel no Brasil.....	51
2.6 A Indústria Brasileira de Café Moído e Torrado.....	54
2.7 O Domínio do Circuito Espacial da Produção pelas grandes Multinacionais da Atividade Cafeeira.....	57
CAPÍTULO 3 - O Processo de Globalização e o Lugar: A Inserção de Minas Gerais no Circuito Espacial da Produção do Café.....	63
3.1 Sudoeste de Minas Gerais: Uma Região Agrícola Produtiva.....	65
3.2 O adensamento técnico-científico e político no Sudoeste Mineiro.....	66

3.3 COOPARAISO: Do Meio Técnico a Constituição de um Moderno Circuito Espacial Produtivo do Café.....	68
3.4 COOPARAISO: Uma Normatização do Território?.....	71
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	74
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75
6. OBRAS CONSULTADAS	76

Introdução

O estágio atual do processo histórico, marcado por profundas transformações no espaço geográfico, determina o período denominado de globalização. Todavia, o modo como se estruturou a globalização atual difere das “ondas” anteriores, uma vez que:

não se pode dizer que a globalização seja semelhante às ondas anteriores, nem mesmo uma continuação do que havia antes, exatamente porque as condições de sua realização mudaram radicalmente (SANTOS, 2000, p. 142).

Assim, é o modo de estruturação do processo de transformação que nos autoriza demarcar o período atual como novo período. Podemos admitir, junto com Milton Santos, que a história do espaço geográfico pode ser dividida em três grandes períodos: o meio natural, o meio técnico e o meio técnico-científico-informacional. O meio natural foi marcado pela imposição das variáveis naturais (clima, relevo etc.), determinando o ritmo da organização dos sistemas de ações. O período demarcado pelo meio natural é o longo momento da história em que as variáveis-chave da organização social eram as determinantes climáticas, de relevo, vegetação etc, orquestrando o ritmo dos sistemas de atividades.

Não é que nesse momento não se desenvolvessem instrumentos técnicos, mas é o momento em que os artifícios técnicos se autonomizam, se tornam elementos-chave da organização das atividades. Podemos dizer que estes artifícios técnicos preparam o início do segundo período, o período técnico, no qual o meio geográfico, os lugares podem ser diferenciados em função da extensão e da densidade dos sistemas de objetos técnicos, artificiais e culturais. Nesse período os sistemas naturais não desaparecem, mas os sistemas de objetos técnicos passam a ser a variável-chave da organização do meio.

O terceiro período, ainda seguindo a proposta de periodização de Santos, tem seu início na década de 1970 e se distingue dos anteriores pela profunda interação da ciência e da técnica.

Nesse período, os objetos tendem a ser ao mesmo tempo técnicos e informacionais. Por isso, estamos hoje diante do que Milton Santos (1996) chama de meio técnico- científico- informacional.

Este período apresenta um conjunto de novas possibilidades para que os agentes hegemônicos, da economia e da política mundial, executem um projeto de controle do território, a partir dos avanços da ciência e da qualidade da técnica, presidido pelo papel da informação. Assim, o novo período, marcado por um desenvolvimento desigual e combinado, é o resultado de uma nova ordem que permite a análise do território pela concentração ou densidade cada vez maior de sistemas técnicos, científicos e informacionais no meio geográfico. A concentração técnica e a intencionalidade, presentes nos sistemas de objetos instalados no território, permitem que os sistemas de ações dos agentes hegemônicos se deem com maior eficácia, já que usam, de forma privilegiada, os sistemas técnicos, principalmente de informação (SANTOS, 1996). Com a difusão do meio técnico-científico-informacional, principalmente dos sistemas de informação, torna-se possível uma orquestração em conjunto dos sistemas de ações hegemônicas, tanto da política quanto das atividades econômicas e também de forma sistêmica, que dão ritmo e regulam as dinâmicas territoriais em todo o mundo.

É um momento da história em que o mercado se manifesta como mercado internacionalizado, dada a unicidade do fenômeno técnico, comandado pelos sistemas de informação. A unicidade do fenômeno técnico e os sistemas de informações (centrais telefônicas, estações e terminais receptoras, antenas parabólicas, torres de transmissão de dados, cabos de fibra óptica, sistema de GPS, e redes de computadores) se instalam nos lugares segundo diferentes intensidades e de forma hierárquica, conforme a demanda do mercado, ou seja, segundo interesses econômicos e políticos. São esses sistemas técnico-informacionais os elementos ou variáveis que possibilitam a análise das desigualdades territoriais e regionais. É por meio destes sistemas técnicos que os lugares se globalizam, e cada um desses subespaços, embora de maneira distinta, tem mais ou menos possibilidade de acolher as ações hegemônicas globais (SANTOS, 1996).

O processo de globalização se constitui numa organização hegemônica dos sistemas de ações das empresas, instituições e Estados. Esses agentes hegemônicos, através do imperativo da competitividade, a despeito de qualquer outra razão, privilegiam a razão, a lógica, a racionalidade puramente econômica, que exalta a mercadoria e o capital financeiro como única forma de organização social.

É um período em que o espaço geográfico se transforma segundo essa mesma e única racionalidade do mercado, passando a se constituir num meio

técnico, científico e informacional para uso exclusivo desse seletivo sistema de ações. Exatamente por se constituírem num meio técnico, científico e informacional, os lugares se tornam aptos a atender aos interesses desses agentes hegemônicos, que à distância comandam a vida de relações desses lugares. Milton Santos (1997, p.18), em “O Retorno do Território”, assim se refere a esse processo:

A parcela técnica da produção permite que as cidades locais ou regionais tenham um certo controle sobre a porção do território que as rodeia. Este comando se baseia na configuração técnica do território, em sua densidade técnica e, também, de alguma forma, na sua densidade funcional a que podemos igualmente chamar densidade informacional. Já o controle distante, localmente realizado sobre a parcela política da produção, é feito por cidades mundiais e os seus “relais” nos territórios diversos.

Milton Santos também afirma que há no território uma dialética entre o lugar e o mundo “[...] que se afirma mediante um “controle” local da parcela “técnica” da produção e um controle remoto da parcela política da produção.” (SANTOS, 1996, p.16).

O controle remoto dos sistemas de atividade nos lugares só é possível pela instalação, nesses lugares, de sistemas técnico-científicos e informacionais que instrumentalizam o meio geográfico. Esta densidade técnica é funcional para as ações hegemônicas que usam e abusam do território como recurso.

Uma das formas de organização vantajosa dos sistemas de atividades, promovida por agentes hegemônicos do sistema econômico e político internacional, tem levado à especialização produtiva dos lugares, dado o aprofundamento da divisão territorial do trabalho. A divisão territorial do trabalho é o processo responsável por atribuir novas funções aos lugares, via de regra aprofundando as desigualdades territoriais. (CASTILLO; TOLEDO JR; ANDRADE, 1997, p.77)

A constituição técnico-racional dos sistemas de objetos e dos sistemas de ações nos lugares impõe um modo de funcionamento e controle das atividades econômicas, seguindo um projeto técnico-econômico de modernização, cujos fins únicos são, atualmente, a busca pelo crescimento e a competitividade econômica. A lógica de organização do território segue os mesmos, únicos e determinados interesses técnico-econômicos dos agentes hegemônicos. Chegamos assim a um período da história, como nos diz Milton Santos (1996, p.46), [...] “no qual o processo

de racionalização da sociedade atinge o próprio território e este passa a ser um instrumento fundamental da racionalidade social.”

A racionalização do espaço geográfico, viabilizada pelos avanços técnico-científicos e informacionais, instala-se no território através dos imperativos da razão única, a razão econômica, racionalidade do sistema capitalista. Essa racionalidade manifesta-se nos lugares onde se instalam mais ou menos densamente os sistemas técnico-científicos e informacionais. Esta maior ou menor densidade técnica permite diferenciarmos os lugares, as regiões e nos autorizam distingui-los. Dessa maneira, o meio técnico-científico-informacional está em todos os lugares do planeta, porém se apresenta com intensidades diferentes (SANTOS, 1996, p.51).

Assim, podemos encontrar lugares, regiões, onde a mais densa camada técnica nos autoriza, também conforme Santos, denominá-las de “regiões luminosas”, enquanto as regiões em que a camada de artifício é rarefeita pode ser denominada de regiões ou “zonas opacas”.

A variação tanto da densidade técnica quanto da intensidade e possibilidade de uso do território resulta em “novas” delimitações regionais, “novas” fronteiras e fragmentações do território. Regiões que se especializam na produção de determinadas mercadorias e, assim, passam a estabelecer ligações de proximidade com lugares longínquos, muitas vezes, fora do território nacional, vamos chamá-las de “regiões funcionais”, formadas a partir da reunião, num mesmo lugar, de fatores produtivos especializados em realizar determinada função de importância mundial. Para Milton Santos (1996, p.107):

[...] tal distribuição da totalidade de recursos resulta da divisão do trabalho. Esta é o vetor que permite à totalidade dos recursos (mundial ou nacional) funcionalizar-se e objetivar-se. Isso se dá em lugares. O espaço como um todo reúne todas essas formas locais de funcionalização e objetivação da totalidade.

As regiões funcionais não possuem autonomia e são reguladas por fatores econômicos, políticos e sociais, e por isso apresentam uma distribuição arbitrária e

intencional dos recursos¹, conforme os interesses dos agentes hegemônicos (SANTOS, 1996). Tais regiões são ferramentas funcionais aos ditames do capital, sendo assim descontínuas e fortemente especializadas. Contudo, as regiões funcionais enfraquecem o projeto de integração nacional, já que, por este processo, fragmentos do espaço geográfico se tornam racionais a uma ordem hegemônica que visa, essencialmente, à acumulação. Esta lógica instrumental, imposta a todos os países no atual estágio de desenvolvimento do sistema capitalista, produz ainda mais desigualdade.

A tendência atual é que os lugares se unam verticalmente e tudo é feito para isso, em toda parte. Créditos internacionais são postos à disposição dos países mais pobres para permitir que as redes se estabeleçam ao serviço do grande capital (SANTOS, 1997, p. 19)

Portanto, a nova ordem econômica mundial, quando materializada no lugar, desequilibra e destrói a ordem preexistente no mesmo. Quando as possibilidades de ação dos agentes hegemônicos, através de uma organização coercitiva, se impõem nos lugares, o resultado é a fragmentação do território e a perda da autonomia política. É dessa forma que as mesmas ações que ordenam e globalizam os lugares também promovem uma desordem e desunião entre os lugares. Essa desintegração entre os lugares se deve à competitividade territorial, a qual exige que os lugares da ação sejam previamente escolhidos entre aqueles capazes de oferecer as condições vantajosas de sobreacumulação. O processo de modernização técnico-territorial, historicamente, vem privilegiando as atividades produtivas e os circuitos de produção vinculados ao mercado internacional, com o objetivo de tornar o território mais eficiente e alinhado aos novos imperativos e às novas lógicas que regulam a dinâmica da organização e da realização da produção, no período atual.

Desta maneira, a capacidade dos Estados nacionais de exercerem efetiva liderança macroeconômica em seus territórios, o que significa condicionar e orientar a acumulação de capitais privados, vem sendo, gradualmente, enfraquecida. Com a globalização, o Estado nacional perdeu a possibilidade de comandar o processo de

¹ Os recursos, de que nos fala Milton Santos, são [...] “toda possibilidade, material ou não, de ação oferecida aos homens (indivíduos, empresas, instituições). (...) são coisas, naturais ou artificiais, relações compulsórias ou espontâneas, idéias, sentimentos, valores. (SANTOS, 1996, p.106).

produção e distribuição da riqueza mediante a formulação de projetos nacionais (SINGER, 2003). Para Chesnais (2003, p.52), os investimentos externos diretos (IED) e as empresas multinacionais determinam a forma como os países se inserem nas trocas globais, ou seja:

[..] o regime de acumulação com dominância financeira é efetivamente mundializado no sentido em que seu funcionamento exige, ao ponto de ser consubstancial a sua existência, um grau bastante elevado de liberalização e de desregulamentação não apenas da finança, mas também do investimento externo direto (IED) e das trocas comerciais.

Dessa maneira, a racionalidade que comanda a organização e a distribuição do trabalho e da riqueza no território é única e tem o objetivo único de atender à competitividade da ordem mercadológica. Dessa forma, os lugares reproduzem o mundo segundo uma mesma e única ordem. Para Milton Santos (1996, p.100):

É essa ordem unitária que cria a diversidade, pois as determinações do todo se dão de forma diferente, quantitativa e qualitativamente, para cada lugar. Trata-se de uma evolução diacrônica, consagrando mudanças não homólogas do valor relativo de cada variável. O desenvolvimento desigual e combinado é, pois, uma ordem [...]

A lógica mercantil dinamiza, nos dias de hoje, a produção da tecnociência a partir de um aparato técnico-científico-informacional, cujo resultado leva à constituição de uma hierarquia entre os lugares, dada de forma simultânea e conjugada à desigual distribuição da riqueza e concentração do poder de comando do processo produtivo.

Na divisão internacional do trabalho, o Brasil ocupa, historicamente, a função de país agroexportador e, a despeito da dita globalização, o fato de compor a periferia do sistema capitalista reafirma sua posição de país “subdesenvolvido”. A dinâmica da formação de suas regiões agrícolas especializadas desempenha, na divisão internacional do trabalho, função de produzir e servir cada vez mais aos interesses do mercado internacional, ou seja, uma economia extrovertida dependente da demanda de países centrais e dependente dos “humores” do mercado internacional. Desta forma, em função dos fatores externos, as regiões onde são desenvolvidas as atividades agrícolas especializadas tornam-se sujeitas

às graves crises, não só econômicas, mas principalmente sociais, deixando o território vulnerável à dinâmica do comércio mundial, controlada pelos agentes hegemônicos.

A subordinação das regiões do território brasileiro às lógicas hegemônicas e exógenas da globalização vai ser demonstrada, nesta dissertação, através do estudo do circuito espacial de produção e complementar círculo de cooperação na atividade cafeeira no Sudoeste de Minas Gerais. O circuito espacial de produção se constitui no conjunto das atividades que compõem o processo produtivo desde:

[...] a circulação de bens e mercadorias (fluxos materiais) no encadeamento das instâncias de produção geograficamente separadas da produção, circulação, distribuição e consumo, de um determinado produto, num movimento permanente. (SANTOS, 1997; MORAES, 1991; ARROYO, 2001; *apud* CASTILLO e FREDERICO; 2004, p. 237).

O circuito espacial da produção de *comoditie* se constitui, no Brasil e no mundo, pela presença e concentração econômica de grandes empresas multinacionais. Este domínio e o poder das multinacionais impõem um uso restritivo e corporativo dos territórios nacionais, pois as decisões e estratégias que animam a dinâmica das regiões onde estas se instalam são elaboradas e planejadas por esses poucos agentes hegemônicos. As regiões agrícolas no Brasil são fortemente submetidas à regulação política e decisiva dos interesses dessas grandes corporações de capital planetário.

A gestão territorial por agentes hegemônicos se dá através do controle sobre todo o circuito espacial da produção, desempenhando forte influência na organização e no uso do território. Por meio de ações e normas corporativas, estas grandes multinacionais tornam-se capazes de chamar parte do território a participar do movimento geral da globalização. A dinâmica territorial do lugar se vê conduzida, então, por políticas empresariais, e o território passa a ser usado de forma seletiva e corporativa (SANTOS & SILVEIRA, 2001).

Disfarçadamente chamadas de gestão pelos arautos da globalização, essas políticas econômico-administrativas, políticas empresariais de incentivo ao desenvolvimento de uma agricultura técnico-científica-informacional e altamente especializadas vão configurando, no Sudoeste de Minas Gerais, um circuito espacial de produção do café – um circuito espacial agora muito mais estendido quanto às

relações que estabelece com o mundo. Desta maneira, todo o território vai se instrumentalizando para servir, no lugar, a uma produção muito especializada e voltada para o mercado internacional.

Partindo da hipótese de que o território brasileiro é organizado e usado, seletiva e corporativamente, pelas grandes empresas internacionais, seguindo a lógica do atual modo de desenvolvimento do capitalismo, nossa proposta de estudar a organização do circuito espacial da produção e do círculo de cooperação, tomando como exemplo a região cafeeira do Sudoeste de Minas Gerais – Brasil, é uma contribuição para a explicação das desigualdades sócio-territoriais que, no período atual, têm se aprofundado em nosso país.

No primeiro capítulo desta dissertação, buscamos mostrar a constituição dos principais círculos de cooperação que se estabelecem para atuar em conjunto e se tornar a base da produção cafeeira. O segundo capítulo trata da Globalização e o Comércio Mundial do café, enfatizando o domínio das multinacionais no circuito espacial da produção cafeeira, no território brasileiro. O terceiro e último capítulo explica como o lugar se insere, de forma periférica, no circuito espacial da produção do café, tomando como exemplo a produção de *comoditie* no Brasil e na principal região produtora, o Sudoeste de Minas Gerais.

[...] “a comunicação, consubstanciada na transferência de capitais, ordens, informação (fluxos imateriais) garante os níveis de organização necessários para articular os agentes dispersos geograficamente, isto é, unificando, através de comandos centralizados, as diversas etapas, espacialmente segmentadas da produção.” (Castillo;Frederico, 2004,p. 237)

CAPÍTULO 1

Os Círculos de Cooperação na Atividade Cafeeira: Informação, Pesquisa Científica e Financiamento

“Circuitos espaciais de produção e círculos de cooperação mostram o uso diferenciado de cada território por parte das empresas, das instituições, dos indivíduos e permitem compreender a hierarquia dos lugares, desde a escala regional até a escala mundial” (Santos e Silveira, 2001, p. 144).

No circuito espacial da produção do café, um feixe de relações se instala ligando as atividades que, somadas às atividades desenvolvidas na esfera dos círculos de cooperação, formam verdadeiras redes unindo lugares geograficamente distintos.

Da rede de relações entre o circuito espacial produtivo do café no Sudoeste de Minas Gerais e o mundo de relações com os círculos de cooperação, que a partir daí se estabelecem, destacamos para análise nesse item os meios de difusão e acesso à informação, ou seja, os meios geográficos que possibilitam os sistemas das grandes empresas e o sistema financeiro, principalmente, exercerem o comando remoto das atividades que se realizam em regiões, as mais distantes.

De acordo com Santos e Silveira (2001), Ricardo Castillo e Samuel Frederico (2004), é a partir da difusão do meio técnico-científico–informacional que os agentes

hegemônicos difundem e expandem sua arena de produção. Amplia-se a distância física que separa as fases do processo de produção, o que exige mais complementaridade e, por sua vez, aumenta o feixe e relações entre os lugares. Essas relações de complementaridade entre os lugares são relações solidárias (entre empresas, instituições etc...), com a finalidade única de unificar as ações e tornar eficaz a ordem, a organização do sistema produtivo – são as solidariedades organizacionais.

Para coordenar, articular e organizar os sub-sistemas de atividades produtivas, agora mais divididos e dispersos no território, os agentes desenvolvem estratégias usando os sistemas técnicos informacionais disponíveis.

O meio geográfico, como meio técnico-científico-informacional, é assim condição da constituição e realização eficaz do circuito da produção e complementar círculo de cooperação para os quais:

[...] a comunicação, consubstanciada na transferência de capitais, ordens, informação (fluxos imateriais) garante os níveis de organização necessários para articular os agentes dispersos geograficamente, isto é, unificando, através de comandos centralizados, as diversas etapas, espacialmente segmentadas da produção. (CASTILLO; FREDERICO, 2004,p. 237)

Os círculos de cooperação garantem os níveis de organização necessários para a articulação dos lugares e agentes dispersos geograficamente.

Circuitos espaciais de produção e círculos de cooperação mostram o uso diferenciado de cada território por parte das empresas, das instituições, dos indivíduos e permitem compreender a hierarquia dos lugares, desde a escala regional até a escala mundial (SANTOS E SILVEIRA, 2001, p. 144).

São os círculos de cooperação complementares ao circuito de produção que permitem aos agentes hegemônicos centralizar e comandar remotamente a produção, a distribuição e o consumo das mercadorias. Entre os círculos de cooperação complementares ao circuito espacial do café, analisaremos no subitem 1.1 os sistemas de informação, no subitem 1.2 o sistema técnico-científico (pesquisa científica) e no subitem 1.3 o sistema de financiamento.

1.1 Círculo de Cooperação da Informação para Gestão do Circuito Espacial de Produção do Café

A velocidade e simultaneidade com que as informações são transmitidas é que torna possível a interdependência dos sistemas de relações que unem todos os lugares do mundo.

As transformações técnicas do meio geográfico e do sistema informacional, em particular, possibilitaram, a partir da década de 1970, uma nova ordem econômica mundial. Foi a partir dessas transformações que agentes hegemônicos da economia mundial passaram a se utilizar dos sistemas técnicos informacionais, tornando a velocidade, a mobilidade e fluidez das informações recurso indispensável e estratégico para o comando da produção de mercadorias, que desde então passaram a transitar em um mercado tornado internacional. Toda transformação do aparato técnico, científico e informacional se instalou no meio geográfico, que se instrumentalizou e possibilitou que novas estratégias de comércio mundial mudassem o ritmo de circulação do capital, substituindo a lógica da concorrência e cooperação entre as empresas e, principalmente, promovendo um ambiente econômico mundial fortemente competitivo (SANTOS, 1996).

No momento atual, os sistemas técnicos informacionais são usados pelos agentes hegemônicos da economia para alcançar a tão buscada competitividade. Nesse contexto, a capacidade de inovação tecnológica e de acesso à informação vem transformando substancialmente a estrutura do mercado internacional – dito mercado global.

É nesse ambiente de competitividade global que as empresas que fazem parte do circuito da produção organizam a produção e o consumo, tendo em vista o próprio consumidor. Ou seja, é o consumidor de café em Londres ou em qualquer lugar do mundo que parece decidir qual tipo de café será produzido no Brasil. É o consumidor que parece definir, inclusive, o programa de pesquisa agrônômica, pois as pesquisas financiadas pelas grandes empresas do circuito produtivo vão em direção aos anseios que o mercado está apontando para consumo.

Desta maneira, as empresas oferecem diretamente aos consumidores informações mais amplas sobre o que elas estão produzindo e, em troca, os consumidores retribuem fornecendo-lhes mais informações sobre seus gostos e práticas. Esta é uma forma, segundo Mattelart (2002), de gerar no outro o desejo do

que se quer que ele deseje, ao mesmo tempo em que o consumidor é conduzido a aceitar as normas e as instituições que produzem o comportamento desejado. Assim, modelando as preferências dos outros, as empresas atingem seus objetivos mais pela sedução que pela coerção. Para Milton Santos (2001, p.48):

[...] as empresas hegemônicas produzem o consumidor antes mesmo de produzir o produto. Um dado essencial do entendimento do consumo é que a produção do consumidor, hoje, precede a produção de bens e serviços.

Essa é a lógica que as grandes empresas utilizam para criar na sociedade a necessidade de consumir².

Brigando pela sobrevivência e hegemonia, em função da competitividade, as empresas não podem mais existir sem publicidade, que se tornou o nervo do comércio (SANTOS, 2001, p. 40).

Para se tornarem competitivas, as empresas do circuito espacial do café investem grandes somas de capital em pesquisas e propagandas que mostrem ao consumidor a funcionalidade do café como mercadoria coadjuvante e importante para sua saúde. A informação também se torna importante para criar a necessidade de consumir os chamados “*soft drink*” ou bebidas sofisticadas. As grandes multinacionais do circuito da produção procuram, através da informação, antecipar e antever se é possível um crescimento significativo do consumo de novos produtos através, por exemplo, de pesquisas feitas junto ao mercado consumidor, o qual se torna, assim, parte do processo produtivo, um co - produtor. Para Mattelart (2002), é a figura do “co-produtor” ou “prossumidor” uma espécie de junção entre o consumo e a produção, ratificando o usuário como parceiro de “pleno direito” no processo de produção. Desse modo, através dos veículos de informação, passa-se uma falsa ideia de que quem se beneficia com o produto dos sistemas técnicos informacionais é a sociedade como um todo.

² A indústria de café solúvel exige o uso de conhecimento, informação e tecnologia aplicada ao processamento da mercadoria. Existem dois métodos de preparo do solúvel: *freeze* e *spray-drying*. O *freeze* é um processo de congelamento e sublimação do café considerado superior, pois durante o processo de secagem reduz a perda dos componentes aromáticos do extrato. O *spray-drying* é um processo de pulverização do extrato a partir da evaporação, e durante processo de fabricação perde grande parte dos componentes aromáticos. Apesar de o *freeze* ser 30% mais caro que o *spray-drying*, a sua procura tem aumentado nos mercados tradicionais consumidores de café solúvel, em função da qualidade final do produto que mantém as características naturais do café.

[...] o sistema moderno de comunicação é parte do aparelho institucional criado para desenvolvimento de estratégias de controle do território e, em sua face econômica, como elo articulador e agilizador dos mercados [...] (RIBEIRO, *apud* SANTOS 1996, p. 204)

A construção do imaginário comum e hegemônico é a criação de uma psicofera que, segundo Ribeiro (2003), torna-se a base social da técnica. A psicofera apóia, acompanha e, muitas vezes, antecede a expansão do meio técnico-científico.

Podemos dizer então que, no período atual, é a instituição no território de uma psicofera, entendida como uma ideia que hegemonicamente cria um clima de confiança social, que garante a aceitação generalizada das finalidades do capital (KAHIL, 1997).

Assim é que os círculos de cooperação da informação se constituem complementarmente aos circuitos espaciais de produção, segundo uma mesma e única razão, razão instrumental aos propósitos dos agentes hegemônicos da economia e da política mundiais.

A informação não apenas está presente nos sistemas técnicos que configuram o espaço geográfico, ela é necessária às ações realizadas sobre estes mesmos sistemas técnicos. (SANTOS, 1996, p.191)

Em função da importância da informação produzida tecnicamente para servir ao mercado internacional como recurso, o território vai sendo equipado com novos instrumentos informacionais necessários à eficácia das ações econômicas. Então tudo se organiza segundo uma mesma finalidade, a de tornar eficazes as ações econômicas. O território, a ciência, a inteligência, o conhecimento, a política também se tornam racionais e técnicos, se tornam meios, recursos usados para, de novo, como num círculo vicioso, tornar as ações econômicas mais e mais eficazes.

As grandes multinacionais usam como recurso, portanto, o que chamam de “inteligência competitiva”. O conceito de inteligência competitiva é entendido como inteligência comercial, voltada especificamente para a competitividade dos agentes hegemônicos do mercado mundial.

Uma nova dinâmica de diferenciação se instala no território. Em primeiro lugar distinguem-se zonas servidas pelos meios de conhecimento e áreas desprovidas dessa vantagem. E dentro das próprias áreas “conhecidas” as empresas se distinguirão pela sua maior ou menor capacidade de utilização das informações. (SANTOS, 1996, p. 194)

A inteligência competitiva é, hoje, capital intelectual e ativo das grandes empresas multinacionais. Este capital intelectual é resultado do trabalho das universidades e dos institutos de pesquisas.

A gestão do conhecimento pelos agentes hegemônicos da economia dá um tratamento sistemático ao ativo conhecimento. Este tratamento é realizado por um processo de análises e de estudos que tratam todo o conjunto de informações e conhecimentos para que se possam organizar, planejar e antecipar ações que venham possibilitar uma maior competitividade.

Dessa maneira, a organização econômica e também a política dos agentes hegemônicos tornam-se técnicas. Segundo Legendre (*apud* MATTELARTR, 2002, p. 153), “A razão administrativa é a versão técnica do político”. Assim como a tecnociência se tornou um meio de produção, na mesma perspectiva a gerência, a gestão, o planejamento e a organização nada mais são do que técnicas administrativas que tornam mais eficazes as ações dos agentes hegemônicos. O gerenciamento da informação pelas empresas faz parte do histórico processo de desenvolvimento das forças produtivas.

A razão administrativa permite aos agentes hegemônicos o entendimento de um contexto marcado pela competitividade para tomada de decisões em suas atividades econômicas; consiste em um processo que compreende o levantamento contínuo e organizado de informações, com análise e interpretação desse acervo.

Há decisões e ações estratégicas dos agentes da economia mundial que estão associadas com a montagem desses acervos de informações. Desses sistemas de informações constam tópicos de alerta antecipado, que é essa capacidade de antever as iniciativas dos concorrentes, de prever o que vai acontecer no futuro, ou de necessárias inovações tecnológicas, informações sobre decisões governamentais, tudo para estarem preparados para enfrentar as novas questões e desafios do mercado internacional. É assim que o próprio processo de conhecimento se torna um processo técnico e

o saber acaba por se modelar segundo os estoques de informação. Construir os próprios bancos de dados é um imperativo de soberania tanto para as empresas quanto para os Estados – nação (MATTELART, 2002, p.112).”

Num contexto econômico extremamente competitivo, conhecer o concorrente se torna estratégia importante. As multinacionais precisam conhecer os concorrentes, conhecer os clientes, os fornecedores, os órgãos reguladores, inclusive das questões relacionadas à legislação ambiental, parceiros com potenciais alianças estratégicas, entre outros. Estes são alguns exemplos de como o acesso à informação se torna fundamental para as ações estratégicas e competitivas dos agentes hegemônicos do processo atual da globalização.

São munidos de informações que os principais atores do circuito espacial da produção se posicionam, para desenvolver sistemas de ações no circuito produtivo como um todo e se tornarem competitivos no mercado internacional. Estas informações são:

[...] principalmente utilizadas por um punhado de atores em função de seus objetivos particulares. Estas técnicas da informação (por enquanto) são apropriadas por alguns Estados e por algumas empresas, aprofundando assim os processos de criação de desigualdades. (SANTOS, 2001, p.39)

As informações relacionadas à perda de renda dos produtores nos últimos anos; o tempo necessário em relação à renda que está sendo gerada atualmente para que os produtores recuperem a sua capacidade de pagamento de financiamentos público e privado; informações sobre os custos de produtividade são informações que se tornam importantes para determinar as ações e prevenções do Ministério da Agricultura (MAPA), do Banco do Brasil, das Cooperativas, do Conselho Nacional da Cafeicultura (CNC) e do Conselho Nacional da Agricultura (CNA).

Na fase do circuito da produção, que corresponde à comercialização, há um ambiente complexo onde a informação também se torna um insumo estratégico de gerenciamento. As associações de interesse privado, como a Organização Internacional da Cafeicultura (OIC), Associação de Países Produtores de Café (APPC), Associação Brasileira de Indústria de Café (ABIC), Associação Brasileira da

Indústria de Café Solúvel (ABICS), Conselho de Exportadores de Café (CECAFE), Conselho Nacional da Agricultura (CNA) e Conselho Nacional da Cafeicultura (CNC) são associações internacionais ou nacionais que integram o círculo de cooperação da atividade cafeeira no território brasileiro e procuram exercer a coordenação sobre o circuito da produção do café. Veja, na figura 01, o organograma das associações privadas que integram o círculo de cooperação da atividade cafeeira, elaborado pelo Conselho de Deliberativo de Política Cafeeira.

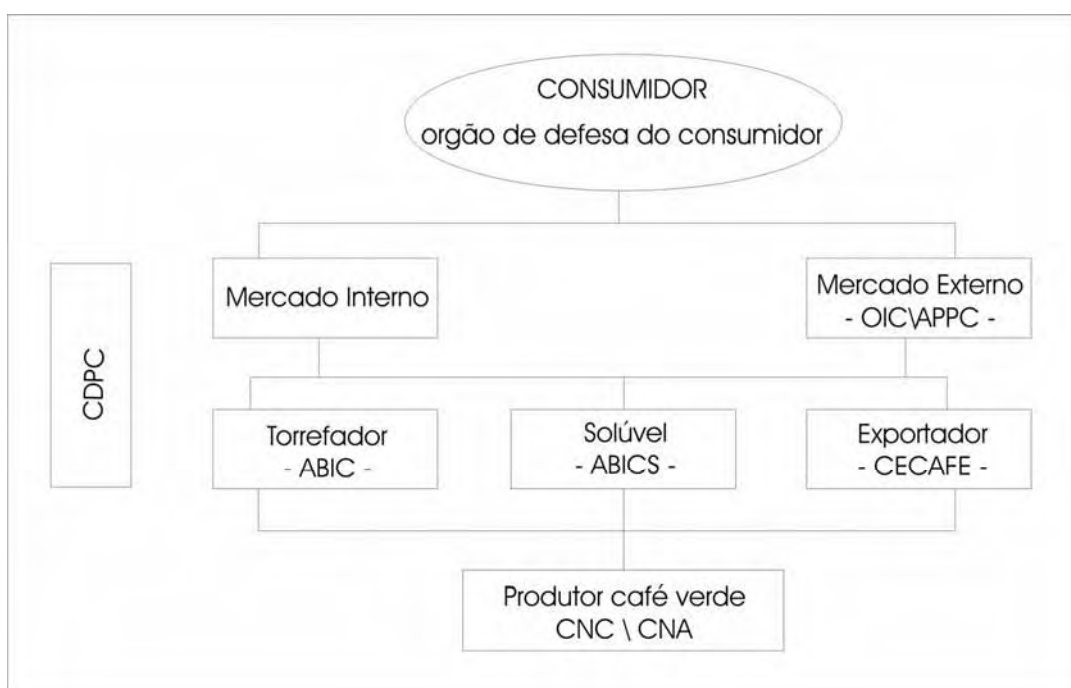


Figura 01: Organograma das associações privadas do círculo de cooperação da atividade cafeeira - Fonte: CECAFE. Org. REIS (2009).

Neste momento em que a informação se torna insumo estratégico, os agentes do circuito espacial da produção do café planejam criar um Centro de Inteligência do Café, o CICAPE, o qual é uma proposta que vem sendo discutida nos vários segmentos do circuito da produção do café, desde 2005. Este Centro de Informação do Café tem a intenção de viabilizar a captação, produção, organização e gestão da informação, fazendo análises e estudos para definir políticas e ações estratégicas para as empresas e Estados ligados à atividade cafeeira.

Captar, organizar e gerir informações; realizar análises conjunturais sistemáticas – questões associadas com tendência de preço, custo de produção; prospectar oportunidades e ameaças para o circuito da produção; desenvolver

estudos e projetos seriam as principais ações do CICAPE. Todas essas informações vão ser armazenadas num banco de dados e organizadas segundo uma estrutura organizacional, como mostra a figura 02, organograma da estrutura administrativa do CICAPE.



Figura 02: Organograma da estrutura administrativa do CICAPE - Fonte: HERSZKOWICZ (2005). Org. REIS (2009).

A comercialização mundial dos ativos financeiros com lastro na cafeicultura, através das principais bolsas de valores do mundo, caracteriza um mercado fortemente volátil, num contexto mundial que requer acesso às informações estatísticas, indicadores econômicos, inovações tecnológicas, alianças estratégicas, fusões e aquisições que ocorrem fortemente na área dos *traders* (*multinacionais exportadoras*) e torrefadores. As decisões governamentais que têm sido tomadas por outros países produtores e consumidores interferem diretamente no comércio mundial. O acesso a estas informações é que vai determinar o preço da *commodity*, produtos primários negociados no mercado internacional pela bolsa de valores, nas principais bolsas de comercialização financeira do mundo.

1.2 O Círculo de Cooperação da Pesquisa Científica para Gestão do Circuito Espacial da Produção do Café

A necessidade de produzir a informação e o conhecimento, de forma sistematizada e planejada, tem feito com que algumas ações governamentais, como as do Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e Comércio Exterior (MIDC), juntamente com o Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) e o com apoio do Fundo Nacional de Investimento para o Ensino e Pesquisa (FINEP) busquem apoio nos grandes centros de pesquisas do país, como a Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e a Universidade de São Paulo (USP), para fazerem pesquisas relacionadas ao circuito da produção do café³.

Algumas universidades possuem Centros de Inteligência, como a Universidade Federal de Lavras (UFLA), que em 2004 criou o Centro de Inteligência em Mercados Agropecuários, onde as pesquisas relacionadas à atividade cafeeira vêm ganhando bastante destaque.

Há também o Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café – PNP&D/Café. Este programa é realizado pelo Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café – CBP&D/Café, que congrega 45 das instituições mais conceituadas de pesquisa agropecuária do país, universidades e instituições privadas distribuídas, estrategicamente, nas principais regiões produtoras. O PNP&D/Café envolve os principais agentes econômicos da cafeicultura e tem o intuito de modernizar o circuito da produção através do conhecimento tecnológico (BRASIL, 2007b).

A Empresa Brasileira de Pesquisas Agropecuárias (EMBRAPA, Café) coordena o CBP&D/Café, que executa o PNP&D/ Café. Em 2005 o PNP&D/Café obteve recursos públicos de doze milhões de reais, como suporte orçamentário e financeiro. Esse montante financiou 101 projetos, compostos por 322 subprojetos, com a finalidade de gerar conhecimento científico e tecnológico para o circuito da produção do café e integrar as instituições de pesquisa aos agentes do circuito produtivo. Abaixo segue figura 03, com os principais subprojetos desenvolvidos pelas instituições de pesquisa em todo Brasil e coordenados pelo PNP&D/Café:

³ Em 2002/2003, por exemplo, essas duas universidades fizeram um trabalho intitulado “Estudo da competitividade das cadeias integradas do Brasil: impacto das zonas de livre comércio - a cadeia café”. Nesta pesquisa apontam, entre 22 medidas, a importância de se ter no circuito da produção do café um centro de informação, capaz de responder às principais questões do circuito produtivo.

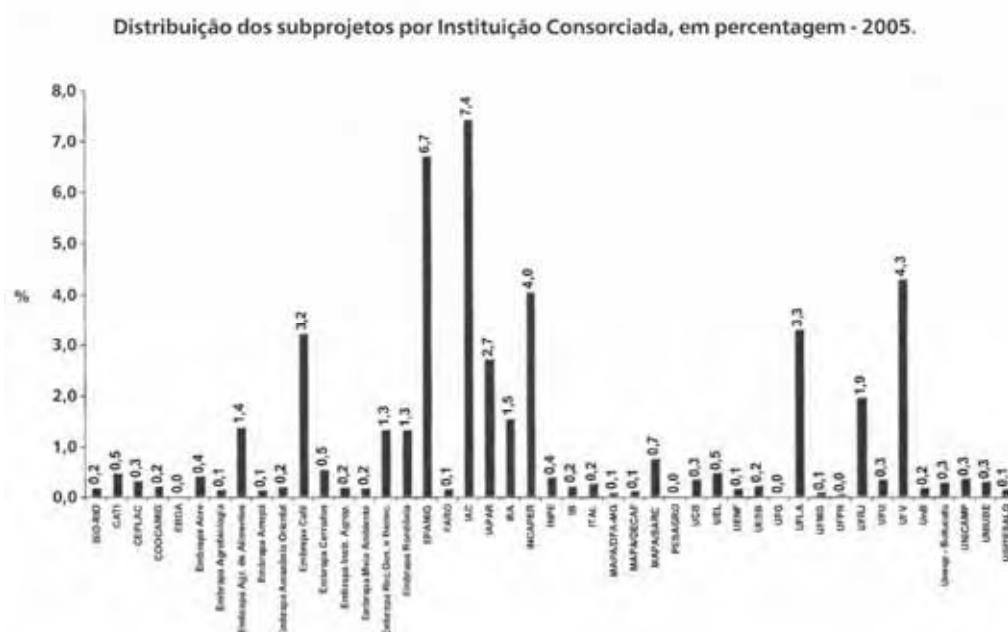


Figura 03: Distribuição dos subprojetos por Instituição Consorciada - Fonte: Brasil (2006). Org. REIS, (2009).

A EMBRAPA, Cooperativas e Universidades são importantes centros de pesquisas que vêm atuando em várias regiões do território brasileiro. A EMBRAPA se constitui numa estrutura organizativa de coordenação do círculo de cooperação da pesquisa da atividade cafeeira, que atua no âmbito nacional. Esta estrutura organizativa da pesquisa científica fundamenta o novo padrão técnico-científico da produção agrícola que, no entanto, se dá seletivamente no território brasileiro. É desta estrutura organizacional científica, instalada no espaço geográfico, que novas possibilidades de uso do território brasileiro são oferecidas aos agentes hegemônicos do circuito espacial de produção cafeeira.

Toda essa estrutura nacional da rede de produção das pesquisas agrícolas, coordenada pela EMBRAPA em diversas regiões do país, resulta na interiorização e expansão do meio técnico-científico, criando novas e modernas regiões de produção agropecuária, contribuindo para a integração do território nacional, segundo aquele modelo de desenvolvimento econômico hegemônico.

A figura 04, abaixo, apresenta os principais temas relacionados à atividade cafeeira, desenvolvidos pelas instituições de pesquisas:

Subprojetos em andamento por Núcleo de Referência em percentagem, 2005.

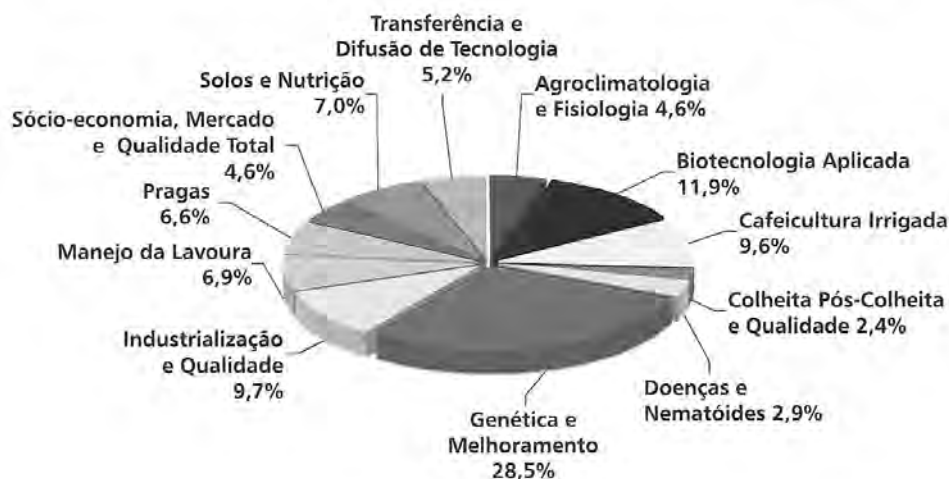


Figura 04: Subprojetos em andamento por Núcleo de Referência (2005) - Fonte:Brasil (2006).Org. REIS, (2009)

Além dos centros de pesquisa, como a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade Federal de Viçosa (UFV), a Universidade Federal de Lavras (UFLA), a Empresa Brasileira de Pesquisas Agropecuárias (EMBRAPA) e a Companhia Nacional para o Abastecimento da Agricultura (CONAB), também as organizações privadas, como a Bolsa de Mercadorias e Futuro (BM&F), e os Agentes Financeiros participam do círculo de cooperação da pesquisa na atividade cafeeira, financiando pesquisas para o circuito espacial da produção do café. As cooperativas agropecuárias também são agentes significativos.

1.3 O Círculo de Cooperação Financeira para Gestão do Circuito Espacial da Produção do Café

A expansão do crédito na forma de financiamento da produção dá um novo impulso ao atual estágio de acumulação do capital, assumindo grande importância na diferenciação do uso do território. As práticas de adoção de inovação na agricultura estão fortemente inseridas no atual estágio de desenvolvimento do capitalismo, baseadas na globalização do capital financeiro (ELIAS, 2003). O que comumente se considera “modernização” é, exatamente, a instrumentalização técnica, científica e informacional das atividades, o que tem implicado em investimentos constantes em capital, viabilizados, na maior parte, pelo Estado.

São as políticas estatais de financeirização do território, de concessão de créditos a juros baixos, que transformam o território dos lugares, viabilizando as atividades produtivas se “modernizarem”, isto é, possibilitando às atividades produtivas tornarem-se competitivas no mercado internacional. Agências financeiras públicas, como o Banco do Brasil e o BNDES, são grandes investidores e financiadores das obras de infraestrutura, que tornam exequível o território para as atividades agrícolas ditas “modernas”.

Tal projeto de modernização das atividades produtivas, muito dependente do sistema financeiro público, tem levado a um adensamento no território de capital constante, a serviço das empresas privadas, enquanto a força de trabalho, o capital variável, não recebe por parte do Estado a mesma atenção. Assim é que a ideia do crescimento e de competitividade, associada à modernização, impõe uma financeirização do território e do processo produtivo como um todo.

Na esteira desse projeto de modernização, além dos órgãos oficiais e particulares de financiamento, dentro do circuito espacial produtivo do café, as cooperativas também se tornam um agente financeiro, concedendo crédito aos seus cooperados, passando a viabilizar a aquisição de insumos, máquinas e implementos agrícolas para a modernização da sua produção, com a ideia de tornarem-se competitivas no mercado internacional.

A expansão do crédito é um instrumento de viabilização da inserção dos lugares à lógica da produção e das trocas globalizadas. As políticas públicas e privadas de financiamento e viabilização dos sistemas produtivos são, hoje, o paradigma da moderna produção globalizada. Todo um aparato financeiro, viabilizado por agências públicas e privadas, nacionais e internacionais, vai se instalando nos lugares, financiando a instrumentalização, cientificização e informatização do espaço geográfico, viabilizando e tornando eficaz o sistema de atividades produtivas modernas. Nesse sentido, o sistema financeiro passa a comandar a expansão e difusão do meio técnico-científico-informacional. Como essa difusão é solidária, organizacional e combinada entre os agentes públicos e privados dos lugares, e comandada internacionalmente pelo sistema financeiro global, o lugar termina por perder a autonomia de decidir os rumos do desenvolvimento.

A financeirização do território permite que suas atividades estejam submetidas à lógica financeira internacional de competitividade e crescimento

econômico, contribuindo também para que a dinâmica do lugar seja controlada e subordinada ao sistema financeiro globalizado.

1.3.1 O Financiamento da Agricultura no Território Brasileiro

O crédito oficial para a agricultura, no Brasil, depende basicamente de três fontes: dos depósitos à vista dos bancos, que são obrigados a aplicar 25% do total de seus ativos na agricultura; da caderneta de poupança e tesouraria do Banco do Brasil; dos recursos do Fundo do Amparo ao Trabalhador (FAT), que são encaminhados para o programa de investimento do Banco Nacional de Desenvolvimento Social e Econômico (BRASIL, 2007a). A figura 05, apresentada abaixo, mostra o montante total de investimento, o investimento em custeio e comercialização e o investimento em infraestrutura territorial, destinados à agricultura brasileira de 2002 a 2008.

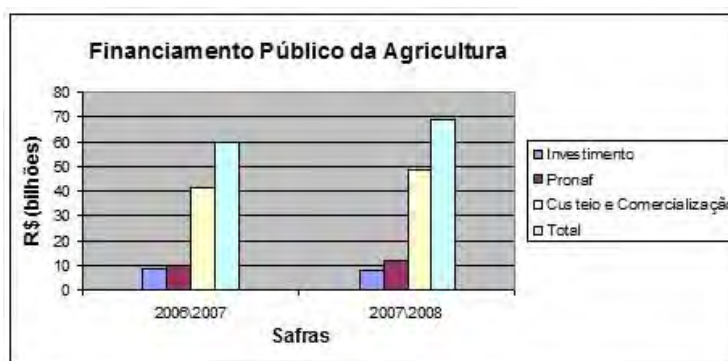


Figura 05: Financiamento público da agricultura - Fonte: BRASIL (2007b). Org. REIS, (2009)

O Plano Agrícola e Pecuário (2007/2008), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, aumentou a oferta de recursos para financiamento da agricultura por meio do Sistema Nacional de Crédito Rural – SNCR, prevendo aplicação total de R\$ 70 bilhões no crédito rural. Desse total, R\$ 58 bilhões foram destinados à agricultura empresarial, ligada à economia internacional, e R\$ 12 bilhões à agricultura familiar. Dos R\$ 58 bilhões destinados à agricultura empresarial, R\$ 49,1 bilhões financiariam o custeio e comercialização, e R\$ 8,9 bilhões seriam investidos em infraestrutura territorial. Esse valor de R\$ 8,9 bilhões corresponde ao investimento do Estado na agricultura, coordenado pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), com recursos originários do Banco Nacional de

Desenvolvimento Social (BNDES) e Fundos Constitucionais. Os 49,1 bilhões também correspondem ao investimento do Estado, porém provenientes de outras fontes, Banco do Brasil, FAT, entre outros.

1.3.2 O Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFE) e as Agências de Financiamentos

O Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFE) é gerido pela Secretaria de Produção e Agroenergia – (SPA), que por sua vez é ligada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Este fundo foi criado em 1986, com a função de subsidiar financeiramente os agentes econômicos, especialmente os que fazem parte do circuito da produção do café. Os agentes econômicos que se beneficiam dos subsídios do Funcafé são os próprios produtores, as cooperativas, as indústrias torrefadoras e os exportadores de café (BRASIL, 2007a). O Funcafé também destina parte de seus recursos para financiar o desenvolvimento de pesquisa científica relacionada a melhoramentos genéticos, publicidade e encontros nacionais e internacionais, que discutem estratégias para o circuito da produção do café.

A receita do Funcafé provém principalmente de aluguéis de armazéns públicos, serviços de armazenagem oferecidos pela CONAB, juros de empréstimos, multas de origens diversas, indenizações e restituições, recuperação de despesas de exercícios anteriores, venda dos estoques públicos de café através de leilões realizados pelo Banco do Brasil, entre outras fontes. Em 2005, a receita do Funcafé foi da ordem de mais de um bilhão e seiscentos milhões de reais (R\$ 1.647.976,950,00).

A partir de propostas apresentadas pelo Departamento do Café DCAF/SPA, aprovadas pelo CDPC (Conselho Deliberativo de Política Cafeeira), o Ministério da Agricultura submete à apreciação do Conselho Monetário Nacional – CMN - a instituição de linhas de crédito para o financiamento da colheita, da armazenagem, custeio da produção e comercialização do café. Estas ações Estatais permitiram disponibilizar para a atividade cafeeira nacional, em 2005, recursos do Funcafé no montante de um bilhão e duzentos milhões (R\$ 1.249.016.115,00), que foram repassados por agentes financeiros públicos e privados credenciados pelo Sistema Nacional de Crédito Rural – SNCR.

Para o Custeio da safra 2005/2006, os agentes financeiros responsáveis pelo repasse foram os listados na figura 06:

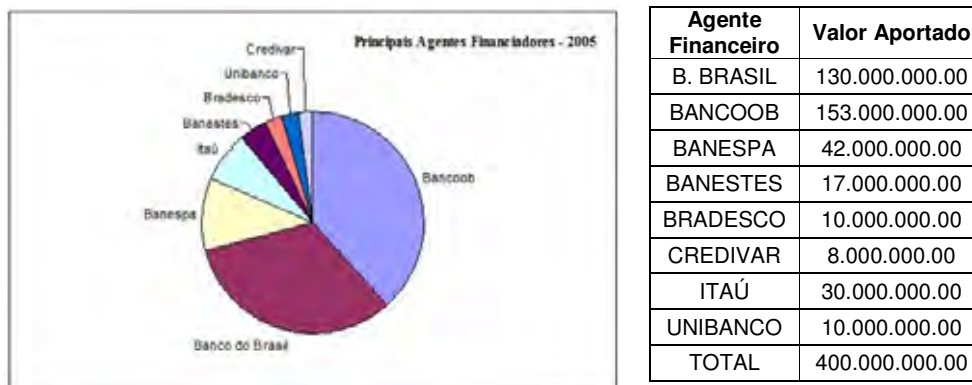


Figura 06: Agentes Financeiros Responsáveis pelo Repasse de Crédito na safra de 2005/2006 - Fonte: BRASIL (2006). Org. REIS,(2009).

Por meio do Banco do Brasil e através do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), na safra 2005/2006 foram destinados cerca de quarenta milhões de reais (R\$ 40.537.442,80).

Os agentes financeiros integrantes do Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR) foram habilitados a operar com recursos do Funcafé, a partir de dezembro de 2001. Entre 2001 e 2005 foram distribuídos recursos financeiros através de cinco linhas de créditos para financiamento do custeio, estocagem e colheita. Ainda nesse período, o Funcafé concedeu recursos a 12 agentes financeiros, através de 69 contratos. O montante de recursos liberado foi em torno de três bilhões e quatrocentos milhões de reais (R\$ 3.486,3 bilhões).

**Participação dos agentes financeiros
no orçamento de 2005 (%)**

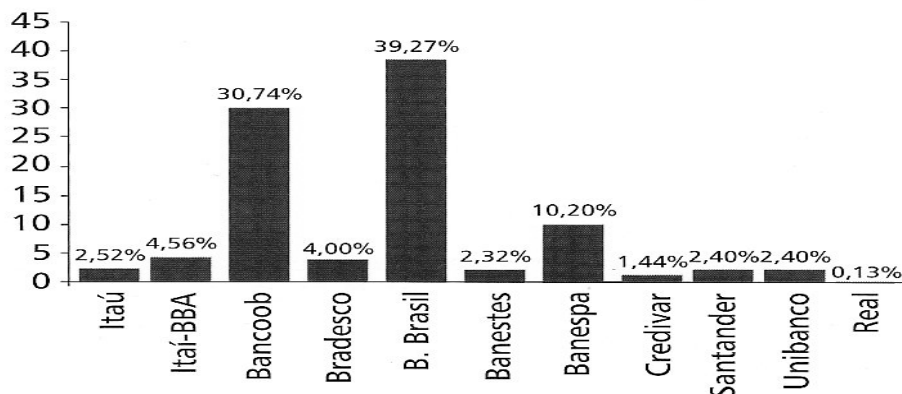


Figura 07: Participação dos Agentes Financeiros - Fonte: BRASIL (2006). Org. REIS, (2009).

Em 2006, foram liberados em torno de trezentos milhões (R\$ 337. 000.000) para o financiamento da colheita, setecentos milhões (R\$784.000.000) para a estocagem, e o Financiamento para Aquisição do Café – (FAC) em torno de duzentos milhões (R\$ 253,000,000). O Funcafé repassou, no total, cerca de um bilhão e quinhentos milhões (R\$ 1.578.852.270,00) aos agentes financeiros credenciados pelo SNCR. Com este montante o Funcafé financiou, em 2006, os agentes econômicos ligados à produção, à indústria e à exportação (BRASIL, 2006).

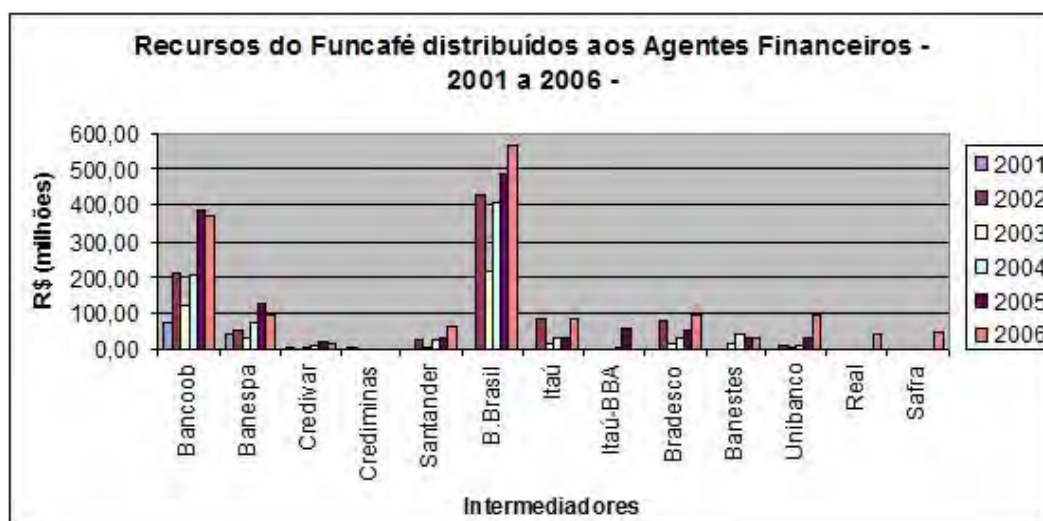


Figura 08: Recursos do Funcafé - Fonte: BRASIL (2007a).Org. REIS, (2009).

Os recursos financeiros para a colheita, em 2006, foram repassados a 69 cooperativas de crédito e também para 15.468 produtores cafeeiros individuais. A

linha de crédito referente à estocagem foi distribuída através de 88 cooperativas e 7.238 produtores de café. O financiamento para Aquisição de Café – (FAC) foi absorvido por 5 cooperativas e 81 mutuários, entre beneficiadores, exportadores e indústrias torrefadoras, na compra de café verde, adquirido diretamente de produtores rurais ou de suas cooperativas, de exportadores e beneficiadores. Para esta linha de crédito, o Funcafé liberou cerca de trezentos milhões de reais (R\$ 315.000.000,00) (BRASIL, 2007). O total dos recursos distribuídos, por linhas de crédito, através dos agentes econômicos do circuito da produção cafeeira, foi repartido em 50% para a Estocagem, 21% para a Colheita, 16% para o FAC e 13% ao custeio (BRASIL, 2006). Abaixo segue a figura 09, que ilustra a repartição dos recursos destinados aos agentes econômicos do circuito da produção cafeeira:

Recursos Distribuídos, por linhas de crédito, em 2006

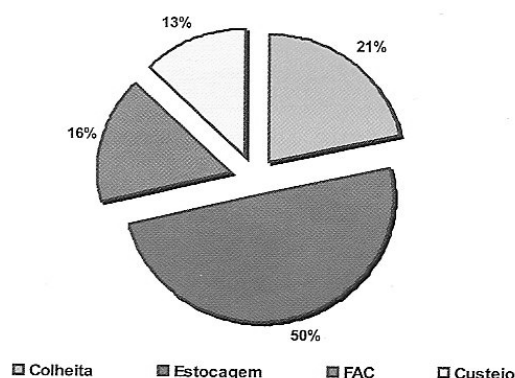


Figura 09: Recursos distribuídos por linhas de créditos (2006) - Fonte: BRASIL(2007b) Org. REIS, (2009).

O Funcafé também repassa recursos financeiros à Fundação Procafé, uma instituição composta por 18 cooperativas, 4 sindicatos e 2 associações de Produtores rurais em Minas Gerais. Em 2006, a Procafé recebeu do Funcafé cerca de quatrocentos mil reais (R\$ 403.067,00).

Além do Funcafé, existem outras fontes de financiamento oficial do circuito espacial da produção do café. A partir de 2004, a Política de Garantia de Preços Mínimos – PGPM, outra fonte pública de financiamento, também passou a se estender à atividade cafeeira. Através deste mecanismo, com base na operação de compra da mercadoria ou do financiamento extra aos produtores, o Estado define os

preços no mercado. (BRASIL, 2007). Esta ação se dá quando os preços do mercado estão abaixo do esperado pelos produtores.

Além desta ação governamental para o financiamento da cafeicultura, existe também o mecanismo de Empréstimo do Governo Federal – EGF, que financia o produtor rural ou a cooperativa, mediante a compra da mercadoria pelo Governo Federal. Para que essa operação ocorra, as mercadorias devem estar armazenadas em locais cadastrados pela Companhia Nacional para o Abastecimento (CONAB). A mercadoria comprada é usada para compor o estoque público de café. Esse mecanismo permitiu, em 2006, que os agentes do circuito espacial da produção do café captassem cerca de um bilhão de reais (R\$ 1,2 bilhão), financiados através do Banco do Brasil (BRASIL, 2007b).

Em 2004, o Conselho Monetário Nacional - (CMN) também estendeu ao circuito da produção do café a Linha Especial de Crédito – LEC, mecanismo similar ao EGF. Em 2006, os agentes econômicos da atividade cafeeira captaram, por meio do LEC, cerca de cento e setenta milhões de reais (R\$ 170,8 milhões), também repassados pelo Banco do Brasil. A fonte desses recursos financeiros se origina dos chamados recursos obrigatórios para a aplicação no crédito rural, ou seja, da obrigatoriedade à qual a rede bancária está legalmente sujeita, de aplicar no crédito rural (ou depositar no Banco Central) o equivalente a 25% dos depósitos à vista da instituição financeira.

Existe também, como mecanismo de financiamento da atividade cafeeira, o Contrato de Opção de Venda. É um título ofertado em leilões, pelo Governo, a produtores rurais e às cooperativas, a um preço determinado (chamado preço de exercício), com data de exercício futuro. O contrato de opção de venda assegura ao seu detentor o direito de entregar ao Governo a quantidade da mercadoria vinculada à operação no seu vencimento, desde que atendidas as especificidades da mercadoria, definidas no contrato.

1.3.3 Instrumentos de Financiamento Privado na Atividade Cafeeira

Além de recursos públicos empregados no financiamento da atividade cafeeira, desde meados dos anos 90 o MAPA tem desenvolvido e incentivado novos instrumentos para atrair o capital privado para o financiamento da atividade cafeeira.

Em 2004, foram criados novos instrumentos de política agrícola, através de novos títulos de crédito especiais para a agricultura, os chamados títulos privados de créditos. Estes títulos privados têm o objetivo de atrair investidores privados, como os grandes fundos de pensão para o financiamento da atividade cafeeira. No circuito da produção do café, os mais utilizados são o Certificado de Depósito Agropecuário (CDA) e Warrant Agropecuário (WA).

Nesse tipo de financiamento, as bolsas de valores tornam-se a instituição que desempenha função de ligar as fases do circuito espacial da produção do café, como produção, comercialização e financiamento, constituindo-se assim um importante elo do círculo de cooperação. As operações, nesse ambiente, são intermediadas por corretores que possuem escritórios localizados nas principais regiões produtoras, e que têm como função vender a mercadoria para os exportadores. As cotações da mercadoria são divulgadas diariamente através dos meios de comunicação e os preços do café no mundo inteiro seguem os preços fixados pela Bolsa de Valores de Nova York (NYBOT). É na Bolsa de Valores de Nova York que os preços das sacas de café produzidas em qualquer região do mundo são formados (TAVARES, 2002). A Bolsa de Mercadoria e Futuro de São Paulo (BM&F) opera seguindo os preços formados em Nova York. Os principais títulos com lastro na cafeicultura, negociados no mercado financeiro, são o Certificado de Depósito Agropecuário (CDA) e Warrant Agropecuário (WA).

O CDA e WA são títulos lastreados na produção de mercadoria agrícola, depositada em armazéns credenciados por organismos competentes, como Agentes Financeiros e BM&F. O título de compra CDA representa a promessa de entrega da mercadoria depositada e o título WA confere direito de penhor sobre a mercadoria descrita no CDA. São títulos pares emitidos simultaneamente e que se referem a um mesmo lote de mercadoria. São emitidos pelos armazenadores por ordem do produtor e, obrigatoriamente, registrados em sistema de registro e liquidação financeira de ativos dos agentes financeiros autorizados pelo Banco Central (BRASIL, 2006).

A operação é conduzida pelo produtor rural, que coloca a produção em armazéns credenciados, solicitando do armazenador a emissão do CDA e do WA. De posse dos títulos, o produtor se dirige a uma instituição financeira autorizada pelo Banco Central e promove o registro e custódia. A partir desse momento, a negociação dos títulos é eletrônica. O WA permite ao seu detentor a penhora do

produto para garantir uma operação de empréstimo bancário e o CDA permite vender a mercadoria. Não há incidência fiscal nesta transação comercial até que o proprietário dos títulos retire a mercadoria para processamento ou venda ao exterior. Assim, a incidência fiscal se dá quando há, de fato, uma operação comercial envolvendo a mercadoria que lastreou a emissão de CDA – WA.

Como não há incidência do Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), a cada operação com os títulos torna-se viável a negociação por intermédio de agentes financeiros que não têm interesse na mercadoria física, como grandes fundos de pensão, que desejam carregar o risco de mercado apostando na alta dos preços no mercado futuro.

Os títulos de comercialização CDA e WA são uma forma de investimento no mercado financeiro, com lastro em mercadorias agrícolas. Essa forma de investimento atrai investidores cujo interesse é assumir, por determinado período de tempo, o risco de preço da mercadoria. Abaixo segue, na figura 10, o esquema das fases que envolvem transação desses dois títulos de investimento:

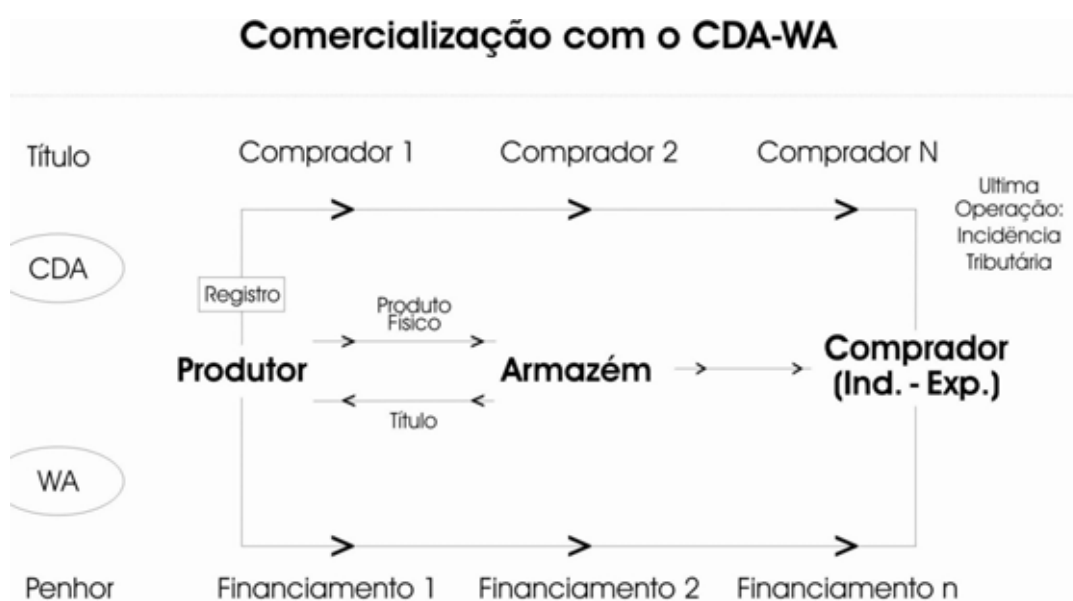


Figura 10: Comercialização com CDA-WA - Fonte: BIALOSKOSRKY NETO (2005). Org. REIS, (2009).

O Warrant ou WA é um título que possibilita ao produtor levantar um empréstimo, dando como garantia aquele certificado. Portanto, ele fará um Warrant sobre aquela mercadoria porque não quer vender o CDA, ou seja, a mercadoria, e sim levantar algum dinheiro como capital de giro.

O Certificado de Depósito Agropecuário foi sancionado pelo Presidente da República, no final de 2004. Neste mesmo ano foram feitas operações de mercado futuro de café no valor de 5,5 bilhões de dólares, lastreados por 67 milhões de sacas de café e 70% desses negócios tiveram transação na BM&F, feita por operadores, seja do Brasil ou do exterior. No mercado financeiro os investidores compram CDA, o que significa comprar café no mercado físico, e vendem no mercado futuro (BRASIL, 2006).

Esse mecanismo foi, para muitas cooperativas, uma forma de EGF (Empréstimo Governo Federal) privado.

[...] não é o mercado todo que opera sobre os lugares, mas sim os interesses particulares de cada uma das empresas, cada uma com seu próprio interesse, operando segundo motivações particulares.” (MILTON SANTOS e MARIA LAURA SILVEIRA, 2001, p. 296).

CAPÍTULO 2

A Globalização e o Comércio Mundial do Café: As Multinacionais e a Atividade Cafeeira no Território Brasileiro

Neste capítulo buscaremos uma análise sobre o jogo de poder que se estabelece no circuito espacial da produção do café, em escala nacional e internacional, questionando sobre a possibilidade dessa atividade econômica agregar renda e dinamismo ao território onde a atividade econômica da cafeicultura é desenvolvida. As crises econômicas enfrentadas pelos países produtores de café é um indício para questionarmos se o estágio atual do processo de globalização, período marcado por grandes fusões de empresas, pode, efetivamente, ser administrado no sentido de operar a favor dos países periféricos. Será que é possível a globalização beneficiar economicamente os países que, historicamente, ocupam posição periférica no sistema econômico? A crítica se dá diante de uma nova ordem econômica mundial, marcada por uma reorientação das ações do Estado e concentração do poder econômico nas grandes corporações mundiais, sobrepondo o interesse privado ao interesse da maioria em nossa sociedade.

O Banco Mundial e o Fundo Monetário Internacional (FMI) são instituições que intervêm vertical e politicamente nos países periféricos, através da concessão de empréstimos vinculados a ajustes estruturais da política nacional desses países. As medidas para promover o crescimento econômico, baseado nas exportações de *comodities*, e facilitar investimentos externos por meio da liberalização de barreiras

comerciais, da desvalorização das taxas de câmbio e da privatização de empresas Estatais são ações impostas pelos organismos internacionais aos países periféricos, as quais visam impulsionar o processo de globalização econômica. O impacto das ações políticas ditadas por esses organismos internacionais, nos últimos anos, tem causado grandes desigualdades socioterritoriais. Os países que produzem café vêm aumentando cada vez mais a dependência com relação ao mercado internacional, enfrentando problemas sociais oriundos dessa dependência e do subdesenvolvimento causado por ela (OXFAM, 2002).

A nova ordem econômica para o comércio internacional, baseada na liberdade de ação das grandes multinacionais, levou ao fim, em 1989, o acordo comercial entre os países produtores e consumidores de café – Acordo Internacional do Café (AIC). Esse acordo internacional limitava as ações das grandes empresas, que só poderiam comercializar o café com países que fizessem parte do acordo. Nos últimos dezessete anos, com o final do AIC, predominaram no comércio mundial da atividade cafeeira as ações dos agentes hegemônicos que detêm poder de comercialização dessa mercadoria em escala global (BIALOSKOSRKY, 2005).

2.1 Os Agentes do Circuito Espacial da Produção do Café

Os principais agentes do circuito espacial da produção do café são: fornecedores de insumos, máquinas e equipamentos; produtores cafeeiros; primeiro processamento representado pelos maquinistas e pelas cooperativas; segundo processamento representado pelas empresas de torrefação e moagem, empresas de café solúvel e cooperativas; vendedores nacionais representados pelos exportadores, cooperativas e atacadistas; compradores internacionais representados pelas empresas de solúvel, empresas de torrefação e *dealers* e, por último, o varejo nacional e internacional representado pelos supermercados, pequeno varejo, lojas de café, bares e restaurantes (BIALOSKOSRKY, 2005).

Da transformação da matéria-prima (o grão verde) originam-se três produtos principais: o café torrado, o café torrado e moído e o café solúvel. Estes produtos podem gerar outros subprodutos, como os chamados três em um (café, leite e açúcar), *cappuccinos*, *soft-drinks*, balas e outros.

A primeira transação envolve o segmento fornecedor de insumos e a produção primária de café (lavoura). Há uma série de equipamentos específicos

utilizados na produção cafeeira, e entre eles destacam-se: as colheitadeiras, os secadores de café, os separadores de grãos, os catadores de pedra e os descascadores de grãos. Uma boa parte da aquisição de insumos é realizada por meio de cooperativas, uma vez que 40% dos produtores de café no território brasileiro são cooperados. A intermediação das cooperativas na compra de insumos traz vantagens para os produtores que adquirem estes insumos por menores preços, devido às compras conjuntas. É comum também as cooperativas facilitarem o pagamento das aquisições através de acordos para saldar a dívida dos cooperados após a colheita do café.

Num primeiro momento após a colheita, o produtor leva o café para os maquinistas (1º processamento) – trabalho que tem sido prestado também pelas próprias cooperativas. O caminho do café beneficiado para o segundo processamento (entrega da mercadoria para empresas de moagem e torrefação) se dá pela intermediação das cooperativas, que assumem também a função de armazenadoras, ou pela intermediação dos maquinistas, exportadores e/ou corretores. Algumas cooperativas, além de beneficiarem, armazenarem e escoarem o café verde para o mercado interno ou internacional, também estão presentes no processamento da mercadoria (torrado e moído).

Da produção rural, o café beneficiado pode ser vendido diretamente para os exportadores e/ou para os compradores internacionais – indústria de solúvel e de torrefação e moagem. A quase totalidade da produção da indústria de torrefação e moagem é escoada para o varejo nacional, e apenas uma pequena parcela da produção é escoada para o mercado internacional. O inverso ocorre com a indústria de solúvel. Uma parcela significativa é destinada ao mercado internacional e apenas uma pequena porção é consumida no mercado interno. Os exportadores e as cooperativas vendem para as grandes multinacionais, compradoras internacionais. É muito comum também ocorrer a venda de matéria-prima (grão verde) para indústria nacional pelos exportadores (flecha inversa). Por fim, os compradores internacionais vendem para o varejo internacional. Nas operações entre a compra e venda da matéria-prima há a figura do corretor que, embora ainda bastante atuante no mercado, tende a desaparecer, já que o principal produto transacionado por ele é a informação e com o desenvolvimento dos sistemas de informação sua importância fica reduzida. Abaixo segue a figura 11, com o esquema das relações estabelecidas entre os agentes econômicos do circuito espacial da produção de café.

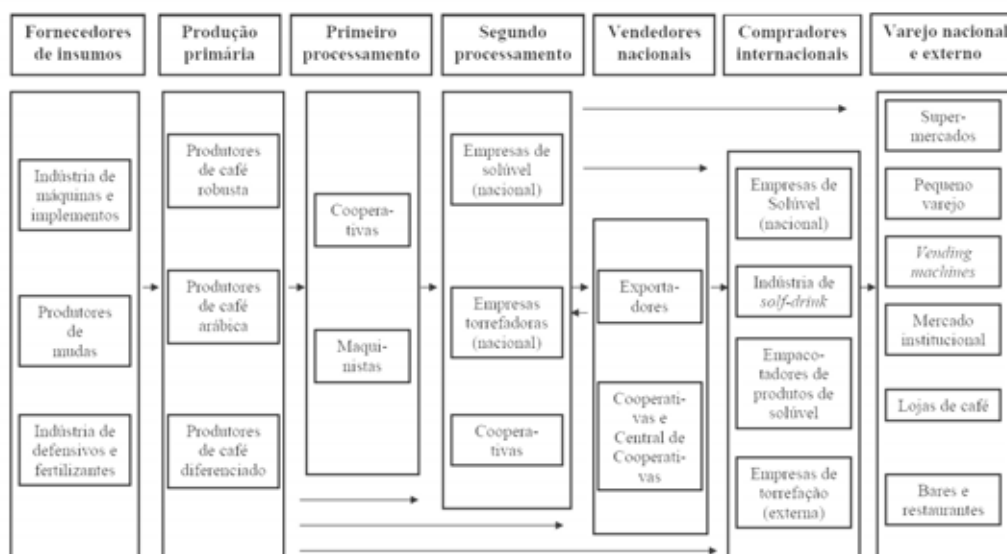


Figura 11: Circuito Espacial da Produção do Café e Principais Agentes Econômicos - Fonte: Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel (ABICS). Org. REIS, (2009).

2.2 A Atividade Cafeeira nos Países Periféricos

Existem 60 países produtores e exportadores de café, mas, entre eles, há 20 países que controlam 90% da produção mundial. Entre esses 20, há três: o Brasil, o Vietnã e a Colômbia, que respondem por mais de 50% da produção, maiores responsáveis pela oferta desta mercadoria no mundo (OXFAM, 2002).

A atividade cafeeira nos países produtores é desenvolvida, na sua maioria, em pequenas e médias propriedades. Estima-se que 70% da produção mundial de café vem de pequenos e médios produtores; apenas 30% de grandes produtores. Na Costa Rica, Guatemala e Nicarágua, países da América central, mais de 30% da força de trabalho rural está concentrada na atividade cafeeira (OXFAM, 2002).

Os países do continente africano sempre foram produtores importantes e, ultimamente, em termos de dependência do mercado internacional, são os países mais dependentes da atividade cafeeira em todo mundo. Três dos países africanos, Etiópia, Ruanda e Uganda, chamados de *"least develop country"* pelas Nações Unidas, têm 60% a 80% de sua produção para exportação proveniente da produção do café (BIALOSKOSRKY, 2005).

A despeito da significativa produção do café em países periféricos, este segmento (produção) do circuito espacial da produção não é o mais importante em

termos de rendimento. Os agentes da fase de transformação e distribuição são os segmentos que mais incorporam e realizam o valor produzido. Isto se dá exatamente pela força e domínio que esses grandes agentes têm do meio técnico-científico informacional e controle do fluxo dessas mercadorias. A figura 12, abaixo, mostra como esta situação de concentração de renda vem passando do segmento da produção para o segmento da distribuição no circuito espacial da produção do café, nos últimos 20 anos (1975-1995):

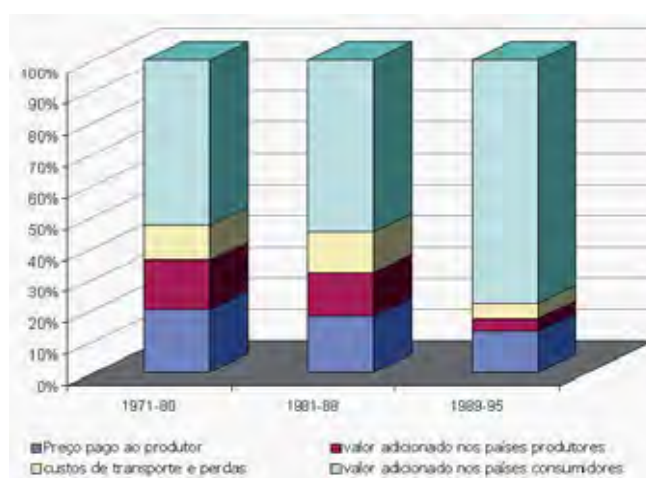


Figura 12: Situação da concentração de renda - Fonte: BIALOSKORSKY (2005). Org. REIS, (2009).

Assim é que, apesar de os países periféricos serem os maiores produtores do mundo, a riqueza concentra-se nas mãos dos grandes agentes hegemônicos de torrefação e comercialização da produção.

2.3 A Atividade Cafeeira no Território Brasileiro

O território brasileiro acompanhou, de forma diferenciada, as transformações ocorridas devido ao progresso técnico, científico e informacional. Atualmente, no território brasileiro, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Café e Associação dos Exportadores de Café (ABIC e CECAFE), existem 5,4 bilhões de árvores de café plantadas, ocupando área de 2, 3 milhões de hectares (2004), com produtividade média relativa de 13,9 sacas/ha (2006), com safra de 32 milhões de sacas (2005/2006). A produção do café esta distribuída em dois mil municípios, concentrados em doze Estados, sendo os seis principais os Estados de Minas Gerais, Espírito Santo, Paraná, São Paulo, Bahia e Rondônia. O consumo doméstico

absorve 14 milhões de sacas anuais, com uma média de consumo per capita de 4,7 Kg/ano (2006).

O Brasil exporta 23,3 milhões de sacas anuais de café verde, enquanto o café industrializado exportado é de apenas 3,2 milhões de sacas. Dos cerca de 350 mil cafeicultores brasileiros, mais de 90% se enquadram na faixa de pequenos e médios produtores rurais, segundo dados do senso agropecuário do IBGE de 1995/96.

O poder de compra, venda e distribuição da produção está centralizado em quatro grandes exportadoras de café, que controlam o setor cafeeiro (Mann/VolCafé, Coinbra, Neumann e Esteve), e nas grandes torrefadoras (Sara Lee, Nestlé, Procter&Gamble), significando também um controle do mercado internacional do café. As crises econômicas afetam principalmente os produtores. Estas crises impulsionadas e muitas vezes criadas para aumentar os preços são obstáculos ao desenvolvimento das regiões produtoras de café.

A volatilidade do mercado internacional da *commoditie*, os aumentos constantes dos insumos e dos custos da produção têm prejudicado os produtores, que não conseguem saldar suas dívidas de crédito e passam assim a se subordinar também a outro mercado, o mercado financeiro. A figura 13 mostra os gastos totais para produção da saca de café e preço de venda no mercado.

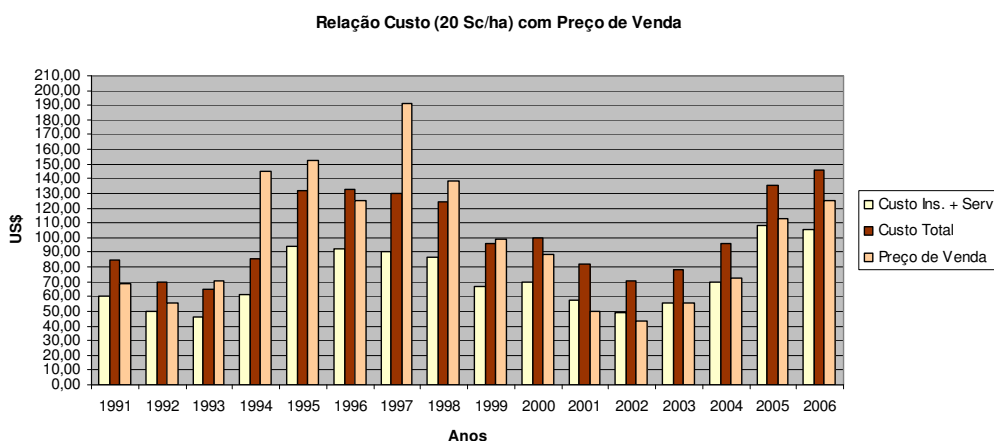


Figura 13: Relação custo com preço de venda - Fonte: Coordenadores da Frente Parlamentar do Café, 2006. Org. REIS, (2009)

No período de 1993 a 1999, o produtor rural vendeu café acima do custo de produção, exceto no ano de 1996. A partir de 1999 até a safra 2005/2006, os produtores vêm tendo prejuízos na venda da saca de café abaixo do custo total de

produção, situação que contribui fortemente para a descapitalização e endividamento dos produtores.

A desigualdade que se manifesta na distribuição de renda, ao longo do circuito espacial da produção do café, foi agravada nos últimos anos, sobretudo em função das grandes empresas que operam no mercado internacional do café, em detrimento do produtor. Com a prática do livre comércio internacional, as grandes multinacionais passaram a determinar o comércio mundial do café, diminuindo a possibilidade dos países produtores de encontrar melhores formas de comercialização e rentabilidade para os produtores rurais.

Contrastando profundamente com as condições econômicas dos produtores dos países periféricos, as empresas torrefadoras dos Estados Unidos e da Europa obtêm grandes margens de lucros com a venda de café nos países centrais.

2.4 A Exportação do Café Verde no Brasil

O segmento exportador brasileiro (tradings, corretoras e cooperativas) comercializou no mercado internacional, em 2001, em torno de 17,8 milhões de sacas de café verde e o equivalente a 2,1 milhões de sacas de café solúvel, que em termos de receita equivaleu a US\$ 2,25 bilhões de dólares (MACCHIONE SAES, 2002).

Houve certa estabilidade na participação dos maiores agentes na exportação total do café brasileiro, ao longo da década de 1990. A alternância de posições entre as primeiras colocadas no ranking das exportadoras indica certa concorrência. Abaixo segue a tabela 1, mostrando o ranking das quinze maiores exportadoras de café verde no Brasil.

Tabela 01: As 15 maiores exportadoras brasileiras de café verde (arábica e conillon) em mil sacas de 60kg

EMPRESAS	1991	2001
Tristao Cia. Com. Exterior	730,4	1.964,4
Unicafe Cia. Com. Exterior	1.640,1	1.772,8
Esteve S/A	962,0	
Stockler Coml. Exp.Cafe S/A	1.217,1	1.292,3
Com.Ind.Brasil. - Coinbra S/A	259,5	1.131,4
Coop.Reg.Cafeic. Guaxupe	295,7	1.011,2
Cia.Import. e Exp. - COIMEX	225,4	974,0
Exportad. de Cafe Guaxupe	587,2	859,8
Volcafe Ltda	421,1	743,3
Casas Sendas Com. Industria	37,4	634,8
Rio Doce Cafe S/A Imp. e Exp	1.123,4	628,2
Mitsui Alimentos Ltda	113,8	543,8
Custodio Forzza Com. Exp.	299,3	502,2
Irmaos Ribeiro Exp. Imp. Ltda	322,3	487,8
Cargill Agrícola S/A*	717,8	-
Exprinsul Com. Exterior	662,9	485,9
Subtotal	8.897,5	14.423,4
Outros	10.562,5	6.508,8
TOTAL GERAL	19.460,0	20.932,2

Fonte: CECAFÉ * A Cargill Inc. vendeu a divisão mundial de café para o grupo internacional Ecom Agroindustrial Corp., em 2000. Com isso, a Esteve S/A, subsidiária da Ecom no Brasil, assumiu as operações da Cargill Agrícola S/A. Org. REIS, (2009)

Em 2001, os 5 maiores agentes exportadores (Tristão, Unicafé, Esteve, Stockler e Coinbra) responderam por cerca de 36% do total de café verde exportado pelo Brasil, enquanto em outros anos, os cinco primeiros exportavam 30% do total, o que significa uma concentração do poder de exportação nos 5 maiores agentes exportadores. Abaixo segue a tabela 02, mostrando o grau de concentração destas exportadoras no Brasil.

Tabela 02: Grau de concentração das empresas exportadoras de Café Verde no Brasil

Concentração das Empresas Exp.	1991(%)	2001(%)
Concentração das 5 maiores empresas	29	36
Concentração das 10 maiores empresas	45	56
Concentração das 20 maiores empresas	58	78
Concentração das 30 maiores empresas	63	88

Fonte: CECAFE – Org. REIS, (2009).

Os agentes exportadores adquirem a saca de café verde antes do primeiro beneficiamento (café bica corrida), de produtores de diversas regiões do país, e depois de um processo de seleção e padronização fazem a comercialização conforme os *blends* (mistura de cafés de qualidades distintas) requeridos no mercado interno e internacional. Não há contratos de fornecimento entre os agentes exportadores e importadores, uma vez que a *commoditie* pode ser obtida por fornecedores se as condições de comercialização forem mais vantajosas para os agentes importadores. Conforme as condições de mercado, as multinacionais importadoras tendem a mudar a proporção de cafés de origens diferentes na composição de seus *blends*, levando a um deslocamento da importação do café de regiões onde o produto esteja vantajosamente mais barato, caracterizando o que as multinacionais chamam de *downtrading*. Nesta forma de comercialização, não há interesse em identificar o café de uma determinada região ou de produtores específicos – o que contradiz a ideia de produção especializada, certificada etc., o que contradiz também a ideia de que o que conta é o gosto do consumidor.

2.5 As Empresas de Solúvel no Brasil

A indústria de café solúvel no Brasil está voltada, principalmente, para o mercado internacional. Foi implantada nos anos 1960, mediante incentivos governamentais, com o objetivo de escoar o excesso de estoque de café verde que o Instituto Brasileiro do Café (IBC) dispunha. As empresas que produzem o café solúvel exigem uso de tecnologia avançada, o que faz com que esta atividade seja bastante concentrada em poucos agentes econômicos. As empresas componentes deste segmento do circuito produtivo do café no Brasil são: Nestlé (Suíça), Cacique (Brasil), Iguazu/Macsol (Japão), Realcafé (Brasil), Cocam (Holanda), Mogi (Brasil), Brasília (Brasil) e Eastico (Israel). Em 2001, as três maiores empresas foram responsáveis por 69% das exportações totais de café solúvel (MACCHIONE SAES,

2002). Abaixo segue a tabela 03, com as principais exportadoras de solúvel no Brasil.

Tabela 03: Participação das principais empresas de solúvel nas exportações (equivalente em sacas de 60 kg)

Empresas	2000	%	2001	%
Cacique	664.548	32,2	813.441	32,3
Nestlé	375.516	18,2	592.109	23,5
Iguaçu*	355.931	17,2	335.628	13,3
Cocam	258.026	1 2,5	244.498	9,7
Realcafé	182.946	8,9	206.426	8,2
Macsol*	94.738	4,6	101.878	4,1
Sub-total	1.931.615	93,5	2.293.980	91,1
Total Brasil	2.067.140	100,00	2.516.968	100,0

Fonte: ABICS * A Macsol é uma empresa controlada pela Cia. Iguaçu, como resultado de uma joint-venture com a Coca-Cola. Org. REIS (2009)

No final de 2001, a Nestlé anunciou investimentos de US\$ 100 milhões na construção de uma fábrica de café solúvel localizada em Araras, no interior do Estado de São Paulo. A unidade industrial, com capacidade de produção de 20 mil toneladas de café solúvel, produz para o mercado internacional, principalmente a Europa central e oriental. As mais importantes marcas brasileiras de Café Solúvel no mercado externo são: Globo, Globo Prêmio, Café Pelé, Cacique, Café Royal, Café Classique, Pelé Classique, Tradicional, Bom Café, Cocam, Paula, Excello, Iguaçu, Amigo, Cruzeiro, Mogi, Grancafé, Santos, Nescafé, Real Café, Café Jacky, Finesse, Brasileiro e Grano.

A expansão da indústria de solúvel brasileira no mercado internacional enfrenta três grandes dificuldades: o aumento da distância entre os preços do café robusta no mercado interno e no mercado internacional, barreiras tarifárias e acesso à tecnologia.

O aumento da produção de café robusta na Ásia, agravado por problemas climáticos nas regiões brasileiras produtoras de robusta, alarga o diferencial de preços entre a matéria-prima do solúvel no mercado externo e no Brasil, favorecendo as indústrias localizadas no mercado internacional (BRASIL, 2006). Desde o final dos anos noventa, as empresas brasileiras encontram sérias dificuldades em se manterem competitivas no mercado externo e concorrer com as multinacionais mundiais como Nestlé (suíça), Altria (General Foods/americana), Sara Lee (americana), Tchibo (alemã) e Procter e Gamble (americana).

A segunda dificuldade diz respeito às barreiras tarifárias. O café solúvel brasileiro sofre barreiras tarifárias na União Européia (EU), enquanto as indústrias

dos países concorrentes ou são isentas das taxas de importação, sob alegação de uma política de cooperação de combate ao narcotráfico, com relação à Colômbia, por exemplo, ou são taxadas com alíquota menor, como o caso do México e Índia (MACCHIONE SAES, 2002).

Em 1991, a UE determinou alíquota zero para as empresas exportadoras da Colômbia, Bolívia, Peru e América Central, e 9,5% para a exportação de solúvel do Brasil. De 1991 a 2000, a exportação brasileira de solúvel para a UE caiu 45,5% (203 mil sacas a menos) e a exportação dos países não taxados aumentou 54% (361 mil sacas a mais) (MACCHIONE SAES, 2002).

Até o início dos anos 90, a inserção do solúvel brasileiro no mercado internacional se fazia principalmente via indústrias já estabelecidas nos EUA e Europa, pertencentes a grandes grupos de produtos alimentícios, que compravam o produto a granel para compor seus *blends*.

Com o aumento das fusões entre as empresas internacionais e a incidência de barreiras tarifárias pela União Européia, as empresas brasileiras, principalmente, vêm encontrando grande dificuldade no mercado internacional (OXFAM, 2002). Os EUA, Rússia, Ucrânia estão entre os principais consumidores do café solúvel brasileiro. Veja na figura 14, abaixo, a evolução na década de noventa das exportações do solúvel brasileiro.



Figura 14: Exportação de café solúvel brasileiro (milhões de sacas) - Fonte: ABICS. Org. REIS, (2009).

A terceira dificuldade das empresas brasileiras de café solúvel está relacionada ao uso de tecnologias modernas como, por exemplo, as técnicas de embalagem. Quando comparadas com as empresas internacionais, tanto no número

de empresas de produção como no desenvolvimento de tecnologias de embalagem, as brasileiras ficam em desvantagem, o que dificulta a aceitação do produto brasileiro no mercado internacional.

No mercado interno, o café solúvel é vendido basicamente nos supermercados. Até recentemente, apenas duas empresas (Nestlé e Cacique) direcionavam seus produtos para o mercado nacional. A Nestlé lidera as vendas no mercado interno de café solúvel, cerca de 6,6 mil toneladas anuais, o que representa 66% do total do consumo interno de solúvel. Na década de 90, empresas como a Iguaçú e Cocam entraram no mercado por meio de *joint-ventures* com empresas já conhecidas e que possuem um amplo sistema de distribuição no mercado consumidor brasileiro (Três Corações, Arisco, Parmalat e Café do Ponto/Sara Lee), e no caso da Iguaçú, comercializando também sua própria marca. Estas empresas vendem também café *cappuccino*, que tem apresentado grande crescimento de consumo no mercado brasileiro (MACCHIONE SAES, 2002).

2.6 A Indústria Brasileira de Café Moído e Torrado

A indústria de torrefação e moagem no Brasil, segundo dados da ABIC, em 2002 era composta por 1519 empresas voltadas para o mercado interno. A maior parte concentrada na região Sudeste, especialmente em São Paulo, que torra quase 50% do total produzido no país.

Desde o fim da regulamentação estatal, no início dos anos 90, que impedia o ingresso de empresas no setor e determinava o tabelamento de preços, as indústrias torrefadoras enfrentam forte competição no mercado nacional. (BRASIL, 2006). A barreira ao ingresso de novas indústrias no setor é baixa, uma vez que não existem fortes restrições tecnológicas e o capital mínimo exigido para ingresso no setor é baixo.

Entretanto, a instabilidade da indústria, decorrente dessa competição, que por vezes resulta em atuação desleal, como sonegação de impostos ou ainda adulteração do café, explica, em parte, a baixa motivação para qualificação tecnológica da maior parte das empresas nacionais que atuam no mercado.

Aproveitando a fragilidade das indústrias nacionais com relação ao acesso à tecnologia para torrefação e moagem do café, e dispondo de vantagens de capital, as empresas estrangeiras têm entrado no mercado nacional de torrefação por meio

de aquisições de empresas nacionais com mercado já consolidado. Exemplo disso são as aquisições das torrefadoras brasileiras “Café do Ponto”, “Seleto” e “União” pela Sara Lee (norte-americana), da empresa “Três Corações” pela Strass-Elite (israelense) e da torrefadora Nova Suíça e exportadora Piumhi, pela Segafredo (italiana) (MACCHIONE SAES, 2002).

O grupo israelense Strass-Elite é um dos líderes mundiais na indústria de alimentos, com vendas líquidas globais de US\$ 1 bilhão de dólares em 2001. As operações com café respondem por 29,4%, seguidas por laticínios (24,1%), confeitaria (19,4%), entre outros.

A partir da expansão das empresas israelenses em 1997, quando a empresa holandesa Elite foi comprada pela israelense Strauss, o processo de reestruturação e expansão no mercado internacional do café incluiu aquisições na América Latina e Leste Europeu, mercados de maior potencial de consumo. As operações no setor cafeeiro no Brasil começaram em 2000, com a aquisição da torrefadora de café mineira “Três Corações”, por US\$ 40 milhões, logo após a aquisição de fábricas na Bulgária, Croácia, Turquia e Ucrânia, em 1999. Atualmente, o grupo possui 18 empresas de café em 10 países e vendas em torno de 1,2 milhão de sacas anuais, figurando em 8º lugar no *ranking* mundial (MACCHIONE SAES, 2002).

A marca “Três Corações” é líder no mercado de torrado e moído em Minas Gerais, além de líder nacional no segmento de café *cappuccino*, com participação de 42% no mercado. Em 2001, as operações do grupo israelense no Brasil atingiram US\$ 26 milhões de dólares, com vendas próximas a 11 mil toneladas anuais de café torrado e moído. Com investimentos de R\$ 11,5 milhões em modernização de equipamentos, a empresa israelense partiu para o lançamento de novos produtos, com investimento de outros R\$ 3,5 milhões. A exemplo da Sara Lee, a marca israelense Três Corações, também atenta ao mercado de especiais, está lançando a marca “O Único”, produzido com grãos 100% arábica (MACCHIONE SAES, 2002).

A Sara Lee (Norte Americana) é a empresa líder no mercado nacional de café torrado e moído, com participação de 24% do mercado, sendo que sua principal marca é o café “Pilão”. Dados da ABIC, que estimam a participação no mercado a partir de informações de suas associadas e consideram todo o mercado brasileiro, indicam que esta empresa líder participa com 18% do mercado de café torrado e moído. A indústria de torrefação de café no Brasil não é considerada concentrada devido à grande quantidade de pequenas empresas no setor (BIALOSKORSKY,

2005). Veja na tabela 04 o grau de concentração das indústrias de Torrefação no Brasil.

Tabela 04: Grau de Concentração das Indústrias de Torrefação no Brasil

Participação em 2001	(%)
Concentração da maior	18
Concentração das 2 maiores	23
Concentração das 3 maiores	26
Concentração das 4 maiores	29

Fonte: ABIC – Org. REIS, (2009).

Considerando-se as principais marcas de café torrado e moído, temos que em 2000 as marcas da empresa americana Sara Lee (Pilão, Café do Ponto e Caboclo) detinham 27,6% do mercado, seguidas pela Nescafé (da suíça Nestlé) com 6,1%, Três Corações (Strauss-Elite, de Israel) com 4,8% e Melitta (empresa italiana) com 4% (MACCHIONE SAES, 2002).

Com relação ao mercado internacional, a inserção da indústria é bastante restrita. Apesar da questão da perecibilidade do produto ter sido equacionada com a embalagem a vácuo, há anos, as exportações ainda são inconstantes e representam bem menos de 1% do total exportado em grãos verdes. Em 2001 foram exportadas 40 mil sacas de café torrado e moído. Nesse mesmo período, o Brasil importou cerca de um milhão e quinhentos mil (1.624.247) sacas de café moído (MACCHIONE SAES, 2002). A Figura 15 mostra a exportação brasileira de café torrado e moído durante a década de 90.



Figura 15: Exportações brasileiras de café torrado e moído - Fonte: CECAFE (2003). Org. REIS, (2009).

Um dos fatores que explicariam a diferença entre a exportação e importação de café torrado e moído é a lógica de funcionamento e estratégias das multinacionais sediadas nos países periféricos, como veremos a seguir.

2.7 O Domínio do Circuito Espacial da Produção pelas grandes Multinacionais da Atividade Cafeeira

O circuito espacial da produção cafeeira é dominado, no Brasil e no mundo, pela presença e concentração econômica de cinco grandes empresas torrefadoras multinacionais: Sara Lee (EUA) Nestlé (Suíça), Kraft Foods (EUA) , Procter & Gamble (EUA) e Tchibo (Alemã), que juntas controlam mais de 50% do café produzido no mundo.

Esta situação vigente no comércio mundial do café induz a um uso restritivo e corporativo do território, pois as decisões e estratégias que animam a dinâmica das regiões onde se dá a produção do café são elaboradas e planejadas por poucos agentes hegemônicos. As regiões produtoras de café no Brasil são fortemente submetidas à regulação política e decisiva dos interesses dessas grandes corporações de capital planetário.

A política territorial destes agentes hegemônicos mundiais da atividade cafeeira visa o controle sobre o circuito espacial da produção do café, desempenhando forte influência na organização e no uso do território. Por meio de ações e normas corporativas, estas grandes multinacionais tornam-se capazes de chamar parte do território a participar do movimento geral da globalização. A dinâmica territorial do lugar se vê conduzida, então, por políticas empresariais e o território passa a ser usado de forma seletiva e corporativa (SANTOS & SILVEIRA, 2001).

Na medida em que tal uso é desigual, ou seja, não compartilhado pelo conjunto da sociedade, podemos também dizer que o território passa a ter um uso diferenciado pelos distintos agentes. As instalações dos sistemas técnicos escolhidos para produzir de modo eficaz correspondem aos aportes requeridos pelas grandes empresas e são usadas seletivamente nos lugares.

[...] não é o mercado todo que opera sobre os lugares, mas sim os interesses particulares de cada uma das empresas, cada uma com seu próprio interesse, operando segundo motivações particulares. (SANTOS e MARIA LAURA SILVEIRA, 2001, p. 296).

Os países que formam a União Européia representam em torno de 40% de consumo do café mundial; os Estados Unidos, individualmente, é o maior país consumidor, 25%, e o Japão, 10% (OXFAM, 2002).

No circuito espacial da produção do café, a fase que corresponde à distribuição mundial desta mercadoria é representada por poucas empresas concentradas, que dominam o comércio no mercado internacional. O comércio mundial de café é praticamente dominado por cinco multinacionais torrefadoras (Altria G Foods, Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee e Tchibo,) e quatro multinacionais importadoras (Neumann, Mann/Volcafé, Esteve e Coimbra) (HERSZKOWICZ, 2005). Entre os países centrais existe grande concentração destas multinacionais, e há uma tendência, com o processo de globalização, de que essa concentração cresça. Por outro lado, entre os países periféricos temos na atividade cafeeira um contexto de forte concorrência: mais de 60 países produtores e exportadores.

O circuito da produção do café, da propriedade rural até o café como mercadoria mais elaborada que chega ao consumidor, gera em torno de 70 bilhões de dólares. De 1990 a 2000, a participação dos produtores nesse valor final oscilava entre 36% e 38%; hoje está entre 6% e 8%. Destes 70 bilhões de dólares, 64, 4 bilhões são retidos pelas indústrias, comercializadores e distribuidores internacionais.

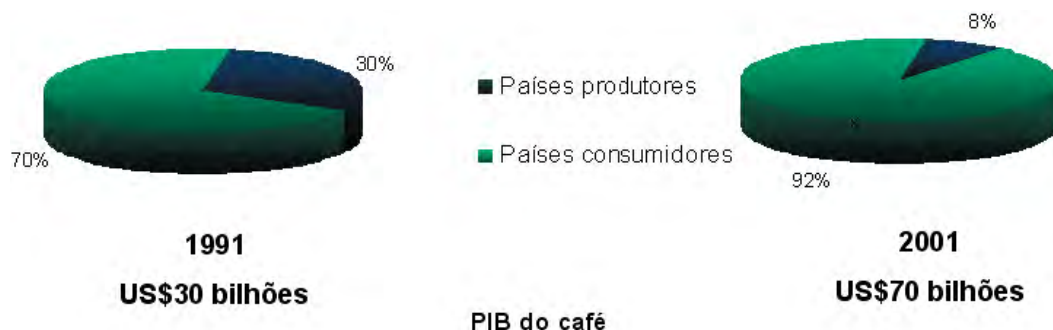


Figura 16: PIB do café - Fonte: BIALOSKORSKY (2005). Org. REIS, (2009).

Os ganhos da atividade cafeeira são quase todos absorvidos pelas fases intermediárias do circuito produtivo. Há uma forte ação das grandes multinacionais sobre as fases de comercialização, de processamento e de torrefação, com o intuito de se apropriarem dos ganhos da produção cafeeira. Estas grandes multinacionais sediadas nos países desenvolvidos têm cada vez mais condições de desenvolver tecnologia e informação, enquanto o produtor da matéria-prima tem cada vez menos importância, ficando com pequenas proporções do valor da renda total do circuito da produção do café (BRASIL, 2006). As alianças estratégicas de grandes empresas acontecem cada vez mais e com maior intensidade, através de fusões, aquisições e incorporações que acontecem em escala global.

A Sara Lee, quando se instalou no Brasil, comprou empresas do setor como “A Companhia União”, “Café do Ponto” e “Seleto”, todas indústrias nacionais incorporadas por esta torrefadora multinacional. A Sara Lee entrou no mercado de café em 1978, depois da fusão com a Douwe Egberts (Holandesa). Depois desta fusão, muitas outras foram realizadas por esta multinacional. De acordo com o relatório da empresa torrefadora Sara Lee, do ano de 2001, a receita obtida com a atividade cafeeira e o chá foi de US\$ 2,9 bilhões de dólares. A empresa é líder de mercado consumidor na Bélgica/Luxemburgo e Holanda (por meio da Douwe Egberts), na França com a marca “Maison du Café”, na Espanha com o café “Marcilla” e na Dinamarca com o “Merrild”. Nos EUA, a Sara Lee ocupa a terceira posição no mercado de café torrado e moído (BRASIL, 2006).

No Brasil, a Sara Lee entrou no mercado de café em março de 1998, com a aquisição do “Café do Ponto”, comprando, logo em seguida, a empresa “Café Seleto”. Depois disso, a empresa alcançou a liderança do mercado brasileiro com a aquisição das operações de café da “Cia. União” (marcas Pilão, Caboclo e União) (MACCHIONE SAES, 2002). Buscando a liderança no segmento *gourmet*, café considerado de alta qualidade pelo mercado, a empresa investiu em 2002 cerca de R\$ 5 milhões de reais para produção de café *gourmet*. Foram feitos também investimentos para uma forte campanha publicitária para o lançamento do “Café do Ponto Aralto”, em 2002. De acordo com a empresa Sara Lee, o produto é produzido com grãos cultivados a uma altitude de mil metros, na região do Sudoeste de Minas Gerais.

Com relação aos compradores internacionais, 46% da distribuição do café, dos 90 milhões de sacas exportadas pelos países produtores, são exportados por

quatro grupos. Abaixo segue a tabela 05, mostrando a participação dessas quatro grandes multinacionais compradoras de café no mercado mundial, as quais compram quase metade da oferta mundial de café na forma de grãos verdes. (OXFAM, 2002)

Tabela 05: Compradores Internacionais de Café – Grau de Concentração

	% Part.
Neumann	16
Mann\Volcafé	14
Esteve	12
Coinbra	4

Fonte: Seminário Café: BIALOSKORSKY (2005). Org. REIS.(2009).

Das 110 milhões de sacas de café que são consumidas no mundo, 60% são industrializadas por cinco grupos, como a Altria General Foods, Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee e Tchibo, cinco empresas que dominam quase 70% da industrialização do café no mundo e movimentam milhões de sacas de café por ano. Veja, na tabela 06, o grau de concentração das multinacionais torrefadoras de café.

Tabela 06: Concentração das Multinacionais Torrefadoras de Café

	% Part.
Nestlé	25
Altria \ G Foods	24
Sara Lee	7
Procter & Gamble	7
Tchibo	6
Outros	31

Fonte: BIALOSKORSKY (2005). Org. REIS, (2009).

Estas multinacionais obtêm grandes margens de lucro pelo grande volume de café que comercializam, com a força de suas marcas associadas à mercadoria, com o controle de custos, com a capacidade de misturar diferentes tipos de café em suas mercadorias e com o uso de instrumentos financeiros modernos, que lhes permitem comprar café em todas as regiões do mundo (BRASIL, 2007b).

Atualmente as torrefadoras não precisam mais manter grandes estoques de café. Contratos assinados com empresas internacionais de comercialização (*Dearles*) garantem-lhes uma oferta constante de grandes volumes de diferentes

tipos de café, mediante pedidos de prazo relativamente curtos. Isso permite que combinem cafés de diferentes maneiras e ajustem suas misturas com crescente flexibilidade. Os países produtores se veem sob uma pressão crescente à medida que as torrefadoras desenvolvem combinações cada vez mais baratas de café para produzir misturas padronizadas.

As torrefadoras desenvolveram maior flexibilidade em seus processos de misturar cafés e estão cada vez menos comprometidas em adquirir produtos de uma origem específica. Estas multinacionais dispõem de mecanismos avançados para administrar e minimizar os custos com matérias-primas. Ao invés de pagar o preço real de café no mercado, elas assinam contratos com compradoras multinacionais, que lhes garantem proteção contra riscos da volatilidade de preços no futuro. Complexos modelos matemáticos permitem que, mediante um simples clique do mouse de computador, estas grandes torrefadoras firmem hoje acordos comerciais nos mercados de futuro para preços a serem pagos pelo café que comprarão daqui a 6 ou 18 meses. Esses instrumentos financeiros permitem que otimizem suas estratégias de compra – algo muito distante das opções de mercado que os produtores enfrentam nos países subdesenvolvidos (BRASIL, 2007a).

Outro fator que garante os lucros das torrefadoras é a forma como estas são administradas. O uso da tecnologia, por exemplo, permite a uma torrefadora extrair mais café solúvel do grão do café aumentando, conseqüentemente, seus lucros. As marcas também se tornam grandes fontes de lucros para as grandes multinacionais torrefadoras. Os nomes famosos veiculados pela propaganda das principais marcas encontradas no mercado garantem ágios expressivos sobre o custo efetivo das mercadorias, já que estas empresas gastam milhões de dólares a cada ano para promover a imagem de suas marcas. No Reino Unido, por exemplo, os gastos com a propaganda de marcas de café instantâneo chegaram a US\$ 65 milhões de dólares em 1999, principalmente das marcas Nescafé, Kenco e Douwe Egberts, de acordo com pesquisa citada pela Oxfam (2002). Usando diferentes marcas, as torrefadoras diferenciam seus produtos por meio de imagem e sabor específicos, com preços de venda também específicos. As marcas também garantem às torrefadoras maior poder de negociação com os varejistas que estocam seus produtos. Esse poder é exercido em negociações longas, duras e reservadas. Os varejistas mais importantes – os principais supermercados – também são bastante poderosos e têm garantidas boas margens de lucro em suas vendas de café, lançando suas próprias

marcas. Em alguns mercados, como da Alemanha e da França, os varejistas estão pressionando as torrefadoras para manter os preços do café em níveis mais baixos. No entanto, há um limite para o nível de pressão que estes varejistas podem aplicar sobre as cinco grandes torrefadoras do mundo, pois eles mesmos sabem que o consumidor prefere as marcas tradicionais do mercado (BRASIL, 2006).

As cinco maiores torrefadoras do mundo juntas dominam o mercado nos principais países consumidores. Os Estados Unidos, a Alemanha, a França e o Japão consomem, conjuntamente, metade das exportações mundiais de café. Veja na tabela 08 o grau de concentração das torrefadoras nos países consumidores.

Tabela 07: Grau de Concentração das Principais Indústrias nos Países Consumidores

	% Part.
Irlanda	90
Reino Unido	75
Dinamarca	70
Finlândia	75
Suécia	71
Noruega	68
Alemanha	65
Itália	60

Fonte: BIALOSKORSKY (2005). Org. REIS, (2009).

A internacionalização e a fusão das grandes indústrias no mundo aceleraram a partir da década de 1980, quando as multinacionais reorganizaram suas estruturas de negócios envolvendo mudanças como a perda de autonomia das subsidiárias nos países subdesenvolvidos, que passaram a assumir cada vez mais um papel operacional secundário, ou seja, executar ordens vindas das empresas matrizes, sediadas nos países desenvolvidos. A compra de matéria prima por estas empresas passou a ser realizada em qualquer região produtora do mundo, não ficando dependente das regiões produtoras, centralizando o poder decisório da compra do café nos países desenvolvidos.

“De todos os produtos brasileiros modernos, o primeiro e soberano lugar cabe ao café. Já o encontramos na fase anterior sobre o Império, em marcha ascendente e avassaladora das principais e melhores atividades do país. Encontra-lo-emos agora na República atingindo o zênite da sua grandiosa trajetória, e colocando-se em nível que deixará definitivamente numa sombra medíocre todas as demais produções brasileiras” (PRADO JR, 1945, P. 225)

CAPÍTULO 3

O Processo de Globalização e o Lugar: A Inserção de Minas Gerais no Circuito Espacial da Produção do Café

A constituição do circuito espacial de produção do café no Sudoeste de Minas Gerais é relativamente atual, ainda que a formação dessa região produtora de café tenha se iniciado no século XIX. Para Caio Prado Jr. (1945, p.225):

De todos os produtos brasileiros modernos, o primeiro e soberano lugar cabe ao café. Já o encontramos na fase anterior sobre o Império, em marcha ascendente e avassaladora das principais e melhores atividades do país. Encontra-lo-emos agora na República atingindo o zênite da sua grandiosa trajetória, e colocando-se em nível que deixará definitivamente numa sombra medíocre todas as demais produções brasileiras.

Segundo Celso Furtado (1959), o café no Brasil começou a ser cultivado em grande escala no final do século XVIII, mas somente na segunda metade do século XIX atingiu o máximo de sua importância, constituindo-se no principal produto de exportação da economia brasileira. A produção do café no século XIX deu um

grande impulso na economia do país, tornando-se um produto de grande importância comercial para o Brasil e o principal produto de exportação no mercado internacional. Nas primeiras décadas do século XX, quase toda riqueza produzida pelo país provinha das relações sociais de produção desta mercadoria, que já correspondia a 70% do valor das exportações brasileiras e ao gênero alimentício mais importante no mercado internacional.

Em 1845, responsável por 45% da produção mundial do café, o Brasil já se destacava no cenário internacional. Entre 1850 e 1950, Brasil e Café se confundiam em um só. A produção desta mercadoria marcou época em nosso país pela consolidação de uma estrutura social e econômica muito forte, estrutura essa que determinou a formação territorial brasileira nos séculos XIX e XX. Para Coelho Neto (*apud* TAVARES, 2002, p. 34), “a história do Brasil foi escrita com tinta de café”.

O declínio da economia canavieira e as construções de ferrovias no interior paulista, com altos investimentos ingleses, contribuíram para que o Brasil se tornasse expressivo na produção mundial. A Inglaterra foi o primeiro país a consumir o café brasileiro em larga escala, seguido pelos Estados Unidos. Em 1870, os norte-americanos consumiam cerca de 270 mil toneladas de café produzidas no Brasil. Em 1890 foram plantados 350 milhões de pés de café no território brasileiro, e só no Estado de São Paulo foram produzidas 500 mil toneladas (PRADO JR, 1945).

Em 1952, com o aumento do consumo Europeu, depois da Segunda Guerra Mundial, o café contribuía com mais de 75% da receita cambial brasileira. Em 1965 esse número caiu pela metade. Atualmente, o café representa menos de 10% no total das exportações, mas, mesmo assim, o Brasil continua sendo o principal fornecedor de café no mercado mundial.

A hegemonia paulista na produção cafeeira foi se perdendo a partir da segunda metade do século XX. Dentre outros fatores, podemos destacar, principalmente, o desinteresse da elite cafeeira paulista em produzir uma mercadoria de elevado custo e que, a partir daquele momento, passava a sofrer grande concorrência internacional, principalmente da Colômbia. Diante da possibilidade de produzir laranja e cana-de-açúcar a custos bem menores e vantajosos, São Paulo deixou que os Estados do Paraná e Minas Gerais despontassem como os principais produtores de café, a partir de 1975

Impulsionada pelo Plano de Renovação e Revigoração dos Cafezais (PRRC), que foi implementado pelo governo federal em 1970, através do Instituto Brasileiro

do Café (IBC), a produção em Minas Gerais, até então dependente quase que exclusivamente de uma estrutura arcaica e primitiva, cresceu com o incentivo e o emprego das novas tecnologias. Essa lógica do investimento e do emprego de ciência e tecnologia na produção cafeeira consolidou-se na década de 90, principalmente com a cooperação e atuação das Cooperativas Agrícolas, dos Institutos de Pesquisas como a Empresa Brasileira de Pesquisas Agropecuárias (Embrapa) e o Instituto Agrônômico de Campinas (IAC), e das Universidades.

A partir dessas políticas de incentivo ao desenvolvimento de uma agricultura tecno-científica e altamente especializada, o Sudoeste de Minas Gerais foi se configurando como um circuito espacial da produção do café – todo o território foi se instrumentalizando para servir, no lugar, a uma produção muito especializada e voltada para o mercado exterior.

3.1 Sudoeste de Minas Gerais: Uma Região produtiva agrícola

Uma das principais características da produção agrícola mineira encontra-se em sua diversidade. Produz-se milho, café, batata, feijão, arroz, tomate, laranja, cebola. Convivem regiões de uso intensivo de tecnologia e alta produtividade e regiões cuja base produtiva é rudimentar e voltada para o consumo interno ou até mesmo para subsistência.

O café é uma mercadoria expressiva na região do sudoeste mineiro, com reconhecimento internacional, sendo explorada, principalmente, em pequenas propriedades rurais, exceção feita à região do triângulo mineiro, onde as terras planas permitem a mecanização da produção cafeeira. Nessa região a cafeicultura é desenvolvida por produtores de grande e médio porte, com uso intensivo de tecnologia.

O café é responsável por 24, 9% do Produto Interno Bruto agropecuário do Estado⁴ (PIB).

No âmbito estadual, quanto ao uso da terra, o café representa 24, 4 % das terras agricultáveis do Estado, perdendo a primeira posição para a produção do milho, com 30,5% de área colhida⁵.

⁴ Fonte: FJP. Anuário Estatístico de Minas Gerais 2000 - 2001

⁵ IBGE (2000)

Os dados da evolução da produtividade cafeeira, ao longo da década de 1990 até 2000, saltaram de 1080 toneladas por hectare para 1662 toneladas por hectare, um ganho em produtividade de 54% em dez anos. Esse aumento da produtividade é resultado da competição no mercado internacional, que incentiva cada vez mais a concentração da produção em novas regiões, como no Triângulo Mineiro, com a incorporação da tecnologia por médios e grandes produtores.

Dentre as principais regiões produtoras de café no Brasil, destacam-se as tradicionais como São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Espírito Santo, e aquelas onde a produção se intensificou a partir da década de 1990, como Rondônia e Bahia. Essas novas regiões produtoras usam máquinas e defensivos agrícolas em grande escala, obtendo maior produtividade.

Dos cerca de 30 bilhões de reais que compõem o Produto Interno Bruto agropecuário de Minas Gerais (PIB), 8 milhões são oriundos do café, mercadoria que se destaca como a mais importante na receita da agricultura mineira. As principais regiões produtoras do Estado são: Sudoeste de Minas com 48,5% da produção, Triângulo Mineiro com 23% e Alto do Paranaíba com 28,5% da produção. Deve-se ressaltar que essas duas últimas regiões, segundo classificação regional feita pelo IBGE, configuram-se como áreas pioneiras da produção mineira, apresentando nas últimas safras expressiva expansão da área produtiva, aumento da produtividade e incremento da produção pelo uso intensivo de tecnologia.

Do total, 91% da produção estadual é destinada ao mercado internacional. Em 2000 o Estado exportou 600 mil toneladas de café e obteve uma receita cambial de 996 milhões de dólares. Em 2001 as exportações chegaram a 828,4 mil toneladas, mas a receita cambial teve uma queda, chegando a 838,6 milhões de dólares. A safra de 2001 foi 38% maior que em 2000, mas a receita teve uma queda de 15%. Esse fato se explica pela variação do preço da *comoditie* no mercado internacional.

3.2 O adensamento técnico-científico e político no Sudoeste Mineiro

O circuito espacial da produção cafeeira no Sudoeste Mineiro é um exemplo de uso corporativo do território nacional por empresas cujos interesses

internacionais incentivam o Estado a instrumentalizar o meio geográfico para a realização eficaz de suas atividades agrícolas para exportação.

Desde a década de noventa, na região Sudoeste de Minas Gerais, a produção do café impõe um adensamento de sistemas de engenharia no território, que tem viabilizado a produção desta mercadoria vantajosamente e em grande escala. Aí, tanto os sistemas de ações como os sistemas de objetos devem seguir metas a serem atingidas e contempladas pelos programas e pacotes de crescimento econômico lançados pelo Governo Federal como, por exemplo, o atual Plano de Aceleração do Crescimento 2007-2010 (PAC). São metas que se tornam indispensáveis para viabilizar e sustentar o projeto técnico de crescimento econômico imposto ao país (KAHIL, 2006).

A região do Sudoeste Mineiro torna-se, assim, uma região produtiva agrícola, uma região especializada para a produção agrícola no território brasileiro (ELIAS, 2003). Como nos diz Milton Santos (1996), uma região funcional às exigências e interesses mundiais, a partir da reunião, num mesmo lugar, de fatores produtivos especializados em determinadas mercadorias, um lugar apto à competitividade internacional, dada exatamente à composição técnica que aí se instala.

Nesse processo de especialização produtiva dos lugares, em busca de alcançar o mercado internacional, as ações do Estado se voltam para o adensamento técnico-científico-informacional e normativo do território. Um conjunto de ações estatais, orientado pela histórica necessidade do país em exportar e gerar divisas para honrar compromissos de dívidas com os organismos internacionais, torna-se solidário aos interesses das grandes empresas, também orientadas pelo mercado internacional.

As ações Estatais orientadas para a produção e interesse do mercado internacional impõem um uso seletivo do território, um território organizado e instrumentalizado para uso de alguns, em detrimento do conjunto da sociedade. O uso desigual do território nacional, antes de manifestar a desigualdade social, manifesta-se como desigualdade territorial.

Para exemplificar o uso desigual, corporativo, e as políticas de extroversão do território, tomaremos como exemplo os sistemas de ações do Estado e da Empresa COOPARAISO, que têm transformado e dinamizado a região do Sudoeste Mineiro, segundo aquela mesma lógica global.

3.3 COOPARAISO: Do Meio Técnico à Constituição de um Moderno Circuito Espacial Produtivo do Café

A região sudoeste mineira é composta por 153 municípios, possui uma área de cerca de 53.097 Km², equivalente a 9% da área do Estado de Minas Gerais, e uma população aproximada de 2.185.050 milhões de habitantes (SILVA, *apud* FONTES, 2001). Atualmente, os principais municípios produtores de café são: Alfenas, Boa Esperança, Carmo da Cachoeira, Coqueiral, Jacuí, Lavras, Neponuceno, São Sebastião do Paraíso, Varginha, Guaxupé e Três Pontas. Este último município é o maior produtor de café do Brasil, com 22.000 ha de área explorada e mais de 30 milhões de cafeeiros produzindo cerca de 598.400 sacas anuais de café.

A expansão da cafeicultura no Sudoeste mineiro pode ser dividida em três fases. A primeira teve início no século XIX, sendo os tropeiros responsáveis pela introdução da planta nas cidades de Airuoca, Jacuí e Baependi. Nessa época a produção se destinava para consumo próprio. O segundo período de expansão começou no final do século XIX e ocorreu por conta do deslocamento da cafeicultura do Oeste Paulista. Foi essa fase que permitiu o grande desenvolvimento da cafeicultura na região, fazendo dessa mercadoria uma das principais atividades econômicas agrícolas da região. O terceiro período coincide com a expansão do meio técnico-científico-informacional para o meio rural e corresponde à formação de um “moderno” circuito espacial produtivo da café, a partir da década de setenta (FILETO, *apud* FONTES, 2001).

Desde a década de setenta, a região lidera a produção de café do Estado, que atualmente responde por 59% da produção total de Minas Gerais. Possui uma produção em torno de 12 milhões de sacas de 60 Kg e uma produtividade de 29 sacas de 60 Kg de café por hectare plantado. (SILVA, *apud* FONTES, 2001).

O circuito espacial produtivo do café nessa região é coordenado por grandes cooperativas como a COOPARAÍSO (Cooperativa de Cafeicultores de São Sebastião do Paraíso e Região), de abrangência regional.

Segundo a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), existem 74 cooperativas de café no Brasil, das quais 40 têm o café como principal mercadoria; são mais de 100 mil produtores cooperados, que respondem por 30% da produção brasileira de café. Em 2004 foram produzidas pelos produtores cooperados 10

milhões de sacas, sendo que cinco cooperativas representam 65% desse total⁶. A COOPARAISO está em segunda colocação, atrás apenas da COOXUPÉ (Cooperativa de Cafeicultores de Guaxupé e Região), também localizada no Sudoeste mineiro.

Do total de cooperados, 80% produzem até quinhentas sacas de café e 38% até cem sacas. Segundo os dados do IBGE, em 2002 a renda média dos agricultores brasileiros ligados a cooperativas foi de vinte e seis mil e duzentos reais ao ano. Esse número é a renda média superior dos agricultores cooperados em relação à renda média dos produtores não cooperados.

Tabela 08: Perfil dos produtores

Por volume de entrega de café	
Intervalos	Número de associados
Até 100 sacas	37,88%
101 - 200 sacas	20,63%
201 - 500 sacas	21,05%
501 - 1.000 sacas	13,79%
Mais de 1.000 sacas	6,66%

Fonte: COOPARAISO. Org. REIS, (2009)

Através da leitura desses dados sobre o sistema cooperativista de café no Brasil, pode-se afirmar que é um sistema cooperativista formado, na sua maioria, por pequenos produtores.

A COOPARAISO desenvolve suas atividades conformando todo um circuito espacial de produção, constituído de fazendas, lojas agropecuárias, armazéns, unidades de moagem, agências financeiras, instituições de pesquisa e ensino, que têm na cafeicultura sua referência para atuação. Também conforma um circuito espacial de produção com o porto seco de Varginha, que facilita os trâmites burocráticos para exportação do café; o porto de Santos, principal via de escoamento para exportação, e também com o Estado, pois a região possui diversos representantes políticos, tanto na esfera Estadual como Federal, que atuam defendendo os interesses da corporação. É todo um conjunto de sistemas de objetos e sistemas de ações dispersos na região e também no território nacional, constituído para a região se tornar competitiva para atender ao mercado

⁶ Dados obtidos pela COOPARAISO (Cooperativa de Cafeicultores de São Sebastião do Paraíso)

internacional. A partir da década de noventa, as ações da COOPARAISO se tornaram pioneiras no sentido de aderir à ideia de competitividade. No Brasil, no início da década de oitenta, a agricultura passou a se modernizar segundo padrões neoliberais do mercado internacional e a competitividade já começou a se mostrar uma meta a ser alcançada também na agricultura. Seguindo essa perspectiva, as principais cooperativas do sudoeste mineiro se organizaram e criaram juntas a Global Companhia de Café.

A Global Companhia de Café é uma cooperação estabelecida entre as Cooperativas de São Sebastião do Paraíso, Boa Esperança, Varginha, no Sudoeste de Minas Gerais, e Franca, no Estado de São Paulo. Nessas cooperativas existe um universo de doze mil produtores de café, recebendo em média dois milhões e meio de sacas de café por safra. A Global é uma empresa que tem como função comercializar a produção cafeeira, movimentando mais de 3 milhões de sacas de café por ano.

Os dirigentes dessa grande empresa adotam um discurso que, para eles, é a essência da empresa, segundo o qual, com o processo de globalização os produtores precisam se organizar, e a melhor forma pra se fazer isso é associando-se a uma grande cooperativa, para que sua mercadoria possa ser comercializada de forma mais vantajosa. A Global fortalece os produtores associados, não só como produtores independentes, mas como produtores cooperados.

A Global traz benefícios aos produtores do ponto de vista de produção de café, já que seus cooperados são beneficiados na compra dos seus insumos, reduzindo o custo de produção. Esta grande cooperativa também traz benefícios na comercialização de café. Ela fortalece as operações de comércio, leva aos produtores a possibilidade de operar em mercados futuros, oferece empréstimos com certificados de depósito agropecuário, enfim, possibilita aos produtores acesso ao mercado internacional. Segundo os dirigentes da Global, o produtor pode se beneficiar no custo da produção, na comercialização e nos lucros, seja diretamente, por ser sócio da empresa cooperativa Global, recebendo a debênture de participação nos lucros, ou indiretamente.



Figura 17: Cooperativas mineiras participantes da Global - Fonte: COOPARAISO. Org. REIS, (2009)

Ações como esta, de criar uma grande empresa como a Global, somadas ao sistema de engenharia instalado no território e um conjunto de ações organizacionais é que permitem à Cooperativa COOPARAISO se estabelecer e tornar-se uma empresa expressiva do projeto técnico que torna o espaço do lugar eficaz e viável no mercado internacional. A eficácia se alcança através da instrumentalização do território, que torna seu uso racional, eficaz e competitivo.

Viabilizada pelo sistema financeiro também globalizado, a modernização do território constitui um meio técnico-científico informacional que redefine as possibilidades de ação das empresas e uso corporativo do território (SANTOS, 1999). A modernização dos sistemas produtivos e de comercialização, coordenados pela COOPARAISO, configura, no lugar, a territorialização da globalização.

É neste contexto de viabilização dos interesses do mercado internacional que a cooperativa COOPARAISO organiza todo seu sistema de atividades produtivas, a partir das exigências de instalação dos sistemas de objetos que dão suporte ao seu projeto técnico produtivo; ambos os sistemas, viabilizados pelo sistema financeiro.

3.4 COOPARAISO: Uma Normatização do Território?

A COOPARAISO é uma empresa cujo projeto técnico se propõe a instrumentalizar o território para tornar suas ações mais eficazes e capazes de participar do movimento competitivo no mercado internacional. Tal projeto, fundado

na ideia neoliberal de “modernização da atividade agrícola”, dá à empresa poder para decidir políticas municipais, controlando, administrando e determinando politicamente o conjunto das ações produtivas no lugar. Ao adotar as políticas hegemônicas da economia global, a empresa reorganiza os sistemas de objetos e também os sistemas de ações em todo o circuito espacial de produção que comanda. Faz isto com o apoio do poder público, através da padronização da produção agrícola, exigida pelo mercado internacional de *comodities*. Nesse sentido, esta empresa normatiza o uso do território, ditando exigências aos seus associados, do que e como produzir, além de exercer pressão junto ao poder público municipal, no sentido deste normatizar o uso do território municipal. Esta ação corporativa se dá porque o sistema de objetos instalados no território se torna funcional e rígido para um determinado uso, já que todo o parque industrial da COOPARAISO é quase que totalmente voltado para a produção e comercialização de café. Ações como estas tornam o uso do território cada vez mais corporativo, já que a seletividade segue aquela racionalidade da esfera privada.

É assim que toda dinâmica do território do lugar segue o compasso das ações da esfera privada, subordinadas ao ritmo do mercado internacional. Também os sistemas de ações das empresas, ainda que exerçam um poder de comando das ações públicas locais e das ações de seus associados, no conjunto são um poder de comando delegado pelo sistema hegemônico da economia e da política mundial.

A difusão cada vez mais estendida do circuito espacial produtivo do café exige da empresa COOPARAISO uma rede técnica-organizacional que permita o controle e comando remoto de todas as atividades da empresa. Esse formato de organização das atividades exige a instalação de todo um sistema de informações que viabilizem a coordenação das ações produtivas, de comercialização e distribuição das mercadorias.

Esses instrumentos técnico-informacionais são hoje imprescindíveis para, por exemplo, a comunicação com o pregão das bolsas de valores e mercadorias e para o acompanhamento da cotação do preço do café nos principais centros de comercialização do mundo. É toda uma infraestrutura instalada no território, dando maior fluidez à necessária informação – hoje suporte de uma produção agrícola direcionada ao mercado internacional.

A instalação de sistemas de objetos e de ações técnicas que atendam aos reclamos das ordens mundiais e se encontrem densa e desigualmente distribuídos

na região Sudoeste de Minas Gerais, a serviço de empresas como a COOPARAISO, dá a estes agentes da economia um poder técnico-político de controle do seu próprio circuito espacial produtivo e um poder técnico-político da classe empresarial sobre as políticas públicas.

Estas empresas podem ser consideradas como exemplares do projeto técnico-político que comanda a dinâmica técnico-econômica dos territórios, seguindo muito mais os interesses mundiais e menos os interesses das sociedades locais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando-se a COOPARAISO, através de seu sistema de objetos em conjunto com seu sistema de ações impulsionadas pelo processo de globalização, podemos dizer, através desta análise, que esta empresa viabiliza o uso do território para a prática de interesses do mercado internacional. As ações dessa cooperativa e os objetos técnicos por ela coordenados visam à produção de mercadorias internacionais, tornando o uso do território extrovertido, corporativo e desigual.

Os sistemas de ações da empresa COOPARAISO revelam uma organização sistêmica do processo produtivo que, hoje, toma o território como recurso, instalando nos lugares todo um sistema de engenharia, muitas vezes generosamente financiado pelo Estado, através de financiamentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES), Banco do Brasil etc., posto a serviço da viabilidade dos negócios da empresa, cuja produção é comandada pela demanda do mercado internacional. Ao territorializar decisões e interesses controlados mundialmente, esta empresa tira a autonomia política do lugar, impondo um crescimento econômico voltado para os interesses do capital financeiro mundial. O uso corporativo e desigual do território tem sua dinâmica econômica voltada para os interesses de uma economia de mercado marcada pela corporação, seletividade e competitividade. Dessa maneira, questionamos o uso político que a sociedade brasileira faz de seu território, diante de uma lógica econômica hegemônica e dominante, pautada por relações capitalistas de produção, que impõem e determinam as ações nos lugares.

A política de incentivo à expansão territorial da agricultura científica, voltada para exportação, enfraquece a unidade da nação como um todo, tornando o território cada vez mais vulnerável ao uso corporativo das empresas. Com esse modelo de desenvolvimento abdicamos da tarefa de refletir sobre nós mesmos, de escolher os valores que sedimentam nossa nacionalidade e nos encontramos, cada vez mais, governados por políticas coordenadas externamente pelas empresas.

5. REFERÊNCIAS :

CASTILLO, R; FREDERICO, S. Circuito Espacial produtivo do café e competitividade territorial no Brasil. **Ciência Geográfica**, Bauru, v. 10, n. 3, p.236 – 241, set./dez, 2004.

CASTILLO, R.; TOLEDO JR, R.; ANDRADE, J. Três dimensões da solidariedade em geografia. **Experimental**, São Paulo, ano 2, n. 3, p. 69-99, set., 1997.

COORDENADORES DA FRENTE (Org.). **Frente Parlamentar do Café: A real situação da cafeicultura brasileira**. Brasília, 2006. 1 CD.

BIALOSKOSKORSKY NETO, S. Novos instrumentos para competitividade do agronegócio do café. In: SEMINÁRIO CAFÉ: NOVOS DESAFIOS E OPORTUNIDADES, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2005.1CD.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. Departamento do Café: **Fundo de Defesa da Economia Cafeeira – Funcafé: Relatório de Gestão 2005**. Brasília, 2006.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. Departamento do Café: **Fundo de Defesa da Economia Cafeeira - Funcafé : Relatório de Gestão 2006**. Brasília, 2007a.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. **Plano Agrícola e Pecuário 2007/2008: Desenvolvimento e Inclusão Social mais uma vez colhidos juntos**. Brasília, 2007b.

CHESNAIS, F. A Nova Economia: Uma Conjuntura Própria à Potência Econômica Estadunidense. In: **Uma Nova Fase do Capitalismo?** São Paulo: Xamã, p. 43 – 70, 2003.

ELIAS, D. **Globalização e Agricultura**. Editora UNESP: São Paulo, 2003.

FONTES, R. E. **Estudo Econômico da Cafeicultura no sul de Minas Gerais**. 1997. Dissertação (Mestrado em Administração Rural), Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2001.

FURTADO, C. **Formação Econômica do Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1959.

HERSZKOWICZ, N. Novos Instrumentos para a Competitividade do Agronegócio do Café. In: **Seminário Café Novos Desafios e Oportunidades**, 2005, Brasília. **Anais...**Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2005. 1CD.

KAHIL, S. Rugosidades, Periodização e Aceleração Contemporânea: O tempo na Obra de Milton Santos. In: **10 Anos do Livro A Natureza do Espaço - Legado e desafios para a teoria e prática geográfica**. São Paulo, 2006.

KAHIL, S.P. *Psicosfera: A Modernidade Perversa*. **Revista do Departamento de Geografia**. n° 11. São Paulo: FFLCH-USP, p. 217-220, 1997.

MATTELART, A. **História da Sociedade da Informação**. 2. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SAES, M. S. M. **Estudo da Competitividade: Cadeia: Café**. Campinas: Ed. Unicamp, 2002. 145 p.

OXFAM (Brasil) (Org.). **Pobreza em sua Chácara: O que há por trás da Crise do Café**. Brasília, 2002. 1CD.

PRADO JÚNIOR, C. **História Econômica do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1945.

RIBEIRO, A.C.T. Pequena Reflexão sobre Categorias da Teoria Crítica do Espaço: Território Usado, Território Praticado. In: SOUZA, M. A. A. (org.) **Território Brasileiro: usos e abusos**. Campinas: Territorial, 2003. p.29-49.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, M. **Por uma outra Globalização: do pensamento único ao pensamento universal**, São Paulo, Editora Record, 2001.

SANTOS, M & SILVEIRA, MARIA LAURA. **O Brasil: Território e Sociedade no Início do Século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SINGER, P. **Para entender o mundo financeiro**. 2 ed, São Paulo: Contexto, 2003.

TAVARES, E. L. A. **A Questão do Café Commodity e sua Precificação: o "C Market" e a Classificação, Remuneração e Qualidade do Café**. 2002. 207p. Tese (Doutorado em Engenharia Agrícola) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002.

6. OBRAS CONSULTADAS:

ANDRADE, R. G. R. **A Expansão da Cafeicultura em Minas Gerais: da intervenção do estado à liberalização do mercado**. 164 f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais. 1994.

ARROYO, M. Território brasileiro e mercado externo: uma leitura dessa relação na virada do século XX. In: SOUZA, M. A.(org.) **Território Brasileiro: usos e abusos**. Campinas: Territorial, 2003. p. 428-457.

BACHA, C. J. C. **Evolução recente da cafeicultura mineira: determinantes e impactos.** 533 p. Tese (Doutorado), FEA-USP, São Paulo, 1988. BENKO, G. **Economia espaço e globalização na aurora do século XXI.** 2 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BRAUDEL, F. **A Dinâmica do Capitalismo.** teorema, 3 ed. 1989.

CASTILLO, R. **Tecnologias da informação e organização do território brasileiro: monitoramento e fluidez.** In: SOUZA, M. A. (org.) **Território Brasileiro: usos e abusos.** Cap. 2. Campinas: Territorial, 2003. p.41-53.

CHESNAIS, F. **A Mundialização do capital.** São Paulo: Xamã, 1996.

ELLUL, J. **A técnica e o desafio do século.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.

FIORI, J.L. **O Poder Global e a Nova Geopolítica das Nações.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

FURTADO, C. **O Longo amanhecer: ensaios sobre a formação do Brasil.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

FURTADO, C. **O mito do desenvolvimento.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

GOLDEINSTEIN, L. E SEABRA, M. Divisão territorial do trabalho e nova regionalização. In: **Revista do Departamento de Geografia, USP, n° 1, 1982, SP.**

KAHIL, S. P. **Unidade e diversidade no mundo contemporâneo. Holambra: A existência do mundo no lugar.** Tese de doutorado, FFLCH: Usp, São Paulo, 1997.

KAHIL, S. Uso do território: uma questão política. In: **Encontro de Geógrafos da América Latina, 10, 2003, Anais ...** São Paulo, 2005.

MAZZALI, L. **O processo recente de reorganização agroindustrial: do complexo à organização “em rede”,** São Paulo, Editora da Unesp, 2000.

MULLER, GERALDO. **Complexo Agroindustrial e Modernização Agrária.** Editora Hucitec, São Paulo, 1989.

OLIVEIRA, FRANCISCO. **Crítica à Razão Dualista: O Ornitorrinco.** São Paulo: Editorial Bom Tempo, 2003.

PEREIRA, M. F. V. **Redes e verticalidades como estratégias de uso do território por grandes empresas: o exemplo da Embraer S/A.** Dissertação (Mestrado em Geografia)- Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2005.

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

RIBEIRO, A.C. T. Limites da Categoria Globalização: Os desafios da Nacionalidade. **Experimental**, São Paulo, Ano 2, n. 3, p. 13-21, set. 1997.

SAES, M. S; FARINA, E. M. M. Q. **O Agribusiness do Café no Brasil**. São Paulo: Pensa / Editora Milkbizz, 1999.

SANTOS, M. **O Espaço dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos Países Subdesenvolvidos. São Paulo: Editora USP, 2004.

SANTOS, M. Sociedade e Espaço: A formação social como teoria e como método. **Boletim Paulista de Geografia**, v. 54. São Paulo, Junho, 1977. p. 81-99.

SANTOS, M. **Metamorfoses do Espaço Habitado**, Hucitec, São Paulo, 1988.

SANTOS, M. **Técnica, Espaço, Tempo**. Globalização e Meio Técnico- Científico- Informacional. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1994.

SANTOS, M. O Espaço: Sistemas de Ações, Sistemas de Ação, in: **Anais do IV Encontro Nacional da ANPUR**, Salvador, pp. 35-39. 1991.

SANTOS, M. **Por Uma Geografia Nova**, Hucitec, São Paulo, 1978.

SCARLATO, F.C. **O Novo Mapa do Mundo**: Globalização e Espaço Latino- Americano. Ed Hucitec, 3 ed. São Paulo, 1997.

SILVA, J.G. DA. **A Modernização Dolorosa**: Estrutura Agrária, Fronteira Agrícola e Trabalhadores Rurais no Brasil, Zahar Editores, Rio de Janeiro, 1982.

SILVA, J. G. DA. **A Nova Dinâmica da Agricultura Brasileira**. Instituto de Economia, Unicamp, Campinas, 1996.

SILVEIRA, M.L. Uma globalização desnecessária, um território instável. **Ciência Geográfica**. ano VII, vol. I (21). Bauru, 2002. p. 43-46.

SILVEIRA, M.L. Uma situação geográfica: do método à metodologia. **Território**, ano IV, n. 6. Rio de Janeiro, 1999b. p.21-28.

SINGER, P. **Globalização e Desemprego**. Diagnósticos e Alternativas. 3 ed. São Paulo:Contexto,1999.

SPENGLER, O. **O homem e a técnica**. Contribuição a uma filosofia da vida. Porto Alegre: Meridiano, 1941.

TOLEDO, M.R. **Circuitos espaciais da soja, da laranja e do cacau no Brasil: uma nota sobre o papel da Cargill no uso corporativo do território brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, 2005.