

T 306.859

KIY

ag7

NORMA KIYOTA

**AGRICULTURA FAMILIAR E SUAS ESTRATÉGIAS DE
COMERCIALIZAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE
CAPANEMA – REGIÃO SUDOESTE DO PARANÁ.**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Mestrado em Administração Rural, área de concentração em Administração Rural e Desenvolvimento, para obtenção do título de “Mestre”.

Orientador

Prof. Marcos Affonso Ortiz Gomes

LAVRAS
MINAS GERAIS - BRASIL
1999

CENTRO de DOCUMENTAÇÃO
CEDOC/DAE/UFLA

**Ficha Catalográfica Preparada pela Divisão de Processos Técnicos da
Biblioteca Central da UFLA**

Kiyota, Norma

**Agricultura familiar e suas estratégias de comercialização : um estudo de caso
no município de Capanema – região sudoeste do Paraná / Norma Kiyota. –
Lavras : UFLA, 1999.**

149 p. : il.

Orientador: Marcos Affonso Ortiz Gomes.

Dissertação (Mestrado) – UFLA.

Bibliografia.

**1. Agricultura familiar. 2. Estratégia. 3. Comercialização. 4. Capanema -
Paraná. 5. Reciprocidade. I. Universidade Federal de Lavras. II. Título.**

CDD-306.852

NORMA KIYOTA

**AGRICULTURA FAMILIAR E SUAS ESTRATÉGIAS DE
COMERCIALIZAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE
CAPANEMA – REGIÃO SUDOESTE DO PARANÁ**

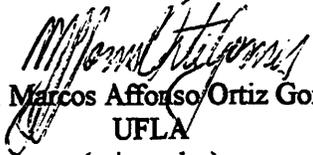
Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Mestrado em Administração Rural, área de concentração em Administração Rural e Desenvolvimento, para obtenção do título de “Mestre”.

Aprovada em 9 de abril de 1999.

Prof. Wilson Schmidt UFSC

Prof. Áureo Eduardo Magalhães Ribeiro UFLA

Prof. Edgard Alencar UFLA


Prof. Marcos Affonso Ortiz Gomes
UFLA
(orientador)

LAVRAS
MINAS GERAIS - BRASIL

Aos meus pais Tsutomu e Sumiko,
exemplos de dedicação e trabalho.

Ao Miguel, companheiro de todos os momentos.

DEDICO

AGRADECIMENTOS

À Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER – Paraná), pelo apoio para a realização deste curso, em especial aos amigos da região de Pato Branco e do município de Capanema.

À Universidade Federal de Lavras (UFLA), pelas condições de estudo.

Ao Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq), pelo suporte financeiro.

Ao professor Marcos Affonso Ortiz Gomes pela orientação, sugestões e apoio no decorrer do curso e aos demais membros da banca, professores Wilson Schmidt, Áureo Eduardo Magalhães Ribeiro e Edgard Alencar, pelas contribuições para o enriquecimento deste estudo.

A todos os professores e funcionários do Departamento de Administração e Economia.

A todos os monitores, funcionários e alunos da Casa Familiar Rural de Capanema, pelo apoio, carinho e amizade.

À Cooperativa Iguaçu de Prestação de Serviços Ltda. (COOPERIGUAÇU) e à Associação de Estudos, Orientação e Assistência Rural (ASSESOAR), pelas sugestões e colaboração.

A todos os amigos, pela amizade e solidariedade que ajudaram a tornar nossa estada em Lavras um grande prazer, especialmente a Luís, Flávia, Joci, Ivanir, Toni, Vânia, Giovana, Eduardo, Toninho, Iraziet, Jaqueline, Júlio, Rosana e Eduardo Nobre.

A toda minha família, pelo apoio, carinho e confiança.

A todas as famílias de agricultores, em especial àquelas que nos dedicaram momentos preciosos de seu tempo, para a efetivação deste trabalho.

BIOGRAFIA

Norma Kiyota, filha de Sumiko Tutida Kiyota e Tsutomu Kiyota, nasceu em Londrina, em 1967.

Graduou-se em Agronomia pela Universidade Estadual de Londrina, em fevereiro de 1990 e em junho do mesmo ano, ingressou na Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER – Paraná), desempenhando a função de extensionista no município de Douradina, atuando junto aos grupos de agricultores.

Em setembro de 1991, transferiu-se para Londrina, acompanhando os assentamentos rurais do Distrito de Tamarana, permanecendo até setembro de 1994, quando transferiu-se novamente, desta vez para o município de São João, onde acompanhou a elaboração do Plano de Desenvolvimento Rural do município, realizado com a participação das famílias de agricultores.

Em 1996, concluiu o Curso de Especialização em Administração Rural pela Universidade Federal de Lavras e em 1997, ingressou no Curso de Mestrado em Administração Rural, área de concentração em Administração Rural e Desenvolvimento, na Universidade Federal de Lavras, defendendo a dissertação em abril de 1999.

SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS	i
RESUMO	iii
ABSTRACT	iv
INTRODUÇÃO	01
CAPÍTULO 1: Da agricultura familiar aos colonos de Capanema	04
1.1 O que é agricultura familiar?.....	04
1.2 Sudoeste do Paraná: uma região de bravos.....	08
1.3 O município de Capanema.....	15
1.4 As atividades do ano agrícola.....	18
1.5 A pesquisa: perspectivas metodológicas.....	20
CAPÍTULO 2: As experiências de comercialização	26
2.1 Os agricultores e a cooperativa.....	30
2.2 Os agricultores e as empresas integradoras.....	36
2.3 Os agricultores orgânicos e a empresa	41
2.4 Os agricultores e a CRAPA.....	53
2.5 Os agricultores e os pequenos comércios locais	64
2.6 Os agricultores e seus consumidores.....	65
2.6.1 Os agricultores na Feira Municipal de Capanema.....	66
2.6.2 Os agricultores na Feira do Melado.....	72
2.6.3 Os agricultores e a comercialização a domicílio.....	77
2.6.4 A relação dos agricultores com os consumidores.....	79

CAPÍTULO 3: As estratégias dos agricultores familiares na comercialização: numa perspectiva analítica.....	82
3.1 A escolha da atividade econômica.....	84
3.2 Produção e agregação de valor.....	94
3.3 A comercialização propriamente dita.....	106
3.4 As influências dos agentes externos do município e região.....	120
3.5 A agricultura familiar e suas especificidades na comercialização.....	127
3.5.1 A família	127
3.5.2 Comercialização individual e coletiva.....	130
3.5.3 Reciprocidade e capital social.....	132
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	136
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	143

LISTA DE SIGLAS

AMSOP	Associação dos Municípios do Sudoeste do Paraná
ASSESOAR	Associação de Estudos, Orientação e Assistência Rural
BASER	Cooperativa Central Base de Serviços do Sistema
	CRESOL
BRDE	Banco Regional de Desenvolvimento Econômico
CANGO	Colônia Agrícola Nacional General Osório
CAPAF	Central das Associações de Pequenos Agricultores da Fronteira
CAPAM	Central de Associações de Pequenos Agricultores de Mangueirinha
CAPASFI	Central das Associações de Pequenos Agricultores de Salgado Filho
CAPAVI	Central das Associações de Pequenos Agricultores de Dois Vizinhos
CEFSPRG	Companhia de Estradas de Ferro São Paulo – Rio Grande
CFR	Casa Familiar Rural
CIAPA	Central Intermunicipal de Associações de Pequenos Agricultores
CITLA	Clevelândia Industrial Territorial Ltda.
COAGRO	Cooperativa Agropecuária Capanema Ltda.
COOPERIGUAÇU	Cooperativa Iguaçu de Prestação de Serviços Ltda.
COPAVEL	Cooperativa Agropecuária Cascavel Ltda.
CRAPA	Coordenação Regional das Associações de Pequenos Agricultores

CRESOL	Cooperativa de Crédito Rural com Interação Solidária de Capanema Ltda
EMATER-Paraná	Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural
GETSOP	Grupo Executivo para as Terras do Sudoeste do Paraná
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
OCIA	Associação Internacional de Aprimoramento de Cultivo Orgânico
ONG	Organização Não Governamental
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SICRED	Sistema de Crédito Cooperativo
SIE	Serviço de Inspeção Estadual
STR	Sindicato dos Trabalhadores Rurais
TJLP	Taxa de Juros de Longo Prazo

RESUMO

KIYOTA, NORMA. **Agricultura familiar e suas estratégias de comercialização: um estudo de caso no município de Capanema - região sudoeste do Paraná.** Lavras: UFLA, 1999. 149 p. (Dissertação - Mestrado em Administração Rural).*

Este estudo tem como objetivo compreender as estratégias utilizadas pelos agricultores familiares para se inserir no processo de comercialização, num momento em que as *commodities* não estão sendo suficientes para manter a rentabilidade da atividade rural, devido às políticas agrícolas, à ação das grandes agroindústrias, entre outros fatores. Além disso, a sobreprodução de alguns produtos, faz com que os agricultores tenham que concorrer pelos consumidores e estes apesar de manterem o critério do preço como relevante, aceitam pagar um pouco mais por um produto diferenciado e de qualidade. Esta pesquisa consiste num estudo de caso com os agricultores do município de Capanema, região sudoeste do Paraná. Primeiramente, analisaram-se as relações destes agricultores com os compradores e/ou consumidores de seus produtos, como a: cooperativa, agroindústria, empresa de produtos orgânicos, pequenos comércios locais, uma entidade própria dos agricultores, e diretamente com os consumidores, através das feiras e das vendas a domicílio. Posteriormente, são analisadas as estratégias das famílias de agricultores desde a escolha da atividade, produção e agregação de valor até a relação final com o comprador. A análise destaca as especificidades dos agricultores familiares que determinam as estratégias de inserção no processo de comercialização, como a família, a reciprocidade, entre outras.

* Orientador: Marcos Affonso Ortiz Gomes – UFLA.

ABSTRACT

KIYOTA, NORMA. Family farming and its commercialization strategies: a case study in the city of Capanema – Paraná's southwestern Region. Lavras: UFLA, 1999 149 p. (Dissertation – Master in Rural Administration).*

This study aims to understand the strategies utilized by family farmers for their insertion into the commercialization process, which is taking place the moment at which commodities are not being enough to keep the profitability of agricultural business, owing to the agricultural politics, agroindustry's actions, among others factors. Over production causes farmers to have to concur for consumers and these, despite maintaining the criterion upon the product price even accept to pay a little more, however a differentiated and high quality product. This research work consist in a case study was conducted on the farmers of the city of Capanema in Paraná's southwestern region. First, are analyzes the relationships of these farmers with the purchasers and/or consumers for their products such as: cooperative, agroindustry, organic product enterprise, local small shops, a collective group of the farmers themselves, and directly with consumers through fairs and door to door sales. Posteriori, are analyses the family farmers strategies since the activity choice, production, plus value, until the consumers relationship. The analyze meeting the family farmers specifies which determinate the strategies of insertion into the commercialization process, as family, reciprocity among others.

* Adviser: Marcos Affonso Ortiz Gomes – UFLA.

INTRODUÇÃO

A definição precisa do objeto deste estudo foi um processo longo, mas extremamente gratificante. Reflete uma caminhada de descobertas nas relações estabelecidas com as famílias agricultoras que o motivaram, começada no dia-a-dia do trabalho de extensão rural.

A agricultura familiar é a base sobre a qual se construiu a prosperidade que marca as nações mais desenvolvidas. No Brasil poderia ter sido da mesma forma. Mas as políticas públicas até o momento não proporcionaram apoio necessário aos agricultores para que isso viesse a ocorrer. Mesmo assim, segundo dados do PRONAF, a agricultura familiar ocupando apenas 21% da área cultivada do Brasil, produz 46% da soja, 66% do algodão, 69% do milho e 87% da mandioca colhidos no país.

Entretanto, os agentes de desenvolvimento encontram muita dificuldade para interagir com o meio rural, principalmente quando na sua composição predominam os agricultores familiares. Dentre outras causas, isto ocorre em função da falta de comunicação entre agentes externos e internos à comunidade rural, que ocasiona a ausência de percepção sobre a realidade deste grupo de agricultores e o desconhecimento das especificidades que o diferenciam da agricultura “tipicamente” patronal.

A situação se agrava quando estas especificidades se relacionam com o ambiente externo à unidade de produção, como ocorre na comercialização dos produtos das famílias de agricultores. Neste campo, as famílias têm uma relação com um meio no qual a racionalidade é diferente da sua e, inseridas neste ambiente, mantém suas estratégias, que são estranhas aos agentes externos.

Este estudo pretende contribuir para promover uma conjugação de forças entre os agentes de desenvolvimento e as famílias de agricultores, restituindo a estas pessoas o atributo de atores em seu próprio mundo. As

interações e transformações ocorrem, mas os indivíduos agem de acordo com as suas convicções, crenças, valores e saberes, mas, isto não os impede de serem bem sucedidos nesta relação com outros ambientes.

Assim, este trabalho tem o objetivo de auxiliar na compreensão da dinâmica dos agricultores familiares, diagnosticando e analisando suas estratégias de inserção no processo de comercialização. Isto ocorre num momento em que a obtenção e comercialização de produtos indiferenciados (*commodities*) não estão sendo suficientes para manter a rentabilidade da atividade agropecuária, devido às políticas do setor agrícola, a ação das grandes agroindústrias, entre outros fatores. Além disso a sobreprodução de alguns produtos, faz com que os produtores tenham que concorrer pelos consumidores e estes, apesar de manterem em relevância o critério do preço, até aceitam pagar um pouco mais por uma mercadoria diferenciada e de qualidade.

Os agricultores pesquisados estão vivenciando um momento de transição no qual devem integrar novas opções às atividades antes desenvolvidas. Esta situação implica na necessidade de conhecimentos tecnológicos para a produção e/ou agregação de valor e também outras formas de saber (de mercado, legislação, qualidade do produto, embalagem, etc.) para estabelecer outras relações de comercialização que proporcionam uma maior autonomia, mas exigem muito mais dos agricultores.

O presente trabalho é dividido em três capítulos. A primeira retrata o objeto de estudo, procurando lançar elementos que permitam entender as relações entre agricultores familiares e camponeses. Este estudo considera a agricultura familiar um conceito genérico que, apesar de contemplar agricultores não camponeses, também engloba os camponeses, pois estes agricultores familiares não camponeses são uma continuidade do campesinato, embora transformados pelo próprio esforço de adaptação às novas conjunturas existentes. Posteriormente, o agricultor familiar é situado na realidade de colono

migrante, oriundo dos estados mais ao sul que se fixou na região sudoeste do Paraná, mais especificamente no município de Capanema. Segue-se a descrição dos procedimentos metodológicos da pesquisa adotados na composição desta dissertação.

No segundo capítulo do trabalho são caracterizadas as relações estabelecidas pelos agricultores em suas experiências de comercialização através dos intermediários ou diretamente com os consumidores. A comercialização é apresentada através de diversas experiências existentes no município.

No terceiro momento, são analisadas as estratégias de comercialização. Os agricultores já consideram a forma de comercialização dos produtos quando decidem produzi-los, assim, as estratégias para a comercialização são analisadas desde o momento da escolha da atividade pela família até a relação final com o comprador. As estratégias dos agricultores familiares são analisadas à luz de seus objetivos e especificidades frente ao ambiente, considerando as influências dos agentes externos mais próximos. Nas especificidades destacam-se alguns elementos analíticos como a família, o individual e o coletivo, a reciprocidade e o capital social.

Nas considerações finais são levantadas algumas conclusões sobre o trabalho e as perspectivas de novos estudos.

Em síntese, o enfoque é sobre a dinâmica das famílias e suas unidades de produção, resgatando as articulações existentes entre elas e o contexto que as rodeia, enquadrado na situação de produção e comercialização que engloba tais unidades e tais articulações. Analisando o conjunto de experiências, buscou-se compreender as especificidades que determinam as estratégias utilizadas pelos agricultores familiares do município de Capanema no processo de comercialização.

CAPÍTULO 1. DA AGRICULTURA FAMILIAR AOS COLONOS DE CAPANEMA

1.1. O que é agricultura familiar?

Na introdução do livro “A agricultura familiar”, Lamarche (1993) demonstra a sua inquietação ao ter que definir seu objeto de estudo “agricultura familiar”, pois há várias considerações sob este amplo conceito. Assim, ao deparar-se com a mesma questão, optou-se pela interpretação mais ampla construída por este autor para a delimitação dos atores focados neste estudo:

“A exploração familiar corresponde a uma unidade de produção agrícola onde propriedade e trabalho estão intimamente ligados à família. E a interdependência desses três fatores no funcionamento da exploração engendra necessariamente noções mais abstratas e complexas, tais como a transmissão do patrimônio e sua reprodução” (Lamarche, 1993: 15).

Entretanto, para se entender melhor a agricultura familiar é necessário retomar outro conceito muito próximo e que em muitos momentos se confundem: campesinato. Sucintamente, Shanin (1996: 54) descreve camponeses como:

“Pequenos produtores agrícolas que, com a ajuda de equipamentos simples e o trabalho de suas famílias, produzem na maior parte para o seu próprio consumo, direto ou indireto, e para o cumprimento de obrigações com detentores do poder político e econômico.”

O autor aprofunda um pouco mais este conceito, analisando “quatro facetas interdependentes” do campesinato (Shanin, 1996: 54-5):

a) “A roça da família camponesa como a unidade multidimensional básica da organização social”. O trabalho da família na roça fornece a maior parte dos recursos necessários para suprir as necessidades de consumo da família e o pagamento de suas dívidas. Os camponeses estão envolvidos no intercâmbio diário de bens e nos mercados de trabalho, contudo, sua ação econômica está estreitamente entrelaçada às relações sociais extra-mercado. A divisão familiar do trabalho e as necessidades de consumo da família fizeram surgir estratégias particulares de sobrevivência e de uso de recursos. A roça da família funciona como a unidade mais importante da propriedade, produção, consumo, reprodução social, identidade, prestígio, sociabilidade e bem estar dos camponeses.

b) “O trato da terra como principal meio de vida”. O trabalho camponês na lavoura inclui uma combinação específica e tradicionalmente definida de tarefas em um nível relativamente baixo de especialização. A relação com a natureza é importante para a vida das pequenas unidades de produção com recursos limitados, definindo seu ritmo: os ciclos sazonais influenciam profundamente a vida da família e os acontecimentos familiares refletem-se na dinâmica da lavoura.

c) “Padrões culturais específicos ligados ao modo de vida de uma pequena comunidade/vizinhança rural”. O contexto característico é uma comunidade pequena e localizada, dentro da qual a maior parte das necessidades de vida e reprodução social podem ser atendidas. Os aspectos culturais do campesinato, relativos a normas e crenças socialmente determinadas, mostram algumas tendências características, tais como a importância das atitudes tradicionais, normas particulares de herança, de solidariedade, de exclusão, etc. A cultura camponesa tanto reflete como reforça as características e a experiência

de vida de uma pequena comunidade, como sua falta de anonimato e suas relações cara a cara com fortes controles normativos, e a experiência comum de crescer em uma ambiente físico e social semelhante influencia as atitudes em relação “aos de fora”.

d) “A posição de ‘subalterno’ - o domínio do campesinato por elementos de fora”. Os camponeses, como regra, vêm sendo mantidos afastados das fontes sociais do poder. Esta subjugação política está relacionada à subordinação cultural e a uma exploração econômica através de imposto, arrendamento, corvéia, juros e relações comerciais a eles desfavoráveis.

A combinação destas quatro facetas apontadas por Shanin mostram o modo de vida camponês, os elementos se reforçam mutuamente e quando alguma dessas características principais é removida do conjunto, a natureza de cada um de seus componentes se altera.

Segundo Wanderley (1996: 7), “em períodos mais recentes, o campesinato sofreu uma profunda transformação, tanto em sua forma de produzir quanto em suas relações sociais”. Assim, apesar do campesinato continuar a se reproduzir nas sociedades atuais, também multiplicaram-se outras formas de agricultura familiar não camponesas, as quais tentam adaptar-se a este novo contexto de reprodução, transformando-se interna e externamente em um agente da agricultura moderna.

Abramovay (1992) afirma que esta transformação ocorreu de maneira intensa no sul do Brasil, onde os agricultores integram-se plenamente às estruturas nacionais de mercado, transformando não só a sua base técnica, mas, sobretudo, o círculo social em que se reproduzem e metamorfoseiam-se numa nova categoria social.

Entretanto, Wanderley (1996: 7) destaca que estes não camponeses são resultado de uma continuidade que, do ponto de vista do agricultor, parece evidenciar que suas estratégias de reprodução em grande parte ainda se baseiam

na valorização dos recursos de que dispõem no estabelecimento familiar e destinam-se a assegurar a sua sobrevivência atual e futura. “De uma certa forma, os agricultores familiares modernos ‘enfrentam’ os novos desafios com as ‘armas’ que possuem e que aprenderam a usar ao longo do tempo”.

Assim, neste estudo a agricultura familiar seguiu essas orientações de Wanderley (1996), segundo o qual este é um conceito genérico que incorpora uma diversidade de situações específicas e particulares, sendo que o campesinato corresponde a uma destas formas. Estas orientações permitiram a utilização da abrangente noção de agricultura familiar de Lamarche e puderam incorporar, concomitantemente, as facetas do campesinato definidas por Shanin.

Posteriormente, baseado em Putnam que comprova a importância de estudos locais e regionais para ser aprimorado o entendimento das estratégias de grupos sociais específicos, faz-se uma descrição sucinta da colonização da região sudoeste do Paraná que teve como principais contribuições as obras de Queiroz, Lazier e Gomes. O município de Capanema é caracterizado através do estudo de Verleysen e dos dados oriundos de documentos da Prefeitura Municipal de Capanema. Sendo que parte das informações sobre a região e o município foram desenvolvidas com o auxílio das entrevistas realizadas na pesquisa.

As análises das experiências dos agricultores familiares na comercialização foram realizadas auxiliadas por diversos autores de trabalhos específicos em cada relação de comercialização, como Denardi e Paula (cooperativa); Paulilo e Sorj et al (agroindústrias); Viglio e Ribeiro (empresa de produtos orgânicos); Rech, Brandão e Sahlins (CRAPA); Woortmann (consumidores); entre outros.

As estratégias dos agricultores foram enfocadas tendo como base a noção elaborada por Bordieu e sintetizada com muita propriedade por Garcia Jr. para a realidade dos agricultores familiares.

A identificação das estratégias dos agricultores familiares em sua inserção no processo de comercialização se baseou nos estudos de vários autores que tiveram como objeto o campesinato, que é o gérmen da agricultura familiar, e a própria agricultura familiar, como Chayanov, Garcia Jr, Cândido, Woortmann, Wilkinson, entre outros. Além destes, houve a contribuição de autores como Sahlins, Mauss e Putnan, que também trazem contribuições teóricas valiosas, adaptadas neste trabalho, para interpretar algumas das relações sociais estabelecidas pelos agricultores familiares.

1.2. O sudoeste do Paraná: uma região de bravos

Os recursos econômicos, sociais e administrativos, bem como as particularidades de seus problemas, são distintos entre regiões ou municípios. Segundo Putnam (1996), “certas regiões são favorecidas por padrões e sistemas dinâmicos de engajamento cívico, ao passo que outras padecem de uma política verticalmente estruturada, uma vida social caracterizada pela fragmentação e o isolamento, e uma cultura dominada pela desconfiança”.

A descrição a seguir demonstra que, desde a chegada dos migrantes à região, houve a necessidade dessas famílias agirem em conjunto a favor dos seus interesses individuais e coletivos, este fato determinou um aprendizado para uma participação política e social organizada horizontalmente, caracterizada por uma densa rede de associações de famílias de agricultores e pela ativa participação nas ações comunitárias. Longe de ser um estudo histórico da região, necessário para revelar a rica trajetória da sua ocupação territorial, a revisão de alguns historiadores caracteriza elementos chaves na formação social específica dos agricultores familiares deste estudo de caso.

No início do século XIX, a região sudoeste do Paraná foi povoada por pioneiros de origem luso-brasileira, que se dedicaram à extração de erva-mate e à criação de porcos. Segundo Lazier (1986), de maio a outubro cuidavam da

colheita de erva mate e de novembro a abril dedicavam-se mais à criação de suínos. A princípio, o corte e o preparo da erva-mate não tinham caráter comercial, uma vez que o produto se destinava ao consumo doméstico, tratando-se de hábito arraigado entre os Guaranis e os Carijós antes da chegada dos migrantes, herdado, provavelmente, dos índios escravizados povoadores dos campos de Curitiba. Entretanto, em 1820, a região começou a exportar para os argentinos, concorrendo sempre com os paraguaios. O produto era comercializado depois do beneficiamento, tendo, antes, passado pelo corte, o sapeco¹, a secagem, o quebramento, a peneiração e o ensaque. A exportação da erva proporcionou fortunas para os intermediários das vilas, fazendeiros e bodegueiros em Santa Catarina e Paraná. Mas, os trabalhadores que se internavam na floresta mal ganhavam para comer durante a maior parte do ano (Queiroz, 1977). Nos primórdios do século XX, a erva-mate tornou-se complemento do roçado e da criação de suínos.

Os porcos eram criados soltos no mato ou no sistema de safra, ou seja plantavam-se grandes áreas de milho e depois soltava o porco. Esses dois sistemas requeriam grandes áreas de terra pouco povoadas. Posteriormente, com o povoamento da região, a forma de criação de suínos sofreu modificações, tendo sido aperfeiçoada e adaptada às novas condições. A comercialização era realizada em Jaguariaíva, Ponta Grossa ou União da Vitória e, apesar da distância, eram levados a pé (Lazier, 1986).

Além destas duas atividades, os ocupantes praticavam também culturas de subsistência, pesca e caça e desenvolviam a criação de burros, cavalos e bovinos (Lazier, 1986). As culturas de subsistência consistiam principalmente de milho consorciado ao feijão e, por vezes, à abóbora e à melancia (Queiroz, 1977).

¹ Sapeco: trata-se de uma rápida tostagem das folhas, neste período, realizada numa fogueira armada em pleno mato, pois se deixar para o dia seguinte, o mate perde o aroma devido (Queiroz, 1977).

Enquanto isso, o fluxo migratório iniciado na Europa no século XIX trouxe para o Rio Grande do Sul milhares de imigrantes alemães, italianos, poloneses e de outras nacionalidades, que fundaram as “colônias velhas”. Depois, no início do século XX, criaram as chamadas “colônias novas” no norte do Rio Grande do Sul, nos vales dos rios da margem esquerda do Rio Uruguai. Então, posteriormente, os descendentes das “colônias velhas” fizeram avançar a fronteira agrícola em Santa Catarina e no Paraná.

Assim, a chegada dos colonos gaúchos e catarinenses descendentes de europeus ao sudoeste paranaense, a partir da década de 1940, determinou a exclusão do “caboclo” da região, pois o seu sistema agrícola de pousio florestal e suas formas sociais não conseguiram sobreviver à lógica da posse da terra e da mercadoria que vieram com esses migrantes. “O fim do pousio florestal não foi só o término de uma certa forma econômica, mas a substituição de uma população por outra, uma transição não apenas sócio-econômica, mas também étnica e cultural” (Abramovay, 1981:32).

Os migrantes gaúchos e catarinenses estabeleceram-se na região pela ocupação de terras devolutas, pela compra da posse do “caboclo” e através da colonização dirigida principalmente a de iniciativa oficial através da CANGO - Colônia Agrícola Nacional General Osório, criada em 1943.

A CANGO promovia a colonização por meio de pequenas propriedades, sem ônus para o agricultor, com serviço de infra-estrutura (abertura de estradas, construção de pontes, escolas) e assistência à saúde e educação, inclusive com a contratação e manutenção de professores. Isto atraiu, em poucos anos, milhares de famílias para a região (Gomes, 1986).

Entretanto, paralelamente, ocorriam outros fatos. No início do século XX, o cidadão José Rupp obteve do governo catarinense a autorização para extrair erva mate e madeira no planalto catarinense, parte da mesma área que foi

titulada para a CEFSPRG - Companhia de Estradas de Ferro São Paulo - Rio Grande, em função de estradas de ferro a serem construídas.

Assim, em 1920 começou a disputa judicial entre a CEFSPRG e José Rupp, que perdurou por dezoito anos. Rupp foi vencedor, mas sofreu prejuízos pela interrupção em suas atividades relacionadas com erva mate e madeira; então, exigiu uma indenização na justiça, que a CEFSPRG foi condenada a pagar em 1945 a Rupp. Como os bens da CEFSPRG foram incorporados ao Patrimônio Nacional em 1940, o crédito de Rupp era junto ao Poder Público Federal. De 1945 a 1950, ele lutou de todas as maneiras para conseguir receber a referida indenização. Propôs vários acordos, mas suas propostas sempre eram indeferidas. Então Rupp desistiu e vendeu seu crédito à CITLA – Clevelândia Industrial Territorial Ltda., em 26 de julho de 1950.

Como a empresa tinha sócios influentes, finalmente, aconteceu o “milagre” e em 17 de setembro do mesmo ano, saiu o acordo sobre a indenização, no qual a CITLA recebeu a titulação da gleba Missões e parte da gleba Chopim (484.680 ha), sendo que o território destas duas glebas representava quase todo o atual sudoeste do Paraná.

Assim, os agricultores que haviam recebido as terras de graça pela CANGO, teriam que pagá-las à CITLA, que, por sua vez, empregava bandidos e jagunços para forçar os posseiros a lhes entregar o dinheiro. Ocorreram muitos crimes como mortes, desaparecimentos, espancamentos, extorsões, etc., e, por isso, muitas pessoas e entidades começaram a encaminhar denúncias e reclamações ao Conselho de Segurança Nacional. Mas, como o governador Lupion era um dos sócios da CITLA, não havia resposta.

Cansados da passividade da polícia, do poder judiciário e das injustiças, os posseiros e o povo das cidades resolveram colocar um paradeiro na situação pelas próprias mãos, organizando a reação iniciada em agosto de 1957, conhecida como a Revolta de 1957 ou Revolta dos Posseiros. Tomaram

municípios como Capanema, Barracão, Santo Antônio e Pato Branco. “A conquista de Francisco Beltrão, no dia 10 de outubro de 1957, foi o ápice da luta, pois nesta cidade funcionavam os escritórios sedes da CITLA e Apucarana (outra companhia do grupo Lupion). Era o quartel general dos jagunços” (Lazier, 1986: 78).

Após a expulsão da CITLA e as demais companhias, a luta continuou para transformar os posseiros em proprietários. Mas, a ausência de estruturas organizativas de representação dos interesses dos colonos abriu espaços para que segmentos sociais urbanos (militantes políticos, profissionais liberais e comerciantes locais) pudessem se configurar, no momento em que o conflito passou a ser travado no âmbito do Estado, nos mediadores privilegiados dos agricultores em luta (DESER, 1993). Em 1961 o presidente Jânio Quadros declarou a gleba Missões e parte da gleba Chopim de utilidade pública e em 1962, o então presidente João Goulart criou o GETSOP – Grupo Executivo para as Terras do Sudoeste do Paraná, com a finalidade de programar e executar os trabalhos necessários para a efetivação da desapropriação.

A GETSOP concluiu os trabalhos iniciados pela CANGO e os lavradores e moradores da região passaram de posseiros a proprietários. A legalização da terra permitiu aos colonos conseguirem financiamentos e ampliarem sua produção, aumentaram a área de cultivo, a quantidade e o valor da produção, passando dos produtos de subsistência para os de exportação, principalmente da cultura da soja (Lazier, 1986). Estas mudanças foram favorecidas também pelas políticas governamentais que incentivavam estes novos padrões para a agricultura do país, buscando o aumento da produtividade por área e a produção visando as exportações.

Esta forma de colonização determinou uma distribuição fundiária com a predominância de pequenas áreas de terra no sudoeste do Paraná, onde, de

acordo com estudos da ASSESOAR/DESER (1994), a agricultura familiar representou 86,39% do total de estabelecimentos amostrados nesta região.

No início dos anos 1960, um grupo de missionários belgas ligados à Congregação dos Missionários do Sagrado Coração, em conjunto com um grupo de profissionais liberais de Francisco Beltrão, começou a desenvolver um trabalho de reflexão para renovar a ação pastoral da Igreja, através da formação de grupos de catequese e incentivando o sindicalismo e o cooperativismo, para fortalecer a capacidade de intervenção junto ao poder público e às estruturas de poder regional (DESER, 1993).

Esse grupo de pessoas, que em 1966, fundou a ASSESOAR (Associação de Estudos, Orientação e Assistência Rural), começou a estruturar os primeiros sindicatos dos trabalhadores rurais e cooperativas de agricultores na região. Porém, as experiências gestadas a partir destas duas frentes de atuação foram logo absorvidas pelas estruturas do sindicalismo rural e do cooperativismo oficial. No caso do movimento sindical, as práticas assistencialistas e o atrelamento ao Estado levaram os sindicatos dos trabalhadores rurais a se afastarem de um trabalho político de representação legítima dos interesses destes trabalhadores. Por outro lado, as cooperativas criadas basicamente por agricultores familiares passaram, paulatinamente, ao controle de grupos empresariais regionais.

Em sua fase inicial, a ASSESOAR voltava-se fundamentalmente para a capacitação e formação de lideranças comunitárias em todas as capelas e paróquias da região. Gradativamente, ela vai redirecionando a sua atuação passando a privilegiar um trabalho mais voltado para a organização dos agricultores, tanto no plano econômico como no político, valorizando, de um lado, a criação do laboratório de análises de solo (1970), a formação de monitores agrícolas (1972) e o desenvolvimento da assistência técnica e, de

outro lado, incentivando a criação de grupos de oposição sindical e a realização de cursos de capacitação política.

Realizado em conjunto com a Comissão Pastoral da Terra, este trabalho de discussão a respeito dos rumos do movimento sindical, do descontentamento com a gestão das cooperativas, dos efeitos negativos tanto da migração para as regiões centro-oeste e norte do país quanto do assalariamento nas cidades, do descumprimento dos direitos sociais inscritos na legislação vigente, da dificuldade de acesso à terra, enfim, da situação global dos trabalhadores no campo, incentivava os colonos a se organizarem em oposições sindicais – grupos de agricultores que, mesmo nos intervalos entre as eleições sindicais, procuravam manter-se articulados (DESER,1993).

Desta forma, os agricultores da região vêm discutindo o associativismo desde os anos 1960, quando se iniciam dois movimentos paralelos: a) a atuação da ASSESOAR, agentes religiosos e uma parcela do sindicalismo rural num plano de organização das famílias de agricultores, com vistas tanto ao aspecto econômico como ao político; e b) os programas e projetos de desenvolvimento comunitário das agências do governo, com a distribuição de recursos através de associações locais.

Os programas de governo continuam a depender das associações até hoje, mas a sua atuação no acompanhamento e na formação dos agricultores para o associativismo foi muito periférico. Várias associações foram criadas, entretanto, muitas não tinham e continuam não tendo uma estrutura política sólida, pois sempre valorizaram-se mais as questões burocráticas e econômicas do que as políticas. A ASSESOAR, talvez pelo fato de sempre contar com a Igreja e os sindicatos de trabalhadores rurais com uma maior sinergia e empatia, conseguiu uma formação política mais efetiva nestas associações. Em algumas delas, chegou a ocorrer a mistura entre as duas iniciativas, apesar de as intervenções não terem sido realizadas simultaneamente.

Assim, a base organizativa dos agricultores familiares e as ações de resistência à política agrícola, contituíram-se num ponto fundamental para a organização de um significativo segmento que desempenharia um papel decisivo na organização dos agricultores da região em torno de suas reivindicações por melhores condições de produção e comercialização de seus produtos. Este foi um entre os fatores que definiram a escolha de um município desta região para este estudo.

1.3. O município de Capanema

Os primeiros colonos procedentes do Rio Grande do Sul e Santa Catarina chegaram no final da década de 1940 e rapidamente Capanema tornou-se município, no dia 14 de novembro de 1951. Naquele tempo seu território abrangia os municípios atuais de Planalto, Pérola D'Oeste, Realeza, Santa Izabel e Ampére (Verleysen, 1970).

Há algumas divergências sobre a origem de seu nome, alguns dizem que é uma homenagem ao advogado Barão de Capanema (Prefeitura Municipal de Capanema, 1995) e outros dizem que foi pelo significado da palavra, “mato sujo, tranqueira”, em referência às suas densas florestas, difíceis de desbravar, haja vista o terreno bastante acidentado (Verleysen, 1970).

No período da Revolta de 1957, os posseiros de Capanema tiveram participação ativa. Segundo Lazier (1986), a reação organizada dos posseiros teve início em Capanema em agosto de 1957, ocasionando o primeiro choque violento no dia 06 de setembro, onde foi realizada uma emboscada que resultou na morte de um dos agentes de grilagem, este fato foi considerado como o grande aviso dos colonos às companhias CITLA e Apucarana. A reação culminou na ocupação da sede do município por mais de mil pessoas armadas (Verleysen, 1970); o que até hoje, é lembrado com orgulho pelos agricultores.

Posteriormente, os colonos continuaram seu movimento pela legalização das terras, enquanto derrubavam as matas e faziam os plantios de feijão e milho e a criação de suínos. Logo depois, proliferou a plantação de soja e, mais tarde, o fumo.

Seguindo a tendência regional a estrutura fundiária do município apresenta a predominância de estabelecimentos com áreas menores de 50 ha, que correspondem a 96,5% das unidades rurais, sendo que 73% delas detêm áreas menores que 20 ha, (Tabela 1).

TABELA 1: Estrutura fundiária e sua distribuição no município de Capanema.

Área (ha)	Nº de unidades rurais	% de unidades rurais
0-10	596	33,10
10-20	718	39,90
20-50	423	23,50
50-100	54	3,00
100-200	8	0,44
200-500	1	0,06
Total	1800	100

Fonte: Prefeitura Municipal de Capanema (1998: 8)

Através da Tabela 2, verifica-se uma evasão da população rural, superior àquela esperada pela saída de filhos não herdeiros das unidades de produção². Segundo a Prefeitura Municipal de Capanema (1998), essa situação se deve ao enfraquecimento dos recursos naturais existentes e à política sócio-econômica

² Vários autores colocam que há um fluxo constante de filhos de agricultores para os centros urbanos ou outras áreas rurais, devido à restrição da terra que impossibilita a permanência de todos os filhos e suas novas famílias na unidade de produção (Chayanov, 1974; Moura, 1978; Woortmann, 1995, entre outros).

que desvaloriza a agropecuária, acentuada pelo fechamento da Estrada do Colono, ocorrido em 1986, que corta o Parque Nacional do Iguaçu e liga Capanema a municípios maiores como Medianeira e Foz do Iguaçu, fazendo com que o município ficasse isolado dos centros urbanos maiores.

TABELA 2: Evolução da população do município de Capanema.

Ano	Pop. urbana		Pop. Rural		População total		
	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.	Total
1985	5108	5436	8978	8201	14086	13637	27723
1993	3835	4100	5962	5474	9797	9574	19371
1996	4018	4321	5341	4778	9359	9099	18458

Fonte: Prefeitura Municipal de Capanema (1998) e IBGE (1996)

Frente a esta tendência de despovoamento do meio rural, os próprios agricultores estão buscando alternativas que incentivem e viabilizem a permanência principalmente dos jovens nas unidades de produção. As famílias estão assimilando experiências que eliminem pelo menos parte dos intermediários no processo de comercialização ou que possibilitem uma maior agregação de valor ao produto dentro da unidade de produção, proporcionando maiores rendimentos na mesma área de terra. Estas novas experiências resultam num maior retorno econômico para as famílias e auxiliam na garantia de sua reprodução social, mas elas também mantêm parte de suas atividades anteriores dividindo, principalmente, terra e força de trabalho com estas novas opções.

1.4. As atividades do ano agrícola

Objetivando um maior conhecimento das características produtivas das famílias de agricultores e a forma como estas se organizam durante o ano, descreve-se a seguir as principais atividades desenvolvidas na unidade de produção.

As unidades de produção apresentam áreas mais planas e outras mais declivosas. Nas áreas mais planas os agricultores plantam as lavouras de soja, milho, feijão e um pouco de trigo, manejadas com tração animal ou mecânica. Estes últimos utilizam adubação e controle de plantas daninhas químicos. Nas áreas declivosas, há uma predominância das pastagens para as vacas de leite e as pequenas plantações de cana-de-açúcar e fumo. Em alguns estabelecimentos onde não há áreas planas, as lavouras são implantadas nos “morros” também, utilizando apenas a tração animal e quantidade reduzida de adubos químicos.

As lavouras iniciam em julho ou agosto, com o preparo dos canteiros de fumo e o plantio de feijão, exceto nas áreas que margeiam o rio Iguaçu que podem ter seu plantio antecipado, pois há anos que não ocorrem geadas neste local.

Nos meses de setembro e outubro, as famílias se reúnem para a capina e para o controle de pragas no feijão e no fumo. No final de outubro e início de novembro, ocorre a colheita do fumo e do feijão, seguido pelo plantio de soja e milho. Isto ocasiona um acúmulo de trabalho, fazendo com que aqueles que têm áreas maior necessitem contratar trabalhadores temporários e os outros com pequenas áreas conseguem suprir a necessidade de auxílio, trocando os dias com alguns vizinhos.

O feijão é vendido rapidamente, pois como o restante dos agricultores do país ainda não colheram (exceto aqueles com áreas irrigadas mais ao norte do país), os preços vigentes são de entressafra, resultando em maiores retornos

econômicos. Além disso, este dinheiro é necessário para a aquisição dos insumos para as lavouras de soja e milho.

Entretanto, nem sempre isso é possível, porque, frequentemente, as famílias perdem parte ou toda a produção de feijão devido à ocorrência de chuvas no momento da colheita. Nestes anos, as famílias de agricultores vêem todo o trabalho dispendido na cultura se perder diante de seus olhos, provocando o endividamento para a implantação das próximas lavouras.

Nos três meses seguintes são realizadas as capinas nas lavouras de soja e milho. No mês de fevereiro ocorre o plantio da cana-de-açúcar para esta produzir durante o inverno do próximo ano.

Em março ocorre a colheita da soja e a dobra do milho. A dobra é feita por aqueles que fazem a colheita manualmente e costumam “armazená-lo” na lavoura até os meses de maio ou junho. Para aqueles que não utilizam esta prática, a colheita ocorre no mês de abril. No mês de julho, tudo recomeça nas áreas de lavouras.

As novas opções econômicas como o leite (antes, apenas para o consumo) e os derivados de cana-de-açúcar estão ocupando a força de trabalho em movimentos coordenados com as necessidades de trabalho das lavouras. Em muitos casos, esta era utilizada anteriormente na criação de suínos, que desde os meados dos anos de 1980, está concentrada em poucos produtores. Apesar da maioria das famílias manter algumas cabeças para o seu consumo.

O trabalho com a transformação da cana-de-açúcar inicia no final do mês de maio e vai até o início de setembro. Somente nas unidades coletivas de transformação ou aqueles com áreas maiores, há disponibilidade de matéria prima até o mês de outubro ou início de novembro. Em geral, o processo de transformação ocorre ao redor da casa, onde os membros da família se revezam durante o dia, nos trabalhos ao redor do tacho com o caldo fervente.

A pecuária leiteira tem suas ações distribuídas durante o ano todo, ocorrendo diariamente duas ordenhas, em geral, realizadas pelas mulheres. As outras atividades como os embutidos e defumados de carne e a produção de pães, cucas e bolachas, também, são realizadas durante o todo o ano, com a frequência determinada pela demanda existente.

1.5. A pesquisa: perspectivas metodológicas

O acesso aos agricultores familiares de Capanema não é difícil, entretanto, a presença de uma pesquisadora desconhecida gera alguma desconfiança. Assim, certos cuidados com a abordagem foram tomados, a fim de não distorcer os resultados da pesquisa. Por isso, ela foi realizada paulatinamente, em etapas bem delineadas para conseguir conquistar aos poucos a confiança dos entrevistados e dar maior solidez aos caminhos selecionados para atingir os objetivos propostos.

A abrangência de um município foi determinada ao perceber-se que as relações estabelecidas pelos agricultores no processo de comercialização têm seu campo interativo centralizado pela cidade³. Assim, esta abrangência municipal propiciou a observação destas relações entre os agricultores e os compradores e/ou consumidores e também a interação instituída entre as famílias de agricultores de diferentes comunidades. Segundo Alencar (1998:07), “a sociedade é uma ordem criada ou realizada pela própria capacidade de seus membros. É o resultado de numerosas oportunidades de interação, desenvolvidas

³ Segundo Cândido (1987), atividades como o trabalho agrícola requerem o estabelecimento de relações entre grupos de vizinhança, a vida religiosa leva ao contato entre bairros (comunidades) e a obtenção ou troca de bens “corriqueiros” é centralizada pelas vilas (distritos). Entretanto, o desenvolvimento das relações comerciais (tanto na compra como na venda) tem como âmbito as cidades.

por atores que interpretam e atribuem significados ao contexto social no qual eles se encontram, escolhendo adequadamente cursos de ação”.

Desta forma, objetivando analisar as estratégias da agricultura familiar no processo de comercialização recorreremos à pesquisa qualitativa, na qual a coleta e análise das informações não são estanques e mantêm-se em relações recíprocas com a teoria.

A pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (Minayo, 1995). Assim, os relatos das histórias e experiências dos agricultores familiares do município de Capanema propiciaram uma análise aprofundada da inserção destes no processo de comercialização.

A categoria de pesquisa selecionada foi o estudo de caso, pois somente o estudo intensivo de um caso permite a descoberta de determinadas relações (Triviños, 1995), permitindo a investigação de um “fenômeno atual dentro de um contexto de vida real, onde as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e na situação em que múltiplas fontes de evidências são usadas” (Yin, 1990, citado por Campomar, 1991: 96).

O trabalho empírico foi possibilitado pelos seguintes instrumentos: estudo exploratório, entrevista estruturada e semi-estruturada, observação livre e dados secundários.

Os estudos exploratórios permitiram à investigadora aumentar sua experiência em torno do problema, propiciando o aprofundamento do estudo nos limites de sua realidade específica, além do maior conhecimento para planejar o restante da pesquisa e encontrar os elementos necessários que permitiram, através do contato com a população de agricultores, obter os resultados desejados (Triviños, 1995).

Esta etapa foi realizada no mês de janeiro de 1998, percorrendo alguns municípios da região sudoeste do Paraná, entrando em contato com várias organizações dos próprios agricultores familiares da região, a EMATER-Paraná, a ASSESOAR, a AMSOP e a cooperativa de técnicos que trabalha com várias organizações de agricultores familiares da região COOPERIGUAÇU. A partir das indicações destas entidades, foram realizadas algumas entrevistas preliminares com famílias de agricultores da região, com o objetivo de conhecer melhor as suas experiências.

A escolha pelo município de Capanema se deu pela diversidade de experiências de comercialização estabelecidas pelos agricultores e por este ser o foco de várias ações nesta área, através de organizações e instituições de atuação municipal, microrregional e regional.

Portanto, estes estudos exploratórios permitiram definir melhor o local, os recursos necessários e a seqüência da metodologia de pesquisa de campo, além de precisar o problema a ser pesquisado.

Através das entrevistas semi-estruturadas buscou-se obter as informações contidas na fala dos atores sociais, como meio de coleta dos fatos cujos autores constituem-se em sujeitos-objeto da pesquisa por vivenciarem a realidade que está sendo focalizada. Estas entrevistas foram conduzidas baseadas em um roteiro de tópicos a serem abordados com os produtores. Perguntas abertas estimulando o debate, a exposição dos pontos de vista e os relatos dos participantes de cada família eram formuladas e depois conduzidas pelo ritmo dado pelos próprios informantes. Voltava-se ao roteiro na medida em que uma maior profundidade era requerida ou que outros temas tinham de ser avaliados pelos agricultores.

Segundo Cruz Neto (1995), num primeiro nível essa técnica se caracteriza por uma comunicação verbal que reforça a importância da linguagem e do significado da fala e num outro nível serve como um meio de coleta de

informações sobre um determinado tema científico. Através desse procedimento, podemos obter dados objetivos e subjetivos, sendo que estes últimos se relacionam aos valores, às atitudes e às opiniões dos sujeitos entrevistados.

O estudo apoiou-se principalmente na entrevista semi-estruturada, aquela que parte de certos questionamentos básicos apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante (Triviños, 1995). Mas também contou com algumas informações objetivas obtidas através da entrevista estruturada. Neste caso, questões fechadas, próprias para dados comparativos, muitos numéricos e caracterizadores do perfil social e produtivo dos agricultores, eram formuladas através de um questionário pré-testado para tal fim.

As entrevistas foram realizadas com famílias rurais e com representantes das instituições que trabalham com elas, como EMATER-Paraná, CAPAF, Secretaria Municipal de Agricultura, COAGRO, CRAPA, STR de Capanema, ASSESOAR e a empresa Terra Preservada.

A seleção das famílias a serem entrevistadas foi realizada após a reunião de várias indicações por pessoas que conhecem este público (inclusive os próprios agricultores), obedecendo ao critério de diversificação de atividades e de formas de comercialização de seus produtos, incluindo algumas famílias aparentemente periféricas a esta relação com o mercado. Assim, foram realizadas vinte e uma entrevistas com famílias, o que permitiu a participação total de quarenta e oito agricultores, entre homens, mulheres e jovens, sem contar as entrevistas da etapa exploratória.

A observação livre foi utilizada para colocar em relevo a existência e/ou a possibilidade de existência de alguns traços específicos do fenômeno estudado. Para tal foram utilizadas as anotações de campo, com as observações e reflexões que realizamos sobre expressões verbais e ações dos sujeitos, descrevendo e

fazendo comentários críticos sobre as mesmas. Em todos os momentos, a observação foi um instrumento presente: durante as entrevistas, nas caminhadas pelas propriedades, na feira do produtor, na Feira do Melado, enfim, no decorrer de toda a pesquisa. O mesmo roteiro semi-estruturado apoiou o elenco de observações feitas, quando estas serviam para contribuir com elementos de justificativa ou ilustração para as questões em profundidade.

Foram utilizadas também fotografias, pois o registro visual amplia o conhecimento do estudo porque proporciona documentar momentos ou situações que ilustram o cotidiano vivenciado, rico em possibilidades interpretativas.

Os dados secundários utilizados foram obtidos através do Censo Populacional e de documentos das instituições presentes no município de Capanema e na região. A análise dos dados foi operacionalizada através dos passos propostos por Minayo, citado por Gomes (1995: 78-9), ou seja:

- a) ordenação dos dados: mapeamento de todos os dados obtidos no trabalho de campo como a transcrição de gravações, releitura do material e organização dos relatos, dos dados obtidos através da observação e dos dados secundários;
- b) classificação dos dados: neste momento é importante ter em mente que o dado não existe por si só, mas é construído a partir de um questionamento, com base numa fundamentação teórica. Através da leitura exaustiva e repetida dos textos, foram estabelecidas interrogações para identificar o que surge de relevante e a partir daí, foram elaboradas as categorias específicas. Paralelamente a esta fase foram realizados mais dois retornos rápidos ao município que sanaram algumas discontinuidades nos dados levantados;
- c) análise final: quando procura-se estabelecer articulações entre os dados e o referencial teórico da pesquisa, respondendo às questões que decorrem com base em seus objetivos, através de inferências feitas por analogia de situações, respondendo principalmente às questões por que e como.

O trabalho torna enfático o posicionamento dos agricultores face aos seu relacionamento com os atores sociais do processo de comercialização. A recuperação de suas falas e de sua visão de mundo dá a tônica interpretativa deste estudo, delimitando a opção da autora quanto à caracterização dos interesses dos demais atores no campo de batalha social

Conforme ficou acordado com os entrevistados, eles são aqui identificados apenas por duas letras, que não conferem com as iniciais de seus nomes.

CAPÍTULO 2. AS EXPERIÊNCIAS DE COMERCIALIZAÇÃO

Entre 1940 e 1960 o fluxo migratório para a região sudoeste do Paraná trouxe famílias procedentes de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Estes migrantes fixaram-se em pequenas propriedades e implantaram as lavouras de milho e feijão, suinocultura, entre outras atividades. Trata-se de uma agricultura diferente daquela que era ali antes praticada pelos “caboclos”, pois estes colonos trouxeram as tecnologias adotadas em suas regiões de origem e o aumento da densidade populacional não permitia a continuidade do sistema de pousio por muito tempo. Esta nova atividade era de caráter mercantil, dinâmica e diversificada, possibilitando um aumento do poder aquisitivo, além da presença progressiva da atividade comercial. O dinheiro passou a ser incorporado à cultura e ao processo de reprodução local e regional.

Segundo Abramovay (1981), os agricultores familiares do sudoeste do Paraná, no período de 1950 a 1970, já apresentavam uma situação de relativa prosperidade. Esta situação é explicada pela contribuição de alguns fatores, como: a) o trabalho numa terra fertilíssima e cujas dimensões permitiram o funcionamento de um sistema de pousio e rotação de cultivos, possibilitando obter uma grande produção de cereais, sem grande reposição de fertilidade através de insumos externos às unidades produtivas; b) a presença de agricultores marcados por uma forte tradição de economia mercantil e tecnicamente preparados para a mecanização agrícola com base no trabalho animal⁴; c) um mercado urbano em expansão, além de outras razões. Assim,

⁴ A intensificação do uso da terra é consequência do aumento da densidade populacional ocasionada pela vinda dos migrantes. Segundo Boserup (1987: 43) “em uma região onde o nível crítico ainda não foi alcançado, seus habitantes, mesmo conscientes da existência de métodos agrícolas mais intensivos de uso da terra e mesmo podendo ter acesso a instrumentos menos primitivos, preferirão provavelmente não utilizar estes métodos e instrumentos até o momento em que o tamanho da população for tal que eles tenham de aceitar um declínio da produção por homem-hora”.

havia condições favoráveis para o desenvolvimento de um sistema agrícola horizontalmente baseado na interação policultura-criação como forma de sua reprodução social⁵.

A agregação de valor à criação de suínos foi uma prática no conjunto do trabalho familiar melhor aproveitado e valorizado no mercado, sendo mais vantajoso que a comercialização do produto das lavouras, como o milho. E, no caso destes produtos, a relação com o comércio pode ser explicada pela “alternatividade” conceituada por Garcia Jr (1989: 117), ou seja, ora alimentam o circuito doméstico-produtivo, ora são comercializados para se obter outros produtos em troca.

“Alternatividade entre serem consumidos diretamente, e assim atender às necessidades domésticas de consumo, e serem vendidos, quando a renda monetária que proporcionam permite adquirir outros produtos também de consumo doméstico, mas que não podem ser produzidos pelo próprio grupo doméstico.”

Ainda neste período verifica-se a montagem de uma extensa rede para comercializar o produto do trabalho do agricultor, composta geralmente por ex-agricultores que vendem a sua terra e estabelecem um pequeno comércio. Abramovay (1981: 93) afirma que esta prática garantia “uma profunda identidade entre o comerciante e o agricultor: identidade étnica, cultural e ideológica; e que esta identidade em muitos casos encobria uma desigualdade social real”, pois esta relação “pessoa a pessoa”, auxiliando-se em momentos de

⁵ Reprodução social em sentido amplo, o resultante das relações sociais de produção que permitem a renovação da sociedade como um todo e de seus membros em todas as suas variadas dimensões. Isto significa que a reprodução camponesa não só se refere à reprodução biológica como também (e principalmente) à renovação dos meios materiais de que dependem a sua reprodução social (Cáceres, 1995: 69).

necessidade (adiantamentos, prorrogações de dívidas) colabora com a ampliação das bases da exploração do agricultor pelo comerciante. Entretanto, a fertilidade natural das terras e a área possuída por cada um asseguravam o atendimento às necessidades fundamentais da família e o risco de miséria absoluta só aparecia nos momentos de dificuldades como as doenças, acidentes ou outros percalços.

Esta relação entre o agricultor e o comerciante supõe uma grande descentralização das atividades comerciais, em que os principais intermediários, segundo Abramovay (1981), eram os colonos comissionados, os bodegueiros e os atacadistas expedidores/distribuidores.

Os colonos comissionados eram agricultores mais ou menos abastados que centralizavam parte da produção dos vizinhos. Eles recebiam uma comissão dos comerciantes da cidade pelos produtos que conseguiam reunir no interior.

Os bodegueiros agiam como comerciantes, isto é, possuíam um estabelecimento na zona rural onde compravam e vendiam mercadorias. No início, eles faziam a intermediação entre os agricultores e os capitalistas comerciais da cidade mas, a partir de uma determinada escala, se livravam destes comerciantes, encaminhando diretamente os produtos para fora da região.

Os atacadistas expedidores/distribuidores eram os capitalistas que extraíam a parcela mais importante do sobretrabalho do agricultor, ou seja, compravam os produtos dos agricultores a preços tão reduzidos que não chegavam a remunerar a força de trabalho utilizada na produção. Eles uniam os dois elos da cadeia: o agricultor e os agentes que conduziam o produto ao mercado consumidor e estabeleciam relações tanto com os bodegueiros como com os próprios agricultores.

Estas relações começaram a mudar no início dos anos 1970, pois, juntamente com o esgotamento dos solos e dos métodos extensivos poupadores de trabalho (como o pousio e o uso do fogo, antes possibilitados pela disponibilidade de áreas de matas), ocorreu a reorientação dos sistemas

produtivos para o uso mais intensivo de insumos e a tendência a uma maior especialização das atividades agropecuárias. Todos estes aspectos já foram discutidos em trabalhos⁶ sobre o modelo predominante de “modernização da agricultura”, em que determinou-se uma dependência cada vez maior do agricultor ao complexo agroindustrial, o que pode ser claramente identificado na trajetória da região sudoeste do Paraná, incluindo o município de Capanema. Esta modernização, segundo Graziano da Silva (1982), caracteriza-se essencialmente por priorizar a produção agrícola para o mercado; o agricultor perde as características de autonomia técnica e econômica, e vê a sua reprodução física e social cada vez mais atrelada aos movimentos do capital (financeiro, agroindustrial, mercantil).

Neste período, a soja, o trigo, o milho e o feijão eram as principais atividades dos agricultores de Capanema. Os produtores de suínos começaram a desanimar perante o alto custo de produção e os baixos preços alcançados na comercialização do animal vivo.

Os comércios de pequeno porte começaram a se extinguir, os “colonos comissionados” desapareceram, as “bodegas” localizadas no meio rural fecharam, e as que permaneceram, se limitavam à venda de bebidas alcóolicas e algumas miudezas. Este fato agravou a situação dos agricultores que necessitavam adquirir produtos de consumo para serem pagos no momento da colheita, pois tinha que vender a produção aos comerciantes da cidade, com os quais não cultivavam a mesma relação personalizada, o que dificultou a venda na base da confiança. Até mesmo os “atacadistas expedidores/distribuidores” começaram a ter problemas para se manter, pois os processos de comercialização tiveram seus custos bastante elevados, e muitos produtos já entregues acabaram não sendo pagos, o que, entre outras causas, fez os agricultores apoiarem a proposta do cooperativismo.

⁶ Ver Graziano da Silva (1982); Müller (1989); Kageyama (1990); entre outros.

2.1 Os agricultores e a cooperativa

O grande crescimento das cooperativas somente foi possível pela posição de destaque que o cooperativismo moderno ocupou na estratégia de modernização da agricultura desencadeada pelo Estado a partir da década de 1960. Esse estímulo se manifestou através da posição privilegiada que as cooperativas ocuparam na execução da política de preços mínimos, das mudanças na legislação cooperativista e, fundamentalmente, do acesso que tiveram a créditos oficiais altamente subsidiados para o aumento de sua capacidade instalada e diversificação de atividades.

Neste panorama, em 5 de dezembro de 1970, foi fundada a COAGRO - Cooperativa Agropecuária Capanema Ltda., como produto de uma política governamental de desenvolvimento que incentivava o cooperativismo e também da necessidade dos agricultores de ter maior segurança no momento da comercialização. O processo caracteriza-se semelhantemente ao que foi descrito por Brum (1981) sobre momento anterior no Rio Grande do Sul, este autor afirma que o dinamismo da agricultura moderna de características empresariais exigiu logo instrumentos mais ágeis e eficazes para o avanço do processo. Os comerciantes das localidades interioranas que negociavam os excedentes agrícolas mostraram-se incapazes de atender de modo satisfatório aos crescentes volumes de produção, concentrados em determinadas épocas do ano sem a existência de uma infra-estrutura adequada, criando embaraços e dificuldades na comercialização, que respaldaram o aparecimento das cooperativas.

Na entrevista, o diretor da COAGRO explica assim o surgimento da cooperativa:

“Tudo o que se organiza é a partir de problemas. Então, quais eram os problemas da época? Tinha muita “picaretagem”, tinha muito comprador de feijão - que era o forte na época - e suínos, que vinha

pra cá, quando não existia sistema financeiro, não existiam bancos, então vinham pra cá, ficavam de voltar para pagar e não voltavam mais. Então, o produtor, além da dificuldade de comercializar, perdeu muito com gente que vinha de fora e até com gente daqui que comprava e não pagava, porque quebraram, foram embora, desapareceram. Então, houve a necessidade de fazer uma comercialização mais serena, mais segura. Não adiantaria estimular a produção se não houvesse, realmente, a comercialização. Então este foi, eu imagino, o tom da pregação para o surgimento da cooperativa” (T.U. - diretor da COAGRO).

Desta forma, no sudoeste paranaense, com o avanço da modernização e o surgimento e fortalecimento das cooperativas, tenderam a desaparecer os pequenos comerciantes das localidades do interior, bem como os atacadistas instalados nos centros urbanos maiores da região que, até então, compravam e comercializavam a produção agrícola e forneciam aos varejistas e às famílias rurais os artigos de uso comum. De certo modo as cooperativas substituíram a ambos, encurtando a distância entre o produtor e o consumidor, recebendo e comercializando a produção agrícola e abastecendo o consumo da família e da unidade de produção. Esta mudança não se deu certamente sem conflitos. Uma agressiva concorrência ocorreu entre as cooperativas e os comerciantes atacadistas, mas as cooperativas, com o apoio das políticas governamentais, montaram um forte aparato voltado para a comercialização e o beneficiamento dos produtos oriundos dos agricultores associados, apresentando-se muito bem equipadas comercialmente, superaram os demais agentes comerciais, com os quais veio a concorrer na relação com os produtores.

A COAGRO foi fundada por 67 produtores e a sua área de ação foi delimitada entre Capanema, Santa Izabel D'Oeste, Realeza, Planalto, Pérola

D'Oeste e Capitão Leônidas Marques. Mas, depois do asfaltamento da rodovia para Cascavel, os produtores de Capitão Leônidas Marques passaram a pertencer à COPAVEL, sediada em Cascavel. Hoje, a COAGRO conta com 4.570 associados e a área de ação ampliou-se para mais alguns municípios: Pranchita, Santo Antônio do Sudoeste, Barracão, Ampére e Bela Vista da Caroba (COAGRO, 1997).

A estrutura cooperativa de cada município conta com unidades de venda de sementes, rações e insumos, departamento técnico, unidade de armazenamento e supermercado e, além disso, a COAGRO possui uma fábrica de laticínios (Capanema), uma fábrica de rações (Santo Antônio do Sudoeste) e um frigorífico que abate aves e suínos (Francisco Beltrão). A sua estrutura de armazenagem tem condições de absorver a produção total de uma safra de sua região de abrangência.

Somente no município de Capanema, a COAGRO possui 1.066 associados e uma capacidade armazenadora de 396.000 sacos de 60 kg. Segundo um membro da atual direção, este crescimento em relação à fase inaugural não era esperado pelos seus fundadores, que se organizaram basicamente para buscar a solução de seus problemas a partir de objetivos definidos coletivamente.

Entretanto, segundo Denardi (1989), sem a existência dos créditos subsidiados e a expansão da soja, que com sua elevada rentabilidade proporcionou maior geração de excedentes, o crescimento das cooperativas não teria sido o mesmo, porque elas não apresentavam condições de rentabilidade suficientes para concorrerem com as grandes empresas nacionais e multinacionais do setor, e também devido às características dos pequenos agricultores, que eram, numericamente, maioria no seu quadro social, não

permitindo a geração e retenção de um volume de excedentes de capital que possibilitasse o mesmo ritmo de crescimento apenas com recursos próprios⁷.

Segundo Paula (1983: 215), “esse gigantismo da cooperativa significa, de um lado, a projeção de um agente comercial forte e, de outro, uma crescente autonomização do seu corpo administrativo frente ao quadro social, principalmente aos pequenos agricultores. Ou seja, cooperativa e associado passam a se comportar como elementos estranhos um ao outro”. Neste caso, os associados não consideram as instâncias de participação adequadas e vêm a direção da cooperativa muito distante do restante do quadro social

A partir de 1980, com a redução do crédito subsidiado, as cooperativas passaram a depender mais de sua própria capacidade de financiamento. No caso da COAGRO, a busca de atividades alternativas e a agregação de valor nos seus produtos foi uma resposta a esta necessidade de aumento de rentabilidade para a sua manutenção e crescimento, por isso a instalação do laticínio, fábrica de rações e os frigoríficos de aves e suínos. Neste panorama, a participação e fidelidade de seus associados assumem uma importância vital para a sua continuidade. Mas, alguns associados deixam claro o seu descontentamento.

“A COAGRO, pra nós, é uma empresa de negócio. Então, pra nós, sem a COAGRO é ruim, com a COAGRO não é bom e sem é pior ainda. Só que o que eles pregam pelo país afora, que o cooperativismo é isso, aquilo, é tudo conversa fiada. Então, tem que esquecer a cooperativa; pra nós é uma empresa de negócios. Mas se ela falir é pior...” (S.T., agricultor).

⁷ “Por isso, a disponibilidade de créditos oficiais subsidiados dispensou a necessidade das cooperativas lançarem mão de uma espécie de ‘acumulação primitiva’ sobre seus associados para financiar o seu crescimento”(Denardi, 1989: 14).

Além disso, a estrutura da cooperativa está sendo reduzida, fechando alguns entrepostos localizados nos distritos rurais para diminuir os custos. Estes entrepostos, em geral, constituíam-se de parte de vendas de insumos (sementes, adubos, agroquímicos, pequenos equipamentos, etc.) com um técnico, estrutura de recebimento de produtos e um pequeno supermercado. Esta redução está dificultando ainda mais o acesso dos associados menos capitalizados. Mas, apesar do descontentamento, reconhecem que a cooperativa ainda é a opção mais segura no momento de comercializar os seus produtos, pois os pequenos comerciantes e cerealistas não estão conseguindo se manter e estão falindo e, em muitos casos, os agricultores não conseguiram receber pelos seus produtos.

“Você tem garantia do que você vende e o que ganha. Porque de repente você vende pro particular, você entrega o produto e acaba nem recebendo. Muitos produtores perderam assim, né? É ruim com ela, mas sem também” (T.S., agricultora).

Assim, a comercialização de grãos com empresas privadas como atacadistas é mínima comparativamente à produção entregue à cooperativa, ocorrendo mais na cultura do feijão, em que geralmente, quanto antes se vender melhor é o preço, pois a colheita de feijão no município de Capanema é uma das primeiras a ocorrer no país, conseguindo os bons preços da entressafra. Mas, com a entrada antecipada do feijão de áreas irrigadas do nordeste brasileiro, este tipo de urgência tende a diminuir, desfavorecendo ainda mais os compradores privados regionais.

Apenas as famílias mais descapitalizadas, com áreas de terras menores e relevo acidentado, continuam entregando os produtos a alguns pequenos comerciantes das comunidades próximas que, por sua vez repassam aos cerealistas de maior porte sediados no município ou região. A família consegue

se manter em função do comerciante que repassa os gêneros de consumo necessários no período de entressafra e, automaticamente após a colheita, a produção é entregue para os comerciantes. Assim, este grupo de agricultores mantém a “relação personalizada” na comercialização, que em outras situações já se extinguiu.

Outro fator que deveria ser um diferencial na relação com a cooperativa é o acompanhamento técnico, mas como a equipe existente não é suficiente para atender a todos os associados, as famílias que estão tendo um atendimento mais próximo são as que podem dar maior retorno à cooperativa através da quantidade de produtos e da fidelidade do associado no momento de entregar a sua produção.

No caso da atividade leiteira outros laticínios na região dividem a produção do município. Ciente disso, a cooperativa está investindo na melhoria do atendimento técnico e na estrutura de transporte e recebimento do produto *in natura*, visualizando uma possível seleção de produtores futuramente. Em relação ao transporte, a cooperativa está incentivando a coleta a granel através de caminhões com tanques e equipamentos para a verificação do nível de acidez ainda na propriedade. Apesar do transporte ser terceirizado, a cooperativa se responsabiliza pelos custos do tanque e equipamentos. Este processo, além de diminuir os custos, resulta numa maior confiança por parte dos agricultores que já tiveram muitas experiências infelizes com os freteiros de leite.

“Hoje muita gente sabe que tem muito freteiro que faz sacanagem, né? Passa por uma sanga aí, e tem uma vaca melhor que qualquer produtor, né? Chega lá, aparece até lambari dentro do leite...” (R. S., agricultor).

Assim, mesmo nesse cenário de busca por novas atividades agropecuárias e dificuldades para uma participação efetiva em suas instâncias deliberativas, para aqueles produtores que continuam produzindo grãos de forma convencional ou leite, a cooperativa é fundamental para a comercialização de seus produtos. Estes agricultores permanecem cultivando grãos para aproveitar a infra-estrutura voltada para esta atividade que foi montada anteriormente nas suas unidades de produção, pois tais estruturas tiveram custos elevados e a troca de atividade exigiria novos investimentos enquanto que as existentes ficariam sub-utilizadas. Os produtores que estão entrando na produção leiteira não abandonaram as lavouras, apenas estão aproveitando melhor as suas áreas de pastagens e as instalações já existentes para o manejo dos animais, sem fazer investimentos maiores inicialmente.

Desta forma, percebe-se que os agricultores que mantêm a sua comercialização com a cooperativa têm como principal estratégia a diminuição dos riscos na produção e comercialização, de forma semelhante aos agricultores que mantêm contratos de integração com as agroindústrias.

2.2 Os agricultores e as empresas integradoras

Para analisar a relação dos agricultores integrados com as empresas, é importante definir o que se entende por sistema de integração.

“Tecnicamente o sistema de integração é definido como uma forma de articulação vertical entre empresas agroindustriais e pequenos produtores agrícolas, em que o processo de produção é organizado industrialmente, ou o mais próximo possível desse modelo, com aplicação maciça de tecnologia e capital. São produtores integrados aqueles que, recebendo insumos e orientação técnica de uma empresa

agroindustrial, produzem matéria-prima exclusivamente para ela”
(Paulilo, 1990: 19).

Segundo Sorj et al. (1982), nestas condições de produção tecnificada, o processo produtivo passa a ser determinado pelas prescrições externas das empresas industriais que estruturam o ritmo e as tarefas de uma atividade produtiva. Em qualquer um dos casos, as razões de tais prescrições técnicas permanecem desconhecidas para o trabalhador rural que segue as indicações dos técnicos sob pena de produzir resultados econômicos insatisfatórios.

A desapropriação do conhecimento tradicional e a imposição do ritmo de trabalho não implicam que o trabalhador não possua ainda certas características e conhecimentos que lhe são próprios. Trata-se, porém, de limites muito estreitos de autonomia no processo produtivo, sem lhes dar reais condições de influir, seja nas determinações mais gerais da utilização dos insumos, seja na aplicação de capacidade inovadora.

No município de Capanema há produtores integrados para a produção de fumo e aves, sendo o fumo mais difundido com quatro empresas atuando no município. O fumo é uma atividade importante, principalmente para os agricultores que dispõem de pequenas áreas de terra, pois seus rendimentos por área são animadores.

“No ano passado eu fiz seis mil reais com fumo, já descontado os insumos, e não peguei uma mão-de-obra de fora. (...) eu fiz com o fumo o valor de 450 sacos de soja e colhi 400 sacos de soja. Então o fumo em dois hectares, deu mais que os doze hectares de soja”
(E.F., agricultor).

Esta perspectiva faz com que, segundo o Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Capanema, estejam sendo financiados mais quatrocentos galpões de fumo para o município, através do PRONAF. Entretanto, esta atividade é motivo de muitas controvérsias, pois muitos agricultores abandonaram-na, alegando que, apesar dos bons rendimentos, o fumo acaba causando muitos problemas de saúde devido ao uso intensivo de agrotóxicos.

“O fumo, quando ia amarrá, vinha aquele bafo de veneno, aí fiquei doente, parei” (I. J., agricultor).

Além disso, alguns agricultores questionam por que outros querem produzir fumo, pois não vêem muita utilidade na cultura. Eles acreditam que as únicas interessadas são as empresas:

“Ele não come folha de fumo. Então o que ele leva em consideração? Que é uma área de terra menor, que ele faz um volume de recurso maior, nem que vá um grande volume de recursos, 60 ou 70%, vá pros insumos da empresa. Que por trás da empresa tem outra empresa que passa a uréia, passa o adubo né? E ganha a grande. Ele não considera que trabalha dez meses, de maio até março e ainda acaba com a saúde” (V. Z., agricultor).

Entretanto, é inegável a importância desta atividade para os agricultores familiares, pois traz bons rendimentos sem exigir uma área de terra muito grande. Por isso, estão interessados no convênio entre uma das integradoras e a empresa de produtos orgânicos para estudar a viabilidade de produzir fumo no sistema orgânico, sem os produtos químicos utilizados atualmente. Esta iniciativa demonstra preocupação com a questão do uso de agrotóxicos que está

se tornando um problema sério para a sustentabilidade da atividade. Segundo os técnicos, os resultados estão sendo animadores.

A avicultura integrada é uma atividade que atinge agricultores mais capitalizados, pois os investimentos iniciais são superiores, mesmo contando com os financiamentos. Geralmente são agricultores que produzem grãos e estão em busca de outra atividade que dê rendimentos em intervalos menores de tempo, além de não ser tão susceptível aos rigores climáticos.

“Instalamos os aviários pra aumentar, quer dizer, ter uns trocos de vez em quando. Porque plantar soja e feijão é a cada seis meses e o frango dá com sessenta dias” (M. N., agricultor).

“O único risco do aviário é se dá pedra ou vento, senão é só trabalho nosso” (M. M., agricultor).

Estes produtores de frango escolheram a comodidade e a segurança da ligação com a empresa. Através dela, eles conseguem colocar toda a sua produção e não precisam se preocupar em onde comprar insumos ou vender o produto. Segundo Paulilo (1979), o produtor valoriza positivamente as inovações que poupam serviço e aprimoram a qualidade do seu produto. Então, a relação com a empresa, na medida em que é veículo para isso, também é valorizada.

O processo de produção das matérias-primas fornecidas para as empresas integradoras, tanto de fumo como de frango, segue um conjunto rígido de normas e prescrições elaboradas com o objetivo de garantir a quantidade e qualidade estrita do produto. Esses dois aspectos dizem respeito também aos insumos utilizados e, por esse motivo, eles são fornecidos de maneira regular

pelas próprias empresas. Além disso, as empresas não iriam deixar de obter ganhos também sobre a venda destes insumos.

Outro fator importante no processo de integração é a necessidade de investimentos tanto na produção do fumo quanto na de aves para montar a estrutura necessária para desenvolvê-la. Assim, os agricultores já entram na atividade endividados com os bancos.

“Por enquanto, não dá pra investir na propriedade porque o aviário tá financiado. Até nós pagar isso aí... Só no ano 2000, acho. É oito prestação (M. M., agricultor).

Sobre isso, Paulilo (1990) afirma que na situação de integrados estão presentes três formas de endividamento que não pertencem a um mesmo plano: há a dívida com o banco em função da construção de benfeitorias necessárias à produção de matérias primas a serem fornecidas às agroindústrias; há a dívida com a agroindústria relativa aos insumos utilizados, que é mútua, pois a empresa também deve ao agricultor pelo produto entregue. Estes dois tipos de dívida não se saldaram ao mesmo tempo, pois quando a indústria paga o que deve, o agricultor já recebeu novos insumos e, portanto está devendo à empresa. O terceiro e último tipo é aquele que não pode ser chamado de “dívida” e que refere-se ao fato de o produtor não ter condições de arcar sozinho com a reposição dos pressupostos da produção, isto é, ele não consegue manter o mesmo sistema de produção e comercialização sem a empresa. Segundo a autora, dessas três formas de endividamento, a terceira é a que mais prende o produtor à agroindústria, pois produzir individualmente quando insumos e produtos circulam no mercado internacional é quase impossível para os agricultores.

Assim, a sensação de segurança é um elemento fundamental na relação do agricultor com a empresa integradora. A segurança da disponibilidade de insumos, da assistência técnica, da comercialização e até mesmo de saber os períodos de entrada de recursos. Ainda segundo Paulilo (1990), essa necessidade que o agricultor sente de poder contar com pelo menos alguns invariantes não decorre de um “conservadorismo camponês”, mas da constante situação de risco em que ele produz.

2.3 Os agricultores orgânicos e a empresa

No Brasil ainda não há normas rigorosas na determinação de um sistema cultural orgânico, mas as instituições que trabalham com a produção orgânica se baseiam em alguns critérios internacionais. Viglio (1996: 8) descreve os critérios básicos para que uma produção seja considerada do tipo orgânica, os quais foram estabelecidos por N. H. Lampkin em *The economics of organic farming*:

- proteger a fertilidade natural dos solos a longo prazo, através da manutenção dos níveis de matéria orgânica, estimulando a atividade biológica do solo;
- intervenções mecanizadas cautelosas;
- fornecimento de nutrientes relativamente insolúveis (não obtidos por processos químicos), que se disponibilizem às plantas pela ação de microorganismos;
- buscar a auto-suficiência em nitrogênio pelo uso de leguminosas e inoculações com bactérias fixadoras de nitrogênio, bem como a reciclagem de materiais orgânicos a partir da incorporação de resíduos culturais e esterco animais;
- controle de pragas, doenças e ervas prioritariamente pela rotação de culturas, inimigos naturais, diversidade genética, adubações orgânicas, uso de

variedades resistentes e uso limitado (de preferência mínimo) de intervenções térmicas, biológicas e químicas;

- buscar modos extensivos de criação animal, visando, dentro do possível, ao bem-estar das espécies exploradas;
- atenção especial ao impacto do sistema produtivo sobre o meio ambiente como um todo protegendo a vida selvagem existente.

Estes critérios norteiam as exigências para a comercialização de produtos orgânicos destinados para o mercado internacional, entretanto para o mercado nacional ainda não há normas de produção claramente estabelecidas. Porém, através destes princípios pode-se discutir a produção orgânica praticada no município de Capanema, pelos agricultores familiares.

As razões da implantação da agricultura orgânica em Capanema prendem-se a dois fatores que se misturam na formação deste sistema de produção não convencional. Um deles é que parte dos agricultores familiares da região não utilizavam insumos químicos, por achar desnecessário ou porque não tinham recursos para adquiri-los; o outro fator é que, desde a década de 1980, já havia um projeto sobre “agricultura alternativa” coordenado pelos sindicatos dos trabalhadores rurais e a ASSESOAR junto a alguns agricultores da região e que trabalhava para a conscientização sobre os problemas causados pelo uso de insumos químicos e a busca de alternativas técnicas que viabilizassem a produção de forma “orgânica”, conservando os recursos naturais existentes. Na verdade, além da ocorrência do primeiro fator isoladamente, também ocorreu uma fusão deste com o trabalho do STR e da ASSESOAR, Ribeiro (1997: 156) tem uma proposta semelhante:

“As tecnologias social e ecologicamente sustentáveis devem ser introduzidas por estas (entidades) e adotadas ou recuperadas pelos próprios agricultores, revalorizando em alguns casos as tecnologias

tradicionais existentes e esta tarefa, para ser sustentável, não pode realizar-se como transferência de um pacote tecnológico, mas sim inserir-se no resgate das culturas locais e no apoio a formas associativas dos próprios agricultores que lhes permitam não somente aprender técnicas, mas também apropriar-se dos conhecimentos, desenvolvê-los e desenvolver outros elos da atividade agrícola, além da produção direta”.

A proposta das organizações de produtores era conseguir “produzir organicamente”, mas quando isso começou a se viabilizar, percebeu-se que eles teriam que buscar uma forma também diferenciada de comercializar a sua produção de modo a agregar valor ao produto obtido com princípios distintos do convencional. Isto exigia uma estrutura de comercialização diferente das já existentes na região (cooperativas e atacadistas). Assim, foram iniciados vários contatos objetivando um canal de escoamento da produção orgânica. Um destes contatos foi com a organização não governamental chamada Instituto Verde Vida, que já trabalhava com a comercialização de outros produtos orgânicos em Curitiba, e que se interessou em trabalhar com os produtores da região.

A proposta inicial era de uma efetiva participação dos agricultores na gestão dessa comercialização, que seria realizada em conjunto com as suas organizações, mas não foi isso que se concretizou posteriormente. O presidente da ONG de Curitiba formou uma empresa para recebimento e comercialização de produtos orgânicos na região utilizando um discurso de participação, mas os agricultores logo perceberam que isto era muito difícil quando se tratava de uma empresa.

“Nós nos sentimos meio traídos pela Terra Preservada na época da questão da soja, que nós tinha todo o trabalho feito e acabamos

tentando fazer uma parceria... Na verdade se fizeram de cordeirinho aí né, queriam somar e não sei mais o quê... E depois nós vimos que, na verdade, os caras deram um rasterão em nós, né?" (R.S., agricultor).

Os agricultores buscavam uma parceria que viabilizasse a produção e comercialização dos seus produtos de forma que a relação deles com a empresa fosse no sentido da busca do melhor para ambos. Mas, a lógica de uma empresa não permite este tipo de parceria, pois a dinâmica da reprodução do capital faz com que os seus objetivos sejam conflitantes com as dos agricultores.

Esta empresa chamada Terra Preservada começou a atuar no dia 20 de março de 1994, trabalhando principalmente no recebimento de soja orgânica e sua comercialização para o exterior. A empresa mantém sua matriz em Colombo, município da região metropolitana de Curitiba, e em Capanema foi instalada uma unidade que centraliza a venda de sementes e insumos, a assistência técnica, o recebimento dos produtos e a sua remessa para a matriz ou diretamente para o porto. Esta unidade, juntamente com outra anexada à empresa na safra de 1997/98 e que fica no município vizinho de Planalto, atende os produtores de Capanema, Planalto, Pérola D'Oeste e Bela Vista da Caroba. Além disso, estas unidade são responsáveis pela padronização e posterior embarque da soja recebida em outras regiões como Castro, Clevelândia, Itapejara D'Oeste, Marmeleiro, Renascença e alguns municípios do Rio Grande do Sul, na região de Passo Fundo.

Além da soja orgânica a empresa comercializa outros produtos da região como feijão, trigo, milho e açúcar mascavo para o mercado interno (Tabela 3) e está implantando um projeto em parceria com as prefeituras para a produção de maracujá, que será processado em uma indústria em Wenceslau Brás, município

do norte do estado. Futuramente pretende entrar na produção e comercialização de carnes orgânicas.

TABELA 3. Quantidade e preços médios recebidos pelos agricultores por produtos orgânicos e convencionais no Estado do Paraná na safra de 1998.

Produto	Quantidade de orgânicos (kg)	Preço médio Orgânico (R\$/kg)	Preço méd. Convenc. (R\$/kg) ⁸
Soja	2.683.620	0,28	0,22
Trigo	300.000	0,17	0,15
Feijão	18.000	0,75	0,80
Milho	15.000	0,15	0,12

Fonte: Empresa Terra Preservada e SEAB/DERAL/CEPA (1998).

De acordo com a Tabela 3, os preços demonstram um adicional de 11 a 30% nos preços pagos pelos produtos orgânicos, sendo que a soja, apresenta o diferencial mais vantajoso para os agricultores, o que explica a preferência dos agricultores em comercializar este produto como orgânico, o que nem sempre ocorre com os outros produtos. Porém, como os preços dos produtos convencionais foram calculados com base na média do Estado do Paraná nos meses de maior concentração da colheita, nem sempre as variações encontradas são totalmente fiéis ao encontrado pelo agricultor. No caso do feijão, a explicação para a inversão dos preços, o convencional apresentando preço superior ao orgânico, é que a colheita ocorreu num período de muitas chuvas na região, fazendo com que os preços pagos aos produtores do município, apresentassem reduções devido à baixa qualidade do produto colhido.

⁸ Os preços dos produtos convencionais são os preços médios do Estado do Paraná nos meses da colheita de cada produto no município de Capanema (SEAB/DERAL/CEPA, 1998).

O feijão é encaminhado diretamente para a matriz, que faz o empacotamento e distribuição do produto. O trigo e o milho são entregues em grão pelo produtor, mas são transformados nos moinhos da região antes de serem enviados para a matriz em forma de farelo, farinha integral e farinha branca no caso do trigo e em quirera e fubá no caso do milho. O açúcar mascavo é produzido pelos próprios agricultores, sendo também enviado para a matriz onde é embalado e distribuído. Porém, a quantidade de açúcar entregue para a Terra Preservada não é muito significativa, nem tendo havido em 1998, conforme pode ser visto na Tabela 3, pois os agricultores que produzem individualmente preferem vender no mercado local e regional e as unidades de beneficiamento coletivas têm a opção de comercializar a sua produção através da CRAPA.

Em todos os produtos ocorre uma agregação de valor destes após a entrega pelo produtor, mesmo no caso do açúcar mascavo, em que a transformação da cana é realizada na propriedade, o produto final sofre mais uma etapa de agregação de valor quando é embalado pela empresa. O mesmo ocorre com o feijão. Assim, a empresa, com o seu conhecimento sobre o mercado de produtos orgânicos e a estrutura disponível para a exportação e distribuição no mercado interno, consegue comercializar os produtos dos agricultores em condições inacessíveis aos produtores individualmente.

Na safra colhida em 1998, as unidades de Capanema e Planalto receberam 35.508 sacos de soja orgânica dos produtores das proximidades, sendo que destes 20.787 foram produzidos no município de Capanema, conforme mostra a Tabela 4. Entretanto, estas unidades foram responsáveis pela padronização e encaminhamento para a exportação de mais 9.218 sacos de soja orgânica dos outros municípios distantes.

TABELA 4. Número de produtores e quantidade de soja orgânica recebida na safra de 1998 pela empresa Terra Preservada.

Municípios	Numero de produtores	Quant. em sacos (60 kg)
Bela Vista da Caroba	5	528
Capanema	175	20787
Pérola D'Oeste	34	3006
Planalto	125	11187
Outros		9218
Total		44726

Fonte: Empresa Terra Preservada

A participação do município de Capanema é destacada por representar 52% do total de produtores da região, e ser responsável por 58,54% do total de soja orgânica produzida na área de fixação das unidades de Capanema e Planalto.

O preço pago pela soja orgânica em 1998 foi calculado com um adicional fixo de quatro reais por saco, acima do preço da soja comercial vigente. Antes era pago um adicional calculado em aproximadamente 30% mas, temendo uma alta nos preços da soja convencional, a empresa achou mais seguro utilizar um valor fixo para o adicional. No ano de 1998 este valor na média ainda representou os mesmos 30%. A partir de 1999, está sendo divulgado que os produtores receberão adicionais diferenciados, de acordo com o tempo de prática de produção orgânica realizada na propriedade. Aquele que estiver no primeiro ano de atividade receberá um adicional de três reais por saco; o que estiver no segundo ano receberá quatro reais e cinquenta centavos e quem estiver no terceiro ano ou mais receberá seis reais acima do preço comercial da soja, por saco. Estes preços diferenciados se devem à exigência de alguns países

de que a soja seja produzida numa área em que não se tenha usado aditivos químicos há, pelo menos, três anos, para ser, assim, considerada orgânica. O produto do primeiro ano é denominado como natural. Por outro lado, é uma forma de buscar a fidelidade do produtor à empresa, já que aqueles que mantêm a produção de forma orgânica são compensados com um valor adicional ao produto.

Outro fator que começa a diferenciar o valor pago pelo produto é a forma de colher a soja. Se ela for realizada manualmente, sem o uso de colheitadeiras mecânicas, o produtor receberá outro adicional de aproximadamente um real por saco, pois, o produto colhido desta forma, além de apresentar uma qualidade superior, também recebe um preço diferenciado em países, como a Bélgica e a Suíça que dão muita importância à questão social. Segundo a empresa Terra Preservada, 50% dos produtores de Capanema colhem a sua produção manualmente e, com certeza, são aqueles que apresentam as áreas menores e mais acidentadas, pois a colheita manual de soja é muito penosa, exigindo um sacrifício muito grande dos membros da família.

A empresa está se expandindo em regiões cujas propriedades apresentam áreas maiores como: Mato Grosso, a região de Passo Fundo no Rio Grande do Sul, Bolívia e também em outros municípios da região sudoeste do Paraná, para aumentar o seu volume de oferta. Este fato apresenta semelhanças com a expectativa colocada por Graziano da Silva (1994), quando este afirma que, ao contrário do que se acreditava de que as unidades de produção com áreas maiores não teriam a “agilidade” necessária para se adequar à produção orgânica como as unidades menores, “do ponto de vista ecológico, a mesma questão que se coloca para o pequeno, coloca se para o grande, como um padrão produtivo a alcançar”. Assim, a inserção das grandes áreas na produção orgânica começa a ser uma realidade.

A inclusão de produtores fornecedores de outras regiões, juntamente com o aumento cobijado pela empresa na relação dos produtores da própria região de Capanema, possibilitará que ela selecione as famílias, sendo mantidas aquelas que mais se afinam com os padrões de qualidade orgânica. Segundo os representantes da empresa, isto poderá viabilizar o projeto de comercialização de produtos orgânicos *“dando lucro a nível empresarial”*, pois eles afirmam que *“até hoje só empatou dinheiro”*.

Apesar disso, os agricultores orgânicos de Capanema são fundamentais na estratégia da empresa, pois no processo de comercialização de produtos orgânicos, a qualidade e as questões sociais são muito importantes para os seus consumidores, principalmente os de países europeus. A empresa explora a imagem dos pequenos agricultores familiares do município através de fotos, vídeos e visitas.

Muitos importadores vêm conhecer o local onde os produtos são cultivados e, quando isso ocorre, a empresa mostra que estes produtos estão ajudando a viabilizar as pequenas propriedades e estão mantendo a força de trabalho familiar no campo, trabalhando de forma muito mais saudável. Enfim, acrescentam o fator social para potencializar a diferenciação destes produtos. Além disso, tudo é envolvido pela beleza natural e cultural das propriedades emolduradas pelo rio Iguaçu e o Parque Nacional do Iguaçu, que aparecem ao fundo de muitas propriedades. Este apelo da solidariedade e a proximidade com a exuberância da natureza envolvem os compradores.

A relação desta empresa com os agricultores é semelhante às outras integrações. Como ocorre com as agroindústrias e os produtores de fumo, aves e suínos, o produtor orgânico faz um contrato com a empresa e esta lhe fornece os insumos, a assistência técnica, a certificação dos seus produtos e a garantia de compra. Este processo é melhor sistematizado no caso da soja que é comercializada no mercado externo muito mais exigente do que o mercado

nacional. Nos outros produtos, como as quantidades são menores e são destinadas ao mercado interno, ocorre uma relação menos formalizada.

Como o sistema de produção é diferenciado do restante dos agricultores do município, boa parte dos insumos comercializados pela empresa não se encontra disponível em outros estabelecimentos comerciais. Além da quantidade necessária ser pequena, os estabelecimentos comerciais sofrem a pressão por parte das grandes empresas de insumos convencionais e assim os agricultores acabam criando uma certa dependência ao comprá-los, mesmo para as atividades não contratualizadas.

“(...) vai lá vê o preço da Terra Preservada, vai lá vê! A gente não é obrigado a comprar deles, mas não tem outro, vai comprar de quem? Pra nós comprar, tem que ser carga fechada lá de Curitiba. E como é que um agricultor só, vai fazer?” (A. B., agricultor).

Esta dependência se completa pelo fato de não haver outra empresa com a qual eles possam comercializar os seus produtos e por esta ter uma relação privilegiada com o Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural (IBD), o único que dá uma certificação geral válida em todo o Brasil e no exterior⁹. Os agricultores afirmam que seus representantes não se mostraram muito acessíveis, quando foram procurados por algumas lideranças para verificar a possibilidade de certificar os seus produtos mesmo que estes não fossem comercializados pela empresa em questão. Porém eles ainda lutam para que o processo de comercialização seja realizado de forma mais participativa, como era o projeto inicial destes agricultores.

⁹ A Associação de Agricultura Orgânica –AAO também tem um selo de certificação, mas é usado exclusivamente para os produtores vinculados à organização e que entregam seus produtos na Feira do Parque da Água Branca, em São Paulo (Viglió, 1996: 11)

As organizações dos agricultores continuam buscando outras formas de comercializar os produtos orgânicos e, para isto, a ASSESOAR está se credenciando para fazer a certificação para o mercado interno. Paralelamente, algumas famílias estão se associando a outra organização internacional, a OCIA (Associação Internacional de Aprimoramento de Cultivo Orgânico), que, por sua vez, é associada à IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), a fim de poder ter a certificação de seus produtos para o mercado externo. Os produtores também estão em contato com outra empresa exportadora com sede em Londrina que, apesar de não ser especializada em produtos orgânicos, está muito interessada nesse setor.

Esta ação não representa a independência dos agricultores na exportação de seus produtos, mas eles têm consciência de que não estão preparados para enfrentar diretamente o mercado externo. A entrada de outra empresa exportadora é a fórmula em que acreditam para alcançar maior autonomia nas suas negociações, propiciando-lhes outra opção de comercialização. Eles esperam que a existência da concorrência melhore as propostas das empresas, favorecendo as famílias de agricultores.

“Queremo vender direto, o atravessador tá sugando nós, sabe? Quando entrou aí a empresa, era demonstrado transparência do preço, que na época eu ganhei quase o dobro, 45% a mais do preço convencional. Só que hoje tá no que tá. Por causa dessas outras que tão entrando aí, eles passaram dando uns bilhetinhos, né? Que vai pagar seis real a mais do preço convencional” (A. B., agricultor).

Este processo está se fazendo urgente neste momento porque eles estão aumentando e muito a sua produção orgânica de açúcar mascavo e querem continuar a comercializá-lo através de sua própria organização, a CRAPA, de

forma mais elaborada e buscando novos mercados. A Terra Preservada também demonstrou interesse em comercializar este produto e está com uma proposta de construir uma grande unidade no município, em que os agricultores só forneceriam a cana-de-açúcar e ela ficaria responsável pela transformação. Entretanto, os agricultores buscam uma forma de poder continuar a controlar a comercialização da sua produção de açúcar mascavo, o que na soja é bem mais complicado.

“(...) a Terra Preservada também tão com um projeto, inclusive com um projeto grande pra trabalhar com o açúcar. Então, nós estamos agora discutindo a nível de região, inclusive estamos pensando de padronizar, de empacotar. A marca já criamos, então vamos trabalhar nós, esta questão da comercialização do açúcar” (R. S., agricultor e coordenador da CAPAF).

Os agricultores deixam claro que eles não querem ser responsabilizados por acabar com a empresa existente, mas que a vinda de outras empresas criará um clima de concorrência que será bastante saudável para os agricultores da região. E, como na nova proposta, são eles que vão controlar a certificação junto com a ASSESOAR e a OCIA; esta será uma boa maneira de começarem a ter um contato maior com o mercado dos produtos orgânicos, possibilitando um conhecimento que poderá ser precioso no futuro, pois eles estão interessados em buscar paulatinamente a sua autonomia neste processo de comercialização.

Os agricultores que comercializam os seus produtos com a Terra Preservada dividem-se em dois grupos: a) aqueles que estão interessados no adicional de preço que é pago sobre o produto convencional e sua estratégia se baseia principalmente na melhoria do retorno econômico sobre uma determinada área, sem sair da produção de grãos; b) aqueles que, além do interesse anterior,

buscam uma nova forma de produção mais saudável para a sua família que trabalha na unidade e livre dos pacotes tecnológicos das grandes empresas de produtos químicos. São produtores que também pensam no futuro dos recursos naturais da região e na saúde dos consumidores.

Nesse segundo grupo se encontram ainda aqueles que estão coordenando a busca de alternativas à comercialização com a Terra Preservada, pois querem uma maior autonomia na produção e na comercialização.

2.4 Os agricultores e a CRAPA

A partir de 1989 as entidades de agricultores da região começaram a discutir a sua própria organização; a ASSESOAR acompanhava as questões mais técnicas da produção e os sindicatos de trabalhadores rurais as questões políticas. Então, quem iria coordenar o associativismo? E que tipo de associativismo iria ser difundido? Assim, a CRAPA - Coordenação Regional das Associações de Pequenos Agricultores foi criada para acompanhar o associativismo, coordenando as cinco centrais de associações intermunicipais, CIAPA, CAPAVI, CAPASFI e CAPAF criadas em 1991, com exceção da CAPAM, que já existia anteriormente:

A CRAPA ficou alguns anos trabalhando prioritariamente o associativismo em comunidades da região, em conjunto com as centrais intermunicipais e as associações, estruturando as organizações e aprofundando a formação dos agricultores neste aspecto. Este processo avançou até o ponto em que se percebeu que os agricultores queriam uma resposta mais concreta de suas organizações. Assim, definiu-se, em 1995, que caberia aos sindicatos de trabalhadores rurais as demandas político-educacionais, à ASSESOAR o papel de assessoria nas áreas pedagógicas e de produção e à CRAPA dedicar-se à organização econômica. A CRAPA começou então a discutir, paralelamente ao

associativismo, a organização da agroindustrialização e a comercialização regional da produção dos agricultores familiares.

“Hoje, nós estamos indo onde tá dando resultado; hoje nosso trabalho diferenciou. Até 95 a CRAPA trabalhou uma proposta de organizar os agricultores, de discutir um trabalho político, organizativo dentro da associação. A partir daí foi definido que a CRAPA vai ter que ser uma estrutura que vai dar um resultado econômico pros agricultores. Então, só estamos trabalhando onde as associações podem dar um resultado econômico. Nós não podemos querer resolver o problema de todo mundo e não resolver o problema de ninguém” (L. M., agricultor e coordenador da CRAPA).

O principal produto comercializado pela CRAPA é o açúcar mascavo produzido de forma orgânica pelas associações de agricultores, acompanhado por um técnico da CRAPA e das centrais de associações. Depois, o açúcar é levado para a sede em Francisco Beltrão, onde é embalado e distribuído. A CRAPA viabiliza a comercialização deste açúcar, cuja quantidade é prevista antecipadamente através de relatórios das associações e do técnico. A partir do final do ano de 1998, o açúcar oriundo das associações está sendo embalado em pacotes de um quilo, recebendo um selo de certificação orgânica fornecido pela ASSESOAR e indo direto para o mercado consumidor. Fora das associações só é aceito o açúcar oriundo de agricultores individuais que já estão com as agroindústrias da associação em construção; este produto não receberá o selo orgânico, pois não teve o acompanhamento necessário para garantir a sua qualidade e procedência, e será destinado às empresas que fazem granola. Este mercado das empresas de granola é estratégico pois, apesar de pagar um preço

um pouco menor, é um canal para escoar o produto de menor qualidade, como aquele mais escuro, mais úmido ou “embolotado”.

A comercialização do açúcar mascavo iniciou-se em 1995, quando foram comercializados apenas cinco mil quilos do município de Planalto. Em 1996 já com a marca “Natura” definida mas não registrada, 16.800 quilos foram comercializados, dos quais 6.000 quilos eram de Capanema. No ano de 1997, o total subiu para 78.000 quilos, sendo que as associações de Capanema participaram com 30.000 quilos. Para 1998 a previsão era de aproximadamente 150.000 quilos, chegando entre 30.000 e 40.000 quilos a participação de Capanema. Em 1999, a produção está sendo comercializada com uma nova embalagem já registrada e com o selo de certificação orgânica emitido pela ASSESOAR.

A produção de açúcar mascavo de Capanema entregue à CRAPA é oriunda das associações das comunidades Rio Grandense e Lajeado Grande, que são acompanhadas há vários anos pela CRAPA. A associação da comunidade Lajeado Grande ainda não está com a sua unidade de transformação concluída, devendo estar pronta para a produção no inverno de 1999, e a associação da Rio Grandense está ampliando a sua área de cana-de-açúcar para aumentar o seu volume de produção, pois sua unidade tem um potencial superior ao que está produzindo hoje.

O pagamento para os agricultores, até o ano de 1997, foi realizado de acordo com as porcentagens dos pagamentos dos compradores. A partir da safra de 1998, o processo foi diferente: as associações receberam 30% do valor na entrega, outros 30% após trinta dias e o restante após sessenta dias, mas a entrega foi parcelada, para evitar o acúmulo de produto e de pagamento.

Em 1998, a CRAPA garantiu para a associação o preço de cinquenta e cinco centavos de real por quilo de açúcar. Mas no final da safra de açúcar, no mês de abril ou maio de 1999 deve ser realizado o levantamento de todos os

custos, que serão subtraído da receita e o valor que sobrar será dividido por quilo e o que ultrapassar os cinquenta e cinco centavos será redistribuído como sobras para as associações, de acordo com a quantidade entregue por elas. Entretanto, o coordenador lembra que, neste ano, os investimentos com a nova marca são altos, devendo sobrar menos no final da safra.

“Mais alguma coisa no final da safra eu acredito que vai sobrar. Só que o nosso investimento em cima da marca vai ser bastante grande esse ano. Então no próximo ano vai ser bem mais simples, mas esse ano vai ser um pouco pesado. É embalagem, você tem que fazer toda a parte da produção, a questão mais de fazer a marca mesmo: botá no mercado, divulgar, vai ser diferente mesmo, né?” (L.M., agricultor e coordenados da CRAPA).

Segundo os técnicos da EMATER-Paraná e da Prefeitura Municipal de Capanema, a produtividade média da cana-de-açúcar no município está em torno de 80 ton/ha/ano, possibilitando a obtenção de seis toneladas de produtos derivados por hectare. Considerando o preço mínimo de cinquenta e cinco centavos de real fornecido pela CRAPA, o açúcar mascavo propicia uma renda bruta aproximada de três mil e trezentos reais por hectare. Como as áreas ocupadas pela cana geralmente são aquelas que apresentam maior declividade e pedregosidade e a maior parcela da planilha de custos concentra-se na utilização da força de trabalho, esta é uma grande opção para o município, caso haja segurança no processo de comercialização.

A produção de açúcar será distribuída no mercado nacional, pois os agricultores que comercializam pela CRAPA acreditam que têm que garantir primeiro esse mercado no qual ainda há uma demanda muito maior que a

produção disponível. Assim, apenas é preciso conquistá-lo, principalmente com qualidade e regularidade de entrega.

“Então, a estratégia é o que? É nós pegar o mercado nacional porque nós vamos ter o mercado na mão. Se nós tivermos um mercado de 150 toneladas aqui no Brasil, nós temos um mercado de 150 toneladas nós colocamos no mercado; se nós garantirmos a qualidade do produto com padrão, regularidade de entrega e algumas coisas mais, nós vamos ter esse 150 mil garantido colocado no mercado brasileiro. Se nós exportarmos 150 toneladas e nós chegarmos o ano que vem, dá um problema e não conseguirmos exportar, nós vamos fazer o quê com 150 toneladas de açúcar se nós não temos um mercado mapeado aqui no Brasil? (...) Nós temos mercado aqui, pra quê exportar? Então nós temos um mercado garantido aqui no Brasil, se nós tivesse 500 toneladas pra comercializar aqui no Brasil, isto eu acho que é tranquilo, não tinha dificuldade nenhuma. Hoje nós temos 270 toneladas em duas cidades, Curitiba e São Paulo, nós colocamos isso aí” (L. M., agricultor e coordenador da CRAPA).

A CRAPA também comercializa o feijão de toda região, mas o de Capanema é vendido antes, aproveitando o fato de sua colheita ser antecipada em relação às outras regiões, alcançando melhores preços num período em que o mercado está bastante receptivo. Os agricultores admitem que isto ainda é realizado de uma forma bastante “convencional”, muito semelhante a da cooperativa, cerealistas e caminhoneiros, mas eles já estão organizando a classificação e empacotamento do feijão com a marca “Natura”.

Além do açúcar mascavo e do feijão, a CRAPA está acompanhando outros produtos que utilizarão a marca Natura, mas a comercialização será de

responsabilidade das centrais e associações. A CRAPA fará o acompanhamento e a coordenação desse processo, tanto na produção como na comercialização, mas a ação será executada pelos próprios grupos. Muitos produtos como as hortaliças, frutas, outros derivados de cana, leite, grãos e carnes, já estão sendo comercializados no mercado local e regional. Agora com o registro da marca será possível ampliar esse mercado e a maior parte desses produtos já estão sendo produzidos organicamente, para utilizá-la, pois esta será apenas para produtos orgânicos.

Em Capanema há grupos que estão comercializando no mercado local e que podem se inserir no processo de comercialização através da CRAPA, mas ainda não há nenhuma proposta concreta. E, além das associações que já entregam açúcar mascavo normalmente, alguns outros grupos têm planos de se estruturarem em determinada atividade para fazer a comercialização através da marca Natura. O que se percebe é que os grupos ainda não têm muita informação sobre este processo e como a marca está em período de implantação, as associações estão na expectativa de ver o seu funcionamento e os seus retornos.

Além disso, algumas instituições têm interesses divergentes aos da CRAPA e acham que o importante é divulgar os produtos do município e não diluí-los numa marca regional. Assim não há um consenso em apoiar a proposta da CRAPA dentro do município.

“... a idéia que eles têm aqui é transformar Capanema num, como é que se diz, um pólo de agricultura orgânica, aí não entra só a soja, entra açúcar, feijão, tudo que é possível produzir. Eles tão com o projeto nesse sentido. Nós vamo tá na verdade, nós aqui em termo de organização nossa, vamo tá meio num fogo cruzado aqui, né” (R. S., agricultor e coordenador da CAPAF).

Os grupos que entraram no início e os que continuam entrando neste projeto de agroindustrialização e comercialização são aqueles que têm uma organização própria e já vinham numa trajetória nesta área buscando a solução dos seus problemas de comercialização internamente; com a proposta da CRAPA, passaram a ter apoio neste processo. Estas famílias correspondem ao perfil traçado por um dos coordenadores da CRAPA para o público deste projeto:

“O agricultor que nós atendemos, basicamente, 100% é agricultor familiar, pequeno produtor que tem aquela propriedade de 5, 6, 10 ha, onde geralmente ele já participou de alguma organização, então, bastante ligado ao sindicato, ASSESOAR, aos movimentos de igreja, que conhece um pouco a organização. E, mais importante, na discussão eles têm uma formação política mais avançada, que consegue perceber melhor o que é uma organização” (L. M., agricultor e coordenador da CRAPA).

Em Capanema isto é bastante visível, pois as famílias que estão comercializando através da CRAPA têm uma discussão política e organizacional muito avançada quando comparada a maioria dos agricultores do município. Realmente são as famílias mais próximas da organização sindical e que já eram da base da ASSESOAR, que assumem uma certa liderança dentro de suas comunidades. Além disso, já tinham propostas de agregação de valor de seus produtos nas associações ou pelo menos individualmente.

O perfil das associações de agricultores dá uma maior garantia ao projeto, contribuindo para que este seja bem sucedido. Trata-se de associações que têm uma estrutura mais consolidada, estão formadas há mais tempo, assim

tiveram condições de firmar o relacionamento entre seus membros e um conjunto de compromissos internos que garantem uma maior estabilidade, pois, segundo Rech (1989) a discussão que precede a formalização e cujo resultado deve representar uma base sólida para o enfrentamento de problemas subsequentes a esta etapa, se constitui num ponto crítico e essencial no processo de organização. Não deve-se desvalorizar o seu aspecto mais importante – o aspecto humano -, bem como ver superficialmente o fato de as tarefas enfrentadas pelas organizações serem, frequentemente, mais complexas e difíceis do que podem ser previstas ou controladas.

A entidade tem como critério exigir que, antes de entrar no projeto de comercialização, as associações façam um curso de formação para entendê-lo e, posteriormente, que elas participem de outros cursos para se manterem informadas, além de participarem de uma comissão que discute e delibera sobre o projeto.

“... este trabalho que nós tamo desenvolvendo ele é bastante vinculado a um grupo de agricultores, onde 100% dos agricultores entende o projeto. A grande parte desses agricultores estão criando esse projeto” (L. M., agricultor e coordenador da CRAPA).

A CRAPA está deixando para as centrais e as próprias associações, a continuidade do trabalho inicial de organização dos agricultores e, prioritariamente, trabalhando com os grupos que estão melhor preparados para assumir coletivamente algumas atividades econômicas, como a produção de derivados de cana-de-açúcar, produção e comercialização de cestas de hortaliças e frutas orgânicas, agroindústrias de compotas e conservas, etc. Há a crença de que os grupos mais desarticulados, quando perceberem concretamente os

retornos recebidos pelas outras associações, serão incentivados a buscar o aprimoramento da sua própria organização.

Outra mudança verificada está no fato que anteriormente estes grupos se organizavam dentro de uma comunidade¹⁰ buscando os vizinhos mais próximos, não apenas geograficamente mas pela forma como se relacionam entre si, para formarem suas associações; na proposta da CRAPA, eles estão buscando os que têm interesse em uma atividade econômica em comum, para desenvolvê-la coletivamente.

“(...) nós trabalhávamos a associação por proximidade, né? Uma linha de vizinho formava uma associação dessa maneira e quando nós começamos a trabalhar a área econômica não tem como trabalhar por proximidade, que um produz porco, outro produz açúcar, outro produz feijão, outro produz não sei o quê. Então, estamos redimensionando a associação por ramo de produção”
(L.M., agricultor e coordenador da CRAPA).

Graziano da Silva (1989:74) aponta duas consequências dessas organizações de agricultores por produto: a primeira é a negociação em condições de igualdade com os capitais oligopólicos e monopsônicos integrados nos complexos agroindustriais, que é uma tentativa de, “embora os seus capitais continuem a se reproduzir num espaço socialmente determinado como agrário, participar nos lucros como se fossem capitais integrados aos complexos agroindustriais”. A segunda consequência é “o enfraquecimento da

¹⁰ O conceito de comunidade é um dos mais vagos e evasivos em ciência social, neste trabalho ele adquire um significado semelhante ao utilizado por Antonio Candido para o termo bairro que “consiste no agrupamento de algumas ou muitas famílias, mais ou menos vinculadas pelo sentimento de localidade, pela convivência, pelas práticas de auxílio mútuo e pelas atividades lúdico-religiosas” (Candido, 1987, p. 62).

representação formal (e legal) dos produtores rurais”, sendo que a representação real estaria ocorrendo nas associações por produto.

Percebe-se que os objetivos dos agricultores da região é a busca de uma maior autonomia dentro do mercado a jusante e a montante da produção. Entretanto, o problema da representação é bastante preocupante, pois nem sempre as associações estruturadas por uma determinada atividade coincidem com uma organização anterior formada através da coesão das identidades econômicas, sociais e culturais de cada família. Entretanto, observa-se que os grupos que já estão produzindo e comercializando há mais tempo (como a Lajeado Grande, Rio Grandense, Santo Antônio do Siemens, Manguaba, entre outros), não foram formados por terem em comum apenas interesses econômicos.

Entretanto, o projeto está chegando num momento em que grupos aparentemente menos preparados começam a se interessar pela possibilidade de obter retornos econômicos mais favoráveis e, assim, principia uma mudança no perfil das famílias participantes do projeto que precisa ser acompanhada e analisada, evitando conflitos posteriormente. Pois, segundo Katz e Kahn (1978), as estruturas sociais são sistemas imperfeitos, pois são essencialmente inventadas pelo homem. Os sistemas firmam-se em atitudes, percepções, crenças, motivações, hábitos e expectativas das pessoas e, embora possua uma identidade própria, distinta, esta é formada a partir do relacionamento entre seus membros. Assim, ela pode romper-se a qualquer momento ou durar séculos. Então, observa-se que a organização não se dá apenas pelos interesses econômicos, ela precisa ser construída pelos seus membros.

A CRAPA, que é uma organização composta por outras organizações, que por sua vez são formadas por pessoas, não pode esquecer que a ação neste processo de agroindustrialização e comercialização, nunca poderá estar

desvinculado do seu objetivo inicial de acompanhar a organização dos agricultores.

Finalmente, é um tanto complicado falar da relação da CRAPA com os agricultores, pois, no fundo, um é parte do outro. A CRAPA é uma entidade representativa dos agricultores da região mas lembrando da preocupação de Brandão (1986: 19) as lideranças podem ser, “porventura, os sujeitos da comunidade menos integrados às redes da estrutura local que socialmente organiza e distribui pessoas e grupos como sujeitos e identidades individuais e coletivas”, em alguns momentos, apesar de a coordenação fazer questão de dizer que eles “estão trabalhando passo por passo”, parece que a entidade cria vida própria e continua a caminhar sem saber se os agricultores conseguem acompanhar no mesmo ritmo.

Entretanto, Sahlins (1997: 129-30) faz uma pertinente interrogação: “Mas não serão justamente esses mestres do local e do global os que estão na melhor posição para atuar como mediadores entre os dois?” Esse papel de liderança pode se prestar à duplicidade e ao abuso de confiança, mas ele também sofre a atração de seus valores, “uma vez que exprime o fenômeno de obtenção de poder local através de objetos e experiências adquiridos em proezas que transcendem as fronteiras culturais”. Assim, é possível que estes passos estejam sendo dados de acordo com a habilidade adquirida por essas lideranças em transitar por esses meios um tanto diferenciados. Uma habilidade que se ganha caminhando, afastando-se dos que não caminham e que portanto, não a adquirem.

2.5 Os agricultores e os pequenos comércios locais

Os pequenos supermercados, mercearias, sacolões de frutas e verduras, restaurantes e hotéis compõem o comércio local, que compra os produtos dos agricultores para revendê-los ou utilizá-los como matéria-prima.

Os agricultores buscam a relação com o comércio local, pois a negociação é mais simples e não encontram problemas relacionados à falta de regularização dos produtos e seu registro no Serviço de Inspeção Sanitária municipal, estadual e federal. Somente alguns supermercados maiores, mais seletivos, não compram produtos que não tenham registro e inspeção. No caso dos produtores de Capanema a maioria está irregular em todos os níveis, começando agora a buscar o registro municipal, mas ainda sem êxito. A Prefeitura está auxiliando os produtores a viabilizarem o registro e, enquanto isto não ocorre, a vigilância sanitária está apenas orientando as famílias e os comerciantes.

“Aqui na cidade a gente entrega pras mercearias, mercadinhos, bares, não é todos os lugares. E alguns mercados não pegam porque a gente não tem o registro, e o registro pra nós que a produção é pequena, envolve muito, sabe? Inclusive a gente já foi atrás, mas é muito investimento” (I. H., agricultora).

O “investimento” não se restringe apenas ao custo financeiro e tempo para o registro em si, mas principalmente à adequação de suas instalações conforme é exigido pela legislação atual, que trata da mesma forma as agroindústrias de grande e pequeno porte.

Entretanto, mesmo nos pequenos comércios existem exigências de periodicidade e qualidade, e se isto não for oferecido, preferem importar os

produtos de outras regiões, pois não podem deixar de atender seus consumidores.

Além disso, alguns sacolões e supermercados exploram os agricultores adquirindo os produtos apenas na base da troca, ou seja, obrigando-os a consumir os valores devidos em produtos do estabelecimento, mas, geralmente não há uma correspondência real entre o preço recebido e o pago, fazendo com que os agricultores vendam os seus produtos por um preço inferior ao que eles cobram e pagando pelas mercadorias necessárias ao seu consumo, os preços da gôndola.

“Ali no centro a gente troca. Por exemplo, se a gente faz quatrocentos reais, a gente compra farinha, rancho¹¹ porque a gente faz as cucas e ainda tem que pagar por cima. É, entreguei mil quilos de repolho e ainda tive que pagar a mais” (G. F., agricultora)

Assim, estes agricultores se restringem ao pequeno comércio local porque a escala de produção é pequena e ainda não estão em dia com as complicadas formalidades necessárias para a comercialização nos grandes mercados e fora do município. Mas estes agricultores complementam a comercialização de seus produtos através das feiras e vendas a domicílio.

2.6 Os agricultores e seus consumidores

Os agricultores estabelecem uma relação direta com os consumidores dos seus produtos em três situações diversas: a) na Feira Municipal de Capanema que ocorre semanalmente; b) na Feira do Melado, realizada

¹¹ A palavra “rancho” é utilizada regionalmente para denominar as compras realizadas para o consumo doméstico, como alimentos, produtos de higiene pessoal e de limpeza.

anualmente; c) nas vendas a domicílio. Inicialmente estas situações serão detalhadas separadamente e depois analisadas em conjunto.

2.6.1 Os agricultores na Feira Municipal de Capanema

Forman (1979) afirma que desde os primórdios da colonização, o camponês brasileiro tem sido um vendedor de gêneros alimentícios em feiras locais. Dos seus cultivos de gêneros alimentícios, alguns são para o consumo doméstico, mas boa parte é destinada às feiras locais.

A Feira Municipal de Capanema foi estruturada em 1992, com o acompanhamento da EMATER aos produtores rurais e com o apoio da Prefeitura. Só podem participar dela produtores, rurais ou urbanos, isto é, não podem participar aqueles que compram produtos de outros para comercializar.

Os agricultores têm o compromisso de levar os seus produtos para a sede do município semanalmente, sendo que a feira ocorre aos sábados, iniciando às oito horas e trinta minutos, com término às dez horas e trinta minutos. Este horário foi determinado pelos próprios agricultores que preferem terminar de arrumar as suas mercadorias na madrugada do mesmo dia para que cheguem mais frescas aos consumidores, mas o término depende muito do movimento do público e da disponibilidade de produtos. Este detalhamento de horário, principalmente o de início, representa a existência de regras de normas para uma feira em processo inicial de consolidação. A insegurança deste mercado, expressa-se no apego ao horário que serve como parâmetro de distribuição da contida demanda frente a uma oferta, também pequena.

Desde o início de seu funcionamento, a feira mantém praticamente o mesmo número de participantes. Atualmente, são oito barracas em funcionamento: duas representam associações de produtores e o restante pertence a famílias individuais, das quais apenas uma família possui domicílio

urbano, não deixando de trabalhar de forma artesanal e familiar, o que lhe garante uma certa identidade frente aos outros feirantes.

As barracas das associações de produtores vendem mercadorias semelhantes: hortaliças, frutas da época, mandioca, milho verde, ovos, bolachas, derivados de cana e frangos. As famílias da Comunidade São Pedro têm como seus principais produtos os derivados de cana: açúcar mascavo, melado, rapadura, balas e bolachas. Apesar de comercializarem os produtos de sete famílias, apenas três se revezam para trazerem as mercadorias para a feira. Geralmente são duas pessoas que cuidam da barraca, pois os veículos são pequenos e têm que trazer as mercadorias também. Estas famílias são as mesmas que construíram em conjunto uma unidade de transformação de cana-de-açúcar.

As famílias da Comunidade de Santo Antônio do Siemens têm como principal produto o “frango misto”, que é um chamariz para a sua barraca. Estes frangos chegam ao ponto de abate em aproximadamente oitenta dias e não se alimentam apenas de ração, sendo muito apreciados pelo público. Nesta associação o mesmo agricultor centraliza os produtos todas as semanas. Como ele é aposentado por motivo de saúde, coordena a ida à feira e as outras famílias só liberam alguém para auxiliá-lo, geralmente crianças. Este grupo está montando um abatedor de frangos na comunidade.

As barracas de famílias individuais geralmente apresentam mercadorias mais regulares em relação à variedade, qualidade e a quantidade, pois são produzidos sempre pela mesma família. Destas, duas são especializadas em embutidos e defumados de carne bovina e suína. Apesar de trabalharem com o mesmo tipo de mercadorias, a forma de expô-las ao público é muito diferente. A primeira tem uma preocupação grande com a apresentação do produto, com ambiente higienizado que chama a atenção do público. As mercadorias são colocadas em recipientes brancos e têm um padrão homogêneo, além de haver preocupação com as preferências do consumidor, apresentando variações para o

mesmo produto (por exemplo, salame com ou sem pimenta, com índices diferenciados de gordura, etc.). A segunda família se preocupa mais com a quantidade de mercadorias sem diferenciar os produtos, tendo estes uma aparência mais “rústica”, isto é, não se preocupam tanto com a forma de expor e vender os produtos.

Quase todas as barracas comercializam verduras, geralmente aquelas mais comuns, com maior facilidade de produção, mas há uma que traz verduras diferenciadas pela qualidade, quantidade e periodicidade, pois pertence a uma família que especializou-se em verduras que os outros têm maior dificuldade em produzir sem uma infra-estrutura adequada na unidade de produção.

Uma outra família tem como principais produtos um tipo de pão doce com recheios variados, conhecido como “cuca”, e bolachas caseiras; mas também leva ovos, milho verde, mandioca, melado, frutas e verduras. Algumas dessas mercadorias são dos vizinhos, que ajudam no pagamento do combustível para a vinda à feira.

A barraca que apresenta menos produtos é a de um agricultor que vem sozinho e traz suas mercadorias de bicicleta: queijo colonial, chuchu, mamão e agrião, todos em quantidades mínimas. Como a sua propriedade tem apenas um hectare e é encostada na cidade, o agricultor acredita que a feira é uma forma de ter uns “trocadinhos” toda semana, enquanto estrutura melhor a sua propriedade.

A única barraca cujo participante é urbano, é a que leva massas, pães, salgados e doces. A feirante trabalha como assalariada durante o dia e à noite prepara as mercadorias para levar à feira no final de semana e complementar a sua renda.

Finalmente, uma família do município vizinho de Planalto, leva verduras, frutas, frangos, ovos, etc. Apesar de sua propriedade localizar-se em outro município, esta fica próxima à sede de Capanema, o que a possibilita participar da feira.

Todos os feirantes vendem seus principais produtos no comércio local e a domicílio. Assim, a feira, além de ser mais um canal de comercialização, funciona para fazer sua divulgação em público e para verificar as preferências dos consumidores. Estes produtores assumem que a comercialização de seus produtos é uma forma de valorizá-los e para isso estão utilizando todos os meios para aprender como melhorar a sua comunicação com seus consumidores para que o seu produto seja desejado por eles. Além disso, percebe-se que a feira oportuniza uma troca de experiências e idéias que proporciona uma visão mais ampla dos fatos que ocorrem fora de sua unidade de produção, conforme descrito por Forman (1970: 139) quando afirma que “nas feira os camponeses trocam idéias e definem a sua posição no mundo, isento das influências restritivas do ambiente local”.

As maiores dificuldades dos produtores para participar da feira estão na disponibilidade de produtos durante o ano todo e no transporte das mercadorias. A disponibilidade de produtos depende de um planejamento antecipado de produção e de recursos para efetivar esse planejamento. Como os recursos são escassos, principalmente os monetários, muitos agricultores desistem de participar. Outros solucionam este problema de disponibilidade e variedade de mercadorias, associando-se a seus vizinhos; cada família produz um pouco e, em conjunto conseguem fornecer produtos para o ano todo. Além disso, esta associação já atenua os problemas de ausência de meio de transporte e de seus custos, e também o ônus de apenas uma família ter que ir toda semana para a feira. Ao explicar a razão de sua desistência de participar da feira, um agricultor deixa claro estas dificuldades:

“Deixamos a feira porque a gente tem que plantar, o movimento ficou mais fraco (...). Na sexta tem que preparar tudo, são dois dias que tu perde na semana. Tem que competir com o mercado, e vender

mais caro que o supermercado tu não vai vender. Hoje é mais fácil, tem cascalhada a rua, uma vez não era fácil, quando chovia...” (H. N., agricultor e ex-feirante)

Além disso, a realidade desta feira é muito semelhante ao que Forman (1979:143), descreve: “É difícil calcular os lucros, mas pode-se dizer que os rendimentos na feira local são extremamente baixos, em parte devido às pequenas quantidades envolvidas e em parte devido ao baixo poder aquisitivo do povo”. Um feirante lembra de um período que comprova como o poder aquisitivo influencia os rendimentos da feira.

“Logo que começou o Plano Real, a renda foi um estouro; eu cheguei a vender cento e oitenta reais. Não sabiam o que valia um real e depois começaram a entender. Aí compravam o que mais precisava só” (I. J., agricultor e feirante).

O público é bastante restrito e percebe-se que não varia muito de sábado a sábado. Muitos já têm seus “produtos e feirantes” determinados e alguns até fazem encomendas, pois as quantidades não são muito grandes. Porém, o que os leva à feira é a certeza de um produto diferenciado por conhecer a sua origem.

“(...) se você analisar o público da feira ele não varia muito, é quase sempre o mesmo. A feira tem o público dela, a feira faz os clientes da feira. E, digamos, quem vai comprar os salames do L..., que conhece os produtos dele, faz compras porque conhece. Ele não conhece os produtos que vêm do mercado, ele não sabe se aquele produto foi produzido com as condições adequadas, tal. Quem compra, digamos um repolho, um pimentão, um queijo, sabe que aquilo ali, o repolho

foi colhido ontem, então tá fresquinho. Se eu vou ali no sacolão, o repolho pode estar colhido a cinco dias. Então, acho que é um pouco, quem conhece esse diferencial que se tornou cliente da feira (N. O., técnico da EMATER-Paraná e consumidor da feira).

Os feirantes dizem que não adianta levar maior quantidade e variedade de mercadorias porque o público é pequeno. Contudo, os moradores do município alegam que não costumam fazer suas compras na feira exatamente pela escassez de produtos apresentados. Assim, a feira possui um potencial de crescimento, mas que precisa ser trabalhada através de duas frentes: a melhoria da produção dos agricultores e da divulgação dos produtos para a população, colocando as suas diferenças em relação ao produto dos outros comércios.

Algumas feiras de outros municípios da região abriram para a participação dos intermediários, alegando que a continuidade da feira depende de uma maior disponibilidade e variedade de produtos, inclusive aqueles não produzidos na região, pois atualmente os consumidores não dispõem de muito tempo para fazer as compras da casa. Assim, a necessidade de complementar as suas compras em outros locais, como os sacolões, faz com que muitos consumidores deixem de frequentar as feiras.

As relações do vendedor com o comprador são reforçadas através de uma considerável generosidade na medição e peso dos produtos, colocando-se um pouco a mais ou arredondando-se os preços para baixo. E, apesar de a feira prever os pagamentos à vista, quando a relação do comprador com o vendedor já foi estabelecida, os compradores dão crédito ao comprador para que este pague até a próxima semana. Assim, os casos de não pagamento são raros, embora aconteçam algumas vezes.

“Tenho uns freguês que paga de sábado em sábado, mas é pouco. É, mas as vezes, perde um, dois real e às vezes esquece e eu não cobro, mas é coisa mínima. O freguês sempre paga” (I.J., agricultor).

No momento da feira percebe-se um aparente predomínio da presença masculina, mas se analisarmos a preparação dos produtos verificamos que houve a presença das mulheres, principalmente no caso de mercadorias que passam por processos de transformação no ambiente doméstico, como na casa da família ou nos seus arredores. Segundo Moura (1978:21), quando há um trabalho de transformação de um bem agrícola que vise apenas a comercialização e não o consumo da família, “aparecerão em cena apenas os homens”. Entretanto, se este produto “penetrar no espaço da casa da morada”, no domínio doméstico, “implica passar pelas mãos da mulher”. Mesmo nas barracas, elas se fazem presentes, apesar de estarem em menor número e quando isto acontece, os cuidados com a arrumação dos produtos na bancada são mais meticolosos.

O sentido de competição entre os feirantes existe, mas, concordando com o trabalho de Forman (1979: 142) este “nunca é exagerado, não entra na consideração dos feirantes a hipótese de levar um competidor à ruína financeira”. Muitos compartilham da mesma balança, arranjam troco para os vizinhos, dão as dicas para melhorar a qualidade dos seus produtos. Esta relação entre os feirantes está baseada num sentimento de que a feira só terá futuro se todos forem aprimorando o atendimento ao público, tanto na melhoria dos produtos como na relação com os compradores.

2.6.2 Os agricultores na Feira do Melado

A Feira do Melado ocorre anualmente desde 1989, sempre no primeiro domingo do mês de agosto. No início eram comercializados apenas os derivados

da cana-de-açúcar (açúcar mascavo, melado, rapadura, balas, bolachas, licores, garapa), mas a partir de 1996 foi liberada a comercialização de todos os produtos transformados, tais como embutidos e defumados de suínos, pães, bolos, doces, queijos, entre outros. Contudo, sua principal função, segundo os organizadores, ainda é divulgar os derivados da cana-de-açúcar e colocar o município como um pólo produtor destes produtos.

As comunidades rurais se agitam antes da feira, pois, além dos preparativos para as barracas, ocorrem as eliminatórias do concurso para eleger a Rainha do Melado. Cada comunidade rural faz um baile e classifica duas jovens para a final, que é realizada um dia antes da feira, na sede do município. Durante a feira, a rainha e as duas princesas ajudam a recepcionar os visitantes.

As barracas são divididas por associações ou famílias, que se esmeram para a decoração, pois há um concurso para escolher a mais bonita, considerando a melhor forma de apresentar os produtos ao público. Esta é uma maneira de incentivar as famílias a se preocuparem com a aparência não só dos produtos, mas também do ambiente em que estão expostos. Os vencedores, do primeiro ao quinto lugar, são premiados com equipamentos que auxiliam na transformação de alimentos ou em outras atividades da unidade de produção.

Os agricultores planejam a sua produção, a fim de ter uma quantidade razoável para ser comercializada na feira. Por isso predominam as barracas de associações, já que as famílias, isoladamente, não conseguem preparar uma quantidade suficiente para uma barraca. Mas, apesar de os agricultores garantirem que a cada ano eles levam uma quantidade superior ao do ano anterior e mesmo com a ocorrência de chuvas que impediram que o público fosse mais numeroso, nos dois últimos anos muitas mercadorias acabaram antes do final da feira. Mesmo assim, os agricultores aproveitam para mostrar a qualidade dos seus produtos visando fazer contatos para abrir novos canais de comercialização e muitas encomendas são acertadas.

A Feira do Melado atrai um público numeroso e variado, geralmente oriundo da própria região, mas ocorre a vinda de outras regiões do Paraná e até mesmo de outros estados, como Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Há três tipos de público: a) muitos comparecem para conhecer e comprar os produtos para revender em suas regiões; b) outros vêm conhecer melhor a produção e as perspectivas de mercado dos derivados da cana-de-açúcar para verificar a possibilidade de entrar na atividade, às vezes chegando ao município dias antes da feira para acompanhar todo o processo de transformação da cana nas unidades de produção; c) a maioria formada por aqueles que vêm participar da festa e dos shows de música, conhecer os produtos e comprar em pequenas quantidades para o seu próprio consumo.

A feira, além das barracas de produtos dos agricultores, apresenta também alguns *standes* de empresas, como a indústria de equipamentos para a transformação da cana, os bancos presentes no município e a empresa de produtos orgânicos, que pagam para expor os seus produtos ou serviços. Neste contexto, alguns agricultores reclamam que, nos últimos anos, a distribuição dos espaços da feira privilegia as empresas e não os agricultores.

“Uma intervenção que é ruim pros agricultores na Feira do Melado é a intervenção dos interesses das empresas, né, de vender as máquinas. Ai entra as moendas de cana, batedor, os tachos, todos os equipamentos né. Virou muito mais uma apresentação de tecnologia do que uma apresentação de produtos da cana. Então, a feira não tem mais uma característica das primeiras três feiras, até a quarta era tranqüilo isso. Hoje a feira tem a característica de apresentação de máquinas e equipamentos para fazer os produtos da cana.(...) A Feira do Melado tá como idéia central pra chamar público e tudo; agora, na prática, no dia da feira, o açúcar mascavo, os derivados

de cana tá em segundo plano ou em terceiro plano, né, não tá mais no primeiro plano” (V. Z., agricultor e diretor do STR).

Outro fato que chama a atenção é que com a exceção de apenas cinco agroindústrias, os agricultores do município fazem todo o processo do açúcar manualmente, mas, durante a feira, o processo manual não é valorizado, conforme nos mostra o seguinte relato:

“O processo de produção de açúcar manualmente é um processo que vem de muitos anos atrás, nem sei dizer quanto. Mas, na feira do ano passado, quando o produtor estava mostrando esta forma de produzir açúcar, só ficou ele em volta do tacho. Eu me senti desvalorizado. É um momento tão interessante, ele passou meio dia em volta do tacho, botando lenha no fogo, todo aquele processo, quando ele foi pra frente ... ninguém” (V. Z., agricultor e diretor do STR).

A “tecnologia” concretizada nas máquinas e equipamentos apresentados na feira é como uma ameaça ao controle que o agricultor tem sobre a sua produção, pois com suas práticas artesanais os produtores dominam todo o processo produtivo dos derivados de cana, tanto pelo conhecimento como pelo acesso aos recursos necessários, o mesmo não ocorrendo com as novas tecnologias (Aguiar, 1992). O desinteresse pelos seus conhecimentos é também uma desvalorização de parte de sua história, em que os “saberes” foram sendo adaptados e repassados de pai para filho por muitas gerações.

Apesar disso, as famílias de agricultores fazem questão de mostrar os seus produtos e também como se realiza a sua produção. Este é um fato muito interessante, pois eles nunca se recusam a passar todas as informações sobre a

produção aos visitantes, nem mesmo se estes se apresentarem como futuros concorrentes na atividade.

Os frutos da Feira do Melado vão além da divulgação dos produtos ou dos novos canais de comercialização, pois ela divulga os próprios agricultores e possibilita que as instituições que atuam no município vejam a importância de fortalecer as atividades de transformação e possibilitam uma maior agregação de valor ao produto, melhorando as condições de vida de todos, inclusive do comércio e dos prestadores de serviços do setor urbano. Assim, as instituições estão buscando formas de incentivar os agricultores a entrarem nestas atividades auxiliando na implantação de novas unidades coletivas de transformação. A Prefeitura iniciou um programa através do qual se responsabiliza pelo projeto, construção e acompanhamento técnico em conjunto com a EMATER-Paraná e as famílias de agricultores se responsabilizam pelos equipamentos.

Segundo a Prefeitura e a EMATER-Paraná, a meta estabelecida está na construção de cerca de vinte unidades coletivas de transformação, com uma média de oito famílias cada, que deverão estar concluídas num prazo de cinco anos. A capacidade de transformação de cada unidade será de aproximadamente sessenta toneladas de açúcar mascavo por safra. Destas, duas começaram a produzir em 1998.

A Feira do Melado é uma festa, com a presença de autoridades, concursos, shows de música e muita gente, além de ser um dos principais eventos do calendário do município a que toda a população comparece. Mas são as famílias rurais que protagonizam este evento com a sua produção, mostrando o que é capaz de fazer e preparando novas relações com aqueles que podem garantir o destino final do fruto do seu trabalho, que são os seus compradores e/ou consumidores.

Entretanto, os próprios produtores de derivados de cana-de-açúcar estão preocupados, pois a feira está na sua nona edição mas não se sabe se a décima

ocorrerá, pois a Prefeitura tem uma proposta de transformar a Feira do Melado num evento maior que abrangerá todas as atividades agroindustriais. Assim, o processo que se iniciou há alguns anos atrás, quando se ampliou a participação permitindo outros produtos transformados além dos derivados de cana-de-açúcar, começa a se concretizar com a absorção da própria Feira do Melado.

2.6.3 Os agricultores e a comercialização a domicílio.

Muitos agricultores começaram a vender a domicílio as pequenas quantidades excedentes do consumo doméstico, como as frutas do pomar doméstico, ovos, frangos caipiras e verduras; outros começaram a transformar produtos para isso, como os queijos, os pães, as “cucas” e os salames. Alguns permanecem na comercialização de pequenas quantidades em períodos indeterminados, porém, muitos aumentaram a produção e aprimoraram atendimento que inclui quantidade, periodicidade e diferenciações de acordo com as preferências da família consumidora.

O início das vendas é bastante penoso. Quem vai vender se sente um intruso ao bater na porta de uma casa; as pessoas não o conhecem e nem o produto, o que os deixa bastante desconfiados, mas aos poucos, com um pouco de tenacidade e sensibilidade descobre-se o que interessa a este consumidor e cria-se uma clientela. Às vezes, alguns agricultores se surpreendem com os resultados obtidos desde as primeiras tentativas.

“Ano passado teve festa na Igreja, daí eles pediram pra cada um fazer alguma coisa. Daí eu fiz cuca, mas elas gostaram, gostaram... Daí nós naquela semana, falamos: ‘ vamos fazer umas cucas e vamos vender na cidade’. Foi que na primeira esquina que nós chegamos, já a mulher comprou. Levamos treze cucas, voltamos com duas. Da

outra vez nós já vendemo tudo. Depois foi aumentando, aumentando...” (O. P., agricultora).

Hoje, muitas famílias levam os seus produtos à sede do município com o destino definido, e apenas uma pequena parcela é levada para novos consumidores. Assim, as experiências de comercialização começam a conviver com as dificuldades estruturais para realizá-las adequadamente. A melhoria das vendas agrava os problemas de transporte, que não pode mais ser através dos transportes coletivos existentes, pois é impossível levar volumes maiores. Além disso, é necessário transportar a matéria-prima também.

“Compramo o carro em janeiro. Nós pegamo mil real no banco ainda; nós não tinha um pila e pagando juro, imagina! A gente dizia: ‘não vai dar pra colher a soja, não vai dar o que chega, não vai dar...’ E fomo tocando, tocando... Até que em maio a gente tinha pago mil real no banco só de dinheiro que a gente tinha do milho, amendoim. Daí que nós apuremo de vender o amendoim, pra cobrir o dinheiro, porque tinha juro, né. Mas agora não precisa mais carregar até o ônibus e, depois, lá na cidade, os braços chegava que tremia, de tanto carregar peso. E eles sempre queriam mais, sempre faltava, mas não dava pra levar mais” (P. O., agricultor).

Além disso, há necessidade de aprimorar as embalagens para melhorar a apresentação do produto e manter a qualidade do produto por mais tempo. Mas, tudo vai sendo resolvido paulatinamente, de acordo com o aprendizado que se tem através deste contato com o consumidor, pois é quando as relações se estabelecem, propiciando um conhecimento mais aprofundado das suas expectativas em relação ao produto.

2.6.4 A relação do agricultor com os consumidores

O principal ponto de convergência das três formas de comércio apresentadas - Feira Municipal, Feira do Melado e a domicílio - é a relação que se estabelece entre os agricultores e os consumidores de seus produtos. Este fator diferencia estes agricultores daqueles que mantêm relações apenas com os intermediários, pois não conhecendo aqueles que consomem suas mercadorias, não precisam responder diretamente por uma reclamação ou por uma solicitação de mudança para adequar-se ao gosto do consumidor, não sabem qual característica do produto o torna realmente atraente e apreciado e nem que alterações que poderiam ser realizadas para agradar ainda mais, seja no processo de transformação ou na apresentação do produto.

Entretanto, esse contato direto torna mais difícil o trabalho do agricultor. Anteriormente ele entregava a sua produção aos intermediários e naquele momento finalizava sua responsabilidade. Continuar atuando nesse processo até a relação final com o consumidor exige não só uma profunda aprendizagem, mas também uma revisão dos valores e da ética existente na comunidade rural. Quando os agricultores passam a comercializar livremente a sua produção, passam a ter o prolongamento da autonomia existente na unidade de produção, mas, ao mesmo tempo, as trocas mercantis são consideradas ilegítimas, pois só o ganho obtido pelo trabalho sobre a terra seria moralmente legítimo. O trabalho na terra se materializa na agricultura de forma visível para todos, mas o negócio só é visível para o negociante (Woortmann, 1990). A fala desse agricultor demonstra isso, pois ele não podia deixar o seu “serviço” para ir vender:

P: Por que o piá [menino] que foi vender?

F.P.: Não é, é que eu não podia deixar o serviço, as mulheres tinham vergonha e as meninas achavam feio”

(P, pesquisadora; F.P., agricultor)

Assim, para estes agricultores não é fácil conviver numa sociedade na qual o esforço físico é valorizado moralmente, e a valorização econômica somente acontece se desenvolver a habilidade numa atividade que não se identifica diretamente com isso e que se assemelha a um jogo, no qual ganha quem engendrar melhor as jogadas, não deixando claro todas as informações para o outro.

Esta é mais uma razão das dificuldades encontradas pelos agricultores para sair das atividades nas quais eles atuam apenas na produção e avançar para as etapas seguintes até a comercialização. Principalmente porque o elemento mais negociado é a comida e ela “tem um valor social grande demais para ser mercadoria” (Woortmann, 1990: 58).

Porém, os agricultores acabam percebendo que este processo pode ser primordial para se alcançar o seu objetivo que é a sua reprodução social. Além disso, esta relação de comércio ocorre fora do espaço da “reciprocidade” explicado por Woortmann (1990: 57):

“O sítio, a colônia, a comunidade da Amazônia e mesmo a fazenda, são territórios de reciprocidade na medida em que são o espaço da troca, em sua oposição ao negócio e ao cativoiro.”

O autor complementa que a reciprocidade não significa, necessariamente, a circulação de objetos concretos. Sahlins (1997: 108) considera que, na relação de reciprocidade, “as relações são bilaterais, são algo semelhante à reciprocidade costumeira entre parentes, mostrando aspectos de um sistema de prestações totais que acrescenta valores determinados às transações.”

Então, a comercialização ocorre geralmente na cidade e se ela ocorrer na colônia, ela ocorre fora da casa da família, pois é uma ação que deve ocorrer fora do espaço familiar. DaMatta (1991:52) conclui que troca e comércio exigem

éticas e quadro de relações sociais diferenciados. “Em casa eu não falo em negócios; na rua sou uma águia.”

Contudo, as famílias optam por comercializar os seus produtos porque têm a clareza de que assumir esse processo é a forma possível de resgatar a sua autonomia. A comercialização tem essa ambiguidade, pode até ser considerada “imoral”, mas ela é o caminho da autonomia das famílias de agricultores. Além disso, este sentimento inoportuno é amenizado pelo orgulho de saber o quanto do trabalho de sua família foi necessário para produzir aquele produto que está comercializando. O “trabalho não alienado” da família traz muita satisfação, pois este permanece sob o seu domínio até a distribuição, sem ser subjugado por outros (Marx, 1985).

Realmente, esta relação do agricultor com o consumidor é uma aprendizagem constante de bom atendimento, de ambiente agradável e apresentação impecável do produto. Mas, um sorriso e uma embalagem bonita não significam que o produto comercializado seja apenas esse. Muito pelo contrário, o agricultor sabe que debaixo daquela embalagem está o produto de todo o esforço de cada membro da família, realizado em cada etapa da produção.

A relação desta família de agricultores com o seu produto e com os compradores e/ou consumidores, é estabelecida através da interação dos objetivos e da realidade que circunda esta família, isto é, por suas estratégias no processo de comercialização.

CAPÍTULO 3. AS ESTRATÉGIAS DOS AGRICULTORES FAMILIARES NA COMERCIALIZAÇÃO: NUMA PERSPECTIVA ANALÍTICA

Objetivando o entendimento da noção de estratégia utilizada neste trabalho, recorrer-se-á ao sentido dado por Bordieu (1990:81), quando este afirma:

“Pode-se recusar a ver a estratégia como o produto de um programa inconsciente, sem fazer dela o produto de um cálculo consciente e racional. A estratégia é produto do senso prático como sentido do jogo, de um jogo social particular, historicamente definido, que se adquire desde a infância, participando das atividades sociais (...). O bom jogador faz a todo instante o que deve ser feito, o que o jogo demanda e exige. Isso supõe uma invenção permanente, indispensável para se adaptar às situações indefinidamente variadas, nunca perfeitamente idênticas.”

Então, a estratégia não é como um ato de livre escolha do indivíduo, mas como um exercício do senso prático de agentes sociais que buscam concretizar suas perspectivas e projetos dentro das condições dadas pelo universo social específico em que vivem. Dentro desta perspectiva, a estratégia não é dotada de uma racionalidade esquemática de decisão e ação, ela aceita o faro do ator no palco da dinâmica social.

Segundo Romano (1987), em seu estudo sobre a obra de Bordieu, as estratégias permitem fazer frente a situações imprevisíveis e sempre renovadas, produzindo práticas que aparecem como determinadas pelo futuro (pelos fins explícitos de um plano), mas que estão determinadas pelas primeiras experiências, pelas condições passadas de sua produção.

Assim, as estratégias dos agricultores familiares no processo de comercialização são a combinatória entre as suas vontades subjetivas e as regras sociais. Isto é, eles as “calculam” a partir dos elementos dados pelo universo social que têm à sua disposição e de seus interesses. Não é um cálculo totalmente racional, mas também não é produto da inconsciência. Desse modo, tanto as especificidades do ambiente como a de seus interesses na manutenção e reprodução familiar são contempladas em suas estratégias. Mas estas não são generalizantes, elas são calculadas a partir dos elementos que cada família tem à sua disposição naquele determinado momento.

Neste sentido, Garcia Jr. (1990:112), de forma muito apropriada, afirma:

“A observação sistemática das práticas agrícolas, confrontadas às regras, às formulações explícitas dos agricultores sobre por que fazem tal ou qual operação, ou por que cultivam tal ou qual produto, mostra que não há nenhum respeito pela ‘rotina’, um mero desejo de se conformar à ‘tradição dos antepassados’. Ao contrário, o que pudemos observar foi o cálculo constante, que informa a prática cotidiana, das necessidades de produto ou renda do grupo doméstico por um lado, e dos recursos com que contava o grupo doméstico por outro.”

Deste modo, esta síntese da leitura de Bordieu realizada por Afrânio Garcia Jr., ao observar o cotidiano dos agricultores em seu trabalho na Paraíba, subsidiará a discussão sobre as estratégias utilizadas pelos agricultores familiares do município de Capanema em sua inserção no processo de comercialização.

3.1 A escolha da atividade econômica

A família sempre está em busca de sua reprodução como agricultora. Para isso, é necessário garantir a sobrevivência com um mínimo de conforto e a continuidade da unidade produtiva através dos seus filhos. Com este intuito, o processo de comercialização dos seus produtos é muito importante e tem implicações, desde a escolha do produto até o momento do recebimento pelo comprador.

A escolha das atividades e o volume destas vai depender da necessidade de consumo da família. As famílias que têm um número grande de consumidores, mesmo que nem todos possam ser considerados como força de trabalho (crianças, idosos e doentes), precisam de atividades que tragam maiores rendimentos naquela determinada área e com o capital disponível no momento, mesmo que para isso a família tenha que se desdobrar no trabalho para dar conta da produção¹². Entretanto, no cálculo também entram elementos como as flutuações de preços, as condições técnicas de produção e as relações de consumo doméstico e comércio (Garcia Jr., 1989).

A escolha das atividades econômicas a serem exercidas pela família é realizada com extremo cuidado considerando todas as possíveis conseqüências de cada ato, pois a agricultura familiar não tem mecanismos de suporte econômico para se reequilibrar após um fracasso e os agentes externos também não apontam para esta possibilidade. Wilkinson (1999) trata desta necessidade de criar mecanismos para apoiar algumas iniciativas da produção familiar com maior segurança, pois, segundo o autor, “a idéia do fracasso é um componente intrínseco da inovação e isto tem que ser resgatado”.

¹² Chayanov (1974) afirma que o grau de auto exploração da força de trabalho familiar se estabelece pela relação entre a medida de satisfação das necessidades (consumo) e o peso do trabalho (grau de fadiga). Ver também Gasson & Errington (1993).

Com a ausência destes mecanismos, os agricultores tendem para as atividades que conhecem melhor, que podem não gerar altos retornos econômicos mas já estão ajustadas às “engrenagens” formadas pela sua família e seu ambiente. Este é o caso dos produtores de grãos, que continuam a utilizar a estrutura e a força de trabalho existente na sua unidade de produção e a comercializar com a cooperativa ou com as cerealistas. Também, ocorre com aqueles que estão entrando lentamente na atividade do leite e entregando aos laticínios da cooperativa ou da região; eles utilizam praticamente a mesma estrutura e conhecimentos da produção de leite para consumo doméstico. Wilkinson (1999) denomina este processo de “reconversão¹³ espontânea”, em que os agricultores se reorganizam utilizando os conhecimentos tecnológicos e organizacionais já existentes.

Neste sentido, podem se incluir as experiências de produção orgânica de grãos, as quais os agricultores mantêm as mesmas culturas, alterando apenas o sistema produtivo que, em muitos casos, não é tão diferente assim, já que nem todos utilizavam insumos, mesmo no sistema convencional. Entretanto, para aqueles que utilizavam os produtos químicos esta é uma forma de diminuir a exposição da família a tais substâncias, possibilitando uma vida mais saudável, além de obter uma remuneração maior por unidade de área e capital investido.

Nos casos em que a mudança for uma realidade, a implantação de um novo projeto na unidade de produção não pode ter um custo muito elevado, pois a família não vai deixar de aplicar nas atividades já consolidadas para “arriscar” em outras que não conhece. Apesar desta atividade geralmente não ser tão desconhecida assim, pois são selecionadas de acordo com os conhecimentos e habilidades que cada família traz na sua história, e também porque eles sempre vão “trocar idéias” com outras famílias que já estão na atividade. Esta troca de

¹³ Reconversão é a denominação utilizada para o desenvolvimento de atividades alternativas por setores não competitivos (Wilkinson, 1997: 26)

informações é bastante interessante, pois percebe-se que as famílias, na sua maioria, não deixam de passar as suas experiências e dicas para que a outra não passe por algumas dificuldades que elas já tiveram que vencer. Elas acreditam que ainda há espaço para muitas famílias, pois não têm a pretensão de monopolizar o mercado. É o caso de uma agricultora que foi aprender a criar frangos com outra família que comercializava na mesma área em que ela estava entrando.

“Eu fui na casa dele, passei um dia inteiro lá, daí eles me ensinaram a questão, desde pequenininho até abater, sabe? Depois fui junto com a associação deles até Nova Prata, vê a associação, que lá eles têm um abatedouro, né. E daí, sempre quando eu achava um que sabia, ia conversando, né” (Z. V., agricultora).

Este exemplo é uma demonstração do padrão ético que rege as relações entre os agricultores, já comentada anteriormente e denominada de reciprocidade, que só é possível entre pessoas com senso de honra do grupo que representam. Ela “supõe a construção de um nós, que se contrapõe a um outro”. Por isso, a reciprocidade se realiza no interior de um território que é também um espaço de identidade (Woortmann, 1990: 60).

Assim, para os agricultores, a concorrência a ser temida ocorre externamente ao seu meio, mostrando que essa ética social entre as famílias de agricultores sobrevive à cultura do capital.

Os projetos de famílias individuais começam aos poucos, com uma quantidade mínima de produtos, sem deixar de conduzir as suas lavouras e os produtos para o consumo doméstico. O aumento da escala de produção ocorre lentamente, de acordo com o reequilíbrio que vai se processando na propriedade para consolidar uma nova atividade em detrimento de outras já existentes, pois a

disponibilidade de capital, terra e força de trabalho não se multiplica sendo necessário reorganizar estes fatores. Além disso, os conhecimentos necessários para aprimorar a produção e comercialização também vão se consolidando. Isto pode ser verificado na proposta de implantação de novos pomares de frutas no município. As áreas de terra e os investimentos iniciais destinados aos pomares foram muito pequenos.

“Não é uma planta, sabe? Ninguém tá plantando área grande (...). Então não dá uma área grande, né. Não é um investimento alto. Isso, pra falar bem a verdade, é um experimento, não é ainda uma planta que o cara vai investir muito” (B. C., agricultor).

Desta forma, quando o movimento tende a mudanças, estas são realizadas aos poucos, periféricamente, ocupando força de trabalho, meios de produção e capital não ocupados pelas atividades principais, pelo menos naquele momento. Este é um dos fatores que impulsionaram a transformação da cana-de-açúcar na região: o agricultor consegue produzi-la em áreas pouco aproveitáveis devido a alta declividade e presença de pedregosidade e ocupa a força de trabalho familiar na sua transformação no inverno, quando é menor a atividade na lavoura. E, além disso, ocupa as “forças marginais”, representadas pelo trabalho de meio tempo de crianças, idosos e mulheres, a um custo de oportunidade muito baixo, por serem consideradas “não transferíveis”, com poucas possibilidades alternativas no mercado de trabalho (Woortmann, 1995). É importante registrar que as mulheres não são tão “marginais” assim, pois além de estarem inseridas nos trabalhos da unidade de produção, elas também vendem a sua força de trabalho fora da unidade familiar.

O aproveitamento dos fatores capital, terra e trabalho é intensificado quando as famílias se agregam, pois eles estão disponíveis de uma forma mais

equilibrada. O capital e a força de trabalho agindo sobre a terra fazem com que a sua produtividade aumente. O capital, tendo a disponibilidade de terra e trabalho, tem um número maior de opções de investimento e a disponibilidade de trabalho tende a agregar mais valor à produção da terra e do capital, quando se consegue tornar proveitosas as diferentes habilidades dos indivíduos na produção, agregação de valor e na relação com o mercado comprador e/ou consumidor.

Deste modo, uma das principais estratégias das famílias é buscar a multiplicação destes fatores através da formação de grupos, pois as famílias sabem que, além da potencialização dos fatores terra, capital e trabalho, elas estão dividindo os riscos de um resultado negativo umas com as outras. Outra opção encontrada é potencializar um dos fatores existentes na unidade de produção, que é a disponibilidade de força de trabalho, principalmente as “forças marginais”.

Nesta busca por alternativas, Wilkinson (1999) identifica dois tipos de “reconversão promovida”:

- a) “os processos em que há a promoção, por parte do setor público ou de uma organização-não-governamental, de economias de escalas¹⁴ agrícolas para enfrentar o padrão de custos das cadeias tradicionais, sobretudo na área de logística”;

¹⁴ Segundo Veiga (1991: 183), as economias de escala referem-se à relação entre o aumento percentual da receita e o aumento percentual do custo, quando os fatores de produção crescem na mesma proporção. Mas o autor propõe a sua substituição pelas “economias de tamanho”, pois os custos médios por unidade produzida diminuem quando os custos fixos são distribuídos por uma maior quantidade de mercadorias. Entretanto, podem ocorrer deseconomias de tamanho quando uma certa dimensão é atingida e aparecem novas dificuldades organizacionais (coordenação, flexibilidade, comunicação, tomada de decisão, etc).

- b) “os processos que consistem no esforço de desenvolver estratégias de verticalização¹⁵ da produção agrícola, apostando na capacidade de identificar mercados de nichos ou mercados artesanais”.

Portanto, há várias experiências de reconversão que estão sendo apoiadas pelo crédito fornecido pelo PRONAF e algumas que receberam o auxílio a fundo perdido da Prefeitura Municipal.

Os condomínios de leite e de frango financiados pelo PRONAF, que estão surgindo no município, são exemplos da promoção de economias de tamanho agrícola para a diminuição dos custos de produção, com o barateamento da matéria-prima e a centralização das atividades. Isto exige uma inovação organizacional com uma redistribuição de tarefas que é bastante complexa porque prevê uma participação diferenciada entre os sócios, gerando uma maior dificuldade no momento da divisão dos custos e rendimentos. No caso do condomínio de leite, estes fatores foram discutidos e posteriormente foi elaborado um regimento interno do grupo.

“O grupo tem um regimento interno que funciona assim: todo alqueire de roça transformado em pasto, eles [a família que cedeu a área para o condomínio] vão receber no valor de oitenta sacos de milho por ano e eles são incluídos como um dos associados. Assim, na realidade não dá bem oitenta. Então, isso vai ser rateado entre nós. E pro manejo das vacas, o cuidado, a questão de fazer pastagem, cerca, construção, esse tipo de coisa é feito coletivo, todo

¹⁵ Verticalização: este processo “implica que uma empresa situada numa determinada etapa da cadeia de produção/comercialização avança para outro elo da mesma, posterior ou anterior à sua situação inicial, aos efeitos de reter a maior parte do valor criado” (Posada, 1995: 30). Neste estudo, trata-se de avanços buscando controlar a etapa de transformação de produto (seja industrializando-o, seja acondicionando-o) ou a comercialização (que pode implicar chegar diretamente ao consumidor final ou até a algumas das etapas intermediárias, evitando outras).

mundo faz. Agora a questão do dia-a-dia lá, de ordenhar as vacas, cuidar das vacas, daí é deles. Eles vão receber 12% do leite pra fazer isso aí” (R. S., agricultor).

No caso do condomínio de frango, também está se elaborando um regimento interno prevendo a organização e distribuição das responsabilidades, custos e rendimentos, visando custos menores, melhoria na tecnologia, aumento de escala e qualidade do produto que favorecerão o processo de comercialização.

As unidades coletivas e individuais de transformação de cana-de-açúcar e as famílias que fazem salames e “cucas” optaram pela verticalização da produção agrícola, através do processamento das matérias-primas que antes nem eram comercializadas ou, então, eram vendidas aos intermediários. Estes produtos foram selecionadas pelos agricultores por visarem uma demanda diferente do mercado de *commodities*, mas sim, mercados que valorizem os aspectos artesanais e/ou segmentos específicos de mercado. Isto possibilita maiores rendimentos com a mesma área de terra e baixos investimentos iniciais de capital, apesar de exigir mais da força de trabalho, tanto em horas dispendidas como na necessidade de novos conhecimentos.

Outro fator bastante valorizado no momento da escolha das atividades econômicas é a periodicidade da renda, que deve ter intervalos menores que as safras anuais ou ter liquidez quando o momento de comercializar seja determinado ocasionalmente pela própria família. Dependentes das safras anuais, os agricultores querem complementar esta renda com atividades que, apesar de não trazerem retornos vultosos a cada venda, possam propiciar uma receita distribuída durante o ano.

Esta receita periódica é utilizada para o pagamento de despesas referente à manutenção da família e da unidade de produção, garantindo que os rendimentos que ocorrem no período das colheitas das lavouras possam ser

utilizadas para a realização de investimentos na unidade de produção. Uma agricultora justifica assim investir na atividade leiteira:

“O leite dá pra comparar com o salário mínimo, garante o rancho, a luz. Não é assim que dá pra investir, mas garante alguma coisa”
(T.S., agricultora)

Então, como estas receitas periódicas proporcionam uma renda suficiente ao consumo doméstico e à manutenção da unidade, a venda dos produtos das lavouras pode ser adiada para a época de melhor preço, aumentando a renda obtida com a agricultura.

Em determinadas famílias as mudanças são favorecidas pela presença de alguma renda não agrícola e periódica percebida por algum membro da família que exerça uma atividade fora da propriedade, ou pelo recebimento de pensões ou aposentadorias. Esta renda é utilizada para a manutenção da família e da própria unidade de produção, fazendo com que ela se sinta mais segura para investir em novas atividades.

As estratégias das famílias de se unirem para a produção e comercialização de determinados produtos estão sendo incentivadas por políticas governamentais e não governamentais, através do acesso a créditos subsidiados ou a fundo perdido, e também com um mínimo de acompanhamento técnico e organizacional. As famílias do município percebendo esta oportunidade, estão buscando a melhor forma de se organizarem para aproveitá-la, pois apesar de determinados grupos já terem uma discussão política e organizacional avançada pela vínculo de seus membros a outras organizações como a ASSESOAR e Sindicato dos Trabalhadores Rurais, este incentivo foi fundamental para o início da organização coletiva da produção e comercialização.

Isto demonstra os cálculos constantes realizados pelas famílias que ao verificarem a disponibilidade de recursos externos como capital e acompanhamento técnico, além de um grupo de famílias preparado para tal empreitada na comunidade somado à necessidade de incremento de renda para a família, diversificaram e aumentaram a escala de sua produção a partir de uma unidade coletiva.

As famílias que implementaram novas opções produtivas em suas unidades, buscando uma rentabilidade superior àquelas obtidas com a produção de *commodities*, começaram a adotar alternativas, como os derivados de cana e a produção orgânica, há quase dez anos. Mas somente agora, com os resultados positivos destes “pioneiros” somados aos incentivos das instituições presentes no município, é que está ocorrendo uma rápida expansão nestas e em outras novas atividades. Esta rápida expansão faz com que algumas famílias questionem a viabilidade destas alternativas a longo prazo, pois sabem que a produção destinada a segmentos geralmente tem um mercado limitado que precisa ser expandido, o que restringe também o número de agricultores nela envolvidos. Então, hoje há mercado para esses produtos, mas se a produção continuar a crescer será que haverá mercado para todos?

Posada (1995: 35), em seu trabalho com os agricultores dos pampas argentinos, expõe o “ciclo de vida” de uma nova opção produtiva: a) no início há poucos produtores na nova atividade, assim, a produção tem quase assegurada a sua colocação, com preços recompensadores; b) esse ganho impulsiona outros produtores a se entregarem a esta atividade, originando uma sobreoferta do produto, levando à queda dos preços; c) a queda da rentabilidade acompanha a retirada de muitos produtores da atividade, deixando espaço para aqueles que podem permanecer se expandam à custa dos que se vão; d) a nova opção alcança um ponto de equilíbrio ocupando apenas uma fração marginal da produção agropecuária total e suficientemente atendida por poucas e eficientes unidades.

Porém, as famílias que levantam dúvidas em relação à continuidade dos bons retornos destas atividades, são as que ainda não aderiram às novas alternativas. Em compensação, aquelas que optaram por alguma nova atividade, apesar de manterem os cuidados citados anteriormente, não demonstram insegurança, muito pelo contrário, o otimismo é reinante.

“Demoramos muito para descobrir estes produtos, se tivesse descoberto antes a gente poderia estar muito melhor” (E. R., agricultor).

Uma explicação plausível para isso está no fato de que as famílias da região estão tendo as suas primeiras experiências de um contato mais direto com o mercado consumidor. Estando ainda na fase inicial do ciclo descrito anteriormente (Posada, 1995) e não conhecendo decepções neste setor, elas não têm ou não querem ter essa perspectiva negativa. Além disso, estas famílias, apesar de aparentemente não recearem este resultado, estão buscando formas de melhorar a qualidade de seu produto a cada dia, visando, principalmente, a expansão deste segmento de mercado que se preocupa com a saúde alimentar e com a origem do produto. Além disso, há o mercado promissor da região de Foz do Iguaçu e da própria região sudoeste do Paraná, que apresenta diferenças ambientais que podem ser vantajosas para o município, pois, com a proximidade do rio Iguaçu podem abastecer a região de clima tropical (principalmente frutas) ou em períodos diferenciados (feijão).

Os agricultores estão potencializando habilidades e conhecimentos oriundos da trajetória de suas famílias, com isso, temperam com a sua própria história o açúcar, o melado, o salame, a cuca, enfim vários produtos coloniais. Além disso, há um fator muito importante que faz aumentar a crença de

resultados positivos para muitas dessas famílias: a capacidade de se trabalhar coletivamente.

Desse modo, na escolha de uma atividade econômica são considerados vários fatores que permeiam os meios existentes na propriedade e/ou no entorno: as singularidades e necessidades da família, as exigências da atividade propriamente dita, a disponibilidade de mercado nas proximidades e também os incentivos das políticas governamentais, que não são determinantes, mas influenciam. E, depois que as famílias assumem uma atividade, lutam muito para que esta se desenvolva.

3.2 Produção e agregação de valor

A partir do momento em que uma família de agricultores definiu quais atividades serão executadas em sua unidade de produção, ela provavelmente já analisou como será o processo de produção, agregação de valor para a obtenção das mercadorias para comercialização e quem serão seus compradores e/ou consumidores.

As áreas de lavouras são encontradas em todas as unidades de produção. As áreas de feijão, milho, soja, entre outros produtos, só mudam na quantidade de área, na utilização de insumos e na importância que estas atividades representam nas expectativas de rendimentos.

Os agricultores que produzem comercialmente somente grãos, geralmente são aqueles que possuem áreas maiores de terra e toda a estrutura de máquinas e equipamentos voltada para isso e não querem perder estes investimentos. Este tipo de produção utiliza a força de trabalho masculina da família, pois, em geral, as mulheres não participam das práticas agrícolas realizadas com o uso de maquinários. Elas vão trabalhar na lavoura, quando são conduzidas com o uso de tração animal ou manualmente, sendo que nestes casos

o auxílio delas é imprescindível para a obtenção da produção, principalmente nas famílias com reduzido número de filhos homens.

Entretanto, quando a produção de grãos é realizada organicamente, as áreas de lavouras em geral são menores, não mecanizadas e a necessidade de força de trabalho é maior devido à necessidade do controle de plantas daninhas, que é realizado com práticas manuais como a capina e o arranquio. Além disso, os insumos comprados ou produzidos têm que ser manipulados na própria unidade de produção. Com esse manejo, a presença das mulheres e das crianças nas lavouras é uma constante, favorecida pela ausência dos adubos químicos e agrotóxicos que, além de determinar um acréscimo de trabalho, deixa os agricultores mais tranquilos em relação aos efeitos danosos destes produtos à sua família. A produção orgânica de alimentos é ainda uma forma de agregar valor ao produto, pois tem acrescentado até 30% no preço de venda deste produto em relação aos preços da produção convencional.

A preocupação em relação ao bem-estar da família é a principal razão daqueles que abandonam a produção de fumo, mesmo com bons retornos de capital aplicado. Ocupando a força de trabalho de toda a família, além de ser muito desgastante, o uso contínuo de agrotóxicos faz com que muitos tenham problemas de intoxicação. Apesar das aplicações geralmente serem realizadas pelos homens, que são as principais vítimas, os problemas acabam atingindo também o restante da família.

Nas áreas de grãos, apesar de serem realizadas nas unidades de produção individualmente, onde cada família tem a sua área de lavoura. Nos períodos mais críticos, quando há a necessidade de um maior número de trabalhadores, ocorre a “troca de dias” entre os vizinhos, com uma família auxiliando a outra. Posteriormente, a outra família ajudará quando for necessário e a contratação de trabalhadores eventuais ocorre em casos extremos.

Às vezes esses períodos são simultâneos, como normalmente ocorre na colheita do feijão, mas isto não impede que ocorra essa “reciprocidade”.

*“Que nem aqui que é pequeno, eu faço do vizinho, ele faz o meu (...).
Primeiro o que está mais seco, daí a gente vem conversando, né.
Vamo agora na tua, depois na minha, depois no do outro...” (B. C.,
agricultor)*

As famílias que estão na atividade leiteira, ainda estão estruturando a transformação de uma atividade de subsistência em comercial, aumentando a produção destinada ao mercado. Assim, as práticas diárias de ordenha, distribuição dos alimentos dados no cocho e o manuseio do leite são responsabilidades das mulheres, ficando com os homens, o preparo dos alimentos e o manejo sanitário. Desta forma ocorre uma diversificação das atividades em que a força de trabalho, tanto no processo de coordenação como no operacional, passa a ser predominantemente de mulheres, enquanto os homens podem permanecer com suas atividades nas lavouras. Este é um dos fatores que confirma a importância da relação lavoura-criação para a agricultura familiar.

Esta situação tende a se repetir na atividade de criação de frangos em pequena escala sem a integração contratual, ou seja as mulheres ficam com o manejo da alimentação, sanitário e com o abate. No caso dos aviários integrados às empresas, a divisão de trabalho com os homens é maior, pois é realizado com maior esforço físico, já que as quantidades de insumos e produtos utilizados neste sistema são maiores. Além disso, esta atividade tende a apresentar uma relação muito estreita com as áreas de lavouras, geralmente de domínio masculino, pois em muitas unidades de produção sua principal função é fornecer adubação orgânica a estas áreas.

Quando a unidade de produção começa a ter uma remuneração melhor, há uma tendência em buscar a minimização do desgaste da força de trabalho familiar, com a compra de equipamentos que realizem as tarefas mais pesadas e/ou penosas. Este é o caso das ordenhadeiras mecânicas e batedores de açúcar mascavo, entre outros. Isto ocorre porque o ganho econômico não é o único objetivo destes agricultores, que consideram também o bem-estar de sua família. Entretanto, Chayanov (1974), assinala que além da redução da penosidade do trabalho, a aplicação de capital depende sobretudo dos impactos que os gastos terão sobre o consumo familiar e dos usos alternativos do trabalho poupado com o investimento.

O contrário também é considerado, ou seja, para garantir a continuidade e a sucessão, em períodos de crise ou de reorganização da unidade de produção, os agricultores familiares aceitam remunerações por unidade doméstica de trabalho menores que aqueles em vigor no mercado (Chayanov, 1974; Kautsky, 1972; Garcia Jr., 1989; Gasson & Errington, 1993).

Na questão do trabalho feminino, Moura (1978: 21) em seu trabalho realizado com sítiantes do sul de Minas Gerais, afirma que as mulheres só trabalhavam na transformação de um produto comercial se parte de seu processo ocorresse nos domínios da casa. A autora cita o caso da cana-de-açúcar, em que “a presença masculina vai desde a limpa da terra até a elaboração, em pequenos engenhos, do produto final - a rapadura”. No grupo dos agricultores pesquisados, há várias experiências com a cana em que os homens são responsáveis pela produção da planta até a retirada da garapa, mas o trabalho de transformar a cana em açúcar e melado é dividida com as mulheres da família e a preparação da rapadura¹⁶, puxa-puxa e bolachas ficam sob a responsabilidade delas.

¹⁶ Nesta região não se vende a rapadura pura, mas é feito um doce de rapadura com amendoim (pé-de-moleque), que é conhecido como rapadura.

Além disso, há os casos já discutidos sobre o trabalho feminino nas lavouras comerciais de grãos e em algumas áreas de fruticultura e olericultura comercial, as mulheres trabalham lado a lado com os homens ou até mesmo assumem a coordenação.

“Eu é que cuida da horta! (...) Ele ajuda a plantar, assim, quando tem bastante muda” (G. F., agricultora).

A produção de outros produtos como os vários tipos deucas e pães, bolachas, queijos e embutidos e defumados de carne, tem a participação efetiva das mulheres, idosos e crianças, até pela relação estreita destes itens com os domínios domésticos, apesar de algumas famílias já terem instalações específicas para o processamento deles.

Observa-se, também, que há casos em que os produtos antes manuseados apenas pelas mulheres, por serem ambientados na cozinha, comoucas, pães e bolachas, quando originam retornos significativos para a renda familiar, timidamente começam a “passar por mãos masculinas”.

“Ele ajuda, limpa os fornos, né. Daí fica pronto, cada fornada ele tira, né. A cuca, tira da forma... quase tudo ele já tá fazendo pra me ajudar. E depois ele ajuda a empacotar e depois tem que fechar, né” (O. P., agricultora).

Essa situação decorre da valorização do homem como “chefe da família” responsável pela reprodução de seus “dependentes”, cabendo aos outros apenas ajudar na composição do orçamento familiar (Paulilo, 1987: 70). Assim, quando a atividade começa a centralizar a renda familiar, o “chefe de família” tem que se inserir no seu processamento.

Ribeiro (1992: 79) afirma que o “trabalho familiar é um conjunto que se move, que forma uma unidade coesa e ágil, e que não pode ser compreendida aos pedaços”, entretanto, “costuma-se entendê-lo como um conjunto de forças reunidas em torno do trabalho do homem”, fazendo com que muitos dêem validade somente ao trabalho dele, referenciando as outras forças (de mulheres, crianças e idosos) apenas como “ajuda”.

Estes processos de integração vertical com a transformação da produção estimulam os agricultores pela possibilidade de gerar um maior valor e reter esse valor na unidade produtiva, sem transferi-lo a outros agentes, além de obter maior autonomia no ciclo produtivo, não depender de variações climáticas, diversificar o risco, manter maior número de membros da família na unidade, entre outros fatores.

Nesses processos de agregação de valor, transformando os produtos dentro da unidade de produção ou em suas proximidades, há várias experiências em que a maior parte da matéria-prima utilizada não é obtida na unidade e sim comprada no comércio local. Este é o caso das cucas, das bolachas e, inclusive, dos embutidos e defumados de carne. Mesmo assim, ocorre uma remuneração por capital investido superior ao que os agricultores obtinham normalmente com as suas lavouras, pois é um produto diferenciado em que se tem uma grande preocupação com a qualidade da matéria-prima comprada.

“Eu compro só de granja. É pessoal de confiança, não é de qualquer lugar” (H. I., agricultor).

Em compensação, as famílias que manipulam a cana-de-açúcar produzindo açúcar mascavo, rapadura e puxa-puxa, só dependem do comércio local para a compra de utensílios, equipamentos e embalagens. Apenas aqueles que preparam bolachas de melado necessitam de ingredientes comprados.

Os agrupamentos em condomínios e nas unidades de transformação de cana-de-açúcar buscam a promoção de economias de tamanho para diminuir os custos, a melhoria da tecnologia e a elevação da qualidade do produto, potencializando os fatores capital e trabalho. Isto está ocorrendo com o auxílio de suas próprias organizações e da intervenção do setor público, como a Prefeitura e a EMATER.

Entretanto, algumas dificuldades precisam ser superadas. Os principais obstáculos encontrados para se implantar uma agroindústria de pequeno porte são: o acompanhamento técnico, a necessidade de miniaturização da tecnologia, a legislação vigente para o registro e inspeção sanitária, o acesso ao crédito e a dificuldade de se organizar em grupo para efetivar uma atividade econômica.

Atualmente, o município conta com os técnicos da EMATER (um técnico agropecuário e uma economista doméstica), os técnicos da Secretaria Municipal da Agricultura (apenas um engenheiro agrônomo acompanha esta área), um veterinário da vigilância sanitária e um técnico agropecuário que atende vários municípios pela CRAPA. Considerando que todos esses profissionais atuam em várias outras atividades, o acompanhamento acaba sendo extremamente pontual, abrangendo atividades e grupos específicos e praticamente não atendendo às famílias individualizadas.

Além disso, a necessidade de que estes profissionais sejam bastante ecléticos em sua atuação, faz com que eles não tenham condições de se aprofundar nos conhecimentos necessários para atuar nessa área de agregação de valor dos produtos agrícolas, ao mesmo tempo em que os cursos técnicos e de graduação não conseguem preparar os futuros profissionais.

Neste sentido ainda, as escolas também não preparam os profissionais para pesquisar e desenvolver tecnologias adequadas a uma agroindústria de pequeno porte, com equipamentos de menores custos e que viabilizem a sua

instalação na realidade dos agricultores e com os processos mais artesanais, sem que isto signifique uma qualidade inferior do produto (Wilkinson, 1997 e 1999).

A legislação vigente para a obtenção do registro ao Serviço de Inspeção Sanitária municipal, estadual e federal, trata da mesma forma as grandes e pequenas agroindústrias exigindo grande volume de investimentos em estruturas e equipamentos, inviabilizando economicamente a maioria dos pequenos investimentos. Mas as organizações de agricultores e as instituições do município estão participando de discussões com o objetivo de criar leis específicas para a produção de alimentos em pequena escala.

“A legislação, ela é única no estado, né. Ela serve pra pequena agroindústria como para as grandes (...) Ai vai fazer uma sala lá, tem que ter cantoneira, azulejo, mesas de inox e vai por aí afora. Então é uma tecnologia e um padrão de agroindústria que, no nosso caso, é pra duzentos frangos por semana, né. Essa discussão foi uma das questões que foram levantadas na audiência com o Poloni [secretário estadual de agricultura] e o Poloni disse pra nós lá que vai discutir isso, projeto por projeto. Agora, quando vai discutir projeto por projeto é complicado e essa comissão que é a nível de estado, queremos abrir uma brecha na legislação que trabalhe especificamente as pequenas agroindústrias” (V. Z., agricultor e diretor do STR).

O Serviço de Inspeção Sanitária tem como função garantir a qualidade dos alimentos produzidos, zelando pelo cumprimento das normas de higiene, visando a saúde dos consumidores. Mas, da forma como está sendo imposta, acaba fazendo com que muitas unidades de transformação permaneçam sem

registro, comercializando sem nenhum controle da qualidade de seus produtos, principalmente as unidades de famílias individuais.

As unidades de transformação coletivas que estão sendo implantadas agora, estão tentando seguir as normas para conseguir o registro no Serviço de Inspeção Estadual que, apesar de ser regulamentado por leis próprias, seguem regras semelhantes às estabelecidas pela legislação federal, por isto a importância das negociações com os representantes do governo estadual.

Quanto ao crédito, as unidades coletivas têm maior facilidade para obtê-lo, pois têm o auxílio dado pela Prefeitura Municipal para a construção das instalações e o restante dos custos dividido entre as famílias, não sendo uma quantia muito elevada para ser financiada pelo sistema financeiro. Numa unidade de transformação de cana-de-açúcar, o produtor relata quanto está dando por família.

“Vai dar em torno de dez mil reais para as sete famílias. Dá mais ou menos mil e quinhentos reais a nossa contrapartida e tem mais dezoito mil e novecentos reais que é a contrapartida da Prefeitura. Então, isso é um incentivo aí, que o município tá dando pra trabalhar esta questão da cana” (R. S., agricultor).

Além disso, o sistema financeiro tem corrido menos riscos com as atividades coletivas devido ao acompanhamento que vem sendo feito por todas as organizações do município, o que significa também maior facilidade para conseguir o financiamento.

O município tem duas cooperativas de crédito a SICRED e a CRESOL, que têm propostas de desenvolvimento rural diferenciadas pois a SICRED foi formada pela mesma estrutura das grandes cooperativas, em geral, controladas por empresários rurais; e a CRESOL tem uma proposta oriunda das

organizações próximas aos sindicatos dos trabalhadores rurais, objetivando a melhoria das condições do crédito para a agricultura familiar. Entretanto, observa-se uma certa ambiguidade na opção política por parte das famílias, pois na mesma unidade de produção, há um membro na base da SICRED e outro na CRESOL.

Do ponto de vista de acessibilidade aos recursos financeiros, esta ambiguidade revela uma inteligência de apropriação das ofertas do ambiente. Assim, estrategicamente, o que interessa a estas famílias é que ambas as cooperativas de crédito facilitam o acesso delas ao sistema financeiro por ter os custos de transação bancária reduzidos e, após a seleção dos tomadores de empréstimos, assume os riscos em caso de inadimplência.

Para as famílias de agricultores, o crédito do PRONAF é a melhor opção para o custeio de suas lavouras e para os investimentos. No caso dos investimentos, o juro foi fixado em 6% ao ano, mais a TJLP e o agricultor pode ter descontado 50% dos encargos financeiros se pagar as prestações nos prazos estabelecidos (DESER. 1998b: 8). Entretanto, para as famílias, isoladamente, é mais complicado entrar no sistema financeiro, pois eles têm maiores dificuldades de comprovar a viabilidade de seu projeto e a capacidade de pagamento. Além disso, e talvez por isso mesmo, existe o receio da não capacidade de pagamento e as possíveis retaliações do sistema financeiro.

Desse modo, observa-se que as famílias individualizadas estão marginalizadas no processo de incentivos à agregação de valor dos produtos agrícolas que vem ocorrendo no município. Muitas famílias gostariam de receber a mesma atenção que os grupos estão recebendo dos órgãos públicos e até mesmo das próprias organizações que os representam, mas não conseguem organizar um grupo para atuar coletivamente. Apesar de haver uma relação social importante em todas as comunidades em torno da Igreja, nas trocas de dias de trabalho com os vizinhos, entre outras, no momento de discutir uma ação

que envolva uma aplicação econômica, as famílias têm muitas dificuldades de se acertarem devido à insegurança de uma nova atividade, principalmente quando, para a sua efetivação, as decisões serão tomadas fora do seu núcleo familiar e dependerão do capital e trabalho de várias famílias que precisarão entrar em acordo.

“Aqui a gente tem vontade de colocar uma usina e aí todos eles participar, só que eu disse, tem que primeiro plantar a cana, pra depois, daí colocar uma usina. A gente fala na reunião, mas o pessoal não presta atenção, né” (P. O., agricultor).

Assim, a estratégia de muitas famílias de agricultores de se unirem para a produção, agregação de valor e comercialização de determinados produtos, se deve também ao incentivo dado por políticas governamentais e não-governamentais, através do acesso a créditos subsidiados ou a fundo perdido e a um mínimo de acompanhamento técnico e organizacional. As famílias, percebendo esta oportunidade, estão buscando a melhor forma de se organizar para aproveitar o momento, pois apesar de muitos grupos já terem, anteriormente, uma discussão política e organizativa avançada, o incentivo lhes foi fundamental para dar início à organização coletiva da produção, agregação de valor e comercialização.

As famílias que já estão atuando em grupos estão definindo qual o tipo de pessoa jurídica mais adequada às suas características e à sua realidade. Para isto a EMATER está buscando maiores informações para poder auxiliar os

grupos a formarem um consenso entre associação, cooperativa ou microempresa¹⁷.

“Estas unidades de cana já estão se encaminhando pra se registrar como uma microindústria ou uma cooperativa, isso não está bem definido ainda, né. Então, o que nós temos que definir, por exemplo, é que as associações que estão na cana, como associações elas não podem ser registradas porque elas pertencem a um grupo maior, então, teoricamente, esse grupo maior também seria proprietário, então eles vão ter que desmembrar. Então, a gente está vendo aí, por exemplo, a melhor maneira seria uma microcooperativa por causa das questões legais. Você não teria tantos encargos e a cooperativa permite toda essa comercialização de compra e venda sem problema nenhum. Só que ela bate na trave porque, para transformar em cooperativa, tem que ter no mínimo vinte pessoas. Então teria que pegar todas essas usinas e fazer uma cooperativa de cana, por exemplo. Seria uma alternativa” (N. O., técnico da EMATER).

Isso sem contar a opção de permanecer como associação e utilizar a marca regional “Natura” registrada pela CRAPA. Mas, isto será discutido no próximo item.

Assim, a forma escolhida pelos agricultores para a produção e agregação de valor de seu produto agrícola leva em consideração a potencialização dos fatores terra, capital e trabalho, inserido na realidade de cada família e nos recursos existentes no seu ambiente.

¹⁷ Em Prezotto (1997), há um resumo de características dos tipos de pessoas jurídicas mais usuais no meio rural: associação, cooperativa e microempresa, bem como os passos

3.3 A comercialização propriamente dita

Este estudo compreende o processo de comercialização desde a escolha da atividade até o recebimento do produto pelo consumidor devido à íntima relação existente entre todas as etapas que levam a esta relação final dos produtores com os seus compradores e/ou consumidores. Neste item, será analisada com maior profundidade esta última etapa, da comercialização propriamente dita.

Na comercialização de grãos pelos agricultores, desde os mais especializados até os mais diversificados, há uma forte tendência à busca de segurança na escolha para qual empresa se quer vender, determinando uma clara preferência pela cooperativa. Esta sensação de segurança é originada por outro sentimento exatamente oposto, que é a desconfiança em relação às empresas privadas da região. Isto se explica por uma série de falências de cerealistas e pequenos comerciantes, que deixaram muita famílias de agricultores em grandes dificuldades por não receberem pela produção entregue.

“É que entregar pra cooperativa é garantido, né? O problema é que aqui já teve algum que levou um galope aí. O comerciante comprava as coisas e ia embora, entrava em falência, então se o agricultor não se virasse, perdia tudo. A cooperativa não, a cooperativa tem muita gente que não cai fora por causa disso. Você fatura hoje pra quatorze dias, quando chega o dia está lá” (A. Z., agricultor).

Fora isso, há também um sentimento de fidelidade de associado, seja pela tradição cooperativista de quem participou da criação desta e acredita que ainda é parte de seu patrimônio social, seja por achar importante a continuidade

necessários para a sua legalização.

da cooperativa no município, apesar de, às vezes, confundi-la com uma empresa...

“Eu continuo vendendo pra cooperativa. O orgânico vai pra Terra Preservada, mas nunca deixei de entregar na cooperativa também (...). É, e a gente sempre compra as coisas tudo lá, né? Eu vendo leite... Estamos lá todo dia... A gente tem que preservar as empresas... (A. Z., agricultor)

Tanto os grãos como o leite são *commodities*, e com isso não têm muita variação de preços, pois não são produtos diferenciados. A única forma de obter preços melhores é suprimir pelo menos uma parte dos intermediários ou diferenciá-lo de alguma forma. Por isso, vender para a cooperativa ou cerealista não é uma questão de preço. Podem até haver algumas reclamações sobre a classificação dos produtos que pode gerar alguns descontos, mas isto não é determinante. Assim, aqueles agricultores de grãos que podem escolher, comercializam com a cooperativa, por segurança acima de tudo e aqueles que mantêm uma relação “personalizada” com os cerealistas ou pequenos comerciantes, pela necessidade de adiantamentos para sobreviver durante o ano, vão continuar entregando a eles a sua produção. Há outros produtores que começaram a entregar para pequenos comerciantes de algumas comunidades, após o fechamento de alguns entrepostos da COAGRO localizados próximos às suas unidades de produção, pois levar a produção à sede da cooperativa eleva muito os custos do frete.

Esta questão do frete também é levantada pelos produtores de leite, como uma das razões para se entregar o leite para um ou outro laticínio, pois o freteiro que passa na sua linha é de tal laticínio, ou então, não se confia num determinado freteiro, então se entrega para outro, ou ainda, a cooperativa está

implantando a coleta a granel, em que o freteiro analisa o leite na frente do agricultor, o que é muito mais seguro. Assim, essa relação do agricultor com o freteiro é determinante na comercialização do leite e esta relação é baseada na confiança.

Os produtores que produzem organicamente, até 1998, tinham apenas uma opção de venda que era a Terra Preservada, portanto, a produção tinha destino certo. A empresa determinou o seu preço através de um adicional fixo de quatro reais sobre o preço da soja comercial do dia. Entretanto, a soja passa por uma classificação e na safra de 1998, esta sofreu com chuva na colheita e assim ocorreram muitos descontos. Neste caso, a porcentagem que não é classificada como possível de ser exportada, segue a tabela de preços da soja convencional. Quanto aos outros produtos, como o feijão, milho e trigo, a quantidade comercializada é muito menor, pois além das áreas plantadas serem menores, estes produtos são cultivados de forma orgânica apenas pelos agricultores que realmente assumiram este sistema em toda a sua unidade de produção, pois os preços não são tão compensadores, como no caso da soja, havendo necessidade de maior quantidade de força de trabalho que no sistema convencional.

A busca de outro destino para a sua produção orgânica, além de ser uma forma de se obter maior liberdade para escolher para quem vender a sua produção e com isso ter maior poder de barganha no momento de negociar com as empresas, tem um sentido maior, que é a vontade de ir assumindo aos poucos o controle dos focos de dependência que os agricultores sempre tiveram no momento de comercializar a sua produção agrícola.

“Nós vamos ter que achar coisa nossa, nós criamos todo esse caminho aí e entramos numa empresa...” (A. B., agricultor).

Os agricultores que trabalham integrados com as grandes agroindústrias, como os produtores de frangos e fumo, querem uma diversificação de atividades, mas que tenha a comercialização garantida. Isto não quer dizer que eles não se arrisquem na comercialização de outros produtos, o que eles querem é ter a segurança de saber quanto e quando irão ter os rendimentos de determinadas atividades e, a partir daí, com a certeza de ter condições de manter a sua família, ele poderá se iniciar em atividades menos previsíveis. Este é o caso de produtores entrevistados que além das lavouras de soja e feijão, têm uma integração de fumo ou frangos e já iniciaram a implantação de áreas comerciais de fruticultura. Percebe-se esta perspectiva no depoimento do agricultor que tem dois aviários com a capacidade de doze mil frangos cada um e agora está começando a implantação de uma área de maracujá:

“É, hoje o colono tem de plantar de tudo, porque ele ganha fatia mínima, quem ganha mais é o tubarão” (M. N., agricultor).

Quando os agricultores começam a assumir atividades que possibilitam a eles mesmos a comercialização de seus produtos, o objetivo inicial é o mercado local que deve absorver a produção num ambiente mais conhecido, facilitando o transporte, com menores custos e exigências em relação às normas legais de comercialização. Aqueles que têm as propriedades próximas à sede do município e com vias de acesso em boas condições de tráfego têm maior facilidade de chegar aos compradores e vice-versa. Este é o caso daqueles que participam da feira semanal de produtores na sede do município ou que vendem a domicílio, pois aqueles que moram em áreas mais distantes servidos por estradas em condições precárias têm um custo muito alto em relação à receita gerada pela pequena quantidade comercializada, inviabilizando a atividade.

“Nós tínhamos participado enquanto associação, na época não tinha asfalto, era dezoito quilômetros, a estrada era ruim. Ai, na época, nós chegamos à conclusão que o quê nós estávamos vendendo na feira ia quase tudo pro transporte (...). Ai nós acabamos desistindo (R. S., agricultor).

Seyferth (1985: 5) em seu trabalho sobre os camponeses do Vale do Itajaí-Mirim em Santa Catarina, esclarece que os agricultores que possuem lotes próximos à área urbana têm melhores condições de comercializar a sua produção, pois a distância entre a unidade de produção e a área urbana é um fator de diferenciação, que pode condicionar a ampliação do patrimônio fundiário de algumas famílias¹⁸.

Algumas famílias conseguem efetivar a sua participação na feira através das associações, formando um grupo que faz um rodízio entre aqueles que vão cuidar da banca, ou então há uma família que organiza as mercadorias todas as semanas, recebendo uma porcentagem por isso. Assim eles dividem os custos e levam a produção de várias famílias, aumentando a quantidade e a diversidade.

A feira é a instância em que se pode observar melhor uma relação mais estreita entre as duas funções do produto agrícola, o consumo doméstico e a comercialização¹⁹, pois algumas famílias, apresentam uma maior diversidade de mercadorias por enviarem produtos que, a princípio eram destinados ao autoconsumo, como ovos, mandioca e algumas hortaliças e frutas. Isto ocorre porque, na feira, apesar da quantidade comercializada ser tão pequena, os

¹⁸ Apesar disso, Chayanov (1981: 138) alerta “que o excedente que a unidade econômica obtém pela melhor localização não é por sua natureza ou quantidade idêntico à renda da terra ou ao juro sobre o capital da economia capitalista”.

¹⁹ Segundo Lovisoló (1989) o produto se classifica como de autoconsumo ou comercial a partir da lógica que orientou sua produção, dando-lhe o mesmo sentido que Garcia Jr.

produtos são comercializados a preços próximos aos cobrados pelos supermercados e sacolões, propiciando a compra de produtos de consumo doméstico que não podem ser produzidos pela família em seu estabelecimento.

A necessidade cada vez maior de bens de consumo oriundos da cidade, origina-se da intensificação dos vínculos com o meio urbano. Uma das causas desta proximidade é a comercialização, que exige uma circulação constante dos membros da família na cidade (feiras, comércio local, agências bancárias, etc.), fazendo com que alguns produtos antes até desconhecidos, passem a se incorporar entre as os bens de consumo da família. Segundo Cândido (1987), esta crescente exigência de compra faz com que ocorra uma necessidade também crescente de se vender cada vez mais, determinando uma maior dependência da circulação da mercadoria.

A Feira do Produtor passa por um impasse. Há consumidores que fazem as suas compras na feira todas as semanas, inclusive fazendo reservas antecipadas dos produtos mais procurados, alegando que as mercadorias são mais frescas, de melhor qualidade e mais baratas, e há outros que alegam que preferem comprar nos supermercados e sacolões porque têm maior diversidade e não precisam pagar à vista. E os agricultores não aumentam e diversificam a sua produção, por não haver compradores.

Este panorama de desencontros demonstra que, apesar dos seis anos de realização, a feira ainda não se consolidou. Ela já realizou-se em vários locais e horários diferentes, além do rodízio incessante de feirantes que, com exceção de três bancas, já trocaram várias vezes o que provoca também variações de tipos de produtos. Isto deixa os consumidores ainda mais inseguros, pois eles não sabem as mercadorias que vão encontrar a cada semana. Assim, acabam

(1989) quando aponta os cultivos “para o gasto” como produtos destinados ao consumo doméstico e cultivos “para exportação” como os destinados diretamente à venda .

preferindo comprar nos supermercados e sacolões que são mais constantes na oferta de mercadorias.

Alguns agricultores reconhecem que para entrar e permanecer na feira é necessário um bom planejamento, e os produtos têm que ser diferentes daqueles encontrados nos pomares e hortas domésticas existentes em muitas casas da cidade. Isto porque as relações entre a população urbana e rural são muito estreitas, pois todos que moram na cidade têm parentes ou conhecidos na área rural, fazendo com que o trânsito de frutas e verduras da época seja muito intenso.

Entretanto, este mercado local possibilita uma relação mais próxima dos compradores e/ou consumidores, fornecendo uma resposta rápida sobre as suas preferências e necessidades permitindo que aprimorem o seu produto através desta integração. Esta relação de proximidade com os compradores faz com que os agricultores consigam conquistar-lhes a confiança em relação a origem dos produtos, pois percebem que estão comprando produtos mais naturais, sem o uso indiscriminado de agentes químicos e com um processamento mais artesanal, bastante valorizado pelos consumidores da região. O mesmo ocorre na Feira do Melado e na venda a domicílio.

O contato direto com o consumidor é um aprendizado muito importante para os agricultores que buscam o controle deste processo que é a comercialização, pois, agora, os consumidores já não competem pelos produtos, são os produtores que concorrem pelos consumidores. Segundo Posada (1995), nesta configuração, a um critério de custo soma-se a preocupação dos consumidores com uma diferenciação do tipo de consumo, pois o consumidor está de acordo em pagar um preço mais elevado por um produto bem diferenciado e de qualidade. Os agricultores, por sua vez, percebem que além dos preços competitivos é preciso aprimorar a promoção do produto, a sua distribuição e o produto em si mesmo, e estes fatores implicam na apresentação

do produto, na manutenção de padrões de qualidade definidos, na oferta de novos produtos, na regularidade de entregas e a identificação com marca e procedência. Muitos produtores já percebem que têm que ir em busca desse nível de qualidade e, dentro de suas possibilidades, começam a implantá-lo.

“É, no começo nós trabalhávamos só com dois tipos de salame: puro com gordura e o misto. Daí veio uma senhora que pediu se a gente podia fazer um quilo de salame sem pimenta. Ai começamos a fazer um, dois, e foi... Depois, começamos a fazer o puro sem gordura também...” (I. H., agricultora).

Os agricultores, percebendo essa realidade, começam a aprimorar o seu planejamento para melhorar a distribuição e a qualidade de seu produto e, a partir daí começam a buscar formas de divulgá-lo no mercado local. Nisto se incluem as participações nas feiras (a feira semanal e a do Melado), a participação na merenda escolar, a abertura de suas unidades de transformação para a visita do público e da imprensa local e regional, as vendas a domicílio e, também, o incentivo à divulgação realizada pelos próprios consumidores que acabam recomendando os produtos para outras pessoas. Ao analisarmos tais práticas, das quais muitas se confundem com as estratégias de distribuição, estas parecem extremamente tímidas, mas funcionam muito bem quando o objetivo é o mercado local e, além disso, esforça-se para divulgar a importância de se valorizar um produto local ou regional, pois os seus rendimentos destes acabam sendo movimentados no próprio município ou região, trazendo benefícios para a população local.

Contudo, as famílias sabem que a exigência de qualidade é muito grande, pois, assim como os consumidores têm o poder de garantir novos compradores, o poder é o mesmo no momento de desmoralizar um produto.

“Tem que vender só coisa boa, pra não perder o freguês. Então, vende uma vez só. Depois só vai fazer entrega. E não adianta levar um produto bom e depois, na segunda vez, já levar trapo...” (B. C., agricultor).

Os grupos iniciam com os mercados locais, mas já há a inserção no mercado regional, estadual e, em alguns casos, até fora do estado. Os objetivos dos grupos são ampliados em relação às experiências individuais, principalmente quando são orientados pelas próprias entidades representativas que acompanham esta relação com o ambiente externo ao município. Quando isso ocorre, a preocupação com a legislação que rege a transformação e comercialização de produtos é muito maior, pois, dentro do município ainda é possível comercializar os produtos informalmente; no entanto, à medida que os agricultores passam a se estabelecer de forma mais permanente em suas atividades e oferecer produtos regularmente dentro e fora do município, eles sentem necessidade de registrar, tanto para celebrar contratos legais, como para receber crédito ou evitar choques com a fiscalização (Cacciamali, 1991).

Além disso, para ultrapassar os limites do mercado local e regional é necessário refazer suas estratégias com relação às formas de distribuição, promoção e apresentação do produto. Esta necessidade decorre do fato de estar penetrando em um ambiente no qual as relações não são tão “familiares”, onde não há um diferencial entre um “produto nosso” e outro produto qualquer. Assim, a concorrência tende a se acirrar com os produtos semelhantes oriundos das grandes indústrias de alimentos, necessitando que haja uma maneira de diferenciá-los.

Os agricultores apresentam duas formas de diferenciar os seus produtos dentro e fora do mercado local, atingindo alguns segmentos de mercado e se

desviando de uma concorrência direta com as grandes empresas: valorizando as características artesanais do produto e/ou produzindo-os de forma totalmente orgânica.

Os produtos oriundos da transformação ocorrida na unidade de produção ou em suas proximidades, normalmente já têm as características artesanais, isto é, o aspecto de produção em pequena escala, manuseados pelos próprios agricultores sem o uso de aditivos e conservantes e bastante diversificada em características que dão ao consumidor a sensação de ser um produto feito especialmente para ele. Este é o caso do açúcar mascavo, melado, cucas com diversos recheios, frango misto, embutidos com dosagens diferenciadas de gordura e pimenta, entre outros existentes no município. Então, quando estes produtos vão para a comercialização, os agricultores evidenciam estas características na sua apresentação.

A produção orgânica é a outra forma utilizada pelos agricultores para diferenciar os seus produtos, aproveitando a busca de muitos consumidores por alimentos mais saudáveis sem o uso de aditivos químicos e que não prejudiquem tanto o meio ambiente na sua produção. Por isso, é importante ter uma instituição que faça a certificação orgânica e esteja próxima dos agricultores, como no caso da ASSESOAR, para a comercialização interna e conjugada com a OCIA para exportação.

Além destes dois fatores, surge um terceiro que é o apelo da questão social, deixando claro que este produto está auxiliando na viabilização e permanência das famílias de agricultores no campo, possibilitando-lhes uma maior autonomia em relação aos intermediários existentes no mercado e propiciando, além de um produto melhor, uma vida melhor tanto para o campo como para as cidades.

As organizações de agricultores que acompanham a comercialização (CRAPA e a CAPAF) já estão aproveitando este forte apelo dos produtos de

origem mais artesanais e/ou orgânicos e lançaram a marca “Natura – produtos da agricultura familiar do sudoeste do Paraná” e já estão viabilizando o selo orgânico para os seus produtos, sem a intermediação de empresas. Os agricultores estão diferenciando o seus produtos através de uma qualidade específica, buscando segmentos de mercado ou mercados artesanais que por enquanto não estejam sendo atingidos pelas grandes agroindústrias e também utilizando o lado social da viabilização da agricultura familiar como mais uma forma de diferenciação, aproveitando a repercussão do lançamento do PRONAF.

A experiência de comercialização do açúcar mascavo pela CRAPA iniciou em 1995 e, a partir daí, a cada ano houve um aumento da quantidade de açúcar. Aos poucos também eles foram percebendo a existência de alguns problemas que precisavam ser resolvidos. No início era a falta de um local apropriado para guardar o açúcar dentro da unidade de produção, algumas famílias chegaram a armazenar sem cuidados de higiene, em galpões onde costumavam guardar outros produtos. Depois, com a ausência de uma embalagem própria, enchiam qualquer saco, amarravam e enviavam. Além disso, cada associação ou família entregava o produto de um jeito, alguns mais claros, outros mais escuros ou mais úmidos.

Há uma preocupação muito grande com a qualidade, já havendo melhoras significativas, pois os agricultores recebem da CRAPA embalagens para vinte quilos de açúcar, nas quais ele é colocado logo que esfria e depois guardado em um ambiente adequado, até ser levado para a sede da CRAPA. Só aí ele é embalado em pacotes de um quilo, para ser comercializado. A proposta é melhorar a qualidade do produto a cada ano.

“Pra nós entrarmos no mercado direto, nós já sentimos na experiência de três anos, que nós vamos ter que padronizar, ter um produto mais uniforme. A gente pode ter mais de um, dois, três tipos

de açúcar, mas que o consumidor consiga diferenciar, né. E aí, a conclusão que nós chegamos é que nós vamos trabalhar aqui na CRAPA e tentar fazer um local pra reunir todo o açúcar, padronizar e empacotar, né” (R. S.. agricultor e coordenador da CAPAF).

Para que essa qualidade almejada se torne uma realidade, é necessário um bom acompanhamento técnico. Por isso, a CRAPA planeja só comercializar a produção de unidades coletivas para facilitar o controle do padrão de qualidade; também, está providenciando um local mais adequado para receber a produção, classificar e embalar, segundo as exigências da legislação, pois agora o produto sairá embalado com a marca registrada, com o selo de certificação orgânica e com o registro no Serviço de Inspeção Sanitária. Assim, os trâmites burocráticos serão realizados pela CRAPA sem a necessidade de as associações se registrarem separadamente.

Entretanto, é necessário ressaltar que, para muitas famílias, este processo de reconversão só está sendo possível devido ao associativismo, no qual ocorre uma forma de colaboração entre empreendimentos, nos quais algumas etapas de trabalho ou determinados ramos da produção, agregação de valor e comercialização são administrados conjuntamente, ao mesmo tempo em que cada produtor realiza a gestão de sua unidade de forma individual e independente (Posada, 1995). Assim, esta forma de organização é adequada às necessidades dos agricultores de potencializar os fatores terra, capital e trabalho, sem, no entanto, privar as famílias de sua autonomia dentro de sua unidade de produção.

Infelizmente, este processo de reconversão não é a realidade de todas as famílias do município. Muitas estão à margem, havendo algumas que comercializam determinados produtos com muito sacrifício, não conseguindo

suprir as próprias necessidades. Assim, vende-se até mesmo o pouco que é produzido para o consumo doméstico.

“A mandioca é só pra comer, mas às vezes o D. vende pra tia dele, leva pra Capanema uns pacotinhos, mais ou menos o que ela quer né. Mas, é pouco, a maioria é só pra comer” (B. V., agricultora).

Estas famílias enfrentam também outro fator desfavorável na comercialização de *commodities*: a quantidade determinada para a venda é tão pequena, que se não está ainda comprometida com algum comerciante da comunidade, há uma grande dificuldade no seu transporte e comercialização. Isto se agravou com o fechamento de entrepostos da cooperativa em algumas comunidades.

“O feijão nós vendemos sempre a sobra pra cooperativa. Agora este ano fui vender pra cooperativa e ela não estava ali, né? Também, colhemos e eu fui lá no Pinheiro pra vender. Levei de carroça, cheguei lá no Pinheiro e eu não consegui vender o feijão. Mas, como eu levei na trilhagem e o homem disse que precisava do dinheiro pra pagar o óleo do motor, eu e a vizinha ali ficamos a tarde inteirinha e não conseguimos vender. Eu com quatro bolsas e ela também, com bolsa. Sabe o que é você não vender nada? Daí veio um homem e me pediu: a senhora não conseguiu vender o feijão da senhora? Eu disse: não. Daí ele disse: se a senhora levar lá no mercado eu fico com o feijão da senhora. Levamos lá no mercado, o lugar é longe... Mas, nós tínhamos que pagar a trilhagem, porque o rapaz precisava, né?” (B. V., agricultora).

Esta dificuldade de vender aliada à necessidade de saldar dívidas anteriores faz com que a comercialização ocorra com preços menos compensadores.

“Tudo depende da necessidade. Às vezes a gente já está esperando o produto, é colher e vender. Se não tem tanta necessidade, se espera um pouco, pega preço melhor, né? Daí a gente encosta no comércio, só deposita, porque a gente não tem onde deixar aqui” (C. T., agricultor).

Assim, mesmo que o agricultor não precise vender imediatamente, o comerciante sabe que o produto será vendido a ele, pois é ele que está armazenando a mercadoria. Além disso, muitos que confiaram seus produtos dessa forma ficaram sem receber o pagamento quando estes comerciantes passaram por dificuldades ou faliram.

Cientes disso, dentro de suas possibilidades estas famílias também estão buscando formas de obter maior autonomia, tentando, com a organização de seu grupo ou associação, aumentar a escala de produção e diminuir a dependência de alguns intermediários.

“Aqui geralmente acontece assim: têm os comércios, aí vêm os caminhoneiros do Rio Grande do Sul, por exemplo, buscar uma carga, E daí eles saem por aí se batendo. Quando um oferece cinquenta o outro oferece cinquenta e um, pra completar a carga. Daí, no caso, se a gente tivesse uma carga poderia negociar direto e ganhava a parte dos comerciantes. Eles ganham sempre uma margem de cinco, seis reais por saco. E ainda têm os descontos

exagerados que eles fazem, um pouco na balança, um pouco daqui, dali” (C. T., agricultor).

Esta proposta não se efetivou ainda, pois no ano anterior eles tinham se organizado dentro da associação para viabilizá-la na colheita do feijão, mas as chuvas prejudicaram a qualidade, além de causar muita perda. Apesar disto, eles estão buscando soluções dentro da própria realidade, com os recursos disponíveis, embora saibam que há propostas com maior potencial de reconversão.

“Talvez, se a gente tivesse entrado no plantio de maracujá, a gente tivesse chance de estar melhor, mas ninguém tinha recurso” (D. S., agricultora).

Então, cada família avalia as suas condições; aqueles que têm maior disponibilidade de terra, capital, trabalho e organização social podem até iniciar outras atividades mais rentáveis, mas, no caso em que estes fatores são quase inexistentes, tem que se buscar alternativas de uma reconversão espontânea, na qual se busca uma forma de potencializar os recursos já existentes. Assim, as estratégias de uma família tendem a ser sempre diferente de outras que têm as condições internas e externas da unidade de produção também diferenciadas.

3.4 As influências dos agentes externos do município e região

Ao abordar o estudo das estratégias dos agricultores familiares em determinada atividade ou processo, é necessário situar estes agricultores em seu contexto. Este termo implica em considerar a totalidade da rede de relações que influenciam direta ou indiretamente o desenvolvimento das suas atividades.

Sejam elas tanto econômicas, políticas, sociais e culturais. Nelas, intervém uma multiplicidade de atores e instituições que, em maior ou menor medida, exercem as suas influências. Assim, a articulação ou desarticulação entre os distintos componentes de cada espaço sócio-econômico é que marca a direção e o ritmo do desenvolvimento das atividades na unidade de produção (Posada, 1995). Para situar melhor os agricultores de Capanema, realizar-se-á uma rápida incursão sobre os agentes externos situados no município e região, que influenciam suas estratégias.

Assim sendo, passa-se à análise sobre os agentes externos que são as instituições que trabalham com os agricultores familiares, com exceção das entidades consideradas por eles como seus órgãos de representação: o Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Capanema, CRAPA, CAPAF e as associações de pequenos agricultores do município. Portanto, os agentes externos são as instituições públicas (Prefeitura Municipal e EMATER), a ASSESOAR, a Casa Familiar Rural - CFR e os agentes financeiros. Os compradores também podem ser considerados agentes externos, mas como as suas relações com os agricultores já foram discutidas anteriormente não serão mencionadas nesse item.

As instituições governamentais, a ASSESOAR, a CFR e até mesmo a COAGRO e a Terra Preservada assumem que não têm um quadro de funcionários suficiente para atender a todos os agricultores que fazem parte de sua área de abrangência. Assim, a Prefeitura e a EMATER priorizam o acompanhamento aos grupos organizados através de associações de agricultores; a ASSESOAR não está acompanhando mais as unidades de produção, devendo atuar apenas com o grupo de agricultores orgânicos. A CFR atende sem muita continuidade às famílias de seus alunos. A COAGRO e a Terra Preservada acabam selecionando do grupo atendido por elas, através de critérios próprios, as famílias que recebem um acompanhamento mais próximo. O resultado dessa

miscelânea de critérios para a seleção do público de cada instituição é que alguns agricultores são atendidos por vários agentes, outros recebem atendimentos pontuais e a grande maioria simplesmente não recebe acompanhamento de nenhuma delas.

A deficiência do acompanhamento técnico é, pois uma preocupação constante para os agricultores e, por isso, ou eles conseguem entrar no seletivo grupo de alguma instituição ou pagam pela assistência técnica privada ou resignam-se à continuar suas atividades sem qualquer acompanhamento.

O que intensifica as consequências dessa ausência é que estas famílias de agricultores ficam à margem de alguns incentivos que são repassados por estas instituições através de programas que prevêem verbas a fundo perdido e créditos subsidiados.

A Prefeitura Municipal, através de sua secretaria de agricultura, além de auxiliar no repasse dos recursos de programas do governo estadual, está acompanhando, principalmente, duas alternativas de produção: os derivados de cana-de-açúcar e a fruticultura.

O acompanhamento da transformação de cana é realizado em conjunto com a EMATER. As duas instituições organizam anualmente a Feira do Melado e paralelamente incentivam os produtores a entrar ou continuar nesta atividade de forma mais profissional. A Prefeitura está estimulando os grupos de agricultores, auxiliando na instalação de unidades coletivas de transformação de cana, responsabilizando-se pelos custos da construção com projeto, materiais e força de trabalho especializada e os agricultores assumem os custos dos equipamentos, além de auxiliar no momento da construção. A EMATER acompanha a produção da cana, a sua transformação e discute com os agricultores a qualidade e a apresentação do produto. Além disso, as duas instituições estão auxiliando no registro dessas unidades, tanto como pessoa jurídica, como no Serviço de Inspeção Sanitária.

Outro projeto da Prefeitura, realizado em conjunto com a CFR, é a implantação de pomares de frutas tropicais (citros, maracujá, abacaxi e banana) aproveitando o microclima existente nas áreas que margeiam o rio Iguçu. A Prefeitura subsidia a implantação dos pomares através das mudas e os agricultores assumem o restante dos custos com o preparo do local, insumos e força de trabalho. Os agricultores só podem participar deste projeto através de suas associações e o acompanhamento técnico é organizado coletivamente. A Tabela 5 ilustra o andamento deste projeto, que iniciou em 1997.

TABELA 5. Situação do Projeto de Fruticultura no Município de Capanema, 1998.

Frutas	Produtores (nº)	Quantidade de mudas plantadas (unid.)	Área plantada (ha.)
Abacaxi	65	350000	12,0
Banana	06	12000	6,0
Citros	35	7000	17,0
Maracujá	30	13000	13,0

Fonte: Prefeitura Municipal de Capanema

Como pode-se observar na Tabela 5, as áreas disponibilizadas inicialmente para o projeto de fruticultura são mínimas, o que fez com que muitos agricultores resolvessem experimentar esta nova atividade, pois os investimentos não exigiam custos muito elevados. Entretanto, a comercialização da produção será uma prova difícil para os coordenadores do projeto, pois a proposta é que a comercialização seja realizada em conjunto, sendo que nos primeiros anos a Prefeitura coordenará esta ação acompanhada por representantes das associações que, mais tarde, terão que auxiliar os seus grupos.

Os agricultores estão na expectativa pelos resultados da comercialização para resolverem se realmente entram na atividade, aumentando as áreas dos pomares.

Em Capanema há alguns produtores que já comercializam frutas, principalmente citros, entregando no comércio local e nas centrais de abastecimentos de Cascavel e Foz do Iguaçu. Mas os agricultores que integram esse projeto sabem que a comercialização de frutas não é fácil por serem um produto extremamente perecível e com um mercado exigente em qualidade, quantidade e periodicidade. Assim, a proposta de comercialização é vista com receio. Alguns até acreditam na proposta, mas outros estão interessados em conhecer esse processo para, se necessário, comercializar individualmente.

A EMATER, além das ações realizadas com os produtores dos derivados de cana, organiza a Feira Municipal de Capanema, acompanhando também os feirantes para que melhorem a quantidade, qualidade e diversidade das mercadorias. Mas os técnicos admitem não terem como assumir uma atuação mais definida com estes agricultores, dadas as dificuldades de planejamento de trabalho com as interferências das ações priorizadas pelo governo estadual e de outras instituições de dentro e fora do município. Este é um dos fatores para que a feira não tenha se consolidado até hoje: os agricultores não têm o apoio necessário.

Entretanto, alguns agricultores que abandonaram a feira estão utilizando os conhecimentos adquiridos nesta experiência mercantil, para circular com maior agilidade nos comércios locais e regionais comercializando os seus produtos.

A consolidação do município de Capanema como referência em produtos orgânicos, derivados de cana e outros produtos artesanais é uma proposta da Prefeitura e EMATER. Esta proposta acaba sendo o principal ponto de discordância entre estas instituições e as organizações dos produtores (CRAPA e CAPAF) que têm a proposta de uma marca regional, que evidencie a

região sudoeste do Paraná e não os municípios individualmente. Esta discussão divide opiniões entre os próprios agricultores.

Dentro dessa proposta, a Prefeitura está apoiando a Terra Preservada num projeto de construir uma usina de açúcar mascavo de grande porte, em que os agricultores produziram a cana organicamente e a empresa faria a transformação. Este projeto ainda está em discussão, mas é contraditório à proposta de verticalização da produção no âmbito da agricultura familiar que a Prefeitura assumiu quando iniciou o incentivo às unidades coletivas de transformação de cana-de-açúcar para os pequenos grupos de agricultores.

A ASSESOAR atua na região em conjunto com as organizações de produtores, tendo sido esta instituição a que iniciou as primeiras discussões sobre a agricultura orgânica no município. No momento ela está viabilizando a certificação dos produtos orgânicos que serão comercializados com a marca “Natura” no país, assessorando os agricultores nos contatos com a organização internacional que certificará os produtos destinados à exportação, além de estar organizando o acompanhamento técnico e obtenção de insumos em conjunto com a CRAPA. Com isso facilita-se a exportação dos produtos orgânicos através de empresas até mesmo não especializadas além de possibilitar a distribuição dos produtos no mercado nacional através da própria CRAPA, oferecendo aos agricultores uma opção alternativa de venda de seus produtos à Terra Preservada.

Esta organização tem grande inserção nas comunidades onde há uma maior expressão de agricultores que participam de entidades como o STR, CAPAF, CRAPA, CRESOL. Inclusive, muitos estão nessas entidades devido ao constante trabalho de formação coordenado pela ASSESOAR em conjunto com suas próprias organizações. Nessa formação analisam-se as questões cotidianas das famílias dos agricultores objetivando a ampliação de sua visão política. As suas diretrizes são traçadas pelos próprios agricultores que são a sua base, e como

não há uma troca constante de objetivos e metas, como ocorre com as instituições públicas, a sua atuação consegue ser mais efetiva no município, apesar de sua abrangência ser regional e sua sede ser em Francisco Beltrão.

Os agricultores estão tentando outra opção, além dos recursos a fundo perdido, para custear os seus projetos de reconversão através dos créditos subsidiados pelo PRONAF, disponibilizados pelos agentes financeiros. Para agilizar os pedidos de financiamento para os quais os bancos oficiais alegam dificuldades de atendimento, os agricultores do município têm mais duas alternativas que são as cooperativas de crédito CRESOL e SICRED.

A SICRED é uma cooperativa de crédito que foi criada no município por iniciativa da COAGRO e que atualmente está coligada a um banco cooperativo (Vale, 1998). A CRESOL é uma iniciativa do STR e outras organizações dos agricultores familiares integradas com outras cooperativas de crédito da região através da CRESOL-BASER - Cooperativa Central de Base de Serviços do Sistema CRESOL conveniada com o Banco do Brasil e BRDE (CRESOL, 1997; Pedron, 1997). Ambas tentam facilitar as relações dos agricultores com o sistema de crédito, que antes eram intermediadas pelos bancos oficiais e sempre muito difíceis, pois a busca pela segurança bancária dificultava em muito o acesso dos agricultores menos capitalizados, mesmo que seus projetos técnicos fossem viáveis (Boletim do DESER, 1997).

Com isso, famílias de agricultores que há muitos anos não tentavam obter um crédito no banco para o custeio de suas lavouras, já o estão utilizando através das cooperativas de crédito. Quando se fala em investimentos para a agroindústria, o PRONAF ainda é um processo bastante truncado²⁰, mas, alguns

²⁰ Em 17 de junho de 1998, o Banco Central regulamentou a Linha de Crédito de Investimento para a Agregação de Renda à Atividade Rural – AGREGAR, como uma linha de crédito do PRONAF, mas, esta foi extinta e no seu lugar foi criada a linha especial de investimento em agroindústrias - PRONAF Agroindústrias que em seu primeiro ano, terá seus recursos direcionados apenas a alguns projetos pilotos selecionados pelo Ministério da Agricultura (DESER, 1998 b).

agricultores do município - devido à sua organização – no final de 1998 já estavam com os projetos prontos para receber o crédito de investimentos destinado a promover o aumento da produtividade (DESER, 1998a) e preparando o restante dos projetos pelo PRONAF Agroindústria.

Assim, estas diferentes propostas oriundas das instituições que trabalham com os agricultores do município e as suas organizações geram alguns conflitos e dispersam o planejamento conjunto que poderia potencializar a estrutura existente, havendo assim um trabalho menos seletivo, com maior abrangência de famílias e atividades mais diversificadas.

Os agricultores e suas organizações estão constantemente avaliando as estratégias desses agentes externos para também poder construir as suas próprias estratégias e atingir os seus objetivos de reprodução social, avançando em sua luta pela conquista de uma maior autonomia.

3.5 A agricultura familiar e suas especificidades na comercialização

A agricultura familiar tem algumas especificidades as quais determinam certos comportamentos dos agricultores em relação à sociedade em que vivem, ao mesmo tempo em que influenciam as suas estratégias de comercialização.

3.5.1. A família

As atividades produtivas e não produtivas são indivisíveis, pois a unidade de produção é também o local onde vivem as famílias e o trabalho é realizado majoritariamente pela força de trabalho desta família, a qual define as suas estratégias segundo seus pontos de vista e não os de um grupo de empresários que visam apenas o lucro. Para que as atividades da família sejam bem sucedidas, além do desenvolvimento econômico, elas precisam responder

às necessidades e aspirações dos seus membros e à sua reprodução como grupo doméstico (Gasson & Errington, 1993).

A partir desta constatação, é fácil perceber porque o fator segurança é tão importante para esses agricultores; os riscos devem ser muito bem dimensionados no momento de definir novas estratégias. O agricultor pode até se arriscar, desde que haja alguns elementos que garantam minimamente a manutenção da família, pois os agricultores não realizam alterações drásticas no seu sistema de produção, sempre mantendo algumas atividades que, mesmo não tendo altos rendimentos sejam garantidas, como a produção de grãos ou a integração contratual com as agroindústrias. Além disso, a nova atividade é assumida cautelosamente, com um certo sentido de experimentação, sendo escolhida porque já a conhecem um pouco através da produção para o consumo doméstico ou por conhecer a experiência de outra família e também por poder realizá-la paralelamente a outras atividades já consolidadas na sua unidade, ocupando meios de produção e força de trabalho disponíveis naquele momento.

A diversificação dos produtos comerciais com os de consumo doméstico, previne a família de perdas na produção que sejam fatais pela sua dimensão, garantindo parte do consumo familiar e possibilitando a alternatividade.

Segundo Lovisolo (1989: 141), o efeito paradoxal da diversificação comercial, está em que, apesar de proteger o produtor de preços relativos desfavoráveis ou de perdas ocasionadas por intempéries climáticas “que incidem com maior força quanto menor o leque dos produtos ofertados”, numa conjuntura de boa produção e preços altos, ela “determina que a quantidade oferecida no mercado seja baixa”, impossibilitando ganhos maiores. Os agricultores sabem disso, e a partir do momento que vão sentindo maior segurança nos rendimentos de uma determinada atividade, chegam a aumentar a sua área e disponibilizar mais capital e trabalho nela. Porém, nenhum agricultor

do município aposta em uma só atividade, pois “para coincidirem boa produção e preços altos, é necessária uma constelação de fatores que não são controladas pela unidade”.

Neste sentido, Abramovay (1992) comenta a obra de Michael Lipton, quando ele afirma que os agricultores não optam por maximizar seus lucros em situações em que ganhos adicionais seriam eventualmente possíveis, caso haja em torno deles o risco de perdas que impliquem a redução do produto aquém da subsistência. Mas, alerta para a necessidade de se contextualizar o ambiente social onde estão inseridos estes agricultores. Além disso, todos os atores sociais envolvidos no processo produtivo tentam amenizar o risco, não só a agricultura familiar. A agricultura patronal diversifica suas formas de investimentos (especulação imobiliária, outras empresas, etc.).

Além da segurança econômica, há a preocupação com a saúde e o conforto da família quando isto é possível. Verifica-se este fato na resistência de alguns agricultores em continuar na atividade do fumo devido ao perigo de intoxicações com agrotóxicos, à mudança para o sistema de produção orgânico, à compra de equipamentos para diminuir o desgaste da família nas atividades do dia-a-dia e também na busca de um retorno econômico que além de propiciar a sua reprodução social, proporciona uma melhoria nas condições de vida da família.

Assim, é possível verificar um padrão geral de comportamento racional que busca o retorno do capital aplicado, combinado com o bem-estar da família. Esta característica poderá ser observada em toda a gama de comportamentos assumidos pelos agricultores para implementar as suas estratégias.

3.5.2 Comercialização individual e coletiva

A opção dos agricultores em investir comercialmente em um novo produto deixa uma importante interrogação: como o agricultor define qual atividade será desenvolvida de forma coletiva ou individual? Neste estudo percebem-se alguns critérios utilizados para tomar essa decisão, mas estes, provavelmente, não serão os únicos.

Os produtos vendidos como *commodities*, os quais vender um ou mil sacos não determina diferenças nos preços recebidos, geralmente são produzidos e comercializados individualmente. Isto pode mudar, se houver a possibilidade de diminuir os custos do frete ou eliminação de algum intermediário, como a proposta de fechar as cargas de feijão para entregar diretamente ao caminhoneiro ou, até mesmo, se ocorrer uma pressão por qualidade e escala de produção por parte das empresas compradoras, como começa a ocorrer com o leite, que está gerando a proposta do condomínio de leite e algumas outras formas de entrega coletiva que já estão sendo discutidas entre algumas famílias.

A produção e/ou comercialização coletiva ocorre mais nos produtos em que há a agregação de valor antes da venda, através da transformação ou classificação e embalagem e direcionados para o mercado interno. Estes produtos necessitam de maiores investimentos de capital e força de trabalho, além de exigir uma certa escala de produção e um conhecimento maior para intervir no mercado com mais qualidade.

Ribeiro (1994), estudando as associações de Minas Gerais, coloca que exceto as experiências dos assentamentos e ocupações, as outras experiências coletivas de produção ocupam apenas uma fração do tempo dos agricultores, pois é uma “ação complementar” às explorações agrícolas individuais. A comercialização conjunta, por sua vez, é muito difícil de colocar em prática, pois a realidade impõe barreiras que vão desde as negociações internas das condições

de venda, passando pela necessidade da entrada no mercado com uma oferta regular e sistemática, até o desconhecimento das regras, normas e especificações do grande mercado que são diferentes daquelas que vigoram na comunidade, entre parentes e vizinhos.

Assim, a produção e comercialização coletiva, como a individual, se inicia em produtos considerados periféricos nos investimentos e rendimentos das famílias, e só a partir de sua evolução vão tomando uma parcela maior. No município há experiências coletivas que iniciaram com investimentos consideráveis, mas, que ou o grupo já tinha uma boa caminhada na produção individual e já exercia outras atividades sociais há mais tempo e/ou foi receptivo ao incentivo de investimentos externos para diminuir os seus custos.

Há vários grupos que estão reformulando as associações surgidas através do incentivo das políticas públicas e se reestruturando com um número menor de famílias que têm entre si uma afinidade gerada pelo parentesco ou pela convivência de muitos anos, em que a reciprocidade sempre foi uma constante. Assim, apesar de alguns alegarem que estes grupos se uniram por terem atividades econômicas em comum, o que se percebe é que não é exatamente este o ponto que dá origem ao trabalho conjunto.

“A comercialização coletiva se dá quando tem uma boa discussão política, e aí essa discussão política atribui uma confiança entre os agricultores e aí, tipo assim, na nossa associação, nós há três, quatro anos vendemos feijão no conjunto, né? E vinha aí o caminhoneiro, juntava, levava pra CRAPA e depois se virava, então nesse sentido. Agora pensar que nós vamos fazer comercialização coletiva juntando agricultores aqui, outro ali e outro lá, não funciona” (V. Z., agricultor).

Ribeiro (1994: 44) afirma que “a associação não é uma organização estritamente econômica”, é uma atividade política que “incorpora o simbólico, o cultural e centenas de outras mediações que ultrapassam o viés estreito de uma interpretação economicista”. Então, para que esta associação seja uma realidade, é necessário que existam condições básicas para a sua estruturação, sendo que a principal delas é a confiança, que é constituída no dia-a-dia da comunidade.

3.5.3 Reciprocidade e capital social

Observando os grupos existentes em Capanema, principalmente aqueles que já estão numa estratégia coletiva há alguns anos, verifica-se que há algo que os aglutina, que vai além dos interesses simplesmente econômicos: é a concretização da reciprocidade através de uma discussão política, onde o que interessa não são apenas os interesses pessoais e do grupo.

“P: E como vocês dividem a renda?”

S.T: Partes iguais.

P: Independente de quem está ajudando ou quem tem mais gente na família?

S.T: É muito parecido, é tudo a mesma coisa. Os que não tão aqui, tão numa luta que a gente também acredita. É porque nós temos combinações ideológicas, é a harmonia, nós podemos até discutir e brigar, mas a harmonia é igual” (P., pesquisadora; S. T., agricultor).

Este é o reflexo da luta das famílias dos agricultores pelos seus ideais desde que chegaram na região para conseguir a sua terra, participando da Revolta de 1957. Mesmo aqueles que chegaram depois tiveram que lutar pela sua área. Este era apenas o começo, pois continuaram buscando a sua própria

organização para conquistar os seus direitos sociais e até hoje as suas vidas são o retrato de um processo constante de luta.

Segundo DESER (1993:19) “o processo histórico de constituição das organizações populares no campo na região sudoeste, mostra uma rica trajetória de experiências organizativas dos agricultores familiares. Esse acúmulo de vivências se reflete diretamente na dinâmica que imprime à organização política dos diferentes agentes sociais que se entrecruzam no cenário das lutas sociais desenvolvidas na região”.

Potencializando os princípios de trocas existentes nas comunidades rurais, os agricultores da região estão discutindo o associativismo desde os anos 1960, com as atuações das agências governamentais, da ASSESOAR, da Igreja e dos sindicatos de trabalhadores rurais. Esses agentes que auxiliaram na formação de várias associações de agricultores continuam atuando no município de Capanema, que possui mais de 50 associações organizadas nas comunidades rurais (Prefeitura Municipal de Capanema, 1998).

Algumas ações foram melhor sucedidas que outras, mas estas, mesmo ocorrendo paralelas e não integradas, permitiram que houvesse uma formação política mais efetiva nos agrupamentos de famílias. Poucas associações formadas anteriormente não conseguiram continuar ativas, porém muitas estão se reestruturando para haver uma participação mais efetiva das famílias, como ocorre em algumas associações mais consolidadas existentes no município.

Para Putnam (1996: 177), a “cooperação voluntária é mais fácil numa comunidade que tenha herdado um bom estoque de capital social sob a forma de regras de reciprocidade e sistemas de participação cívica²¹”. O capital social apontado pelo autor diz respeito a “características da organização social, como

²¹ Putnam (1998: 101) afirma que numa comunidade cívica, a cidadania se caracteriza primeiramente pela participação nos negócios públicos, em que os cidadãos não são abnegados, mas buscam o bem público à custa do interesse puramente pessoal.

confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas”.

Muitos agricultores participam de suas associações e de várias outras entidades do município desde as religiosas, STRs, CRAPA, CAPAF, CRESOL, conselhos municipais, entre outras, fazendo com que eles tenham uma formação que os torna melhor preparados para participar de uma coletividade.

Esta participação política e a identidade entre as famílias existente em muitas comunidades rurais criam um componente altamente produtivo do capital social, a reciprocidade, já comentada anteriormente. Mas Putnam (1998: 182) tem uma síntese de Michael Taylor que expõe com muita propriedade este sistema.

“Numa sistema de reciprocidade, todo ato individual geralmente se caracteriza por uma combinação do que se poderia chamar de altruísmo a curto prazo e interesse próprio a longo prazo: eu te ajudo agora na expectativa (possivelmente vaga, incerta e impremeditada) de que me ajudarás futuramente. A reciprocidade é feita de uma série de atos que isoladamente são altruísticos a curto prazo (beneficiam outrem à custa do altruísta) mas que tomados em conjunto normalmente beneficiam todos os participantes”

Esses atos são possibilitados pela racionalidade econômica dos agricultores que visa, ao invés de uma taxa de retorno competitiva e/ou um processo de acumulação, maximizar o fluxo de renda total gerada pela atividade, de tal forma a permitir, em primeira instância, a reprodução do produtor e de seu núcleo familiar e, em seguida, a manutenção da atividade (Cacciamali, 1991). Mesmo porque a organização da produção baseada no próprio trabalho, em geral, não permite a acumulação.

A integração vertical com a apropriação do processo de comercialização por parte dos agricultores é a busca por assumir sistematicamente o controle de todos os focos institucionais e tecnológicos de dependência em relação à sociedade existente dentro de sua comunidade e região. As famílias reclamam o seu reconhecimento enquanto agricultores familiares e atores em seu próprio mundo, com suas respostas práticas e estratégicas às circunstâncias específicas que lhes são apresentadas. A vontade de eliminar os intermediários “provém da sua vontade firme de seguir a coisa que produzem e da sensação aguda de que o seu trabalho é revendido sem que eles próprios participem do lucro” (Mauss, 1988: 187). A comercialização direta, mais que estratégia, é a forma encontrada pelas famílias de agricultores de conhecerem aqueles que vão consumir o produto, no qual se cristaliza mais que um tempo de trabalho da família, uma parte de cada um, a vida de cada membro da família e mostrar isso a eles.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do estudo dos agricultores familiares do município de Capanema percebeu-se que o campesinato ainda está presente em algumas comunidades, onde estes estão periféricos aos movimentos mais gerais do mercado comercializando alguns produtos “com a marca da alternatividade” e marginalizados pelas políticas governamentais.

Os agricultores familiares integrados aos mercados através da cooperativa e de agroindústrias e que incorporaram os avanços técnicos da agricultura “moderna”, não estão conseguindo obter os rendimentos necessários para se manterem, produzindo apenas produtos indiferenciados, pois o capital e a área de terra são constantes e os preços recebidos por estes produtos não são compensadores, sendo os seus compradores que lhes agregam valor.

Entretanto, os agricultores não abandonam estas atividades que representam a sua segurança, por controlar todos os elementos de sua produção, com exceção das adversidades climáticas e, além disso, têm a comercialização garantida. Assim, são estes produtos que dão o suporte necessário para se experimentar novas opções que possam resultar em maiores rendimentos por área de terra.

A produção de leite é a forma encontrada por algumas famílias para diversificar a sua produção sem alterar muito a sua estrutura, utilizando os mesmos conhecimentos da produção doméstica e sendo conduzida por uma força de trabalho diferente das lavouras, priorizando a participação de mulheres e crianças nesta atividade. É claro que os agricultores da região ainda estão na fase transitória entre o sistema de produção doméstica e a comercial, quando este processo ainda é possível; mesmo assim esta pequena produção proporciona uma receita possível que garante boa parte da manutenção da família e da unidade de produção, pois os custos de produção são baixos.

A agregação de valor ao produto sem mudar de atividade e além disso, melhorar a qualidade de vida de sua família e dos consumidores, é a vantagem encontrada por aqueles que optaram pela produção orgânica de soja, milho, feijão e trigo. Entretanto, este sistema de produção exige conhecimentos tecnológicos e maior disponibilidade de força de trabalho. Muitos agricultores estão colocando em prática conhecimentos tradicionais remanescentes de períodos anteriores à invasão dos produtos químicos na agricultura associados com as novas tecnologias.

A comercialização destes produtos necessita da certificação orgânica e um mercado diferenciado para poder receber o adicional existente ao preço do produto convencional, o que exige a presença de uma empresa ou outra estrutura que a viabilize. Os agricultores conseguiram viabilizar a estrutura própria para a certificação, além daquela possibilitada pela empresa que já existe no município. Quanto ao mercado, as organizações dos agricultores ainda dependerão de outras empresas, pelo menos para a exportação da soja orgânica. Os outros produtos citados, mais o açúcar mascavo e as frutas serão comercializados pela CRAPA no mercado nacional.

A transformação dos produtos dentro da unidade de produção ou em suas proximidades foi a forma encontrada para manter com a família os valores que, em geral, são agregados por agentes intermediários, exigindo investimentos maiores, principalmente quando o processo é realizado por uma só família. Os conhecimentos necessários para a transformação do produto influenciam a escolha da atividade, pois os produtos selecionados são aqueles que fazem parte da história destes agricultores ou de outras famílias próximas que possam repassar as suas experiências, como é o caso do açúcar mascavo, dos salames, das cucas, entre outros. As famílias aperfeiçoaram os seus conhecimentos e sua organização no trabalho para iniciar a produção em grande quantidade e para dar uma boa apresentação ao produto.

Quando se produz coletivamente, as exigências em conhecimentos, qualidade do produto, procedimentos legais e, sobretudo, em organização são muito maiores. Os produtos precisam ganhar maior visibilidade no mercado, pois as quantidades produzidas exigem uma maior elaboração das estratégias de comercialização.

Os produtos transformados, as frutas, verduras e frangos mistos são comercializados nos comércios locais, através das feiras semanais e do Melado, a domicílio e, no caso do açúcar mascavo, também através da CRAPA. Estas relações fazem com que o produtor se aproxime dos consumidores, promovendo um aprendizado sobre as preferências deles, que propiciam a melhora gradativa da qualidade de seu produto.

A escolha das atividades a serem desenvolvidas nas unidades de produção e o volume destas dependem da necessidade de consumo das famílias. As famílias que têm um grande número de consumidores, mesmo que estes não possam ser consideradas como força de trabalho (crianças pequenas, idosos e doentes), precisam de atividades que tragam rendimentos suficientes para a manutenção de toda a família e, futuramente, a sua reprodução social.

Alguns agentes não conseguem entender a hesitação de algumas famílias em assumir uma nova alternativa. Eles acham que isso se deve à resistência à mudança dos agricultores, sem compreender a organização existente na propriedade, que precisa ser totalmente reavaliada e rearranjada, caso se opte por uma nova atividade; e nem sempre isso é possível devido a algumas características da família ou do ambiente e da disponibilidade de capital.

Em geral, o início de novas atividades ocorre gradualmente, com uma pequena aplicação de capital, sem tirar áreas maiores das lavouras praticadas e com a utilização de força de trabalho em períodos diferenciados dos momentos de auge de seu uso. A partir do momento que conseguem dominar os elementos da produção e comercialização, começa-se a aumentar o dispêndio dos fatores de

produção nesta nova atividade. Mas a família sempre tenderá à diversidade; por isso, por melhor que sejam os seus resultados, esta nunca será a única atividade da unidade de produção, pois o controle dos preços e das adversidades da natureza não estão nas mãos dos agricultores.

Com a entrada destas novas atividades, principalmente aquelas que prevêm a transformação do produto dentro da unidade de produção, as mulheres estão assumindo gradualmente maiores responsabilidades nas atividades voltadas ao comércio. As mulheres não ficam mais apenas com os produtos domésticos, entrando cada vez mais no setor antes considerado de responsabilidade masculina, de comercialização. Algumas atividades antes centralizadas pelas mulheres, por serem ambientadas na cozinha como a fabricação de pães, bolachas e cucas, quando começam a trazer retornos econômicos significativos para a família, recebem trabalho masculino também.

As principais dificuldades enfrentadas para se implementar uma agroindústria de pequeno porte foram: a falta de acompanhamento técnico, a tecnologia e a legislação vigente voltada para as agroindústrias de grande porte, a ausência de linhas de crédito e a dificuldade de se organizar enquanto grupo para efetivar uma atividade econômica.

A localização da unidade de produção é importante para avaliar a viabilidade da comercialização no mercado local de determinada forma ou produto; as unidades distantes da sede do município têm custo elevado para transportar o produto até o mercado comprador.

As estratégias utilizadas para a distribuição, promoção e apresentação do produto no mercado local, e fora deste limite são bastante diferenciadas. No mercado local muitas se confundem com as estratégias de distribuição e com as relações dos produtores com os consumidores que são o seu principal meio de divulgação.

Fora dos limites locais, a concorrência se acirra pela presença de produtos oriundos das grandes indústrias de alimentos, necessitando haver uma forma de diferenciar os produtos. Assim, os agricultores apresentam duas formas de atingir alguns segmentos de mercado: valorizando as características artesanais do produto e produzindo-os de forma totalmente orgânica. Além disso, há o apelo social, deixando claro na embalagem do produto que ele está auxiliando para a manutenção das famílias de agricultores no campo.

Os diferentes agentes externos do município e região, que trabalham com os agricultores têm propostas diferenciadas, que não são compatibilizadas para proporcionar um acompanhamento e, conseqüentemente, resultados mais efetivos.

Na unidade de produção, as unidades produtivas e não produtivas são indivisíveis, pois é o local onde vive a família e é esta que realiza majoritariamente o trabalho necessário para a produção. Assim, para que as atividades sejam consideradas bem sucedidas, além do desenvolvimento econômico, estas precisam responder às necessidades e aspirações dos membros da família e à sua reprodução social. Por isso, as famílias de agricultores não optam por maximizar seus lucros, caso haja em torno dos ganhos adicionais o risco de perdas que impliquem a redução da produção aquém da subsistência. Assim, verifica-se um padrão de comportamento que busca o retorno do capital aplicado, combinado com a minimização dos riscos e o bem-estar da família.

A produção e/ou comercialização coletiva ocorre mais em produtos periféricos ou em novas atividades nos quais o trabalho grupal possibilite a adição de algum valor ao produto. Além disso, um fator imprescindível é a capacidade das famílias de trabalharem coletivamente, conquistada no dia-a-dia da comunidade, através da potencialização da reciprocidade.

A reciprocidade existente entre as famílias de agricultores cria uma identidade entre elas, incompreensível para aqueles que tentam entendê-la

apenas pelo viés econômico, pois determina uma relação de troca que não vê a família vizinha como concorrente em um negócio, mesmo que estejam atuando na mesma atividade. Quando a reciprocidade é fortalecida pela participação dos agricultores em associações ou entidades representativas, eles têm maior preparo para participar de uma coletividade.

Os agricultores familiares estão em busca de sua autonomia. A integração vertical é consequência das estratégias de controle dos focos de dependência em relação a outros agentes da sociedade. A comercialização de seus produtos é uma forma de valorizar o resultado do trabalho de sua família, mostrando ao consumidor com orgulho, que aquele produto é uma parte de sua história, uma parte da vida de sua família. Assim, ele busca alcançar o seu papel de sujeito nesse processo.

Assim, o presente estudo analisa a definição das estratégias de comercialização, acompanhando a trajetória das famílias e de seus produtos desde a escolha da atividade, o processo de produção e agregação de valor até a relação final com os consumidores. Entretanto, há vários aspectos desta última etapa da comercialização propriamente dita que necessitariam ser retomados em outros estudos, como a relação dos produtores com os consumidores de seus produtos. Como eles se vêem? Até que ponto essa relação é “personalizada”? Qual a influência do apelo social a favor da fixação dos agricultores familiares no campo? Como é a relação entre os meios rural e urbano intermediada por um produto?

Com relação a atuação dos agentes de desenvolvimento governamentais e não governamentais, poderiam ser estudadas as influências das diferentes intervenções na comercialização.

Outro tema que surgiu no decorrer do estudo é o capital social. Seria muito enriquecedor estudar a sua formação na região a partir da participação das

famílias de agricultores nos vários momentos históricos da região sudoeste do Paraná.

Concluindo, é importante destacar que este trabalho foi realizado num momento em que muitas famílias estão iniciando a integração vertical. Seria importante dar continuidade a esta pesquisa para a obtenção de informações sobre os resultados tanto das estratégias dos agricultores de inserção no circuito curto como as de mercado local iniciadas neste estudo e as estratégias de circuito longo que ainda estão sendo incorporadas, principalmente pela proposta de rede da CRAPA. Esta seria uma importante contribuição para a elaboração de políticas de desenvolvimento mais efetivas para a agricultura familiar desta região e, talvez, de tantas outras semelhantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo/Rio de Janeiro/Campinas: Hucitec/ANPOCS/Editora da UNICAMP, 1992. 275p.
- ABRAMOVAY, R. **Transformações na vida camponesa: o sudoeste paranaense**. São Paulo: USP, 1981. 274p. (Dissertação - Mestrado em Ciências Sociais)
- AGUIAR, R. C. **Saber camponês e mudança técnica: um estudo de caso junto a pequenos produtores do bairro de Cardoso, Poço Fundo, MG**. Lavras: ESAL, 1992. 148p. (Dissertação – Mestrado em Administração Rural).
- ALENCAR, E. **Paradigma, ontologia, epistemologia, metodologia e método**. Lavras: UFLA, 1998. 15p. Apostila.
- ASSESOAR/DESER. **Caracterização e diagnóstico dos sistemas de produção do sudoeste do Paraná**. Francisco Beltrão: ASSESOAR. 1994. 103p.
- BOLETIM DO DESER. **Manual do Pronaf**. Curitiba: DESER, n.84, set. 1997. Número especial.
- BORDIEU, P. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990. 234p.
- BOSERUP, E. **Evolução agrária e pressão demográfica**. Tradução de Oriowaldo Queda e João Carlos Duarte. São Paulo: Hucitec/Polis, 1987. 141p. Tradução de: *The Conditions of Agricultural Growth*.
- BRANDÃO, C. R. **O ardil da ordem: caminhos e armadilhas da educação popular**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1986. 115p.
- BRUM, A. J. **Modernização da agricultura: trigo e soja**. Petrópolis: Vozes, 1988. 200p.
- CÁCERES, D. M. **Estrategias campesinas en sociedades rurales contemporaneas**. *Revista de la Facultad de Agronomía, Buenos Aires*, v.15, n.1, p.67-72, 1995.

- CACCIAMALI, M. C. As economias informal e submersa: conceitos e distribuição de renda. In: CAMARGO, J. M.; GIAMBIAGI, F. **Distribuição de renda no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991. p.121-43.
- CAMPOMAR, M. C. Do uso de “estudo de caso” em pesquisas para dissertações e teses em administração. **Revista de Administração**, São Paulo, v.26, n.3, p.95-97, jul/set. 1991.
- CÂNDIDO, A. **Os parceiros do Rio Bonito: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida**. 7. ed. São Paulo: Duas Cidades, 1987. 284p.
- CHAYANOV, A. V. **La organización de la unidad económica campesina**. Tradução de Rosa Maria Rússovich. Buenos Aires: Ediciones Nueva Vision SAIC, 1974. 342p.
- CHAYANOV, A. V. Sobre a teoria dos sistemas econômicos não capitalistas. In: GRAZIANO DA SILVA; STOLCKE V. **A questão agrária**. São Paulo: Brasiliense, 1981. p. 133-163.
- COAGRO – Cooperativa Agropecuária Capanema Ltda. **Relatório: exercício 1997**. Capanema, 1997. 14p.
- CRESOL. **O crédito da agricultura familiar: ano base 1996**. Francisco Beltrão: CRESOL-BASER, 1997. 34p.
- CRUZ NETO, O. O trabalho de campo como descoberta e criação. In: MINAYO, M. C.de S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 4 ed. Petrópolis: Vozes.1995, p.51-66.
- DAMATTA, R. **A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. 4.ed.ver.aum. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1991. 177p.
- DENARDI, R. A. **Algumas considerações sobre a importância das cooperativas do PIC no desenvolvimento agrícola das regiões oeste e sudoeste do Estado do Paraná**. Curitiba: UFPR, 1989. 24p. (mimeografado).
- DESER. **Movimentos sociais no campo na região sudoeste do Paraná: avaliação e perspectivas**. Francisco Beltrão: ASSESOAR/CRAPA/CUT, 1993. 78p.

- DESER. Novas medidas implementadas para o Pronaf ficam aquém do negociado no Grito da Terra – 98. **Boletim do DESER**, Curitiba, n. 94, p.3-5, ago. 1998a.
- DESER. Pronaf e as medidas governamentais para a safra 98/99. **Boletim do DESER**, Curitiba, n.92, p.3-10, jul. 1998b.
- FORMAN, S. **Camponeses: sua participação no Brasil**. Tradução por: Maria Isabel Erthal Abdenur. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979. 340p. Tradução de: The Brazilian peasantry.
- GARCIA JR., A. R. **O sul, caminho do roçado: estratégias de reprodução camponesa e transformação social**. São Paulo: Marco Zero; Brasília: Editora UNB/MTC/CNPQ. 1989. 285p.
- GASSON, R.; ERRINGTON, A. New perspectives on the farm family business. In: **Conference of the agricultural economics society**, New College, Oxford, 1993. 19p. (mimeo).
- GOMES, I. Z. **1957: a revolta dos posseiros**. Curitiba: Criar, 1986. 121p.
- GOMES, R. Análise de dados em pesquisa qualitativa. In: MINAYO, M. C. de S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 4 ed. Petrópolis: Vozes. 1995, p.67-80.
- GRAZIANO DA SILVA, J. A gestão nas políticas na agricultura brasileira moderna. In: VIEIRA, G. **Política agrícola**. Lavras: ESAL/FAEPE, 1989. p.61-81.
- GRAZIANO DA SILVA, J. **Agricultura sustentável. Agricultura Sustentável**. Jaguariúna: CNPMA-EMBRAPA, jan-abr. 1994. Entrevista.
- GRAZIANO DA SILVA, J. **A modernização dolorosa: estrutura agrária, fronteira agrícola e trabalhadores rurais no Brasil**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. 192p.
- IBGE. **Contagem da população 1996**.

- KAGEYAMA, A.; BUAINAIM, A. M.; GRAZIANO DA SILVA, J. et al. O novo padrão agrícola brasileiro: do complexo rural aos complexos agroindustriais. In: DELGADO, G. C.; GASQUES, J. G.; VILLA VERDE, C. M. Agricultura e políticas públicas. Brasília: IPEA, n. 127, 1990, p.113-253.
- KATZ, D.; KAHN, R. Psicologia social das organizações. São Paulo: Atlas, 1978. 551p.
- KAUTSKY, K. A. A questão agrária. Porto: Portucalense editora. 1972.
- LAMARCHE, H. (coord.). A agricultura familiar: comparação internacional. Tradução de Angela Maria Naoko Tijiwa. Campinas: Editora da UNICAMP, 1993. 336p. Tradução de: L'agriculture familiale.
- LAZIER, H. Análise histórica da posse da terra no sudoeste paranaense. Curitiba: SECE/BPP, 1986. 194P.
- LOVISOLO, H. R. Terra, trabalho e capital: produção familiar e acumulação. Campinas: Unicamp, 1989. 231p.
- MARX, K. O capital: crítica da economia política. Tradução de Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. 2. Ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985. 301p. Tradução de: Das kapital: kritik der politischen ökonomie.
- MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. Tradução de António Filipe Marques. Lisboa: Edições 70, 1988, 209p. Tradução de: Essai sur le don.
- MINAYO, M. C. de S. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 1995. 80p. (Coleção Temas Sociais). Cap.I: Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social, p.7-29.
- MOURA, M. M. Os herdeiros da terra: parentesco e herança. São Paulo: Hucitec, 1978. 100p.
- MÜLLER, G. Complexo agroindustrial e modernização agrária. São Paulo: Hucitec, 1989.
- PAULA, N. M. de. Os camponeses e a intermediação comercial: um estudo sobre as relações mercantis dos pequenos produtores do Sudoeste Paranaense. Rio de Janeiro: UFRRJ, 1983. 249p. (Dissertação - Pós-graduação em Desenvolvimento Agrícola).

PAULILO, M. I. S. O peso do trabalho leve. *Ciência Hoje*, Brasília, v.5, n.28, p.64-70, jan-fev. 1987.

PAULILO, M. I. S. **Produtor e agroindústria: consensos e dissensos.** Florianópolis: UFSC/ Secretaria de Estado da Cultura e do esporte. 1990. 182p.

PEDRON, F. Sistema CRESOL e BRDE assinam acordo. *Cambota*. Francisco Beltrão, jun. 1997. n.232, p.4.

POSADA, M. G. Imperativos econômicos e condutas sociais: estratégias de ajuste do coletivo agrário pampeano. *Cadernos do CEAS*, Salvador, n. 160, p. 17-36, nov-dez. 1995.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAPANEMA. **Capanema: perfil sócio-econômico municipal.** Capanema: SECE/DC, 1995. 28p.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAPANEMA. **Plano de Desenvolvimento Rural.** Capanema: P. M. de Capanema, 1998. 82p.

PREZOTTO, L. L. **Agroindústria de pequeno porte: instrumento para o desenvolvimento local e a agricultura familiar.** Brasília: MA/SDR/PNFC, 1997. 49p.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia : a experiência da Itália moderna.** Tradução de Luiz Alberto Monjardim. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1996, 257p. Tradução de: *Making democracy work: civic traditions in modern Italy.*

QUEIROZ, M. V. de. **Messianismo e conflito social: a guerra sertaneja do Contestado: 1912-1916.** 2. ed. São Paulo: Ática, 1977. 325p.

RECH, D. **Como constituir uma sociedade civil sem fins lucrativos.** Rio de Janeiro: Instituto Apoio Jurídico Popular – FASE, 1989. 39p.

RIBEIRO, E. M. **Fé, produção e política: experiências associativas de camponeses em Minas Gerais.** São Paulo: CPT/Edições Loyola, 1994. 67p.

RIBEIRO, E. M. **Fazenda Pica Pau, Miradouro, Minas Gerais: estudo sobre a família, o trabalho e a reprodução de agricultores familiares da Zona da Mata de Minas Gerais.** Belo Horizonte, 1992. 112 p. (mimeografado).

- RIBEIRO, S. Elementos para uma elaboração sobre o papel das ONGs na agricultura sustentável. In: ALMEIDA, J.; NAVARRO, Z. **Reconstruindo a agricultura: idéias e ideais na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1997. p. 151-162.
- ROMANO, J. O. As mediações na produção das práticas: o conceito de “habitus” na obra de Pierre Bordieu. In: RIBEIRO, I. (org.). **Sociedade brasileira contemporânea: família e valores**. São Paulo: Ed. Loyola, 1987. P.43-84.
- SAHLINS, M. O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um “objeto” em via de extinção (parte II). **Mana: estudos de antropologia social**, Rio de Janeiro, v.3, n.1, p.103-150, abr. 1997.
- SEAB/DERAL/CEPA. **Acompanhamento da situação agropecuária do Paraná**. Curitiba, v.24, n.11, nov. 1998. 88p.
- SEYFERTH, G. Herança e estrutura familiar camponesa. **Boletim do Museu Nacional**, Rio de Janeiro, n.52, p.1-27, mai, 1985.
- SHANIN T. Campesinato. In: OUTHWAITE, W.; BOTTOMORE, T. **Dicionário do pensamento social do século XX**. Tradução por Eduardo Francisco Alves; Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Zahar, 1996. p. 54-57.
- SORJ, B.; POMPERMAYER, M., J.; CORADINI, O. L. **Camponeses e agroindústria: transformação social e representação política na avicultura brasileira**. Rio de Janeiro: Zahar. 1982. 119p.
- TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1995. 175p.
- VALE, R. M. do. Caídos do céu: saneamento de finanças, crédito acessível, presença em praças sem atrativos econômicos: são os bancos cooperativos. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v.18, n.12, p.34-5, dez. 1998.
- VEIGA, J. E. da. **O desenvolvimento agrícola: uma visão histórica**. São Paulo: Edusp/Hucitec, 1991. 219p.
- VERLEYSEN, R. N. A. **Capanema. Ontem!?! Hoje!?! Aqui!!**. Rio de Janeiro: Editora Publicidade e Vendas, 1970. 19p.

- VIGLIO, E. C. B. L. Produtos orgânicos: uma tendência para o futuro? Agroanalysis, Rio de Janeiro, v.16, n.12, p.8-11, dez, 1996.**
- WANDERLEY, M. N. B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 20., 1996, Caxambu. Anais... São Paulo: ANPOCS, 1996. p.1-16.**
- WILKINSON, J. Cadeias produtivas para agricultura familiar. Organizações rurais e agroindustriais: Revista de Administração da UFLA, Lavras. v.1. 1999. No prelo.**
- WILKINSON, J. Mercosul e produção familiar: abordagens teóricas e estratégias alternativas. Estudos Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro, n.8, p.25-50, abr. 1997.**
- WOORTMANN, E. F. Herdeiros, parentes e compadres: colonos do sul e sitiantes do nordeste. São Paulo/Brasília: Hucitec/ Edunb, 1995. 336p.**
- WOORTMANN, K. Com parente não se neguceia: o campesinato como ordem moral. Anuário Antropológico, Brasília, p.11-73. 1990.**

WAGNER, E. C. B. Il. modelos orgânicos: uma abordagem para o futuro? *Agronomy Abstracts*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 11, p. 8-11, dez. 1998.

WARDLE, M. N. O. Razes históricas do campesinato brasileiro. In: *ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS*, 20, 1996, Campinas, Anais. São Paulo: ANPOCS, 1997, p. 1-10.

WILKINSON, J. Cadeias produtivas para agricultura familiar. *Organizações rurais e agroindustriais: Revista de Administração da UFPA*, Lavras, v. 1, 1999. No prelo.

WILKINSON, J. Mercado e produção familiar: abordagens teóricas e estratégias alternativas. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, n. 8, p. 23-50, abr. 1991.

WOERTMANN, E. T. Herdeiros, parentes e companheiros: colônias do sul e sudeste do nordeste. São Paulo/Brasília: Fapesp/Edusp, 1992, 136p.

WOERTMANN, K. Cor, parentes não se negam: o campesinato como ordem moral. *Anuário Antropológico*, Brasília, p. 11-73, 1990.

CENTRO de DOCUMENTAÇÃO
CEDOC/DAE/UFLA