

## NOVAS TENDÊNCIAS DE INSERÇÃO DE PEQUENOS AGRICULTORES NO COMÉRCIO DE CAFÉS ESPECIAIS

SOUZA, M.C.M.<sup>1</sup> OTANI, M.N.<sup>2</sup> e SAES, M.S.M.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Engenheira Agrônoma, Pesquisadora do IEA/SAA. Av. Miguel Stefano, 3900, Água Funda/ mcsouza@iea.sp.gov.br;

<sup>2</sup> Socióloga, Pesquisadora do IEA/SAA Av. Miguel Stefano, 3900, Água Funda/maliotani@iea.sp.gov.br; <sup>3</sup> Economista, Pesquisadora do PENSA E Coord. da FECAP. Rua Ministro Godoi, 657, apto 91, Perdizes/ssaes@fecap.br>

**RESUMO:** Este estudo teve como objetivo apresentar algumas das alternativas de inclusão dos pequenos agricultores em mercados diferenciados do agronegócio de cafés especiais, destacando-se três movimentos: a) o comércio solidário; b) a produção de café orgânico; e c) o slow food. A possibilidade de inserção dos pequenos produtores no mercado de cafés especiais está se ampliando, devido às novas mudanças na preferência do consumidor dos países desenvolvidos. Além da qualidade da bebida do café, novos parâmetros, como aspectos sociais, ambientais e gastronômicos, passam a fazer parte das preocupações desses consumidores. A pequena produção de café, associada ao uso do trabalho familiar e conhecimento da realidade local, pode se ajustar perfeitamente a esses novos conceitos, desde que o seu produto alcance os padrões mínimos de qualidade requerido por este mercado. O resultado mais importante para os produtores na participação nesses mercados é a equidade nas relações comerciais.

**Palavras-chaves:** pequeno produtor, cafés especiais, comércio solidário, *Slow Food*, equidade.

### NEW TRENDS TO INCLUDE SMALL FARMERS IN THE SPECIALTY COFFEES MARKET

**ABSTRACT:** The study aims to show a few alternatives to include small farmers in a differentiated market, such as the specialty coffee agribusiness, focusing on three movements: a) the Fair Trade; b) organic coffee production; and c) the Slow Food. The possibility to include small farmers in the specialties market is due to new consumer preferences in developed countries, which have been recently highlighted. Besides the ordinary quality of the coffee drink, new parameters such as social, environmental and gastronomical concerns are becoming important. Small-scale production associated to family labor and local knowledge fit perfectly to these new concepts, since minimum quality requirements could be reached. The most important result for the growers is equity.

**Key words:** Small Farmers, Specialty Coffees, Fair Trade, Organic Coffee, Slow Food, equity.

## INTRODUÇÃO

Novos padrões de consumo, especialmente em países mais desenvolvidos, estão abrindo algumas oportunidades que permitem incluir produtores familiares no comércio internacional. Os nichos de mercado, principalmente aqueles voltados para as novas posturas nas práticas comerciais, apresentam exigências em relação à preservação do meio ambiente e à responsabilidade social das empresas, sem deixar de lado, é claro, a qualidade dos produtos. Esses são atributos específicos que conferem um caráter de especialidade aos produtos e podem, sem muita dificuldade, ser incorporados à produção em pequena escala e ao emprego de mão-de-obra familiar.

Pequenos produtores, que tradicionalmente se encontram em condições de desigualdade no mercado, não se beneficiam com a forma atual de funcionamento do comércio mundial, que privilegia a produção em larga escala e a competição via preços. No entanto, há algumas alternativas que podem ser exploradas para incluí-los com competência em novos mercados, cujas características específicas são adequadas para a participação desse segmento social. Essas alternativas incluem, por exemplo, uma série de produtos comercializados sob as regras do mercado solidário, a adoção de práticas de agricultura ecológica e/ou orgânica e o movimento conhecido como *slow food*. Serão mostradas algumas aplicações dessas novas práticas comerciais, a partir do café, uma vez que esta cultura se mostra um exemplo adequado para as alternativas aqui apresentadas.

O comércio equitativo, também conhecido como *fair trade*, comércio justo ou ainda mercado solidário, é um movimento que nasceu para promover o desenvolvimento agrícola e social equilibrado. Surgiu na Europa a partir de 1988, buscando construir relações comerciais mais diretas entre produtores de países em desenvolvimento e consumidores de países industrializados. O movimento teve origem a partir das relações desiguais na produção do café e vem se desenvolvendo de modo mais efetivo em outros países da América Latina, como México e Guatemala.

O objetivo é fornecer estímulos para que os agricultores possam conduzir seu próprio desenvolvimento e, com isso, obter melhor rentabilidade. A proposta tem como base o respeito mútuo, a justiça social e a transparência nas relações comerciais. Busca reduzir a distância entre produção e consumo, eliminando intermediários e garantindo, desse modo, a colocação dos produtos com melhor remuneração para os agricultores, que quase sempre estão em desvantagem nos mercados tradicionais.

Ainda são poucos os exemplos de comércio solidário de café no Brasil. Podemos citar a experiência de produtores de café sombreado da Serra de Baturité, uma “ilha” de Mata Atlântica situada a 100 km de Fortaleza, no Ceará. Cerca de 120 produtores do Projeto Café Ecológico exportaram, em 1999,

500 sacas desse café para a Suécia, recebendo 50% de prêmio em relação aos cafés comuns. Segundo a Fundação CEPEMA, que desenvolve o projeto em conjunto com a Sociedade Sueca de Proteção à Natureza, a meta é criar novas relações com o ecossistema local e ajudar a recuperar a economia da região.

Outra iniciativa de comércio solidário é a exportação de café orgânico de Machado, no Sul de Minas, para uma cooperativa de consumidores do Japão por intermédio de uma *trading*, a Organic Coffee. O produtor, Sr. Carlos Franco, é um dos pioneiros da cafeicultura orgânica e foi escolhido porque, além de produzir um produto de qualidade, estabeleceu relações de trabalho muito particulares e vantajosas com seus empregados. Para os consumidores do mercado solidário, o preço das mercadorias não é o componente mais importante. Estão dispostos a pagar mais pelos alimentos porque conhecem a forma como foram produzidos. Comunicam-se com os trabalhadores da Fazenda Jacarandá por meio de cartas ou vídeos e promovem a visita de grupos até as áreas de cultivo. Com isso, consegue-se diminuir a distância entre produtores e consumidores que valorizam estes atributos. Além de garantir melhores preços aos cafeicultores, pois esses produtos são mais bem remunerados, essa forma de comércio tem se estabelecido num clima de confiança entre as partes, com parcerias de longo prazo.

A produção orgânica de alimentos busca fortalecer os processos biológicos por meio de diversificação de culturas, fertilização com adubos orgânicos e controle biológico de pragas. Para isso, proíbe-se o uso de fertilizantes solúveis e agrotóxicos. Assim, a transição para práticas orgânicas é relativamente simples para pequenos agricultores. Isso acontece porque muitos deles, já descapitalizados, não usam produtos químicos e mantêm áreas diversificadas de cultivo como estratégia de reprodução social. Além disso, os benefícios obtidos, como a melhor remuneração obtida pelo produto orgânico certificado, são de reconhecimento imediato pelos agricultores. O mercado de orgânicos vem se expandindo rapidamente nos últimos anos, impulsionado pela ocorrência de doenças como a vaca louca e contaminações como as causadas pela dioxina. Apesar de se constituir num nicho de mercado, seu potencial de crescimento ainda é muito grande.

A ACOB – Associação de Cafeicultura Orgânica do Brasil estima em 60.000 sacas a produção de café orgânico certificado em 2000/01, das quais 58.800 serão destinadas ao mercado externo. Além de promover a preservação ambiental, é possível obter cafés orgânicos com excelente qualidade da bebida, como atestam os produtores orgânicos classificados no Concurso de Qualidade promovido pela BSCA – Brazil Specialty Coffee Association em 2000 e 2001. Segundo o presidente da Associação, os cafés gourmet podem obter um ágio que varia de 15 a 150%.

Já o movimento *slow food*, ainda pouco conhecido no País, surgiu na Itália há 14 anos e conta atualmente com 65.000 membros espalhados pelo mundo. Teve início como uma reação de um grupo de adeptos da boa mesa ao *fast food*, ou comida rápida, servida nas grandes redes de lanchonetes, como o Mac Donald's. Seus adeptos adotam a filosofia de comer sem pressa, apreciando o alimento, valorizando pratos típicos e ingredientes locais, produzidos de modo artesanal. Há uma forte preocupação com a educação para o sabor e com a promoção de ações concretas para valorizar o saber local, o que aumenta a auto-estima das populações rurais. Entre elas está a iniciativa de apoiar pequenos produtores com auxílio econômico, para recuperar atividades locais tradicionais cuja produção esteja sendo ameaçada. Chegou ao Brasil há poucos meses, com a abertura de convívios (nome dado às associações locais de *slow food*) no Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.

Os principais objetivos do movimento são:

- Proteção de um produto agroalimentar de qualidade e promoção das iniciativas necessárias ao desenvolvimento da produção.
- Valorização dos produtos artesanais de qualidade com campanhas promocionais adequadas ao potencial de mercado de produtos afins.
- Atuação na proteção de um território, paisagem rural ou ecossistema, buscando valorizar a particularidade de seus produtos.
- Preservação de ofícios tradicionais, recriando as profissões de modo a gerir os recursos do território e favorecer novas formas ocupacionais.
- Incentivo a todas as técnicas produtivas e profissões que levem a um desenvolvimento econômico compatível e correto.

O movimento se classifica como 'ecogastronômico', uma vez que seu posicionamento é favorável à promoção da biodiversidade e do estímulo à curiosidade de experimentar novos pratos, como forma de impedir a extinção de alguns alimentos tradicionais, dignos de serem preservados, e bloquear a padronização industrial da comida promovida pelo *fast food*. A exemplo da Arca de Noé, o *Slow Food*, desde 1996, tem como meta estabelecer a Arca do Sabor, a partir de produtos, pratos, animais, frutas, legumes e verduras ameaçados de extinção, que são identificados e catalogados em vários países do mundo. Os melhores exemplos de preservação da herança gastronômica e defesa da biodiversidade são premiados desde o ano passado com o Slow Food Award.

Os produtos que integram a Arca do Sabor são muito variados. Para se ter uma idéia, os vencedores do Prêmio *Slow Food* no ano passado vieram da Mauritània, pelo incentivo à produção de leite e queijo de camelo por pastores nômades; do México, pelos esforços para conservar as plantações de

baunilha e cacau quase extintas na região de Chinalta; da Rússia, pela conservação de legumes tradicionais desse país; da Espanha, pela preservação de espécies animais comestíveis em extinção; e da Turquia, pelos esforços para produzir o tradicional mel de Anzer e garantir a sobrevivência da abelha que leva o mesmo nome. Entre os produtos brasileiros indicados para o prêmio em 2000 estão a cabra pé-duro, vinho orgânico, formiga frita e almôndega de capivara. Em 2001 foram indicadas as atividades da ONG CAATINGA, de Ouricuri-PE, por seus trabalhos de desenvolvimento da agricultura familiar no Semi-Árido com cultivo de algodão orgânico e criação ecológica de ovinos, caprinos e abelhas; os produtores de verduras orgânicas do Sítio Moinho, em Itaipava no Rio de Janeiro; e o churrasco de bambu e frutas raras, pouco conhecidas ou quase extintas, como chichá, jabuticaba branca e cambuci, entre outras.

Apesar de reconhecerem o preço mais elevado dos alimentos artesanais, os integrantes do movimento não gostam de ser tratados como gourmets elitistas, uma vez que, entre várias atividades, também desenvolvem iniciativas de caráter social. No programa Educação ao Sabor, alunos de escolas públicas podem degustar produtos típicos de onde vivem e aprender a valorizar as tradições de seu preparo. Outro exemplo de solidariedade refere-se às Mesas da Fraternidade, nas quais os integrantes do movimento se responsabilizam pela alimentação de comunidades carentes em países pobres ou em guerra. No Brasil, o *Slow Food* assumiu o restaurante de um hospital de Rondônia que atende à comunidade indígena, pois a maioria dos índios apresentava subnutrição, por não se adaptarem aos hábitos alimentares da cidade.

Os cafés especiais podem ser fortes candidatos a pertencer ao movimento *Slow Food*, sobretudo se considerarmos sua raridade e o prazer oferecido pela degustação da bebida. A exemplo das cartas de vinho, foi lançada no ano passado em São Paulo uma carta de cafés no restaurante Dom, do chef Alex Atala, numa tentativa de associar a bebida à alta gastronomia. Foi elaborado *um menu* especial, composto por Tartar de Tomate, Arroz Selvagem e Rúcula, Salmão com Canela e Risotto de Ananás, e Sorbet de Manjerição e Capim Santo como sobremesa. Três padrões de café para degustação acompanham o cardápio: São Sebastião da Grama, da região Mogiana (SP), de aroma floral cítrico e sabor adocicado, servido com amaretto; Sarutaiá, da região Sorocabana (SP), de aroma herbáceo com notas de alecrim e sabor que lembra o chá *Darjeeling*, servido com sequilhos; e Paracatu, do cerrado mineiro, de aroma de nozes e sabor achocolatado, servido com *petit fours*. O elevado padrão de qualidade da bebida também pode ser obtido por pequenos produtores.

As três formas de diferenciação de produtos apresentadas têm potencial para acolher a pequena produção de qualidade, sob uma ótica de consumo responsável. Quanto maior o grau de consciência dos consumidores, maior será o nível de exigências quanto à presença de determinados atributos.

Cabe ressaltar a importância da incorporação desses novos valores, como barreiras não-tarifárias, nas práticas comerciais. A introdução de preocupações com a preservação ambiental e a responsabilidade social permitem que aqueles produtores até então excluídos desses mercados diferenciados possam se inserir e se beneficiar de maior equidade, uma vez que o prêmio obtido pelos produtos especiais permite melhor distribuição dos ganhos entre os agentes produtivos. Trata-se, portanto, de adotar estratégias que promovem bem-estar social, emprego e melhor distribuição de renda.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ABIC. Conferência debate café orgânico em Machado. *Jornal do Café*, ano IX, n. 104, p.3-8, abril, 2000.
- FALCÃO, Daniela. A ordem é tranquilidade e mais prazer à mesa. *Folha de São Paulo, Equilíbrio*, p. 8-11, 7 de junho de 2001.
- HOSSEPIAN, Mauro. Ceará exporta café ecológico para Suécia. *GAZETA MERCANTIL*, p.B-24, 22 de novembro de 1999.
- O ESTADO DE SÃO PAULO. Saca de café especial foi vendida a R\$ 600. *SUPLEMENTO AGRÍCOLA*, p.G8, 16 de fevereiro de 2000.
- O ESTADO DE SÃO PAULO. Carta de cafés especiais. *SUPLEMENTO AGRÍCOLA*, p.G9, 20 de setembro de 2000.
- O ESTADO DE SÃO PAULO. Cartas de cafés terão quatro opções. *SUPLEMENTO AGRÍCOLA*, p.G2, 4 de outubro de 2000.
- SLOW FOOD. L'Arca del Gusto e i Presidi Slow Food. Bra: Slow Food, marzo, 1999. 8p. (mimeo)
- WERNECK, Guilherme. Slow Food prega o prazer. *Folha de São Paulo, Especial Alimentos*, p.A6, 13 de maio de 2001.