



GT 037. Etnografias sobre a financeirização do agronegócio no Brasil: efeitos, disputas e comparações

Anna Catarina Morawska Vianna (UFSCar) - Coordenador/a, Luciana Schleder Almeida (UNILAB) - Coordenador/a

Este grupo de trabalho tem como intuito propor um debate sobre a financeirização do agronegócio no Brasil por meio de etnografias que explorem a imbricação de elementos técnicos e morais que marcam a chamada "sociedade do agronegócio" (Heredia, Palmeira, Leite 2010). São bem vindas reflexões baseadas em trabalho etnográfico que proponham, por exemplo, comparações entre o agronegócio para exportação e redes de troca de produtos não financeirizados, como o caso de sementes crioulas e produtos agroecológicos; descrições de alianças entre técnicos, grupos de pesquisa e produtores em torno de saberes e tecnologias que visam o aumento da produção e circulação de produtos; estratégias discursivas que esses agentes mobilizam para legitimar a expansão do agronegócio; etnografias sobre leilões e mercados agropecuários que joguem luz sobre novas correntes de economia e mercados; análises sobre as distintas temporalidades implicadas no "dentro" e "fora" da porteira, assim como em mercados físicos e futuros. Pretende-se, deste modo, reunir tanto pesquisadores que têm como foco central questões próprias da antropologia da economia, assim como aqueles que as tangenciam tendo em vista os processos de expropriação e conflito que seus interlocutores de pesquisa vêm enfrentando no meio rural brasileiro.

Café Gourmet e os processos de internacionalização e elitização de cafeicultores de Minas Gerais

Autoria: Tailon Aparecido Gomes Garcia, Claudelir Corrêa Clemente

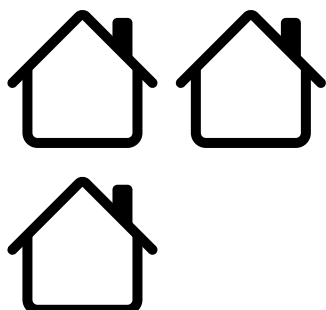
Desde a última crise do café nos anos 90, os cafés especiais têm sido o baluarte da cafeicultura, seu consumo tem expandido cada vez mais, principalmente nos grandes mercados consumidores de café. O Brasil apresenta-se, como o maior produtor mundial da bebida e o segundo maior consumidor, a expansão desse tipo de cafeicultura é cada vez mais notável. Produtores de café de pequenas cidades interioranas viram seus negócios locais expandirem-se nos mercados internacionais e seus cuidados com a terra e seu saber-fazer, tornarem-se atributos de distinção agrícola. Um dos exemplos de sucesso é a cafeicultura da pequena cidade de Patrocínio no interior de Minas Gerais e ponto de partida desse work. Nos últimos anos, Patrocínio tem sido destaque no país e no exterior. Inclusive, virou manchete na grande imprensa nacional com a reportagem Café produzido em MG bate recorde de mais caro do mundo em leilão; quilo foi comprado por mais de R\$ 915. Saca do produto de fazenda em Patrocínio foi arrematada por R\$ 55 mil. Seus cafés levam o nome da cidade e do país para os quatro cantos do planeta. Uma série de atributos fazem da região diferente das demais: clima, condições do solo, o conhecimento dos produtores. Os cafés da cidade foram considerados nos últimos anos como os melhores do país, tudo isso sobre a tutela da demarcação de origem da Região do Cerrado Mineiro. Atrelado ao sucesso do café, encontra-se seus produtores e produtoras que apesar de multifacetados, inclusive com a presença de pequenos produtores, a maioria são membros de famílias tidas como grandes empreendedoras rurais e com forte projeção social. O que se observa é que a internacionalização de seus cafés ampliou os poderes desses fazendeiros na cena internacional, reconfigurando o saber cultivar café assente nas práticas culturais agrícolas comunitárias em distintos cultivos adequados ao universo do café gourmet. Com base nestes aspectos, o presente work visa problematizar, a partir de descrição etnográfica o processo de elitização dos produtores patrocínenses no universo internacional dos cafés gourmet e as novas configurações culturais e simbólicas da vida social local observadas a partir da "glamourização" de seu café.

[Trabalho completo](#)





Realização:



Apoio:



Organização:

