

OS NOMES DO MERCADO E O CAFÉ SEM NOME NO CAPARAÓ CAFEEIRO/MG¹

Paulo Augusto Franco de Alcântara

Departamento de Antropologia – Universidade de São Paulo (USP)

RESUMO

Neste texto, em modo preliminar, endereço questões ao tema das abordagens etnográficas sobre os mercados. Adoto como hipótese geral a compreensão de que toda injunção externa, na forma de políticas ou de instituições e padrões econômicos, seria confrontada por repertórios das práticas locais, as quais concederia a ela conteúdos, muitas vezes, singulares e não esperados. Ao longo de quase três anos (2016-2018), convivi com pequenos cafeicultores na região montanhosa do Caparaó, na Zona da Mata, no estado de Minas Gerais. Investiguei as vivências concretas e as mudanças constituídas em torno dos usos do crédito produtivo subsidiado voltado ao fortalecimento da agricultura familiar (Pronaf), confrontando, etnograficamente, as experiências de mulheres e homens em 19 unidades domésticas. Especificamente, neste texto (1) descrevo os sentidos dados ao mercado de café por esses agricultores e agricultoras, bem como (2) as críticas e possíveis esforços de solução dadas por essas pessoas em suas experiências cotidianas. Ao final, (3) esboço algumas questões para o debate.

Palavras-chave: Mercado; Pronaf; Caparaó cafeeiro.

¹ Trabalho apresentado na 32ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 30 de outubro e 06 de novembro de 2020.

INTRODUÇÃO

Nas duas últimas décadas, a expressão “agricultura familiar” foi disseminada, no mundo ocidental, em especial, nas economias classificadas como emergentes. Conforme a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO/UN), o conceito foi definido por meio de um alinhamento entre a identificação de um grupo social da diversidade do mundo rural e a emergência de um modelo de produção/mercado específico baseado nas noções de “segurança” e “soberania alimentar” num mercado globalizado de preços².

No Brasil, o debate acadêmico e político em torno da agricultura familiar foi constituído, num primeiro período, em especial, a partir de dois eixos de análise: (1) a emergência, a partir de 1997, de um sindicalismo específico para a categoria (Picolotto 2011), e (2) a criação (1995) e expansão (a partir de 2003) do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) baseado na oferta de crédito subsidiado a pequenos agricultores cuja base de produção é a mão-de-obra familiar³. Em ambos, se tinha como intenção geral da formação de políticas públicas para a agricultura familiar.

No período marcado pelo governo do Partido dos Trabalhadores, com Luís Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff na presidência da República, a agricultura familiar ganhou institucionalidade legitimando-se como política de Estado fortalecida pela própria execução e expansão do Pronaf. A política buscava alinhar as demandas populares e a tendência governamental e transnacional de “inclusão financeira” de classes tidas como às margens dos chamados grandes processos econômicos.

Não somente no campo, mas também na cidade, a expansão popular do crédito (subsidiado ou não subsidiado; produtivo ou livre) estruturou uma agenda econômica de

² Tanto na FAO, quanto no Banco Mundial (2007), os esforços de se forjar um consenso sobre a definição da “agricultura familiar” se dão por duas principais características que fundamentam um rol de critérios de matriz técnica: o tamanho da propriedade rural (pequenas unidades agrícolas); e a constituição exclusiva ou quase exclusiva da mão-de-obra familiar na produção. Essas definições revelam a existência de um processo transnacional de formação de uma categoria genérica e operacional no sentido de conceder-lhe um revestimento oficial capaz de instruir governos locais em suas políticas públicas para o setor.

³ O acesso ao crédito subsidiado, enquanto política pública (*State Credit*), não é demanda recente dos trabalhadores e pequenos sítiantes do mundo rural brasileiro. Na perspectiva do estímulo à entrada de recursos financeiros em cenários de escassez monetária, o crédito é concebido, originariamente, como possibilidade de enfrentamento de questões entendidas como cruciais na vida e na reprodução do sítiante: o êxodo rural, as relações de dominação, a pobreza e a fome (Andrade 1980). Em 1995, o Pronaf é criado, baseando-se nas diretrizes econômicas do “desenvolvimento rural sustentável”, no fortalecimento da produção e dos mercados locais, e na “geração de renda e emprego” (Grisa 2012:184).

Estado orientada não somete pela noção de “inclusão”, mas também de “participação”, com base no direito à mobilidade socioeconômica. No mundo rural, especificamente, o acesso ao “crédito produtivo” a pequenos agricultores baseou-se também em estímulos à produção visando a ampliação da participação de pequenos agricultores no mercado capitalista⁴.

O Pronaf impactou consideravelmente a agricultura brasileira desde a segunda metade da década de 1990 e, sobretudo, nos anos 2000, permitindo o acesso e a ampliação de lavouras e de pequenas propriedades rurais (Guanzirolli 2007). O impacto teria também interferido no desenvolvimento de um mercado específico para a agricultura familiar no Brasil, em oposição ao modelo dominante do agronegócio.

*

Realizei pesquisa de campo ao longo de quase três anos (2016-2018) junto a pequenos sítiantes produtores de café baseados no município de Espera Feliz, na região montanhosa do Caparaó, na Zona da Mata do estado de Minas Gerais, sudeste brasileiro⁵. Com a expansão do Pronaf, sobretudo, a partir de 2002, a região tornou-se uma referência no estado de Minas Gerais na implantação do crédito subsidiado: pauta principal das ações do Sindicato local dos trabalhadores e trabalhadoras da agricultura familiar.

⁴ Como estratégia global, a promoção do desenvolvimento por meio da inclusão ou da participação no mercado foi abordada criticamente por variados modos. Esses tipos de intervenção podem ser compreendidos por meio do paradigma econômico baseado em programas de estímulos à produtividade (World Bank 1975). Entretanto, são, sobretudo, a partir de Ferguson (1994) estudados sob a perspectiva do controle social que promovem. A partir de então, as intervenções podem ser compreendidas na formação de institucionalidades voltadas às ideias de integração e de redução à pobreza (Craig; Porter 2006), assim como pela consolidação de organizações especializadas no desenvolvimento social e econômico (Escobar 2010) em direção da formação de uma “ciência do desenvolvimento” (Mosse 2005). Isso tudo nos permite considerar, ao final, que a oferta de crédito, situada em projetos governamentais de desenvolvimento, passou a constituir e a coincidir com a ideia de intervenção a qual, sob derivações do *Welfare State*, foi tomando a imagem de políticas públicas, legitimando, mesmo que de modo abstrato e generalizado, grande parte das agendas dos Estados. Essa configuração compõe umas das dimensões mais importantes presentes, no complexo processo de conjugação entre o capitalismo contemporâneo e a democracia, sob a linguagem da parceria e da participação (Crouch 2009).

⁵ A população de Espera Feliz gira em torno de 22.856 habitantes, sendo que 8.682 são classificados como residentes no meio rural. Isso quer dizer que do total de 7.394 domicílios particulares permanentes, 2.535 localizam-se em áreas rurais, dos quais 40,7% possui condição “semi-adequada” de saneamento. Em 2006 (IBGE), a área total de estabelecimentos agropecuários era de 16.714 hectares, com 1.032 unidades. Dessa estrutura, 42% das propriedades possuem menos de 10 hectares de terras. Em 2015, 9.356 hectares expressam somente a área colhida de café do tipo arábica, demonstrando o protagonismo dessa cultura no município (98,75% da lavoura permanente). Segundo o “Mapa da Pobreza e Desigualdade (IBGE), em 2003, o índice de incidência pobreza em Espera Feliz era de 22,66%, com índice GINI de 0,35, abaixo da medição estadual que era de 0,46%.

Na pesquisa, detive concentração em uma comunidade de produtores de café a qual abrange dezenove unidades domésticas: sítios que compreendem casas, terreiros e lavouras não somente de café, mas também de hortaliças, banana, batata e mandioca. Trata-se de pequenas unidades que se relacionam entre si. Podem ser compreendidas, conforme Marcelin (1999:36-37), “configurações de casas” estabelecidas entre laços de parentesco (irmãos e primos), umas em relação com as outras, que conformam o sentido da comunidade enquanto espaço vivido de trocas, cooperações e circulações.

Estudei os planos da execução do Pronaf na perspectiva de seus “beneficiários”. Abordei, etnograficamente, os sentidos e os usos do crédito subsidiado por seus atores, executores. Isso implicou considerar a política pública para além de suas expectativas formais, de suas superfícies, no Estado ou na ciência. Concentrei, então, as investigações na vida cotidiana daquelas pessoas que a vivenciam concretamente, não somente como “beneficiários”, sujeitos usualmente vistos como passivos, mas como agentes executores e mesmo criadores da política que os alcança de modos variados.

Isso me permite basear os argumentos gerais da investigação na hipótese de que toda injunção externa, na forma de políticas públicas, para além do controle social que, direta e/ou indiretamente promove, seria confrontada, adaptada e até mesmo subvertida, como diria De Certeau (1994), por um repertório de práticas locais, as quais concederiam conteúdos, muitas vezes, singulares e não esperados a essas intervenções. Como apontou Geertz (1963), alguns dos valores presentes nesses repertórios seriam, eles mesmos, necessários ao desenvolvimento dessas intervenções.

Na América Latina, as políticas públicas baseadas em transferência condicionada de renda foram abordadas etnograficamente partindo dessa hipótese geral. Autoras e autores acreditam que, ao interferirem em percepções sobre a vida, essas intervenções, que partem do Estado, reorganizariam as relações sociais, afetando também as subjetividades de seus beneficiários (Balén, Fotta et al. 2019). No Brasil, em contextos e regiões diferentes, o Programa Fome Zero, tendo destaque para o Bolsa Família, foi assim abordado por Pires (2009), Sorrentino (2011), Morton (2013) e Ansell (2014).

No Caparaó cafeeiro, a partir do Pronaf, entre outros efeitos, um número de famílias de pequenos agricultores adquiriu terras e lavouras. Muitos, pela primeira vez, puderam realizar a gestão autônoma de seu trabalho, antes submetidos aos regimes das fazendas locais onde trabalhavam nas lavouras de café em troca de uma parcela da produção (40%) e da moradia (*morada de meia*). Outros, já antes estabelecidos em

propriedades próprias, expandiram e desenvolveram suas lavouras investindo também em infraestrutura de produção.

Neste texto, ensaio uma análise ainda preliminar sobre, de acordo com os agricultores, um dos aspectos relevantes dessa política no local. Trata-se de compreender as relações com o mercado nas variadas formas em que se apresenta e ganha sentidos e nomes na vida local cotidiana. As articulações entre esses sentidos tornariam as situações de mercado, ou esses “múltiplos mercados”, segundo Callon (1998), por vezes, dificilmente distinguidas por seus atores e, conseqüentemente, pelo pesquisador.

Interessa-me, na primeira seção do texto, conhecer e articular esses diferentes sentidos entre esses agricultores e agricultoras familiares num contexto de implementação de políticas públicas de desenvolvimento local. Na sequência, apresentarei uma das críticas mais intensas realizadas pelos agricultores e agricultoras em relação à participação no mercado, considerando as soluções nos modos como são apresentadas entre eles. Ao final, aponto e qualificar algumas questões preliminares tendo em mente a realização de contribuições a estudos sobre o mercado na perspectiva etnográfica.

Neste texto, apesar de se tratar de questões elaboradas ao longo do período de pesquisa campo, entre todas as unidades domésticas da comunidade estudada, aparecerão, especialmente, aqueles e aquelas que buscavam, naquele momento, desenvolver estratégias de transformação da realidade das negociações em torno do café. Na sua maioria, são, homens, mas também mulheres, jovens, adultos e idosos que detém o domínio de suas próprias unidades de produção e que tiveram, direta e/ou indiretamente, contatos com o crédito subsidiado (Pronaf) nos anos anteriores.

1. OS SENTIDOS DO MERCADO NO CAPARAÓ CAFEIEIRO

Em termos gerais, os cafeicultores da região do Caparaó entendem como *mercado* os meios pelos quais o café que produzem é avaliado, precificado e, então, comercializado. Os sentidos dados ao mercado podem ser identificados por meio de dois processos de caracterizações: (1) o mercado enquanto modelo abstrato (*bolsa de valores*); (2) o mercado materializado nas práticas locais de intermediação e de negociação.

Ambos entendimentos são conformados em uma trajetória que parte das práticas locais de avaliação da qualidade dos grãos produzidos, passa pelas experiências de negociação e alcança as variações do preço da commodity em plano mais abrangente.

Fica claro, já num primeiro instante, que não se trata da percepção de uma noção única de mercado, mas, ao contrário, de diferentes sentidos e experiências a serem confrontadas pelas cafeicultoras e cafeicultores. De partida, já se constitui um problema tanto para os interlocutores quanto para o pesquisador. Como lidar com essas múltiplas formas e planos sobrepostos entre si?

Na maneira pela qual pensam os agricultores e agricultoras, o *mercado*, na medida em que vai se tornando uma realidade concreta com a qual os agricultores devem lidar, engendra um número de possibilidades práticas e saberes, conhecidos e a serem conhecidos, que caracterizam, no cotidiano, o conteúdo de relações sociais em meio a decisões, cálculos e negociações envolvendo o café. Desse modo, o mercado é, para eles, um domínio da produção material e imaterial, onde são também negociados relações e sentidos. Parte daí a minha escolha em conhecer o mercado na medida em que é articulado pelas/nas relações sociais.

Em 2017, Alípio tinha 23 anos de idade e estava formando suas primeiras lavouras para, então, casar-se com sua noiva Mariana. Na maior parte das vezes, ele define/pensa o mercado como *bolsa do café*: dimensão mais distante e abstrata do mercado com a qual ele e seus vizinhos procuram lidar diariamente. Alípio diz que a ‘bolsa é mistério’, que é difícil prever o preço que será dado ao café que produz em suas terras. O *sobe-e-desce* do preço dado ao café teria relação com o *sobe-e-desce* do ‘Dólar’ (moeda). Desse modo, ele compartilha com seus vizinhos, também cafeicultores, a ideia do mercado como um ente dotado de ‘humor’ sempre instável e de difícil previsão. Juca, sogro de Alípio, costuma dizer que ‘o mercado está mal-humorado’, quando o preço do café cai.

No entanto, na comunidade, os agricultores e agricultoras buscam formas para se conhecer esse humor por meio da identificação de possíveis causas para suas variações. Atentos às informações divulgadas em canais de televisão e em sites da internet, percebem que a cotação do Dólar serve como alerta ou sinal a ser considerado na decisão de como as sacas de café (60kg) poderão ser negociadas com intermediários da cadeia (*compradores/atravessadores*). Entendem que o café, para além dos valores compartilhados no local do plantio e manejo, torna-se uma commodity, alvo, portanto, de outras e misteriosas confrontações que definem o seu preço sempre em oscilação.

Os agricultores e agricultoras entendem também a causalidade existente entre a incidência de geadas em lavouras de café da região sul do estado com a alta do preço da commodity no mercado. Compartilham que a escassez de oferta do produto cria situação para que eles possam reivindicar um preço mais elevado a suas sacas diretamente aos

atravessadores/compradores de café no local. Esses aprendizados são vistos como produtores de oportunidades para uma melhor negociação, demonstrando cada vez mais conhecedores e espertos (*safos*).

Aqueles agricultores que possuem acesso maior à informação tendem a compartilhar seus conhecimentos com os demais vizinhos e parentes da comunidade. Juntos, mesmo desconhecendo o que chamam de ‘reais razões’ das variações dos preços do café, os agricultores procuram observar e divulgar algumas explicações que facilitam a compreensão dos movimentos desse mercado ‘distante’ e ‘misterioso’. O compartilhamento dessas informações, na comunidade, torna-se, no tempo, importante fator a caracterizar as relações de confiança e de cooperação entre os agricultores. Entretanto, nesse plano de relações há também a percepção de uma latente e, na maior parte, velada competição entre as famílias de agricultores em torno de quem conseguirá o melhor preço pelo café cultivado em seus sítios.

Apesar desses esforços de conhecimento e até de previsão, o mercado, além de distanciado, é concebido como impessoal e, portanto, de complicada manipulação por parte dos agricultores locais. Dizem, homens e mulheres, jovens e idosos, se tratar de algo não facilmente concretizável no dia a dia, externo ao contexto das relações e das condições do local. Zé Amaro levanta com frequência a falta de mediação pessoal, ou seja, da presença de pessoas no mercado com as quais se poderia, antes de negociar, conhecer, aproximar, ler, confiar e desconfiar. Por isso, em especial, as possíveis decisões de negociação são vistas como que tomadas ‘no escuro’, como diz a agricultora e sua irmã Inês. Essas limitações, no modo como os agricultores as concebem, conduz a outro sentido igualmente dado ao mercado: as formas de negociação no local.

Esse sentido é elaborado a partir das relações diretas a serem travadas com sujeitos, espaços, artefatos e relações visíveis e acessíveis localmente. Negociam, por exemplo, diretamente com os compradores/atravessadores de café, agentes comerciantes das empresas exportadoras (*firmas*) localizadas nas cidades mais próximas à comunidade: Espera Feliz, Alto Caparaó e Manhuaçu.

Esses sujeitos são homens que cresceram no Caparaó. São membros de famílias conhecidas que compartilham de relações, não somente em meio a atividades econômicas, mas também em contextos festivos, religiosos e políticos. Compartilham, portanto, de uma sociabilidade comum, de uma “comunidade moral” da qual, conforme Bailey (1971), esperar-se-ia a prática de hábitos e valores integrados aos costumes e

condições locais os quais poderão ser mapeados e reivindicados a qualquer momento pelos agricultores e agricultoras⁶.

Os atravessadores/compradores fazem a intermediação do café entre as partes do negócio: os agricultores e as firmas. Para os agricultores, os atravessadores ‘dão o preço’ do café diretamente, em acordo com as variações identificadas no preço da commodity. Seriam, então, transmissores: atravessam o mercado de café comunicando os valores dados ao produto.

Eles são também avaliadores do café apresentado pelos agricultores: classificam os grãos pela sua qualidade, observando critérios compreendidos como técnicos: sabor, aroma, tamanho, coloração e densidade dos grãos. A partir disso, extraem a *cata*, percentual de grãos adequados presentes na amostra dada pelo agricultor. A cata definirá o preço a ser pago pelas sacas, sempre em relação ao preço definido antes na commodity. Por isso, esses sujeitos habitam uma condição aparentemente ambígua para os agricultores, sendo simultaneamente vistos como agentes do mercado naquele sentido mais abrangente, e membros da comunidade moral: são *primos* e encarnações do mercado.

Juca e Alípio costumam dizer que a avaliação dos compradores pode ser um ‘teatro’, uma encenação técnica para convencer os agricultores sobre o preço determinado de ‘cima’ para ‘baixo’. Dizem que, ao final, acaba prevalecendo a classificação dada pelos compradores ao café e, conseqüente, os preços aplicados.

Ao circularem entre compradores/atravessadores, a procura pelo ‘melhor’ preço, os agricultores empenham-se na circulação de informações dentro e fora da comunidade. A busca constante por essas informações sobre o mercado, assim como é feito por meio da televisão e da internet, tem por objetivo subsidiar as escolhas tomadas, tanto em relação ao comprador a se fazer negócio, quanto sobre qual o melhor momento para se realizar a transação.

Ao se inclinarem a responder essas questões da melhor forma, pensam na quantia de dinheiro que esperam alcançar, assim como nas estratégias de estocagem do produto à espera de oportunidades melhores nos meses seguintes. Como possível efeito dessas estratégias nas relações locais, os agricultores poderão, por exemplo, emprestar sacas a um vizinho/parente que o devolverá no ano seguinte somadas por mais duas sacas, como

⁶ Na Zona da Mata mineira, conforme Comerford (2003:31) essas comunidades são vividas como um território que favorece trocas, favores, ajudas-mútuas: “círculos sempre em movimento” e de intensas circulações e mutualidades morais.

juros percebidos. Essa prática comum, em vários momentos, obedece ao regime de juros praticados pelos próprios atravessadores quando também em situação de credores dos agricultores.

Nas relações de negociação entre um agricultor e um atravessador, ambos criam esforços para fazer surgir proximidades sociais, isto é, laços de amizade e relações de parentesco, em observação às suas inserções na comunidade moral. Procuram, de forma geral, nomear um ao outro como *primo*, em indicação a algum ponto de contato em suas genealogias familiares. O sentido dessa proximidade social constitui, desde o interesse pela preferência pessoal em se estabelecer uma relação com certo atravessador, até o processo de definição dos preços.

Juca diz que com um *primo* é mais fácil negociar, pois se possuiria mais liberdade para falar sobre dinheiro e prazos. Haveria, inclusive, um sentimento de maior segurança num contexto em que se veem constantemente *enganados, tapeados* pelos atravessadores e pelo mercado, no geral. Trata-se, para ele, como uma espécie de recurso possível frente à ausência de mediações pessoais de confiança nas negociações, tal qual a reclamação de Zé Amaro. Trata-se de uma tática dada a tornar o mercado mais concreto e real no nível dos acontecimentos, valores e relações locais.

Entretanto, mesmo em meio a essas táticas, os contextos em questão são constituídos por tensões e ambiguidades. Os agricultores consideram entre si que os atravessadores, ao final, serão sempre representantes do mercado, no sentido em que são pensados como sujeitos que estão sempre a procura de se beneficiarem almejando o lucro acima da *amizade*, dos valores e condições locais específicas. Costumam repetir o ditado popular ‘amigos, amigos, negócios à parte’.

Colabora para essa tensão, o fato de que os compradores/atravessadores costumam emprestar dinheiro a juros aos agricultores com os quais negociam. O crédito/dívida contraída (*ponte*), antes comum apenas a médios fazendeiros locais, passou a se tornar prática entre agricultores familiares que tiverem seus negócios ampliados a partir do contato com o crédito subsidiado (Pronaf). A ponte, entre outros efeitos, poderá obrigar um agricultor (devedor) a negociar o seu café dando exclusividade ao atravessador (credor), independentemente do preço dado por este. Cria-se, assim, na visão dos agricultores, uma relação de dependência a ser usada pelos compradores/atravessadores em benefício próprio.

O sentido da autonomia é indispensável na compreensão do mercado. Em outro momento, aponte o quanto os contatos – diretos e/ou indiretos – com o Pronaf

colaboraram para a criação no local de um espaço para a construção de *autonomia*, sentido até muito coincidente com a noção de *agricultura familiar* (Alcântara 2020). Nesse sentido, construir relações com o mercado é parte de um *jogo*, que no passado era apenas *jogado* por fazendeiros médios, muitos deles, antigos *patrões* dos agricultores e agricultoras da comunidade (moradores de meia).

O jogo se apresenta como um contexto no qual os agricultores e agricultoras discutem a gestão da própria produção, decidindo, criando hipóteses e aprendendo com os desafios colocados pela organização do tempo, do trabalho, do dinheiro e do comércio. A partir do acesso ao Pronaf, o jogo é compreendido como uma abertura ao mercado, plano no qual, interagem diretamente com os compradores/atravessadores de café. A novidade implica também na tessitura de relações com comerciantes de insumos, lojistas locais e assistentes técnicos, por meio de negociações cotidianas travadas em torno de preços, condições, em busca de benefícios, evitando prejuízos.

Todas essas possibilidades e ações, em separado, constituem, para os agricultores, desafios específicos presentes nesse jogo no qual são percebidas tensões entre o ideal da autonomia da produção e da negociação, e a realidade do mercado. Percebem no jogo, por exemplo, perigos causados por uma eventual manobra errada, a falta de transparência que envolve parte das transações e as incertezas próprias a um processo em aprendizagem (perdas e ganhos). No conjunto, são atividades que constituem concretamente o envolvimento dos agricultores familiares com o mercado o qual - importante enfatizar - é vivido e realizado por meio de contatos – diretos e/ou indiretos – com um número de situações, sujeitos, objetos, conceitos e experiências.

2. O CAFÉ SEM NOME

Uma estratégia vem sendo considerada como essencial por parte dos agricultores com os quais estive no período da pesquisa de campo. Principalmente aquelas famílias que conseguiram aumentar as suas lavouras e investir em algumas infraestruturas da produção como, por exemplo, adquirindo máquinas da colheita e da secagem de grãos, destacam a importância de esforços voltados à melhoria da qualidade do café cultivado, tornando-o de qualidade especial (*gourmet*), voltando a um mercado diferenciado. No jogo, dizem, especialmente os agricultores mais jovens, menos resistentes à realização de mudanças nos modos de produção, a produção de cafés com mais qualidade seria a única chance para se criar formas alternativas de comercialização do café, livrando-se das

condições colocadas pelos compradores/atravesadores e pelas firmas locais de compra. Por efeito, contornariam o regime injusto de preços compreendidos no mercado (bolsa de valores).

Os agricultores mais jovens, em grande parte, iniciantes nos negócios do café, como Alípio, afirmam que no sistema local de negociação, o café produzido nos sítios alcançará as redes de comercialização sendo, principalmente, exportado para Europa, Estados Unidos e Emirados Árabes. É consenso no local que o café é comprado por preços muito baixos para, então, serem revendidos por valores muito superiores em outros países. No momento da compra são valorados como de qualidade mediana e baixa, mas serão comercializados como produtos de alto nível. Alípio e o sogro Juca elaboram essa constatação por meio da crítica de que o café que produzem se mistura com os outros, de forma indiferenciada, perdem a marca, as especificidades, o elo de identificação com o seu produtor. O café torna-se commodity, enfim, *perde o nome*.

Perder o nome significa a participação do café num mercado onde o padrão apaga os esforços na produção familiar, tornando-lhe mais um produto entre outros. Esse mercado possui como característica, como descrito, processos de avaliação e de precificação que seguem parâmetros genéricos que partem de instâncias externas e misteriosas que, no ver dos agricultores, os limita e/ou impede de definirem os preços a partir de suas condições.

Zé Amaro considera, assim, indispensável, de partida, conhecer o café que se produz a partir de um enquadramento específico de classificações técnicas da qualidade do produto no mercado. É necessário conhecer, então, os critérios de valoração do café baseados em propriedades físicas dos grãos para, então, planejar a produção e prever a negociação. O conhecimento proporcionará a valorização da própria produção por parte do agricultor, dando-lhe maior segurança para negociar com um comprador/atravesador, diz Juca. Não somente o conhecimento. A qualidade do café, sabem, é também determinada pelos usos de estruturas e técnicas avançadas de produção conhecidas no local por meio dos usos de máquinas que beneficiam os grãos, desde a colheita, a secagem e atingindo a estocagem.

Ao se espelharem no caso de um primo morador de outra comunidade rural do município que recebera recentemente uma premiação por seu café, Juca, Inês e o genro Alípio constatam que ao se alcançar uma qualidade superior do café (gourmet), será possível negociar diretamente com compradores estrangeiros, com maior margem de lucro. Entendem que ao reduzir o número de intermediários nas cadeias internas de

mercado, poderão receber mais dinheiro pelo café. Desse modo, mudarão, inclusive, os países de destino do café. Afirmam, desse modo, que o melhor negócio se faz diretamente com os japoneses.

3. QUESTOES PROPOSTAS

a. Domesticar o mercado

Ao contrário de uma unidade fechada, no Caparaó cafeeiro o mercado é vivido como um processo, baseado, sobretudo, nas possibilidades de mudança social e de conquista da autonomia. O mercado é, portanto, compreendido por meio de uma série de articulações complexas entre escalas, intenções, aspirações, relações dadas entre agentes, artefatos e aprendizados num contexto onde a participação direta por parte dos pequenos agricultores é novidade.

É importante notar que essas articulações vão se tornando concretas na medida em que são refletidas pelas práticas daquelas pessoas que a vivenciam. Isso se prova em dois aspectos levantados. Primeiro, nota-se os esforços de leitura do mercado em consistências com os modos e valores locais, como o fazem a partir dos sujeitos que mais imediatamente representam ou possam representar esse mercado. Com os compradores/atravessadores, figuras ambíguas, muitas vezes, um agricultor procura travar relações de proximidade, à sua imagem e semelhança, confrontando-os como *primos*, pessoas com quem se poderá criar alguma relação de confianças, mesmo sabendo que estes estarão interessados mais no lucro do que na amizade.

Segundo, o café que perde o *nome* demonstra a necessidade de gravar o produto com as especificidades locais, criando um elo entre ele e seu produtor. Trata-se, no desejo dos agricultores e agricultoras, de deter maior controle sobre o café no mercado, sendo eles reconhecidos pela possível elevada qualidade dos grãos que cultivam. Ao darem nome ao café estarão, por contiguidade, dando nome ao mercado, até então, instância abstrata, externa, distante e hostil à realidade local.

b. O mercado *gourmet*

Ao mesmo tempo em que a busca pelo nome do café pode se configurar como uma tática de resistência à alienação da produção nas cadeias de comércio, pode reforçar o aumento da competitividade e da dessolidarização no local, tendência que já vem sendo percebida, em especial, em decorrência do aumento das lavouras particulares e da consequente intensificação do familiar que, no tempo, enfraquece as práticas de ajuda-mútua dentro da comunidade.

Visando a produção de um café de qualidade superior ou especial (*gourmet*) a ser negociado diretamente com os ‘japoneses’, particularizar o café implica em esforços de enquadramento (*framing*) das práticas locais de cálculos em modelos desse mercado alternativo a aquele vigente no local. Por um lado, identificam um processo de individualização dos sítios enquanto unidades produtivas isoladas uma das outras no sentido de uma corrida por informações e pela modernização da produção em diálogo com os padrões percebidos nesse ‘novo mercado’ de cafés gourmet.

Em especial os homens mais jovens, trabalhando na formação e expansão de suas primeiras lavouras, afirmam ser inevitável que um agricultor em seu sítio procure desenvolver a própria produção a fim de torná-la diferenciada das demais, chamando a atenção de compradores especiais, como os japoneses. Tratar-se-ia de um processo no qual não somente os meios e modos de trabalho, mas os comportamentos e relações passam a ser pensadas a partir de uma ótica intensamente “econômica” (Callon 1998), no sentido da incorporação de padrões desse novo mercado.

Dobeson (2018: 17) analisou processo semelhante entre pequenos pescadores da Islândia para os quais os negócios de base familiar vão se convertendo, no tempo, em pequenas unidades capitalistas. Em busca de novas perspectivas de mercado, o empreendedor individual ganha protagonismo no enfrentamento das gramáticas de saberes, pressões e dinâmicas instáveis do mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCANTARA, Paulo Augusto Franco de. “O jogo do café: os sentidos do crédito/dívida nas montanhas do Caparaó Mineiro”. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 26, n. 2, 2020.

ANDRADE, Manoel. C. de. *A terra e o homem no nordeste*. 4ª ed. São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas, 1980.

Ansell, Aaron. M. *Zero hunger: political culture and antipoverty policy in Northeast Brazil*. UNC Press Books, 2014.

BAILEY, F.G. *Gifts and Poison. The Politics of Reputation*. New York: Schocken Books, 1971.

BALEN; Maria Elisa; FOTTA, Martin. “Introduction. Rearticulations of rural lives through conditional cash transfers”. In. *Money from the Government in Latin America Conditional Cash Transfer Programs and Rural Lives*. New York: Routledge, 2019.

CALLON, Michel. Introduction: the embeddedness of economic markets in economics. In. M. Callon (Ed.), *The laws of the markets*. Oxford: Blackwell, 1998, pp. 1-57.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano—vol. 1. I: Artes de fazer*, Petrópolis: Editora Vozes, 1994.

COMERFORD, John. *Como uma família: sociabilidade, territórios de parentesco e sindicalismo rural*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

GRISA, Cátia. *Políticas públicas para a Agricultura Familiar no Brasil: produção e institucionalização das ideias*. Tese de doutorado. CPDA/UFRRJ, 2012.

CRAIG, D. A.; PORTER, D. (2006). *Development beyond neoliberalism?: Governance, poverty reduction and political economy*. Routledge.

CROUCH, Colin. (2009). *Privatised Keynesianism: An unacknowledged policy regime*. In. *The British Journal of Politics and International Relations*, v. 11, n. 3, p. 382-399, 2009.

DOBESON, Alexander. “Economising the Rural: How New Markets and Property Rights Transform Rural Economies”. *Sociologia Ruralis*. European Society for Rural Sociology. *Sociologia Ruralis*, Vol 00, Number 00, Month 2018.

ESCOBAR, A. “Histories of development, predicaments of modernity: thinking about globalization from some critical development studies perspectives”. In. LONG, N., JINGZHONG, Y., YIHUAN, W.(Ed.). *Rural transformations and development—China in Context. The everyday lives of policies and people*. Edward Elgar Publishing Limited, 2010, p. 25-53.

FERGUSON, James. *The anti-politics machine: 'development', depoliticization and bureaucratic power in Lesotho*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994.

Geertz, C. *Peddlers and princes: Social development and economic change in two Indonesian towns*. University of Chicago Press, 1963.

GUANZIROLI, C. E. PRONAF dez anos depois: resultados e perspectivas para o desenvolvimento rural. *Revista de economia e sociologia rural*, v. 45, n. 2, 2007, p. 301-328.

LONG, Norman (2003). *Development sociology: actor perspectives*. Routledge, 2003.

MARCELIN, L. H. “A linguagem da casa entre os negros no recôncavo baiano”. *Mana*, v. 5, n. 2, 1999, p. 31-60.

MORTON, Gregory Duff. “Acesso à permanência. Diferenças econômicas e práticas de gênero em domicílios que recebem o Bolsa Família no sertão baiano”. *Revista de Ciências Sociais – Política & Trabalho*, 38, 2013, pp. 43-67.

MOSSE, David. *Cultivating Development: An Ethnography of Aid Policy and Practice*. Londres, Pluto, 2005.

PICOLOTTO, E.L. As mãos que alimentam a nação: agricultura familiar, sindicalismo e política. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (PhD thesis), 289f, 2011.

PIRES, Flávia. “A casa sertaneja e o Programa Bolsa Família: questões para pesquisa”. *Revista de Ciências Sociais – Política & Trabalho*, 27, 2009, pp. 145-156.

Polanyi, K. "The Economy as an Instituted Process". In: Polanyi, K. et al. *Trade and Market in the Early Empires*. New York, The Free Press, 1957. pp. 239-157.

SORRENTINO, M. *Development in the Mountains of Confusion: Guaribas under the Zero-Hunger Programme*. PhD thesis. Department of Anthropology of the London School of Economics for the degree of Doctor of Philosophy, London, 2011.

WORLD BANK. *Rural Development*. Sector Policy Paper, 1975.