



**UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA**

CILIANE CARLA SELLA DE ALMEIDA

**O PROCESSO DE INSERÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES RURAIS
ACAL E APRALA NO COMÉRCIO JUSTO**

Londrina
2005

CILIANE CARLA SELLA DE ALMEIDA

**O PROCESSO DE INSERÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES RURAIS
ACAL E APRALA NO COMÉRCIO JUSTO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação, em Geografia, Meio-Ambiente e Desenvolvimento, da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof. Dra Alice Y. Asari

Londrina
2005

CILIANE CARLA SELLA DE ALMEIDA

**O PROCESSO DE INSERÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES RURAIS
ACAL E APRALA NO COMÉRCIO JUSTO**

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Elpídio Serra
Universidade Estadual de Maringá

Profª Drª Ruth Youko Tsukamoto
Universidade Estadual de Londrina

Profª Drª Alice Yatiyo Asari
Universidade Estadual de Londrina

Londrina, 31 de Outubro de 2005.

DEDICATÓRIA

A todos os excluídos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a vida que me possibilitou realizar mais uma aspiração, conduzindo-me ao Mestrado em Geografia, Meio Ambiente e Desenvolvimento da Universidade Estadual de Londrina.

Em seguida, a todos que colaboraram para que esta aspiração fosse realizada, especialmente:

A Profa. Dra. Alice Y. Asari pela condução de suas orientações, solidariedade e confiança em meu trabalho.

A Carol e Emílio, minha filha e meu marido, pela compreensão de minhas convicções e metas de vida.

Ao meu pai, ex-pequeno cafeicultor, que desiludido desta cultura, preferiu sonhar com verdes pastagens.

A minha mãe, eterna companheira e batalhadora.

Aos meus amigos e colegas, pelo acompanhamento entusiasta de todas as etapas deste Mestrado.

Aos professores e colegas de Curso, pelas trocas de experiências e conhecimentos.

Aos associados da ACAL e da APRALA, pela confiança no Projeto Café de Lerroville e pela concessão de informações para a realização de minha pesquisa.

Aos estagiários do curso de graduação em Geografia da UEL, Anderson, Carlos Érica, Jovana, Paulo, Rodrigo e Vânia pela colaboração na aplicação dos questionários durante os trabalhos de campo.

Aos pesquisadores e técnicos das instituições públicas IAPAR, EMATER, IAP, Secretaria Municipal da Agricultura e Abastecimento, pelo apoio a minha pesquisa, pela transmissão de ensinamentos sobre agricultura e cafeicultura e pela confiança em minhas propostas.

Aos incentivadores do Comércio Justo, Beat Grüninger, Cássio França e Pierre Johnson pela disponibilidade no envio de material de consultas e esclarecimentos de dúvidas.

Ao presidente da COASOL, Fábio Gonçalves dos Anjos, pela luta em prol de melhores condições de vida e trabalho dos produtores rurais da Água da Limeira e da Água da Laranja Azeda e a dedicação ao projeto Café de Lerroville.

A Dora, pelos aconselhamentos sensatos e oportunos.

Ao francês Olivier Liétard, responsável pela minha incursão no Comércio Justo.

SELLA DE ALMEIDA, Ciliane Carla. **O processo de inserção das associações rurais ACAL e APRALA no Comércio Justo**. 2005. 169f. Dissertação (Mestrado em Geografia, Meio Ambiente e Desenvolvimento) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina. 2005.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é estudar o Comércio Justo (*Fair Trade*), seus benefícios em comunidades pobres produtoras de café e relatar a experiência junto a duas associações rurais de pequenos cafeicultores do distrito de Lerroville, município de Londrina-PR em seu processo de inserção neste comércio. O estudo envolve a participação de duas associações rurais: Associação de Cafeicultores da Água da Limeira (ACAL) e da Associação de Produtores Rurais da Água da Laranja Azeda (APRALA), assim como de pesquisadores e técnicos de importantes instituições públicas de apoio à pesquisa, à agricultura e ao meio ambiente e da comunidade francesa de Saint-Étienne. Como o processo de inserção destas associações no Comércio Justo exigia algumas transformações na forma de produzir e de comercializar o café e na administração das associações, houve a necessidade de se executar um projeto, então denominado Projeto Café de Lerroville. A metodologia utilizada para este trabalho foi a da pesquisa-ação com pesquisa qualitativa das condições de vida e de trabalho dos 17 associados participantes do projeto. Este trabalho mostra a importância do Comércio Justo para o fortalecimento da classe agricultora de pequena escala dos países pobres, a viabilidade de projetos de desenvolvimento sustentável em comunidades produtoras organizadas, com o apoio do Estado, para melhoria das condições de vida e de trabalho, a necessidade de aproximar produtores e consumidores em novas relações de consumo e a de se criar políticas públicas para o desenvolvimento da agricultura familiar com a participação efetiva dos produtores e trabalhadores rurais, levando-se em conta a previsão constitucional de tratamento jurídico especial para a propriedade produtiva.

Palavras Chave: Comércio Justo. Pequena produção cafeeira. Benefícios sociais, econômicos e ambientais.

SELLA DE ALMEIDA, Ciliane Carla. **The process of inserting the ACAL and APRALA rural associations into the International Fair Trade Association.** 2005. 169f. Dissertation (Master in Geography, Environment and Development) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina. 2005.

ABSTRACT

The objective of this work was to study the International Fair Trade Association and the benefits it can bring to poor coffee growing communities, and to report on the experience of two small coffee growers rural associations from the District of Lerroville, in the County of Londrina, Paraná with this type of commerce. The study had the participation of two rural associations: *Associação de Cafeicultores da Água da Limeira* (ACAL) and *Associação de Produtores Rurais da Água da Laranja Azeda* (APRALA), together with researchers and technicians from representative Research, Agriculture and Environment Enhancement institutions, and the French community of Saint-Étienne. As the process of inserting these communities in the international Fair Trade association demanded a series of changes in their methods of producing and selling coffee and managing their associations, the *Projeto Café de Lerroville* (Lerroville Coffee Project) was created. The action research methodology was used with a qualitative study on the life and working conditions of 17 members of these associations. Results showed the importance of Fair Trade in supporting small agricultural farmers in poor countries, in developing State sustainable development projects in organized productive communities, to improve life and working conditions, in bringing producers and consumers together to develop new buying relations, and in creating new public policies for the development of family agricultural activities with the effective participation of producers and rural workers, taking into consideration the constitutional intention to give special legal treatment to productive properties.

Keywords: Fair Trade. Small coffee production. Social, economical and environmental benefits.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	– População urbana e rural do distrito de Lerrovillle	76
Tabela 2	– Número de pessoas nas propriedades dos associados ACAL e APRALA com contagem de homens e mulheres	91
Tabela 3	– Faixa etária dos associados ACAL e APRALA.....	91
Tabela 4	– Grau de instrução dos associados ACAL e APRALA.....	92
Tabela 5	– Área em hectares das propriedades familiares da ACAL e da APRALA	95
Tabela 6	– Relações de trabalho nas propriedades da ACAL.....	97
Tabela 7	– Relações de trabalho nas propriedades da APRALA.....	97
Tabela 8	– Infra-estrutura encontrada nas propriedades dos associados ACAL e APRALA	100
Tabela 9	– Idade e material das habitações das propriedades da ACAL e da APRALA	101
Tabela 10	– Veículo de locomoção utilizado nas propriedades dos associados ACAL e APRALA	102
Tabela 11	– Maquinários agrícolas nas propriedades dos associados ACAL e APRALA	103
Tabela 12	– Uso de pesticidas nas propriedades dos associados ACAL	110
Tabela 13	– Uso de pesticidas nas propriedades dos associados APRALA.....	110

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	–	Produtos certificados Max Havelaar e seus países de origem.....	45
Quadro 2	–	Impactos do Comércio Justo nas comunidades estudadas pelo grupo de pesquisa em Comércio Justo da Universidade do Estado do Colorado	64
Quadro 3	–	Entidades, municípios e estados do Brasil com seus produtos certificados para o Comércio Justo	70
Quadro 4	–	Cultura de café no distrito de Lerroville por estabelecimento rural	75
Quadro 5	–	Origens e trajetórias das famílias associadas da ACAL	89
Quadro 6	–	Origens e trajetórias das famílias associadas da APRALA.....	90
Quadro 7	–	Área total, área cultivada com café e informações sobre o cafezal dos associados ACAL	106
Quadro 8	–	Área total, área cultivada com café e informações sobre o cafezal dos associados APRALA	107
Quadro 9	–	Renda anual total das propriedades da ACAL e da APRALA em 2003	109
Quadro 10	–	Informações sobre o associativismo na ACAL	114
Quadro 11	–	Informações sobre o associativismo na APRALA	115
Quadro 12	–	Ciclos e etapas da metodologia da pesquisa-ação	125
Quadro 13	–	Divisão das atividades e seus responsáveis	128

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– Ofertas e demandas mundiais de café	58
Gráfico 2	– Área de culturas presentes em Lerroville em 1970	75
Gráfico 3	– Culturas de renda dos associados ACAL	97
Gráfico 4	– Culturas de renda dos associados APRALA	98
Gráfico 5	– Culturas de subsistência da ACAL	98
Gráfico 6	– Culturas de subsistência da APRALA	98
Gráfico 7	– Outras fontes de subsistência da ACAL	99
Gráfico 8	– Outras fontes de subsistência da APRALA	99
Gráfico 9	– Equipamentos domésticos da ACAL	100
Gráfico 10	– Equipamentos domésticos da APRALA	101

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Matias e a família	21
Figura 2 – Fluxograma do Comércio Justo	41
Figura 3 – Logotipo internacional do Comércio Justo com a marca Max Havelaar	43
Figura 4 – Frans van der Hoff entre os cooperados da UCIRI	49
Figura 5 – Localização da UCIRI no estado de Oaxaca, México	50
Figura 6 – Logomarca da UCIRI.....	54
Figura 7 – Organograma da UCIRI	55
Figura 8 – Selo nacional de Comércio Justo do México	57
Figura 9 – Arte Baniwa.....	69
Figura 10 – <i>Discussion</i> (discussão)	73
Figura 11 – Londrina e seus distritos administrativos.....	80
Figura 12 – Localização da Água da Limeira e da Água da Laranja Azeda	81
Figura 13 – Local de reuniões da APRALA.....	82
Figura 14 – Salão da paróquia São Pedro	83
Figura 15 – Oficina de corte e costura das mulheres da ACAL	85
Figura 16 – José Teixeira e família	124
Figura 17 – Logomarca da COASOL	129
Figura 18 – Embalagem da COASOL	129
Figura 19 – <i>Les Mains</i> (As mãos).....	145

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ACAL** – Associação dos Cafeicultores da Água da Limeira
- ACARAM** – Articulação Central das Associações Rurais de Ajuda Mútua
- APACO** – Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense
- APPC** – Associação dos Países Produtores de Café
- APRALA** – Associação dos Produtores Rurais da Água da Laranja Azeda
- ARPROCLAN** – Associação dos Representantes dos Produtores e Colhedores de Laranja do Noroeste do Paraná
- BSD** – Business meets Social Development
- CEALNOR** – Central de Associações do Litoral Norte
- CEPAL** – Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe
- COAGROSOL** – Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis
- COASOL** – Cooperativa Agroindustrial Solidária de Lerroville
- COMPAEB- CAPEB** – Cooperativa Agroextrativista dos Produtores de Eptaciolândia e Brasília
- DEG** – Deutsche Investitions und Entwicklungsgesellschaft
- EFAT** – European Federation for Alternative Trade
- EMATER** – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
- FACI** – Federação de Associações Comunitárias Rurais de Iúna e Irupi
- FLO** – Fair Trade Labelling Organization
- FTF** – Fair Trade Federation
- FUNCAFÉ** – Fundo de Defesa da Economia Cafeeira
- GERCA** – Grupo Executivo de Racionalização da Cafeicultura
- IAP** – Instituto Ambiental do Paraná
- IAPAR** – Instituto Agrônômico do Paraná
- IFAT** – International Federation for Alternative Trade
- OIC** – Organização Internacional do Café
- ONG** – Organização Não Governamental
- POEMATEC** – Núcleo de ação para o desenvolvimento sustentável e Tecnologias da Amazônia
- PRONAF** – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

PRRC – Plano de Renovação e Revigoramento de Cafezais

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SINDICAFÉ – Sindicato da Indústria de Café do Estado de São Paulo

UCIRI – União dos Vilarejos Indígenas da Região do Istmo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 O COMÉRCIO JUSTO	21
2.1 Origem do Comércio Justo	24
2.2 Definições do Comércio Justo	28
2.3 Princípios do Comércio Justo	30
2.4 Os produtos do Comércio Justo	38
2.5 Atores envolvidos no Comércio Justo	39
2.6 A Max Havelaar e a FLO	42
2.7 O processo de certificação	46
2.8 Relações comerciais entre produtores e compradores	47
2.9 A aventura do Comércio Justo: o projeto inovador de Frans van der Hoff e Nico Roozen e a cooperativa UCIRI	49
2.10 A UCIRI e sua realidade atual	54
2.11 O Comércio Justo e a América Latina	56
2.12 O café do Comércio Justo	56
2.13 O Comércio Justo no Brasil	61
2.14 Um Comércio Ético e Solidário para o Brasil	66
2.15 O Comércio Justo e a UNCTAD de 2004	69
3 AS ASSOCIAÇÕES RURAIS ACAL E APRALA E O DISTRITO DE LERROVILE	73
3.1 Localização e origem das associações rurais ACAL e APRALA.....	78
3.2 Características comuns das associações rurais ACAL e APRALA	84
3.3 Cenário da ACAL e da APRALA à época da aplicação dos questionários.....	86
3.4 Perfil das famílias da ACAL e da APRALA	87
3.5 Perfil das propriedades da ACAL e da APRALA	92
3.6 Perfil do café das associações da ACAL e da APRALA	103
3.7 Renda anual total das propriedades em 2003	108
3.8 O associativismo da ACAL e da APRALA	111
3.9 ACAL e APRALA e a fundação da Cooperativa Agroindustrial Solidária de Lerrovile(COASOL).....	116

3.10 Reivindicações do distrito de Lerroville	119
3.11 Lerroville e a valorização de seu café	122
4 O PROCESSO DE INSERÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES RURAIS ACAL E APRALA NO COMÉRCIO JUSTO	124
4.1 Seminário de avaliação	130
4.2 Seminário de validação	136
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	145
REFERÊNCIAS	151
ANEXOS	159
Quadro A - Funções e responsabilidades entre Max Havelaar e FLO	160
Quadro B - Preços mínimos em dólares pagos ao café	161
Quadro C - Impactos sociais, ambientais e econômicos da crise mundial do café nos países produtores	162
Quadro D - Estrutura do distrito de Lerroville	168

1 INTRODUÇÃO

Esta dissertação é a análise de uma experiência de mais de dois anos como pesquisadora e participante do Projeto Café de Lerroville, que objetivava inserir os produtores familiares de café de duas associações rurais: Associação dos Cafeicultores da Água da Limeira (ACAL) e Associação dos Produtores Rurais da Água da Laranja Azeda (APRALA), do distrito de Lerroville, município de Londrina-PR, no mercado internacional de café através do *Fair Trade* ou Comércio Justo com certificação social *Max Havelaar*¹.

A importância do Comércio Justo para os produtores dos países pobres e, sobretudo, para os cafeicultores da América Central levou-nos a propor e desenvolver o projeto Café de Lerroville, em parceria com importantes instituições públicas de apoio e pesquisa à agricultura e ao meio ambiente: Instituto Agrônomo do Paraná (IAPAR), Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) e Instituto Ambiental do Paraná (IAP), através de seus pesquisadores e técnicos.

Contamos também com o apoio do poder público local, através da Prefeitura e da Secretaria Municipal de Agricultura de Londrina que, compreendendo a importância da proposta para o desenvolvimento da comunidade rural do distrito de Lerroville, desapropriou uma área para a construção de uma mini-torrefadora, financiada pelo programa estadual Paraná 12 Meses².

Em nível internacional, houve a participação solidária da cidade de Saint-Étienne – França e organizações francesas de apoio ao Comércio Justo.

Porém o Projeto Café de Lerroville apresentava um grande desafio por várias razões, entre elas, o pouco ou quase nenhum conhecimento do Comércio Justo por parte dos participantes e a necessidade de unir as instituições públicas de apoio à pesquisa, à agricultura e ao meio ambiente para o desenvolvimento de atividades junto aos associados da ACAL e da APRALA, as quais deveriam estar de

¹ Max Havelaar é o nome da primeira certificadora social e também do romance de Edouard Douwes Dekker cujo principal personagem denuncia um sistema comercial injusto que oprime 30 milhões de javaneses (antiga colônia da Holanda).

² O Paraná 12 Meses financia, a fundo perdido, micro e pequenos produtores rurais voltados para a agricultura de subsistência e que não têm acesso a financiamento bancário. A prioridade do Governo do Paraná é financiar programas que agregam valor à produção agrícola e que estimulam a adoção de tecnologias capazes de gerar renda o ano inteiro (PARANÁ, 2002, p.84).

acordo com os princípios do Comércio Justo e com a longa caminhada necessária a um projeto de transformação.

Como não se tratava tão somente de uma ação, mas a pesquisa científica também estava envolvida, foi necessário primeiramente traçar uma estratégia para o desenvolvimento deste trabalho. A metodologia da pesquisa-ação continha os elementos necessários a este propósito segundo os ensinamentos de THIOLENT (1988) e BARBIER (2005).

O método utilizado para o levantamento dos dados socioeconômicos e culturais foi o da pesquisa qualitativa. Questionários com perguntas fechadas e abertas foram aplicados a 17 produtores familiares de café da ACAL e da APRALA, através de entrevistas individuais, sendo o primeiro questionário aplicado ao líder das associações como pré-teste da eficiência das perguntas.

A proposta de participação das associações ACAL e APRALA no Comércio Justo, através da cooperativa COASOL, necessitava de um conjunto de atividades que proporcionasse a adequação de suas estruturas e de seus associados às exigências deste comércio. O Projeto Café de Lerroville continha estas atividades e por esta razão constituiu a parte prática deste trabalho.

Para preencher as necessidades desta metodologia e do próprio Projeto Café de Lerroville, dividimos o trabalho em três ciclos: o do conhecimento do objeto, que compreendia o levantamento da problemática dos cafeicultores de pequena escala no Brasil, a constituição do grupo coletivo de pesquisadores e técnicos, a definição do grupo-alvo e a da ação; o da construção do objeto, que levantava hipóteses dos possíveis fatores que contribuía para as dificuldades da produção cafeeira no regime de agricultura familiar, o marco referencial e a definição das atividades cujos resultados levariam a inserção da ACAL e da APRALA, através da cooperativa COASOL, no Comércio Justo e, por último, o ciclo do objeto produzido, com os resultados obtidos e os seminários de avaliação e validação.

Esta pesquisa-ação está dividida em introdução, desenvolvimento do trabalho em três unidades e considerações finais. A primeira unidade é uma apresentação do Comércio Justo, marco referencial da pesquisa-ação; a segunda refere-se ao perfil das associações rurais ACAL e APRALA e do distrito de Lerroville, município de Londrina-PR; a terceira é o relato do processo de inserção das associações, ACAL e APRALA no Comércio Justo através da cooperativa COASOL

e as considerações finais onde se defende o Comércio Justo como ação para fortalecimento da classe produtora de pequena escala no Brasil.

Os anexos contêm quadros que estão relacionados a informações dadas durante o desenvolvimento das unidades e trazem alguns artigos de jornais de Londrina com as publicações sobre o café de Lerroville.

A produção de café no Brasil em regime familiar enfrenta os desafios próprios da agricultura familiar, os impactos da crise mundial do café, a falta de assistência técnica constante, além dos fenômenos climáticos - geadas e secas - que afetam diretamente esta cultura (CAFÉ: VIDA, PRODUÇÃO E TRABALHO, 2002).

Isto tem resultado na descapitalização do pequeno produtor e na falta de investimentos em melhoria das condições de trabalho e de vida, com o comprometimento da agricultura familiar já que dificilmente o produtor consegue sobreviver de seu trabalho. Assim, se torna proletário rural; às vezes seus filhos ou ele próprio migram para a periferia de centros urbanos; ou então, é obrigado a vender sua propriedade, geralmente herança de pais e avós.

A própria dimensão fundiária da propriedade familiar já limita naturalmente o volume da produção que, sem a devida assistência técnica, poderá ficar comprometida. Baixa produção significa pouca remuneração e, conseqüentemente, impossibilidade de manter a família com a renda da propriedade.

A falta de assistência técnica e comercial adequada à produção familiar cafeeira, com visão de oportunidades de mercado, empurra o produtor de café para o representante de indústrias agroquímicas, interessado em manter sua quota de vendas, e ao intermediário corretor de café, que ganha boa parte dos lucros da venda do café.

Como vencer então a todos estes desafios e fazer da pequena produção cafeeira um empreendimento viável no Brasil?

O Comércio Justo, por toda sua estrutura, princípios, valores e critérios apresenta-se como uma alternativa de mercado para os pequenos produtores de café de países em desenvolvimento do hemisfério Sul que podem vender seu produto, por um preço justo, aos consumidores ricos dos países desenvolvidos do hemisfério Norte.

Este trabalho objetiva mostrar que o Comércio Justo, através de um preço justo e garantias de relações comerciais de longa duração entre compradores e produtores, beneficia a produção feita em pequena escala pelos produtores dos países do Sul, valorizando a contribuição social⁴, econômica⁵ e ambiental destes empreendimentos em uma sociedade que reclama por projetos de desenvolvimento sustentável.

As atividades desenvolvidas junto aos associados participantes do Projeto Café de Lerroville obedeceram aos princípios do Comércio Justo e da certificação Max Havelaar, os quais vêm ao encontro do discurso global que orienta a adoção de critérios para um desenvolvimento sustentável⁶, para a importância da economia solidária em países em desenvolvimento como forma de diminuição da pobreza, pelo trabalho associativo ou cooperativo, para a difusão do consumo consciente e para os valores éticos que devem estar presentes na produção e comercialização de produtos agroalimentares, garantidos através de selos de certificação.

Ao final de um ano e dez meses do início da execução do Projeto Café de Lerroville pudemos confirmar, junto aos associados da ACAL e da APRALA, ora cooperados da COASOL, alguns dos benefícios apontados pelo relatório de pesquisa das comunidades de cafeicultores da América Central, realizado pelo Grupo de Pesquisa do Comércio Justo da Universidade do Estado do Colorado, Estados Unidos da América.

Ficou claro também que a participação dos produtores rurais da ACAL e da APRALA na proposta de participação no Comércio Justo deveu-se à confiança nas instituições públicas participantes que, segundo eles, apadrinou-os, garantindo-lhes a constante assistência técnica especializada com visão de mercado nacional e internacional, preenchendo assim algumas das dificuldades apontadas para o desenvolvimento das pequenas propriedades familiares.

⁴ O Brasil conta com 4.139.369 estabelecimentos de agricultura familiar (IBGE-Censo Agropecuário 1995/1996 – Elaboração Convênio Incra/FAO).

⁵ Representou em 2003, 3,7% do PIB nacional, ou seja, 55,6 bilhões de reais (PIB das cadeias produtivas da agricultura familiar, dez/2004. FIPE/USP – disponível em <<http://www.mda.gov.br>>).

⁶ O desenvolvimento sustentável está previsto nos seguintes documentos: Agenda 21, seção II, capítulo 14, Promoção do Desenvolvimento Rural e Agrícola Sustentável; Agenda 21 Brasileira e políticas da Secretaria Estadual do Meio Ambiente (Paraná).

O trabalho conjunto das instituições públicas envolvidas neste processo e do grau de respeito existente entre elas, assim como a atenção especial dada aos associados ACAL e APRALA participantes do Projeto Café de Lerroville devem ser aqui ressaltados. Não há como se trabalhar valores éticos, como é o caso da agricultura orgânica e do Comércio Justo, sem desenvolver relações de respeito, transparência e solidariedade.

O Comércio Justo é analisado neste trabalho como um movimento social, econômico e ambiental que tem impactos positivos nas comunidades pobres que dele já participam, como seu fortalecimento, o fortalecimento das famílias produtoras e o da comunidade local dentro da ótica de desenvolvimento sustentável.

Este trabalho não tem a intenção de debater as relações existentes na divisão internacional do trabalho, nem tampouco o papel que desempenha a agricultura familiar no capitalismo. Tem, entretanto, a intenção de apresentar novas práticas comerciais para os pequenos produtores e para os consumidores. Para os pequenos produtores marginalizados pelo sistema capitalista, o Comércio Justo representa um caminho, uma saída para amenizar suas crises. Para o consumidor, ressalta a necessidade de pensar o ato de comprar como um ato político e a importância de sua participação na construção de um mundo com mais justiça social. Ao Estado cabe reformular suas políticas públicas, de modo a beneficiar a pequena produção e não somente o agronegócio exportador.

O Comércio Justo é uma prática política que poderá conduzir ao milagre apontado por Milton Santos em seu artigo “A Globalização Perversa”, onde afirma a necessidade de identificar realizações concretas que atuem contra os efeitos negativos e perversos da globalização, e que conduzam a um modelo econômico e social capaz de produzir o que hoje pode parecer um milagre: a construção de um mundo unido, onde o bem-estar das populações não seja um privilégio, mas um bem comum (SANTOS, 2001, p.7).

2 O COMÉRCIO JUSTO



Fonte: Arquivo: Fábio Gonçalves dos Anjos (2004)

Figura 1 – Matias e a família. Esta foto ilustra o cotidiano de trabalho de um associado ACAL, desenvolvido com a ajuda de todos os membros da família: pai, mãe e filhos envolvidos no trato dos cafezais.

“Toda pessoa que trabalha tem o direito de receber uma remuneração que, em relação à sua capacidade de trabalho e habilidade, lhe garanta um nível de vida conveniente para si mesma e para sua família”.

(Declaração Universal dos Direitos do Homem de 1948)

O Comércio Justo é o marco referencial de nossa pesquisa e de nossa ação, razão pela qual inaugura este trabalho.

Conhecer o Comércio Justo é condição essencial para a compreensão do processo de inserção no mercado internacional das associações rurais de produtores de café de pequena escala, como a Associação dos Cafeicultores da Água da Limeira (ACAL) e a Associação dos Produtores Rurais da

Água da Laranja Azeda (APRALA), do distrito de Lerroville, município de Londrina-PR.

O Comércio Justo ou *Fair Trade* é um movimento recente que foi se estruturando entre os países desenvolvidos do hemisfério Norte e os produtores pobres dos países em desenvolvimento do hemisfério Sul. Este comércio ganhou maior destaque e ênfase a partir de 1988, quando uma comunidade rural indígena do Sul do México conseguiu colocar no mercado europeu o café *Max Havelaar*, sem contar com intermediários ou especuladores comerciais.

A partir de então, muitas outras associações de pequenos produtores de países pobres do hemisfério Sul seguiram seus passos, apoiados por organizações não governamentais, agências certificadoras, importadores, centrais de compras, Lojas do Mundo⁷ e consumidores conscientes.

O Brasil participa do Comércio Justo desde 1999 e conta com vários produtos de associações e cooperativas no mercado internacional, como será demonstrado no tópico “O Comércio Justo no Brasil”.

As publicações existentes no Brasil sobre o Comércio Justo estão condensadas em dois números da revista “Comércio Ético e Solidário”, publicada pela Fundação Friedrich Ebert/ILDES⁸ com apoio do FACES DO BRASIL (Fórum de Articulação por um Comércio Ético e Solidário), os quais foram utilizados como fontes para este trabalho. Os artigos encontrados nesta revista discutem o Comércio

Justo com objetivo de desenvolvê-lo no território brasileiro a partir de padrões relacionados a nossa realidade e foram escritos por alguns dos representantes das entidades que formam o FACES DO BRASIL fundada em 2004 para articular no território nacional as bases e princípios para um Comércio Ético e Solidário.

As referências bibliográficas estrangeiras citadas nesta unidade representam grande parte da produção literária existente para o tema do Comércio Justo na Europa e nos Estados Unidos.

O livro *L’Aventure du Commerce Équitable: une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar* de Nico Roozen e Frans van der Hoff (2002) , o relatório de pesquisa do grupo de *Fair Trade* da Universidade do

⁷ São as lojas que vendem exclusivamente os produtos do Comércio Justo.

⁸ A Friedrich Ebert/ILDES é a mais antiga fundação política da Alemanha, instituída em 1925 sob o ideário da social democracia alemã e representada no Brasil desde 1976, através do ILDES (Instituto Latino Americano de Desenvolvimento Econômico e Social).

Estado do Colorado, dos Estados Unidos da América, intitulado *One Cup at a time: Poverty Alleviation and Fair Trade Coffee in Latin América*, coordenado por Laura Reynolds (2005), a publicação *Análisis y posicionamiento del comercio justo y sus estrategias: una revisión de la literatura*, de Ana Isabel Otero (2005) e inúmeras outras informações complementares veiculadas por organizações de apoio ao Comércio Justo, como Max Havelaar France, *International Federation for Alternative Trade* (IFAT), *European Federation for Alternative Trade* (EFAT), *Fair Trade Federation* (FTF), *Fair Trade Labelling Organization International* (FLO-I) e *Artisans du Monde* foram também fontes enriquecedoras deste trabalho.

Escrever sobre o Comércio Justo se apresenta como um desafio por trazer em si inúmeros temas transversais, todos muito sedutores. O Comércio Justo poderia ser discutido pelo viés da Economia, como um novo tipo de comércio; pela ciência que estuda o Meio Ambiente, como proposta de desenvolvimento sustentável; pela Geografia, como estudo da ocupação e da organização do espaço através do trabalho do homem; pelas Relações Internacionais, como modelos de cooperação; pelas Políticas Públicas, como criação de selos sociais para produção ética e sustentável de produtores de pequena escala, aqui incluídas as agências de certificação e estratégia de desenvolvimento local; pelo Direito, como aplicação dos direitos sociais, ambientais, econômicos e culturais e pela Sociologia, como fortalecimento de movimentos sociais produtivos.

Optamos pela apresentação geral do Comércio Justo, descrevendo origem, definições, princípios, funcionamento, atores envolvidos, produtos comercializados, populações beneficiárias, entre outros tópicos importantes. Entretanto buscamos manter a atenção sobre o produto de nosso interesse, o café e sua atuação no Comércio Justo, visto que a pesquisa apresentada neste trabalho se relaciona com a produção familiar de café. Julgamos necessário discorrer sobre a crise mundial do mercado cafeeiro e seus impactos sobre as populações produtoras dos países pobres para avaliar melhor os benefícios trazidos pela inserção de comunidades produtoras no Comércio Justo.

Os dados sobre estes benefícios estão limitados às comunidades do México e da América Central aonde o Comércio Justo chegou mais cedo e conta com mais adeptos. Sabe-se que no Brasil os estudos sobre os impactos do Comércio Justo estão apenas se iniciando e ainda será necessário um tempo maior para avaliar seus benefícios.

2.1 ORIGEM DO COMÉRCIO JUSTO

O Comércio Justo com certificação *Max Havelaar* nasceu da preocupação de um homem com comunidades indígenas mexicanas produtoras de café que, apesar de todo o esforço que desprendiam para viver de sua pequena produção, não conseguiam viver dignamente de seu trabalho. Convivendo durante anos nestas comunidades e inconformado com a injustiça social, passou a refletir um projeto capaz de fazer mercados ricos pagarem o preço justo por um café produzido em condições éticas por populações pobres.

Este homem se chama Frans van der Hoff e, com a ajuda de seu amigo Nico Roozen foi responsável pela primeira comercialização de café certificado Max Havelaar nos Países Baixos, inaugurando assim o que seria o Comércio Justo.

Entretanto ações de ajuda aos produtores pobres de países em desenvolvimento já eram realizadas por entidades religiosas e filantrópicas de países do Norte; consistiam na venda de seus produtos para consumidores sensibilizados. Esta ajuda era a que Frans van der Hoff denunciava como insuficiente para reverter a condição de miséria dos produtores pobres do Sul, como também pouco eficientes eram os projetos de cooperação entre Norte e Sul que, segundo ele, mais reforçavam a desigualdade existente do que ajudavam no fortalecimento das populações assistidas (ROOZEN e HOFF, 2002, p.10).

A primeira destas ações de que se tem conhecimento ocorreu em 1950, quando o diretor da *Oxfam*⁹ do Reino Unido projetou vender nas lojas desta organização, artesanatos fabricados por refugiados chineses. O primeiro produto vendido foi uma almofadinha para alfinetes¹⁰. Em 1964, a *Oxfam* fundou a primeira organização para comercializar estes produtos, seguida por outras dos Países Baixos.

Em 1967, a entidade holandesa *SOS Wereldhandel*, composta de jovens católicos, começou a praticar um comércio chamado de alternativo, ao importar artesanatos de países em desenvolvimento para vendê-los, através de

⁹ Oxfam é uma organização do Reino Unido e da Irlanda dedicada a incentivar e a incrementar as ações de desenvolvimento e de combate à pobreza, com mais de 50 anos de experiência e com atuação em cerca de 70 países.

¹⁰ Segundo informações do Comércio Justo disponível no *site* <<http://www.perso.wanadoo.fr/v.d.s/ARTISANATSEL>

catálogos, em igrejas e grupos de solidariedade na Europa. Esta iniciativa resultou na abertura da primeira Loja do Mundo (*Worldshop*) em 1969, em Brekelen, na Holanda. Dois anos mais tarde saltou para 120 o número de Lojas do Mundo espalhadas por toda Holanda.

Paralelamente, na mesma época, grupos holandeses de apoio ao Terceiro Mundo vendiam açúcar de cana-de-açúcar sob o slogan “Comprando este açúcar de cana, você dá aos países pobres um lugar ao sol da prosperidade” (MEMENTO POUR L’AN 2000, 2005).

Nesta mesma década, os países do Sul denunciaram o sistema de trocas injustas entre os hemisférios Norte e Sul através do slogan “*Trade, Not Aid*”¹¹ durante a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento - *United Nations Conference for Trade and Development* (UNCTAD) realizada em 1964, na cidade de Genebra.

Esta denúncia serviu para mostrar aos países do Norte e aos grupos de solidariedade internacional que simplesmente a ajuda não bastaria para combater as causas da pobreza e miséria dos produtores pobres do Sul, pois estas se encontravam também em um sistema de trocas desiguais entre Norte e Sul.

O comércio alternativo até então praticado era baseado em um sistema de ajuda solidária. Em 1988, o projeto de Frans van der Hoff e Nico Roozen vem afirmar a possibilidade de se implantar um sistema de comércio justo com venda direta em supermercados, pela introdução nos Países Baixos do café com selo *Max Havelaar* produzido por uma comunidade de indígenas da região do Chiapas, Sul do México. Importado, torrado e comercializado por grupos empresariais holandeses, este café abre as portas para o que seria a base do Comércio Justo.

¹¹ “*Trade Not Aid*” significa Mercado e Não ajuda.

Na segunda metade dos anos 80, tal rede de difusão (Lojas do Mundo) passou a ser limitante para a crescente projeção e nasce, assim, a exigência de se estender os pontos de venda à Grande Distribuição e às Redes Tradicionais. Com isto se tornou necessário “distinguir os produtos do comércio équo e solidário dos “coloniais” que já eram importados pela grande distribuição, aplicando sobre os primeiros uma “marca” que permitisse ao consumidor entender que “aqueles produtos” eram diferentes dos outros, exóticos e coloniais (CERATTI, 2002, p.78).

Ainda que unidos pelo mesmo trabalho solidário de combate à pobreza, Frans van der Hoff e Nico Roozen se encontravam cada qual em um campo de ação. Frans era padre missionário católico, instalado em uma comunidade indígena mexicana, lutando pela melhoria das condições de vida dos produtores de café e Nico, economista, colaborador da Solidaridad, importante organização de desenvolvimento para a América Latina, morava na Holanda e prestava serviços aos países em desenvolvimento como México, El Salvador e Nicarágua.

Entendiam que a pobreza é uma condição inaceitável contra a qual é preciso lutar. No livro *L'aventure du commerce équitable* de autoria destes holandeses, afirmam que o problema de projetos de ajuda ao desenvolvimento dos povos do Sul está fundado na desigualdade e ainda que seja com as melhores intenções, priva o beneficiário de sua dignidade, condenando-o à passividade (ROOZEN e HOFF, 2002, p.10).

Para quebrar este paradigma seria necessário elaborar projetos que promovessem relações de igualdade entre os países do Norte e do Sul. Decidiram ouvir o que pensavam os próprios produtores da comunidade onde Frans atuava.

O depoimento de um dos indígenas da comunidade pôde servir a este propósito, pois ao mesmo tempo em que desvendava a história de exploração econômica destes cafeicultores indiretamente mostrava um caminho. A transcrição de sua afirmação neste momento é importante já que é o eco fiel da queixa dos associados da ACAL e da APRALA.

Nós não queremos caridade. Não somos mendigos. Paguem nosso café ao preço justo e nós não precisaremos mais de sua ajuda. Organizemos a economia sobre uma base igualitária (ROOZEN e HOFF, 2002, p.11) (Tradução livre da autora).

Frans e Nico sabiam que era necessário implantar um novo sistema não mais fundado na simples ajuda dos países ricos aos países pobres, mas em uma relação de igualdade: o Comércio Justo, como chamaram. E assim iniciaram uma discussão para se pôr em prática este comércio. Se os consumidores dos ricos países da Europa Ocidental estivessem prontos a pagar alguns centavos a mais por um café, a vida desses cafeicultores indígenas e de outros milhares poderia se modificar. O café deveria ter qualidade e ser comercializado em condições corretas. O café produzido pelas comunidades indígenas seria comprado pelos habitantes dos países desenvolvidos onde Nico trabalhava.

Vale ressaltar que, naquela época, por volta de 1985, o café ético já se encontrava à venda nas Lojas do Mundo, em pequenas quantidades que eram adquiridas de cooperativas de pequenos produtores por organizações alternativas e consumidas por algumas pessoas, sensibilizadas pela questão das desigualdades.

Para Frans e Nico, a chave do sucesso estava em encontrar um meio de aumentar o circuito de distribuição tradicional dos produtos éticos, neste caso, o café. Teria que ser através dos supermercados e com uma marca de qualidade que diferenciasse o café ético, já comercializado, de outros, ou seja, uma marca própria. Esta asseguraria aos consumidores que o produto consumido havia sido produzido em condições corretas. Neste momento surge o nome da marca Max Havelaar¹².

Mas inúmeros eram os desafios que este plano continha até se chegar a comercialização do café *Max Havelaar*. Desde a necessidade de recursos financeiros, conhecimentos técnicos para melhorar a qualidade do café, até a confiança dos supermercados, onde se daria a grande distribuição do produto.

Porém ambos estavam convencidos da proposta e trabalhariam à distância para levar a termo este novo conceito de produto: Frans, junto aos produtores indígenas, reforçando a necessidade de um café de qualidade e Nico, junto ao mercado consumidor da Holanda.

A história desta comunidade e a elaboração do projeto que resultou na primeira venda de café *Max Havelaar* é relatada no tópico *A aventura do Comércio Justo: o projeto inovador de Frans Van der Hoff e Nico Roozen com a cooperativa UCIRI*.

¹² Max Havelaar é o nome de um romance e do personagem principal de Eduard Dowes Dekker. Escrito parcialmente sob o pseudônimo de Multatuli, Eduard denuncia e combate, sem êxito, as injustiças sofridas pelos pequenos produtores de café de Java, colônia holandesa.

O sucesso de vendas do café *Max Havelaar* e conseqüentemente do projeto de Hoff e Roozen levou a criação de toda uma organização para a estrutura e o funcionamento do Comércio Justo, assim como de todos os princípios, normas e critérios que fazem deste comércio um movimento mundial crescente, não somente em valores, mas em pessoas beneficiárias.

Estima-se hoje que sejam 800.000 famílias de produtores participantes do Comércio justo localizadas na América Latina, na África e na Ásia (MAX HAVELAAR FRANCE, 2005; SEBRAE, 2005, p.5), espalhadas em 45 países, 3.000 Lojas do Mundo, 70.000 a 90.000 pontos de vendas (MANCE, 2004, p.13) com um movimento financeiro de 373 milhões de euros¹³ em 2003. No período de 1997 a 2003, obteve taxas anuais de crescimento acima de 20%, o que também representa maiores ganhos financeiros para muitos pequenos produtores do Sul que dele já participam.

Entretanto seus maiores benefícios, comprovados em estudos junto a associações e cooperativas da América Central, se encontram no fortalecimento do produtor, de sua família, da comunidade local, da organização (MURRAY; RAYNOLDS e TAYLOR, 2005, p.6-13) e da preservação do meio ambiente (OTERO, 2005).

Os países ricos que mais participam do Comércio Justo, adquirindo produtos de países pobres, são a Inglaterra (22,48%), a Alemanha (22,48%), a Suíça (19,56%), a Holanda (17,54%), a Itália (4,5%), a Dinamarca (4,5%) e a França (2,7%), segundo dados de 2000 (SAMPAIO e FLORES, 2002, p.22).

2.2 DEFINIÇÕES DO COMÉRCIO JUSTO

A maior entidade de Comércio Justo do mundo, *International Federation for Alternative Trade* (IFAT), fundada em 1980, que reúne mais de 150 organizações entre importadores, produtores, varejistas, organizações de promoção e de assessoria e é responsável pela troca de informações e pela colaboração entre seus membros (URIARTE, 2002) define o Comércio Justo como “uma parceria

¹³ In www.rseneros.com/public/france/0205-commerce-equitable.php

comercial baseada no diálogo, respeito e transparência que busca maior equidade, no comércio internacional” (*idem*).

O Comércio Justo ou *Fair Trade* tem o objetivo de melhorar as condições de vida e de trabalho de produtores pobres do Sul, marginalizados pelo sistema capitalista, através da inserção de seus produtos feitos sob certos critérios sociais, éticos e ambientais, no mercado internacional.

As relações comerciais do Comércio Justo são consideradas parcerias baseadas em diálogo, transparência e equidade e em um sistema de pagamento justo aos produtores que contemple, além dos custos de produção, os custos sociais e ambientais.

O movimento do Comércio Justo acredita que a parceria baseada em respeito às diferenças culturais, ao princípio da igualdade, da solidariedade e pela defesa dos direitos sociais, econômicos, ambientais e culturais possa contribuir para diminuir as desigualdades entre Norte e Sul e fortalecer o desenvolvimento sustentável (FRANÇA, 2002; JOHNSON, 2002; URIARTE, 2004; SEBRAE, 2005; GRÜNINGER, 2005).

Para a *Fair Trade Labelling Organization International* (FLO-I), organização que reúne as 17 certificadoras¹⁴ da Europa, da Ásia e da América do Norte, “o Comércio Justo é uma iniciativa para pequenos produtores e trabalhadores assalariados do Sul, que têm seu desenvolvimento social e econômico restringido pelas condições de mercado (= desfavorecidos)¹⁵”.

Logo após a Segunda Guerra Mundial, o mercado internacional redefiniu o papel das nações do pós-guerra no tocante à produção e ao comércio internacional, com impactos sobre o desenvolvimento e a equidade social em todos os demais países (FAIRBANKS, *apud* SAMPAIO E FLORES, 2002, p.15).

Para os países ricos foi atribuída, segundo SAMPAIO e FLORES (2002, p.15),

¹⁴ Certificadoras são organizações responsáveis pela averiguação e informação aos consumidores do cumprimento de padrões de qualidade e de origem de alguns produtos.

¹⁵ Disponível em <<http://www.fairtrade.net>>

A produção industrial e o desenvolvimento de tecnologias avançadas e para a América Latina restou como vantagem evidente a exploração dos recursos naturais, do solo e da mão-de-obra barata, abundantes na região e adequados para a produção de bens homogêneos, de baixo valor agregado. Desta forma a América Latina assumiu o papel de fornecedor de matérias-primas homogêneas para o mercado mundial.

Porém as desigualdades entre Norte e Sul, entre homens e mulheres, entre empregados e desempregados, continuaram a crescer com a globalização neoliberal segundo a Associação Para a Taxação de Transferências para Ajuda aos Cidadãos (ATTAC¹⁶). A liberação dos mercados mundiais para alguns produtos, serviços e capitais, o protecionismo dos mercados americanos e europeus nos segmentos agrícolas, o declínio dos preços das matérias-primas para exportação, os planos de ajuste estrutural que visam sempre o mercado de exportação, impostos aos países em desenvolvimento, são alguns dos fatores que colaboram para as desigualdades entre os países ricos e os países pobres e, conseqüentemente para as dificuldades dos produtores de pequena escala destes países. Diminuir estas desigualdades é um dos objetivos do Comércio Justo.

2.3 PRINCÍPIOS DO COMÉRCIO JUSTO

O Comércio Justo é um movimento que se baseia em princípios inspirados nas convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), da Declaração dos Direitos do Homem de 1948, do Pacto sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, da Agenda 21, com um sistema de certificação ou rastreabilidade¹⁷ de seus produtos, trazendo assim ética e justiça social nas relações

¹⁶ A ATTAC, fundada em 1988, é uma organização não governamental de educação popular que promove e executa ações de todos os tipos para a reconquista, pelos cidadãos, do poder que a esfera financeira exerce sobre todos os aspectos da vida política, econômica, social e cultural no conjunto do mundo. Disponível em <http://www.france.attac.org/1>

¹⁷ Cada vez mais os consumidores estão atentos para a qualidade dos alimentos que consomem, tanto em termos de saúde e prazer como em termos ambientais. Para atender a essas expectativas, os profissionais, as empresas agroalimentares e os agricultores intensificam esforços, seja para dotar-se de sistema de segurança ou para ter acesso a sistemas de qualificação. Para serem reconhecidos, todos esses procedimentos são assinalados nos produtos, estabelecendo-se assim um diálogo com o consumidor (França Flash n. 37, p.1).

comerciais. Seus princípios remetem também aos princípios e valores do cooperativismo por entender que esta forma de trabalho apresenta-se como a mais eficiente para os pequenos produtores frente as exigências do mercado nacional e internacional.

O Comércio Justo é então formado por um sistema complexo de relações, princípios, valores e normas observados por todos os participantes deste movimento. Segundo Johnson (2004) e França (2002) são:

- a) estabelecimento de relações diretas e de longo prazo entre produtores e compradores, limitando ao máximo o número de intermediários;
- b) pagamento de um preço justo que permita aos produtores e às famílias viver dignamente. Este preço inclui, além dos custos da matéria-prima, dos meios de produção e do tempo de trabalho, os custos sociais e ambientais;
- c) respeito às condições de trabalho estabelecidas em normas internacionais ou nas do próprio país, se forem melhores;
- d) acesso a um pré-financiamento antes da colheita, caso seja solicitado ao comprador;
- e) modos de produção que respeitem o meio ambiente, condição essencial para o desenvolvimento sustentável;
- f) respeito às normas ambientais, sociais e de comercialização solidária;
- g) informações aos consumidores sobre os produtores e os produtos comercializados.

O Comércio Justo visa à valorização do ser humano pela aplicação dos direitos fundamentais assegurados nos princípios citados, colocando o homem no centro de suas preocupações, acreditando que este poderá desencadear mudanças de comportamento na sociedade através da adoção de condutas mais éticas com seus semelhantes e sustentáveis com o meio ambiente.

Neste aspecto o Comércio Justo pode ser considerado o que Bonavides (2000, p.524) chama de globalização política por ser uma proposta radicada na teoria dos direitos humanos. Para o autor, “globalizar direitos

fundamentais equivale a universalizá-los no campo institucional” e a globalização política “é a única verdadeiramente que interessa os povos da periferia”.

Sampaio e Flores (2002, p.15) apresentam uma definição mais completa do Comércio Justo, ressaltando seus princípios e seus benefícios.

O comércio justo, ético e solidário, está baseado em princípios como a erradicação do trabalho infantil e do trabalho escravo, a eliminação das discriminações de raça, gênero e religião, a preservação da saúde das pessoas e do ambiente, a eliminação dos níveis de intermediação comercial especulativa, a garantia do pagamento de preços justos aos produtores, o respeito aos direitos trabalhistas, o respeito às identidades históricas e culturais, locais e regionais, a valorização das dimensões não geográficas do território, o fortalecimento das capacidades de escolha e planejamento das pessoas, o estímulo à criação de associações e cooperativas, o apoio ao desenvolvimento e a oferta de ferramentas de conhecimento e de tomada de decisão, a garantia dos fluxos multidirecionais de informações entre os atores envolvidos, entre tantos outros.

Grüninger (2005, p.1), consultor da empresa BSD-Brasil, que acompanha a evolução do Comércio Justo no Brasil através de sua assessoria na área rural junto a associações e cooperativas, resalta como o Comércio Justo pode trabalhar a questão do desenvolvimento sustentável rural:

O progresso social e a igualdade de oportunidades para pequenos produtores são dois fatores chaves que podem gerar um desenvolvimento mais sustentável nas áreas rurais de países em desenvolvimento e transição. Porém, em um mundo globalizado, onde grandes *traders* e empresas multinacionais dominam o mercado de *commodities*, as possibilidades econômicas de pequenos produtores se tornam cada vez menores. Os esquemas produtivos tradicionais, preservando recursos naturais e gerando renda para milhões de famílias rurais, não podem competir com as produções de larga escala capazes de responder à competição do mercado global. Há mais de duas décadas, os modelos de comércio justo e de selos sociais tentam ligar a produção sustentável ao mercado consumidor.

A consciência planetária de que os recursos naturais são finitos está conduzindo a humanidade a buscar e adotar um modelo de desenvolvimento que preserve a natureza ao mesmo tempo em que não iniba o crescimento. Buscar este

equilíbrio é o desafio que se apresenta para a sociedade moderna, que passa a ser responsável pelo uso racional dos recursos do planeta em atenção às necessidades das futuras gerações. Esta é a definição de desenvolvimento sustentável contida no Relatório “Nosso Futuro Comum”, conhecido por relatório Brundtland:

O desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades (BELLIA, 1996, p.50)

Porém os problemas ambientais do planeta trazem em si um questionamento sobre suas causas. Foladori (1999, p.137), ao analisá-los, lembra que são “as contradições sociais que provocam diferenças de acesso à natureza e que podem conduzir a catástrofes ambientais”. Nesta ótica, as soluções para as questões ambientais são, antes de técnicas, sociais. O autor afirma que:

Somente depois de se resolver as contradições sociais, as alternativas técnicas ganham sentido. [...] As soluções técnicas nunca resolvem as contradições sociais, mas se sobrepõem a elas, na maioria das vezes aprofundando-as. A constatação mais clara disso em escala global é o fato de que a tendência histórica ao avanço tecnológico no capitalismo tem sido uma moeda de duas faces. Uma das faces mostra um aumento da produtividade do trabalho, da eficiência no uso dos materiais e da energia. A outra face mostra o aumento do desemprego e da população alijada do acesso aos recursos naturais e aos bens produzidos. [...] Portanto, para responder a crise ambiental, há que se entender, primeiro, quais são as contradições das relações sociais de produção que a provocaram. [...] A crise ambiental, ainda que possa ser visível ou explicite um desajuste entre o ser humano e a natureza, é essencialmente uma crise das relações sociais entre seres humanos.

O Comércio Justo, através de seus princípios, cria uma base de acordo para relações comerciais éticas entre Norte e Sul que busquem maior justiça social, contribuindo para um modelo de desenvolvimento que resulte em bem-estar das populações produtoras pobres de países do Sul com respeito aos recursos naturais. Desta forma contribuirá também para a saúde do planeta.

Para Sachs (1994, p.62), a condição necessária para um desenvolvimento equilibrado em harmonia com a natureza seria a superação da

atual divisão entre Norte e Sul e a execução de uma verdadeira cooperação, “uma base de acordo para a negociação de um pacto entre Norte e Sul” com “um calendário de estratégias de transição para o ecodesenvolvimento” .

Para o grupo de pesquisas sobre o Comércio Justo, do Departamento de Sociologia da Universidade do Colorado, EUA, em seu relatório intitulado *One cup at a time: poverty alleviation and fair trade in Latin America* (MURRAY; RAYNOLDS e TAYLOR, 2005), este comércio desafia a relação de mercado historicamente desigual, procurando transformar o mercado Norte-Sul em uma avenida para o fortalecimento do produtor e a diminuição da pobreza.

O grupo afirma que o objetivo da parceria proposta é prover aos produtores em desvantagens uma chance para “aumentar o controle sobre seu próprio futuro, ter um justo e merecido retorno de seu trabalho, estabilidade de ganhos e condições decentes de trabalho e vida através do desenvolvimento sustentável” (*idem*, p.1).

A publicação *Memento Pour L’an 2000 (2005)*¹⁸, realizada pela *European Fair Trade Association* (EFTA), com a colaboração de muitos estudiosos do Comércio Justo, apresenta-o como:

Um método direto e simples para melhorar a situação de produtores nos países em desenvolvimento e contribuir para a redução da pobreza no Sul através de um sistema de comércio que permite a estes produtores ter acesso aos mercados do Norte. Sua característica fundamental é a de uma parceria baseada na igualdade e no respeito. Parceria entre os produtores do Sul e os importadores do Norte, as lojas de Comércio Justo, as organizações de certificação e os consumidores. O Comércio Justo humaniza o processo comercial, reduz ao máximo a cadeia produtor/consumidor e aproxima os consumidores da identidade e das condições de vida dos produtores. Assim todos os atores se comprometem a respeitar os princípios do Comércio Justo, a necessidade de transparência e a importância da sensibilização e do *lobby*. A idéia de “mão invisível” se transforma em “mãos dadas” (Tradução livre da autora).

O Comércio Justo se fortaleceu junto a inúmeros consumidores do Norte graças ao trabalho de sensibilização de organizações não governamentais (ONGs), de organizações de Comércio Justo, de sindicatos, de movimentos de

¹⁸ *Memento pour L’An 2000* é um livro publicado pela EFTA onde se expõem temas relacionados ao comércio justo. Disponível no *site* <http://www.artisansdumonde.fr>.

defesa do meio ambiente, de jornalistas e de tantos outros, do Norte e do Sul, que sistematicamente denunciavam e continuam a denunciar as condições de vida e de trabalho dos produtores pobres do Terceiro Mundo sejam eles assalariados ou não, temporários ou fixos. Evidenciam a total dependência de intermediários, as colheitas incertas, o endividamento, a ausência de capital próprio, a tecnologia escassa, a impossibilidade de planejamento, os salários de fome, as péssimas condições sanitárias (DECORNOY, 1996, p.8-9), o abandono do campo, a migração rural-urbana, as condições precárias de habitação e de vida nas periferias dos centros urbanos, a proletarização e a miséria.

Ainda que os preços dos produtos do Sul ofertados em mercados ricos já fossem reveladores das condições de vida e de trabalho de seus produtores, tais denúncias aceleraram um engajamento maior da sociedade européia, primeiramente, por um mercado mais ético, ao mesmo tempo que também despertava a consciência para os problemas ambientais e a necessidade de um modelo de desenvolvimento sustentável.

Justamente a partir desta consciência que movimentos europeus passaram concretamente a agir em defesa de trocas iguais, relações éticas e solidárias com os países do Sul, chamando mesmo atenção do Parlamento Europeu que, em 1993, no relatório da comissão de desenvolvimento e de cooperação sobre o desenvolvimento de relações comerciais justas e solidárias, a eles assim se referiu (DECORNOY, 1996, p.8-9):

Por mais surpreendente que pareça, existe na selva do comércio internacional vários nichos colocados sob o signo da justiça e da solidariedade: "Fair-Trade, Commercio équo et solidale, Gerechter und partnerschaftlicher Handel" são alguns dos nomes de um setor de atividade que opera ainda na sombra e cuja existência está associada, mais freqüentemente, a estrutura dos Artisans du Monde, Welt-Laken, Oxfam, Max Havelaar, SOS Wereldhandel, TransFair ou Cooperazione Terzo Mondo (Tradução livre da autora).

Os princípios do Comércio Justo norteiam as exigências para a participação dos produtores do Sul e a conduta das organizações do Norte, partindo do respeito mútuo que deve existir nas parcerias comerciais e preservando a identidade cultural de cada um dos parceiros.

Em relação aos produtores de pequena escala, organizados em cooperativas ou associações, os critérios exigidos para sua participação no Comércio Justo, monitorados pela agência de certificação, se referem à administração de suas entidades, ao modo de produção, ao desenvolvimento sustentável e às garantias de respeito às normas trabalhistas. Tais critérios são (MEMENTO POUR L'AN 2000):

- a) busca de uma administração transparente com procedimentos de decisão democrática no interior de suas organizações;
- b) adoção de modos de produção que respeitem o meio ambiente, condição essencial para o desenvolvimento sustentável;
- c) desenvolvimento de atividades que sejam econômica, ambiental e socialmente sustentáveis, que garantam condições de trabalho não exploratórias e que contribuam para o desenvolvimento da comunidade, quando possível, pela criação de empregos.

Além destas exigências, as organizações do Norte solicitam dos grupos produtores participantes atenção especial para que as exportações de seus produtos não comprometam a segurança alimentar. Devem estabelecer um equilíbrio entre o acesso ao mercado local e o mercado de exportação e conseguir, se possível, a máxima transformação do produto antes de exportá-lo, beneficiando-se assim da mais-valia do produto para poder investir em meios de produção (*idem*).

Por outro lado, as organizações de Comércio Justo devem atender às seguintes normas (*idem*):

- a) garantia de acesso direto ao mercado europeu para os produtos dos pequenos produtores, evitando os intermediários e especuladores desnecessários;**
- b) pagamento de um preço justo pelos produtos, que cubra as necessidades básicas dos produtores, os custos de produção com uma margem para investimentos. Este preço inclui o tempo de trabalho, os custos sociais e ambientais;**
- c) adiantamento de uma parte do preço para que os produtores possam evitar as dívidas (financiamento parcial da colheita);**
- d) estabelecimento de relações e contratos de longa duração, baseados no respeito e na ética.**

O preço justo, assim como os critérios, são negociados entre produtores e organizações importadoras e deve cobrir todos os custos de produção incluindo custos ambientais e sociais. Tal preço deve fornecer aos produtores um nível de vida decente e também uma parte para os investimentos.

Para matérias-primas como o café, os movimentos do Comércio Justo pagam o preço internacional mais uma margem suplementar. Além do mais, eles garantem um preço mínimo, qualquer que seja a variação de mercado (*idem*).

Além destas normas, as organizações de Comércio Justo do Norte devem:

- a) garantir informações regulares aos produtores sobre as tendências do mercado, da moda, das normas de saúde e de segurança para que possam adequar sua produção;**
- b) fornecer um financiamento e a formação útil para desenvolver as capacidades de gestão do grupo, para melhorar as técnicas de produção e formar os produtores em novas linhas de produtos, se necessário;**
- c) engajar-se em um trabalho de educação e de *lobby* para o Comércio Justo, através de campanhas e outras ações;**
- d) elaborar uma estrutura comercial internacional em benefício dos produtores;**
- e) reforçar o papel das mulheres nos processos de tomada de decisão, nos grupos de produtores do Sul e nas organizações de Comércio Justo no Norte.**

A ausência de algum destes critérios não impede que grupos de produtores do Sul venham a estabelecer parcerias com as organizações de Comércio Justo do Norte, pois estas entendem que cada caso deve ser tratado separadamente tendo em vista a diversidade dos grupos, os tipos de produtores, os produtos, as realidades econômicas e sociais. A certificação vem garantir aos consumidores que os critérios estabelecidos entre as partes foram respeitados. A certificação Max Havelaar, por exemplo, fixa exigências mínimas e exigências de progresso para os grupos de produtores certificados.

Segundo o documento STANDARDS DU COMMERCE ÉQUITABLE POUR LE CAFÉ¹⁹ (2005), as exigências mínimas devem assegurar que os benefícios do Comércio Justo atinjam os produtores de pequena escala e os trabalhadores, que as organizações dos produtores tenham um potencial de desenvolvimento e que os instrumentos do Comércio Justo possam ter um efeito, levando a um desenvolvimento só possível através deles. As exigências de progresso constituem a base sobre a qual as organizações de produtores devem demonstrar melhorias contínuas através dos relatórios de inspeção.

2.4 OS PRODUTOS DO COMÉRCIO JUSTO

Os produtos do Comércio Justo agrupam-se em três categorias: alimentares (chá, chocolate, açúcar, arroz, compotas, bolachas, frutas, mel e café); têxteis (camisetas, camisas, calças, tapetes, lenços, mantas) e artesanato (bijuteria, artigos para casa ou cozinha, cestaria, jogos educativos, carteiras, incensos, velas, papel e vidro reciclado).

Como o Comércio Justo é um movimento dinâmico e em evolução, a cada ano novos produtos são incorporados após um período de estudo e de reflexão sobre os benefícios para seus produtores. Entretanto os produtos que gozam de certificação são o café, o chá, o chocolate, o açúcar, o arroz, os sucos de frutas, a banana, o mel e o algodão.

Estes produtos chegam ao consumidor final europeu através de dois grandes canais: as Lojas do Comércio Justo e os pontos comerciais em três continentes (MANCE, 2004, p.13).

O café certificado é o que representa maior volume econômico dentro do Comércio Justo (SEBRAE, 2005)²⁰, sendo que 84% aproximadamente, provém da América Latina e seu maior fornecedor é o México (MURRAY; RAYNOLDS e TAYLOR, 2005, p.3).

A maior organização de certificadoras do Comércio Justo, FLO-I, possui 300 associações registradas como produtoras de café, o que representa

¹⁹ In Max Havelaar France. Disponível em <http://www.maxhavelaarfrance.org>.

²⁰ 27 % do total em 2002, segundo pesquisa do SEBRAE de abril de 2004

500.000 pequenos produtores na América Latina, na África e na Ásia, 30% dos produtores de café de pequena escala do mundo (CONROY *apud* MURRAY; RAYNOLDS e TAYLOR, 2005, p.6)

2.5 ATORES ENVOLVIDOS NO COMÉRCIO JUSTO

O Comércio Justo implica na atuação de diferentes atores complementares, cada qual cumprindo um papel importante nesta cadeia. Os produtores, as certificadoras, os importadores, os distribuidores e pontos de vendas, os organismos de promoção, os organismos internacionais, os interventores indiretos como organizações de *lobby* e de sensibilização, financiadores de projetos, fazem parte desta grande cadeia, sem os quais esta nova proposta de comércio não alcançaria tanto sucesso.

Os principais atores envolvidos em um processo de Comércio Justo são²¹ (fig.2):

- a) **grupos de produtores pobres do Sul²² reunidos em federações, cooperativas, famílias, oficinas para portadores de necessidades especiais, organizações do Estado, companhias privadas. Estes grupos representam cerca de 800.000 famílias de produtores e estima-se que cinco milhões de pessoas se beneficiem deste comércio pela melhoria das condições de trabalho e de vida através do pagamento de um preço mais justo e do pré-financiamento;**
- b) **importadores de produtos alimentares, têxteis e artesanais de mais de 800 cooperativas de 45 países do Sul. Existem cerca de 50 organizações importadoras, normalmente Organizações Não Governamentais para o Desenvolvimento (ONGD), espalhadas pela maioria dos países da União Européia, bem como no Japão, no Canadá, nos Estados**

²¹ Dados colhidos do Memento pour l' An 2000 (2005) publicado pela EFTA.

²² No momento desta pesquisa, o maior grupo participante do Comércio Justo era a Frente Solidario de Pequeños Cafetaleros de América Latina, que agrupava 200.000 produtores de café. O menor grupo era de Burkina Faso, com cerca de 20 pessoas.

Unidos e na Austrália;

- c) lojas de Comércio Justo. A rede europeia de Lojas do Mundo, sob a sigla de News, coordena o trabalho de 3.000 lojas-membro na Europa que vendem somente artigos do Comércio Justo e de outras lojas que propõem serviços solidários, geralmente abastecidas pelas centrais de compra deste tipo de comércio, mas também podem se relacionar diretamente com os produtores. A rede estimula trocas de informações e experiências sobre as atividades relacionadas ao trabalho entre seus membros de diferentes países, desenvolve material pedagógico comum, discute critérios do Comércio Justo e de suas lojas;**
- d) certificadoras, associações sem fins lucrativos ou fundações privadas que têm um papel decisivo nesta cadeia, pois são elas que outorgam o selo que garante a produção e comercialização ética do produto adquirido pelo consumidor;**
- e) cooperativas ou associações de consumidores, que desempenham um papel inovador na promoção do Comércio Justo, pois ajudam os consumidores a tomarem consciência de um consumo cidadão e responsável (JOHNSON, 2004, p.129).**
- f) distribuidores de produtos, parceiros comerciais das organizações de Comércio Justo (produtores, marcas registradas e centrais de compra) que optaram por este modo de distribuição como garantia de uma ampla difusão de alguns produtos, principalmente os alimentares.**

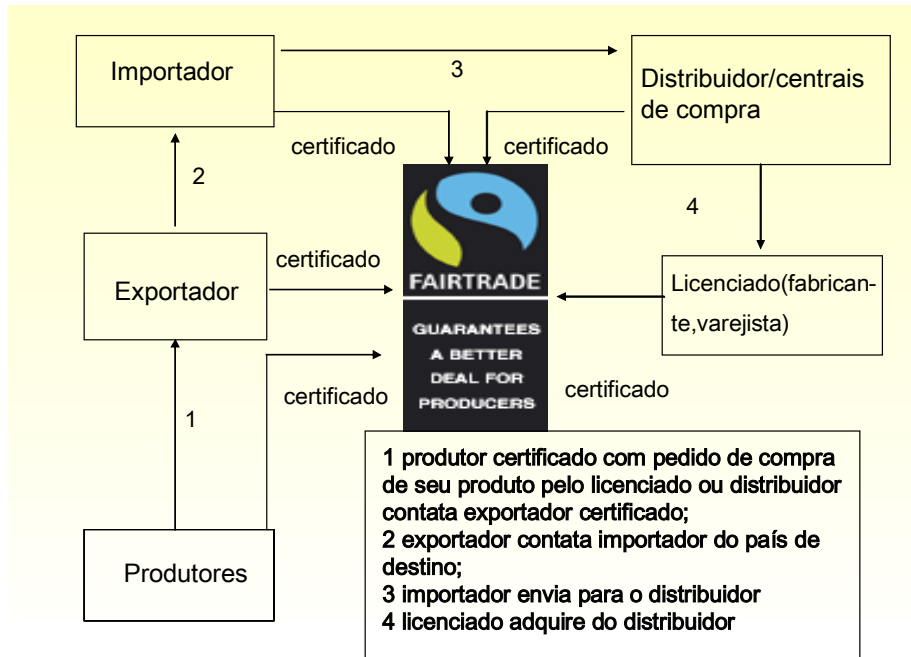


Figura 2 – Fluxograma do Comércio Justo

A Max Havelaar da Holanda foi a primeira certificadora social e surgiu em 1988, em decorrência do projeto de Frans van der Hoff e Nico Roozen, dando início a várias outras em diversos países: Max Havelaar Bélgica, em 1990; Max Havelaar Suíça, em 1992; Max Havelaar Dinamarca, em 1994 e Max Havelaar França, em 1996 (WARIDEL e TEITELBAUM, 2005, p.1, Capítulo 2).

Em 1990 foi criada a *European Fair Trade Association* (EFTA), uma associação europeia que reúne doze grandes centrais de compras de produtos de Comércio Justo de nove países europeus, as quais colaboram na área de importação e de colocação no mercado. Os membros da EFTA ajudam os produtores oferecendo assistência técnica para que seus produtos correspondam ao gosto do mercado europeu, cursos de formação em métodos de cultura de produtos alimentares orgânicos ou de fabricação de artesanato e de têxtil que respeitem o meio ambiente. As organizações membros dividem as responsabilidades como, por exemplo, a GEPA (Alemanha) se especializou na importação de produtos biológicos e a CLARO (Suíça) importa cacau e chocolate (*idem*, p.4).

A EFTA organiza campanhas educativas e promocionais ressaltando a importância de se comprar produtos justos, atuando também com *lobbying*: a associação conseguiu, por exemplo, em 1999, que o Parlamento Europeu

mantivesse a proibição de substituir a manteiga de cacau por gorduras vegetais na fabricação do chocolate.

Em 1994 foi inaugurada a *News*, a rede europeia das associações nacionais das Lojas do Mundo e que representa as 3.000 lojas de seus 13 países membros: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Reino Unido, Irlanda, Itália, Países Baixos, Suécia e Suíça (*idem*, p.3)

No mesmo ano, nos Estados Unidos, foi formada a *North American Alternative Trade Organization* que mudaria o nome no ano seguinte para *Fair Trade Federation* (FTF), uma organização de mais de noventa comerciantes que vendem sob critérios de *Fair Trade*, para o atacado e para o varejo, tanto nos Estados Unidos como no Canadá.

Em 1997 foi criada a *Fairtrade Labelling Organization International* (FLO-I), uma organização guarda-chuva das dezessete certificadoras europeias, norte-americanas e asiáticas.

As organizações FLO, IFAT, NEWS e EFAT formaram posteriormente um grupo de trabalho conhecido por FINE cujo objetivo é harmonizar conceitos, princípios e práticas e fomentar a colaboração entre as quatro organizações (GRÜNINGER e URIARTE, 2002, p. 69)

2.6 A MAX HAVELAAR E A FLO

Os produtos do Comércio Justo são certificados pelas agências de certificação através de selos, os quais garantem aos consumidores que o produto atendeu aos critérios estabelecidos pelo Comércio Justo. Estas agências estão sob o controle da FLO, que tão somente garante a certificação social. Caso a organização de produtores queira se certificar com selos de garantia de produção orgânica deverá buscar outras certificadoras reconhecidas no mercado internacional.

A Max Havelaar é definida pelos próprios colaboradores como sendo uma associação sem fins lucrativos que outorga um selo (fig.3) aos produtos que correspondem aos padrões internacionais de Comércio Justo.

Seu objetivo é permitir aos produtores e trabalhadores marginalizados do Sul de viver dignamente de seu trabalho, instaurando regras comerciais mais justas.

A certificação do Comércio Justo é um sistema internacional que garante aos produtores e trabalhadores, em alguns dos países mais pobres do mundo, condições comerciais que lhes proporcionem a construção de um futuro melhor (Informações para as Empresas-Max Havelaar France)²³



Fonte: Disponível em :<<http://www.maxhavelaarfrance.org>>

Figura 3 – Logotipo do Comércio Justo registrado pela FLO com a marca Max Havelaar

As associações ou cooperativas de produtores de pequena escala que queiram certificar seus produtos com o selo Max Havelaar devem preencher o padrão estabelecido pela FLO. Devem também assegurar que a qualidade e a variedade do produto correspondam às normas do mercado europeu.

A Max Havelaar estimula as cooperativas certificadas a desenvolverem alternativas próprias para crédito, transportes, programas de formação agrícola e de exportação. As cooperativas certificadas devem investir no desenvolvimento de toda a comunidade prioritariamente nas áreas de ensino, saúde, emancipação das mulheres e proteção da identidade cultural.

O primeiro produto certificado da Max Havelaar foi o café, se estendendo posteriormente a outros produtos como cacau, chá, mel, banana, arroz, sucos de frutas, algodão, açúcar e chocolate (quadro 1), apoiando a produção de pequena escala, a qual quase sempre é explorada e dependente de intermediários.

²³ Disponível em:<<http://www.maxhavelaarfrance.org>>

O logotipo internacional do Comércio Justo é uma marca registrada da FLO e a associação Max Havelaar France está autorizada a conceder o seu uso com a forma variante de MAX HAVELAAR a certos produtos que se destinam principalmente ao mercado francês. Esta autorização é regulamentada por um contrato de licença padrão.

A FLO se define como uma entidade cuja existência se justifica pelo objetivo de melhorar a posição dos produtores pobres e em desvantagens no mundo em desenvolvimento, estabelecendo padrões do Comércio Justo e criando uma estrutura que possibilite a realização de um comércio que respeite seus interesses²⁴.

A FLO dá garantia aos selos do Comércio Justo através de uma certificação social e de desenvolvimento econômico.

Os aspectos mais importantes desta certificação se atêm a conformidade dos produtos com os padrões do Comércio Justo, a garantia de que os benefícios do Comércio Justo estão sendo utilizados para o desenvolvimento social e econômico, a auditoria dos comerciantes registrados na FLO para averiguar se o preço do Comércio Justo está alcançando os produtores e se os selos são utilizados somente sobre produtos provenientes de produtores certificados para o Comércio Justo.

Produto	Países de origem
Açúcar	Costa Rica, Equador, Malawi, Paraguai, Peru, Filipinas.
Algodão	Senegal, República do Mali, Camarões e Burquina Faso.
Arroz	Tailândia.
Banana	Colômbia, Costa Rica, Equador, Polinésia Francesa, República Dominicana.
Café	Bolívia, Brasil, Camarões, Colômbia, Congo, Costa Rica, El Salvador, Equador, Etiópia, Guatemala, Haiti, Honduras, Índia, Indonésia, México, Nicarágua, Uganda, Peru, Papua-Nova Guiné, República Democrática do Congo, República Dominicana, Ruanda, Tanzânia, Tailândia, Timor Leste, Timor Oriental e Venezuela.
Chá	Sri Lanka, Índia, Nepal, Vietnã, China, Tanzânia, Zimbábue, Uganda, Quênia, África do Sul.
Cacau	Bolívia, Belize, Costa Rica, Equador, República Dominicana, Nicarágua, Panamá, Camarões e República de Gana.
Mel	Chile, Guatemala, México, Nicarágua e Zâmbia.
Suco de laranja e de abacaxi	Brasil, Cuba, Equador e Índia.

Fonte: Max Havelaar France. Disponível em <<http://www.maxhavelaarfrance.org>>

Quadro 1 – Produtos certificados Max Havelaar e seus países de origem

²⁴ In <<http://www.fairtrade.net/sites/aboutflo/Why.html>>

A FLO tem a função, dentro do sistema do Comércio Justo, de elaborar os padrões internacionais deste comércio, a gestão da certificação, a gestão dos controles e o apoio aos produtores.

Para poder garantir a confiabilidade do selo do Comércio Justo, a FLO se estrutura com um conselho de administração e um grupo de trabalho, cada qual com suas diferentes atribuições e composições (Max Havelaar France, Fonctionnement de Fairtrade Labelling Organisations International).

O Conselho de Administração ou CA tem poder de decisão, valida os critérios da FLO e sua política geral; é gerido por representantes dos principais grupos de participantes do sistema FLO, ou seja, produtores, Iniciativas Nacionais²⁵, atores comerciais, peritos externos com a seguinte composição: quatro representantes dos produtores, sendo dois da América Latina e do Caribe, um da África e um da Ásia, eleitos no Fórum de Comércio Justo da FLO, realizado a cada três anos, que, além da eleição, tem por objetivo promover o encontro entre produtores e atores comerciais assim como tratar de assuntos relacionados a certificação justa; dois representantes dos atores comerciais, dentre aqueles que têm contratos com a FLO ou com uma Iniciativa Nacional; seis representantes das Iniciativas Nacionais eleitos no encontro de membros, oriundos da Max Havelaar da Suíça, dos Países Baixos, da Noruega, da França, da Fundação Fairtrade da Grã-Bretanha e da TransFair Estados Unidos.

O grupo de trabalho de padrões e políticas, conhecido pela sigla em francês GTSP (*groupe de travail sur les standards et politiques*), é composto de um grupo constituído de representantes e peritos externos e de várias equipes de trabalho, estruturadas, por áreas temáticas, que interagem com outros peritos quando necessário. É considerado o grupo de reflexão da FLO; visto que não tem poder de decisão, faz tão somente recomendações ao CA sobre os critérios, sobre a metodologia de fixação dos preços e sobre os elementos de política.

A unidade de certificação centraliza o trabalho de certificação da FLO e é uma empresa privada denominada *Flo-Cert Ltda* cujo único acionista é a FLO. Possui um comitê de certificação e um comitê de recursos.

O comitê de certificação, o CoC, é considerado a pedra angular do sistema da FLO; trata dos pedidos de adesão e decide sobre a renovação da

²⁵ As Iniciativas Nacionais podem se estabelecer em países que tenham interesse em desenvolver o Comércio Justo. Vide <http://www.fairtrade.net/sites/contact/ni.html>

certificação dos produtores filiados, baseado nos relatórios de inspeção. É constituído por seis membros que representam as quatro partes integrantes e que são nomeados pelo CA da FLO-I. Além disso, o CoC decide sobre a certificação dos produtores e sobre os acordos entre importadores e fabricantes que tenham contratos com a FLO.

O Comitê de Recursos é composto por três pessoas do CA que se reúnem quando houver necessidade. Os recursos para o funcionamento da FLO provêm de contribuições das Iniciativas Locais e de subvenções dos cargos ou projetos específicos, principalmente da União Européia, do Ministério da Cooperação Britânica e de duas organizações não governamentais holandesas.

Para melhor compreensão das funções e das responsabilidades entre FLO e MAX HAVELAAR consultar *anexos – Quadro A*.

2.7 O PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO²⁶

No Comércio Justo cada ator envolvido desempenha um papel, respeitando as regras estabelecidas. Às organizações de certificação elaboram critérios a serem aplicados o mais estritamente possível.

O processo se inicia com o pedido de certificação dos grupos produtores organizados em associações ou em cooperativas a uma das entidades de Comércio Justo, que o encaminha à certificadora responsável pelo país.

A certificadora autorizada entra em contato com o grupo solicitante e abre um processo de solicitação de certificação. Após o pagamento das despesas de certificação, inspetores visitam a associação ou a cooperativa, levantando todos os dados necessários para a análise de viabilidade da certificação.

As visitas são feitas por inspetores capacitados que fazem a vistoria de cada propriedade com aplicação de questionários aos produtores, seguido de palestras sobre o procedimento de certificação e os critérios necessários à permanência no Comércio Justo, com as exigências mínimas e as de progresso.

²⁶ Este tópico foi escrito com base na experiência da autora junto a ACAL e APRALA, por isto não apresenta referência a fontes.

Após esta visita, os questionários e o relatório final dos inspetores são enviados ao Comitê de Certificação (Coc) da FLO, que os analisa e certifica ou não a cooperativa. Com a certificação para o Comércio Justo e o registro junto a FLO, a cooperativa está autorizada a vender seu produto neste mercado.

Geralmente as despesas de certificação são assumidas pelos torrefadores ou importadores, mas, dependendo do caso, são os próprios produtores que assumem este pagamento.

Para o processo de certificação da ACAL e da APRALA, foi necessário o pagamento da fatura de certificação a FLO no valor de 2.000 euros. Como estas associações não disponham deste montante, receberam um empréstimo do engenheiro francês Olivier Liétard de Saint-Étienne (França) que deverá ser reembolsado a partir de 2006.

As visitas de monitoramento e auditoria são realizadas a cada seis meses ou sob solicitação da cooperativa certificada para garantia do cumprimento dos critérios estabelecidos para a participação no Comércio Justo.

2.8 RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE PRODUTORES E COMPRADORES

Como um dos princípios do Comércio Justo é o estabelecimento de relações comerciais de longo prazo entre compradores e produtores, estes devem assinar acordos contratuais para o início da safra e uma carta de intenção para o restante, que será confirmada à época da colheita através de contratos de compra com cláusulas que estipulem as condições de base, tais como os volumes, a qualidade, as modalidades de fixação de diferenciais e de preços, o calendário da expedição marítima, entre outras (STANDARDS COMMERCIAUX POUR LE CAFE²⁷ 2005, p. 10).

Os preços de compra dos produtos certificados do Comércio Justo devem estar de acordo com as condições estabelecidas pela FLO-Internacional. A título de exemplo, está demonstrado a seguir como é estabelecido o preço pago aos produtores de café do Comércio Justo (*idem*).

²⁷ In <<http://www.maxhavelaarfrance.org>>

Para o café Arábica, a base de cálculo deverá ser o contrato “C” de Nova York. O preço será estabelecido em centavos de dólares por libra²⁸, acrescentando ou subtraindo o diferencial em vigor pela qualidade correspondente, base F.O.B.²⁹ na origem, peso líquido transportado.

Para o café Robusta, o contrato “LCE” de Londres será a base de cálculo e o preço estabelecido em centavos de dólares por tonelada, acrescentando ou subtraindo o diferencial em vigor pela qualidade correspondente, base F.O.B. na origem, peso líquido transportado.

Aos preços estabelecidos em referência aos mercados “C” de Nova York e “LCE” de Londres será acrescentado um adicional fixo de US \$ 0,05 por libra, considerado o prêmio pago pela FLO.

O café orgânico que possuir certificação oficialmente reconhecida será vendido como tal, sob o selo de uma das organizações de Comércio Justo membros da FLO-Internacional, com um adicional de US \$ 0.15 por libra de café verde ao preço determinado acima pela FLO.

Para proteger os produtores, foram estabelecidos preços mínimos que substituem os preços da FLO-Internacional quando estes forem inferiores aos preços mínimos de referência. Os preços mínimos variam segundo o tipo e a origem do café. A classificação feita pela FLO-Internacional com os preços mínimos, incluindo os diferenciais de qualidade e o adicional fixo da FLO-Internacional encontra-se nos *Anexos – Quadro B*.

O importador deve colocar à disposição do vendedor, nos casos de contratos a preços fixos e a pedido deste, uma possibilidade de crédito que pode chegar a 60% do valor contratual.

No caso dos contratos sem preços fixos, o comprador é obrigado, se solicitado pelo vendedor, a adiantar 60% do valor do contrato sob a condição que as duas partes estejam de acordo com a estipulação de um mecanismo que garanta que o valor de venda da colheita cobrirá o valor total do pré-financiamento. Caso não haja esta garantia, o vendedor estará habilitado somente a solicitar um pré-financiamento de até 60% do preço mínimo correspondente da FLO.

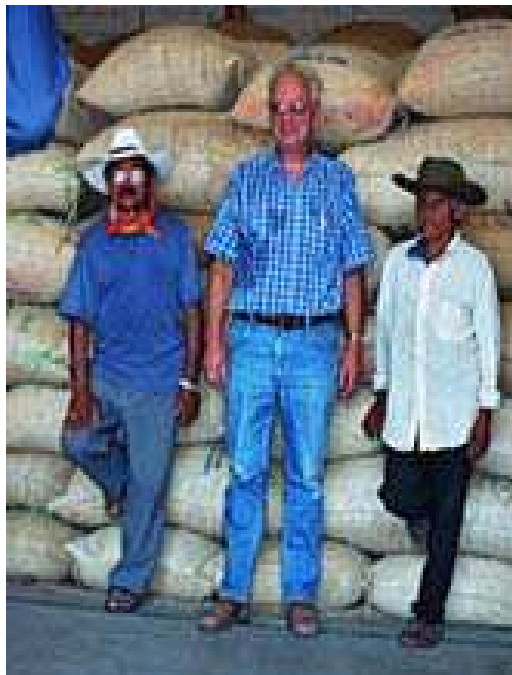
²⁸ Uma libra corresponde a 453,59 gramas

²⁹ *Free On Board* é um termo internacional de Comércio e significa livre a bordo com porto de embarque designado. In CORREIOS. Guia do Exportador. CD-Rom Exporta Fácil- O Serviço de Exportação dos Correios. CD-ROM

O pré-financiamento permite as organizações de produtores comprar o produto de seus associados.

2.9 A AVENTURA DO COMÉRCIO JUSTO: O PROJETO INOVADOR DE FRANS VAN DER HOFF E NICO ROOZEN COM A COOPERATIVA UCIRI

O envolvimento de Frans van der Hoff (fig.4) na comunidade de Oaxaca (fig. 5) foi um fator determinante para a implantação do projeto Max Havelaar. Convivendo por mais de dez anos junto aos produtores indígenas, aprendeu muito sobre seus valores. É a eles que atribui as bases do projeto Max Havelaar.



Fonte: Disponível em <<http://www.uciri.org>>

Figura 4 – Frans van der Hoff entre os cooperados da UCIRI. A frente se encontram Frans van der Hoff, um dos idealizadores do comércio justo com marca Max Havelaar com dois cooperados UCIRI. Ao fundo estão dispostas as sacas de café com a logomarca da UCIRI.

Havia entre Frans e a comunidade um profundo entendimento por compartilharem as mesmas idéias, não somente no campo teológico, mas também no econômico.

Para Frans, o homem é o fruto das relações que constrói com outros homens, através das quais ele evolui, em um processo dinâmico. As realizações do homem dependem de outros homens. Estas relações são mais profundas que relações de negócios que colocam homens a competir entre si e que são hoje, em nossa sociedade, as mais importantes.



Fonte: Disponível em < <http://www.cdixtepec.com> >

Figura 5 – Localização da UCIRI no estado de Oaxaca, México.

Para os indígenas da União das Comunidades Indígenas da Região do Istmo do México (UCIRI), as relações humanas, comunitárias, são primordiais. Para eles, deve haver reciprocidade nas relações, ou seja, não basta receber, é necessário dar. Não é a lei do mercado que prevalece, mas os rios limpos, os pássaros, uma terra sadia, que constituirão a herança deixada aos descendentes. Se a natureza lhes dá um saco de café, eles se esforçam para lhe devolver sua energia, para que no próximo ano ela produza mais ainda (ROOZEN e HOOFF, 2002, p.47).

Encontraram na cultura orgânica a possibilidade de preservar a natureza, dela retirando o mínimo necessário. O café orgânico produzido pela UCIRI trouxe melhorias sociais e ambientais para a região e por isto tinha que ter um preço correto.

Esta maneira de ver as relações humanas e as com a natureza foi constantemente observada junto aos produtores de café da ACAL e da APRALA, como se houvesse entre os indígenas mexicanos das montanhas do sul do México e os cafeicultores do distrito de Lerroville a mesma filosofia de vida e de trabalho.

À medida que Frans aprofundava seus conhecimentos sobre o modo de pensar e de agir da comunidade indígena de UCIRI, também fazia o inventário e uma análise dos problemas desta comunidade.

A cafeicultura presente, muito antiga, era a de pequena escala, propiciada pelas colinas de 800 a 1600 metros de altitude. Os produtores também cultivavam milho e feijão para consumo próprio, além de frutas como mangas, bananas, laranjas e abacates que as mulheres vendiam no mercado da cidade.

As famílias viviam exclusivamente do café vendido aos atravessadores que, à época da colheita, subiam as colinas em busca do produto, que era sempre negociado a um preço muito baixo ou trocado por outras necessidades da comunidade, como açúcar e cimento.

A própria localização da comunidade e a inexistência de estradas que a ligasse ao povoado mais próximo propiciava a situação de dependência de atravessadores. Ainda que soubessem que o preço pago pelo café era mínimo, não tinham outra escolha a não ser entregá-lo.

As condições de moradia eram péssimas, com alto índice de mortalidade. Não havia médico na comunidade. Faltavam escolas. Não havia estabelecimento comercial para venda de alimentos. Muitos vilarejos não dispunham de abastecimento de água e não conheciam a eletricidade. O transporte entre os vilarejos e a comunidade era controlado por particulares. A colheita de 1976 havia deixado os produtores em uma péssima situação financeira, afundados em dívidas bancárias. Os conflitos e a falta de comunicação entre as populações da comunidade dificultavam ainda mais qualquer cooperação.

Assim era o quadro que Frans encontrou em 1982, ao se mudar para esta comunidade, e seu grande desafio era revertê-lo, dentro da missão de diminuição da pobreza. Com tantos problemas, decidiu priorizar os que mais afligiam a comunidade: as dívidas bancárias e o baixo preço do café.

Como primeira ação para combater o baixo preço do café, era necessário eliminar os intermediários. Conseguiram então, com um caminhão alugado e o café dentro de sacos de juta vender em três lugares próximos, onde

obtiveram uma diferença significativa de preço comparado ao que pagavam os atravessadores. Também descobriram que o café produzido pela comunidade era de boa qualidade. Puderam então criar um fundo de emergência, onde depositavam uma pequena porcentagem do valor ganho com as vendas sem intermediários.

As dívidas bancárias foram consideradas pagas visto que o banco se negava a informar seu valor real. Além disso, durante muito tempo, funcionários do banco forçavam os devedores ao pagamento mensal, sem dar nenhum recibo de pagamento e saldar a dívida junto ao banco.

O sucesso das vendas dos produtores de café se espalhou rapidamente pela região, e em pouco tempo, passaram de três para nove vilarejos filiados, chegando à dezessete em 1983. Finalmente formaram a União das Comunidades Indígenas da Região do Istmo ou UCIRI.

A UCIRI foi formada por diferentes organizações locais. As condições para participar como cooperado se limitavam ao cumprimento dos princípios estabelecidos, dentre os quais, o cooperado não poderia ser um intermediário, nem agir como tal. A estrutura da UCIRI era composta de um conselho de administração e um comitê de controle, eleitos em assembléia, cujos membros mudavam a cada três anos.

Em 1986, a UCIRI já contava com sua própria torrefadora e um galpão para o café a ser exportado. Como atividade também se dedicou ao plantio de árvores de essências diferentes que faziam sombra aos cafezais.

A UCIRI implantou uma fábrica de roupas na cidade de Ixtepec que gerou vários empregos para a juventude indígena outrora desempregada, diminuindo assim o grande êxodo rural ocorrido no passado. A cooperativa também consolidou uma espécie de banco de crédito para seus membros.

A próxima etapa consistia em encontrar parceiros para aumentar os pontos de venda do café a um preço justo. Conseguiram colocar um pouco do produto nas lojas especializadas em produtos éticos, através de grupos de solidariedade da Holanda e da Alemanha que compravam diretamente dos pequenos produtores através de circuitos comerciais alternativos. Porém o volume era pequeno e necessitavam aumentar os pontos de venda do café. Isto só seria possível através dos supermercados. Foi quando Frans encontrou Nico, e este se dispôs a encontrar torrefadores europeus dispostos a comprar o café diretamente da UCIRI.

A organização de Nico Roozen baseava sua atuação em campanhas de defesa dos sem-terra, das causas estruturais da desnutrição e a dívida dos países de Terceiro Mundo, pela via da informação. Conhecendo mais a fundo o problema dos pequenos produtores de café, propôs à Solidaridad³⁰, uma verdadeira ação em favor do café através da informação ao público do estado de miséria dos pequenos produtores e de soluções concretas para modificar o modo de consumir o café. Com isto conseguiu aumentar a venda do café da UCIRI nas lojas especializadas, aumentando um pouco a quantia paga pelo produto. Mas isto não era suficiente.

Seu diretor disse claramente a Nico que não interessava ao grupo a marca Max Havelaar. Ainda que aparentasse pouco interesse pelo projeto apresentado por Nico, ao longo do tempo se descobriu que Douwe Egberts receava a introdução da marca Max Havelaar no mercado e intimidava aqueles que porventura quisessem entrar nesta aventura. Como estratégia, a Solidaridad convidou alguns dos produtores de UCIRI a percorrerem a Holanda, divulgando seu café diferenciado, como forma de atrair alguns torrefadores. Esqueceram do fato mais importante: havia somente um grande torrefador e distribuidor que monopolizava o mercado de café na Holanda: Douwe Egberts³¹.

A ameaça feita pelo grupo Douwe Egberts ao grupo distribuidor holandês Neuteboom, com quem Nico também negociava o projeto, foi decisiva para que Neuteboom aceitasse a marca Max Havelaar.

Assim se iniciou uma nova etapa para a cooperativa UCIRI que, em 15 de novembro de 1988, conseguiu introduzir no mercado da Holanda o primeiro pacote de café Max Havelaar, fato que se tornou um evento, pois foi coberto pela mídia.

A resposta do mercado local veio rapidamente, forçando os grandes distribuidores a fazerem pedidos de café Max Havelaar ao grupo Neuteboom.

Com a diferença obtida pelo preço Max Havelaar, a comunidade pode investir na melhoria das condições de habitação e da alimentação, na compra

³⁰ Solidaridad é uma organização ecumênica de ajuda ao desenvolvimento da América Latina *In* HOFF e ROOZEN (2002, p.9)

³¹ O grupo Douwe Egberts se aliou a partir de 1978 à Sarah Lee Corporation sendo considerado um dos três maiores torrefadores do mundo. Sarah Lee Corporation é uma empresa multinacional de origem norte-americana com sede em Chicago, Estados Unidos. A corporação está presente em 55 países, comercializa mais de 100 marcas em 200 países e emprega no mundo cerca de 155 mil trabalhadores. Produz alimentos e bebidas. No Brasil a Sarah Lee dispõe das seguintes marcas: Café do Ponto, Caboclo, Café Pilão, Seletto e União.

de vestimentas e calçados e na construção da infra-estrutura necessária como transporte, serviços de saúde, bancos de créditos e estabelecimentos comerciais.

2.10 A UCIRI E SUA REALIDADE ATUAL

Atualmente a UCIRI³², cuja logomarca é apresentada na figura 6, é composta por pequenos produtores de café de vinte e duas comunidades do estado de Oaxaca, México.



Fonte: Disponível em <<http://www.uciri.org>>

Figura 6 – Logomarca da UCIRI.

A estrutura da cooperativa é representada por uma árvore; na raiz estão as 55 organizações de base, pertencentes a UCIRI, coordenadas por mesas diretoras; no tronco está a Assembléia Geral dos Delegados eleitos em cada organização, as quais apresentam as novas propostas quando das assembléias gerais (fig.7).

O Conselho de Administração é o encarregado de executar os acordos da Assembléia e o Conselho de Vigilância, responsável em fiscalizar o cumprimento dos acordos.

Os galhos representam os projetos desenvolvidos pela UCIRI como saúde, educação, trabalho comunitário organizado, cultivo, centro de educação campesina, transporte, serrallharia, geléias, projeto das mulheres, projeto de

³² Disponível em <<http://www.uciri.org>>

assistência técnica, fundo de poupança e crédito, comercialização nacional e internacional. Para cada projeto há um comitê central de administração.

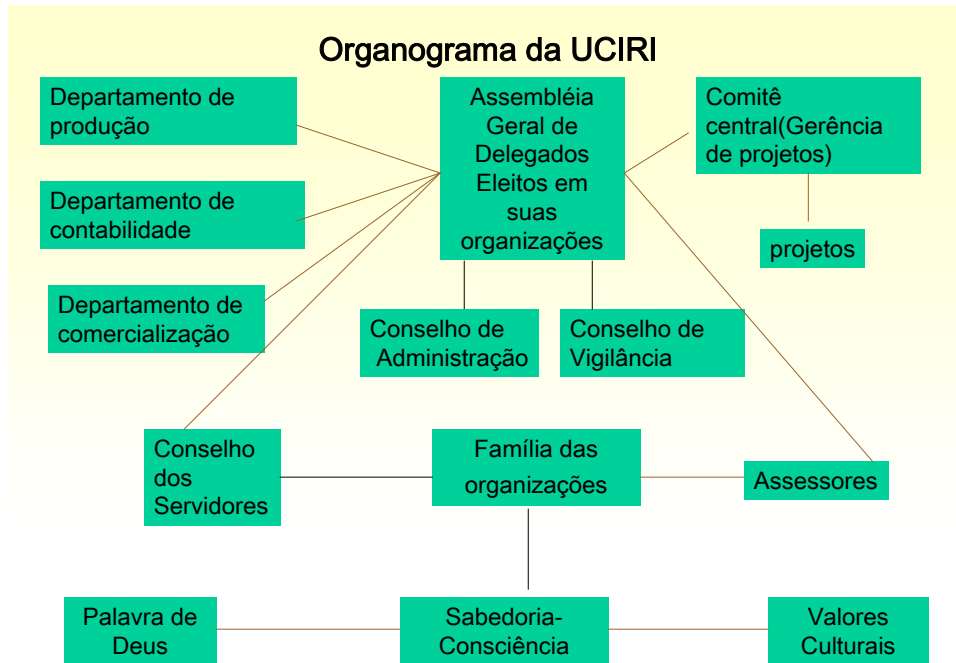


Figura 7 – Organograma da UCIRI

Os departamentos de contabilidade, produção e comercialização auxiliam os conselhos e os comitês. Há também a figura do jardineiro, que são os assessores e o conselho de servidores. São chamados de jardineiros pelo papel que desenvolvem nesta estrutura: alimentam as famílias das organizações e as assembleias gerais com informações sobre as necessidades da base e as decisões da administração. Por fim, a religião, representada pela palavra de Deus, a sabedoria e os valores culturais das comunidades da UCIRI é que sustentam toda a estrutura desta organização.

Como mais recente empreendimento, a cooperativa UCIRI abriu sua primeira casa de café na cidade do México e se tornou acionista de uma empresa Suíça³³.

2.11 O COMÉRCIO JUSTO E A AMÉRICA LATINA

A participação da América Latina no Comércio Justo inicia-se com o México, através da UCIRI e do café Max Havelaar das comunidades indígenas de Oaxaca. Também foi o México o primeiro país a instituir seu próprio selo conhecido por Selo de Garantia do Comércio Justo (fig.8) através da Certimex, uma certificadora independente internacionalmente reconhecida. Além do México, os países da América Latina que atualmente fazem parte do Comércio Justo são: Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Equador, Guatemala, Haiti, Honduras, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru e República Dominicana.

2.12 O CAFÉ DO COMÉRCIO JUSTO

A especial atenção dada ao café justifica-se por ter sido o primeiro produto do Comércio Justo, por representar o maior valor econômico deste comércio e principalmente por ser a cultura principal das associações rurais ACAL e APRALA.

Segundo o Relatório 2003 dos produtos do Comércio Justo, realizado pela *Fair Trade Federation*, o café certificado foi o produto que mais aumentou em vendas em 2003, representando 29% do total das vendas de produtos ou 16,3 milhões de dólares³⁴.

³³ *Idem* 33

³⁴ Disponível em <<http://www.fairtradefederation.org>>



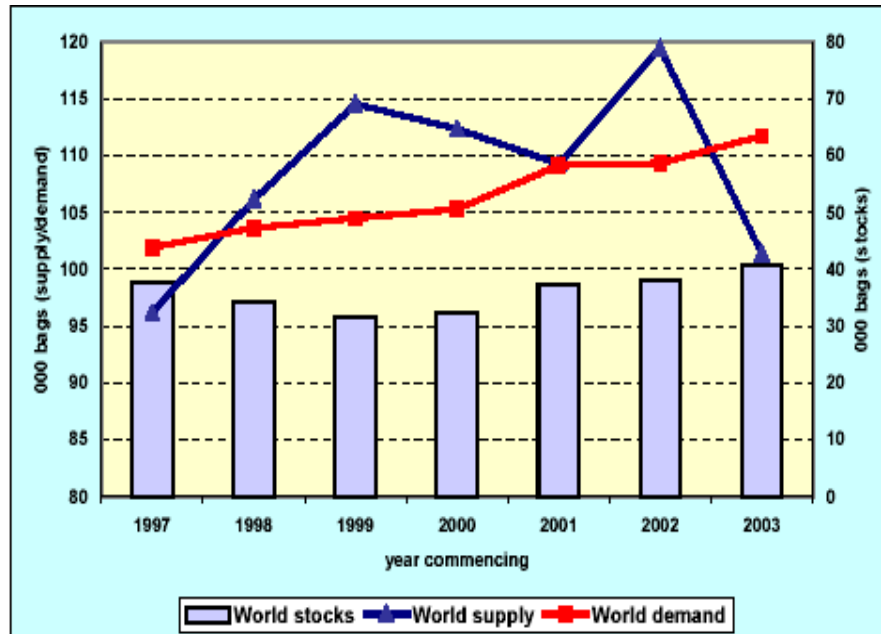
Fonte: Disponível em <<http://www.comerciojusto.com.mx/informate>>

Figura 8 – Selo nacional de Comércio Justo do México

No mercado internacional convencional, o café também é uma das cinco mais importantes mercadorias em termos de valor e, paradoxalmente, é também o responsável pela miséria dos que o produzem (CAFÉ DO BRAZIL, 2002; CAFÉ: VIDA, PRODUÇÃO E TRABALHO, 2002). Seus produtores são predominantemente de pequena escala da América Latina, da África e da Ásia, com áreas de produção que não ultrapassam cinco hectares e que coincidem exatamente com o mapa da pobreza extrema, segundo ARANDA e MORALES (*apud* MURRAY; RAYNOLDS e TAYLOR, 2005, p.3).

O Banco Mundial estima que a crise mundial do café, que se iniciou com a ruptura do Acordo Internacional do Café em 1989 (*idem*, p.3), contribuiu para a miséria de sua população produtora. Na América Latina, causou uma queda de 54% de empregos permanentes e 21% de empregos temporários no setor cafeeiro (*idem*, p.3). Sem o regulador do mercado cafeeiro, as “empresas torrefadoras transnacionais assumiram o papel de protagonistas neste cenário, concentrando os lucros adquiridos através da transformação dos grãos verdes em café torrado e moído ou em café instantâneo” (CAFÉ DO BRAZIL, 2002, p.5).

Além do mais, o excesso de produção de café no mundo agravou ainda mais esta situação, sendo que nos anos de 2000, 2001 e 2002 o preço do café teve uma queda de 50% (gráfico 1), atingindo o nível mais baixo em três décadas e empobrecendo 25 milhões de produtores em todo o mundo (*idem*, p.5).



Fonte: OSORIO, N. (2005). Disponível em <<http://www.ico.org/documents/ed1922p>>

Gráfico 1 – Ofertas e demandas mundiais de café

A relativa escassez da oferta em meados dos anos 90, causada em grande parte por condições climáticas, foi seguida por um curto período de preços moderadamente altos, que compensaram as perdas resultantes do dismantelamento, em 1989, do sistema de quotas do Convênio Internacional do Café. No entanto, esta situação induziu um surto de produção que alterou substancialmente a estrutura da oferta global, ocasionando a pior crise do café de que se tem notícia em termos das receitas dos produtores (OSORIO, 2005, p.1)

Entretanto as dificuldades do mercado de café se estendem a outros produtos básicos oriundos de países em desenvolvimento, que tiveram também uma queda significativa em seus preços, motivo apontado como uma das causas do aumento da pobreza mundial.

Os preços do café foram os que mais caíram. As cifras são claras: no final da década de 80 e em parte da de 90, as receitas que as exportações f.o.b. traziam aos países produtores somavam cerca de US\$10-12 bilhões por ano, mas agora são de aproximadamente US\$5,5 bilhões. Esta queda contrasta com o crescimento contínuo do valor das vendas varejistas nos países consumidores, que subiu de cerca de US\$30 bilhões nos anos 80 para cerca de US\$80 bilhões atualmente [...] A crise, portanto, constitui um evidente empecilho ao desenvolvimento sustentável nas áreas e países afetados (*idem*, p.1-2).

Uma solicitação feita em 2003 pela Organização Internacional do Café (OIC) aos países produtores tentava levantar os impactos locais da crise para entender como ela afetaria a meta de consecução de um dos Objetivos do Milênio³⁵, no item redução da pobreza. Somente 14 países responderam a esta solicitação discriminando os danos sociais, ambientais e econômicos dela decorrentes, dentre eles: aumento da pobreza, desnutrição infantil, fome, desemprego, migração rural-urbana, principalmente dos jovens, abandono das propriedades, aumento da criminalidade nos centros urbanos, redução da expectativa de vida, queda dos níveis educacionais, desequilíbrio ambiental, substituição dos cafezais por cultivos ilícitos ou pastos, diminuição dos insumos e da força de trabalho, corte nos empréstimos bancários e diminuição da arrecadação fiscal do Estado. O quadro contendo a sinopse destes impactos encontra-se nos *Anexos– Quadro C*.

O Brasil não consta do rol de países que enviaram este levantamento a OIC, mas estima-se que a crise tenha trazido prejuízos a mais de três milhões de brasileiros no campo, e se incluída toda a cadeia produtiva do café, os reflexos podem atingir mais de oito milhões de homens e mulheres (CAFÉ DO BRAZIL, 2002, p.5). Apesar da crise, muitos ainda continuaram neste segmento³⁶, fazendo frente a inúmeras dificuldades. Alguns destes cafeicultores estão reunidos nas associações ACAL e APRALA e, no momento em que este trabalho é escrito, se preparam para participar do Comércio Justo, o qual tornou-se uma das saídas para a crise que os abateu.

Acreditam que este comércio possa trazer de volta a esperança de viver dignamente da cultura do café. “Não podemos arriscar, mas não há outra alternativa”, assim se posicionou o líder da ACAL quando decidiram aceitar o projeto de inserção no Comércio Justo.

³⁵ A Declaração do Milênio foi aprovada pelas Nações Unidas em setembro de 2000. Os Objetivos do Milênio são um conjunto de oito macro-objetivos, 18 Metas e 48 indicadores a serem atingidos pelos países até o ano de 2015, por meio de ações concretas dos governos e da sociedade. Os objetivos são: 1- Erradicar a extrema pobreza e a fome, 2- Atingir o ensino básico universal, 3- Promover a igualdade de gênero e a autonomia das mulheres; 4- Reduzir a mortalidade infantil; 5- Melhorar a saúde materna; 6- Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças; 7- Garantir a sustentabilidade ambiental; 8- Estabelecer uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento.

³⁶ A partir de dados dos Censos Agropecuários de 1970, 1980, 1985, cerca de 54% da produção do café em coco era obtida em estabelecimentos de até 100 hectares (Café: Vida, Produção e Trabalho, 2002). Segundo dados do IBGE, Censo Agropecuário, a área plantada de café em 2003 era de 2.408.023 hectares, sendo que sua produção era encontrada predominantemente nas unidades de produção familiar. O Paraná, segundo dados de 2003 do Departamento de Economia Rural da Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento, possuía 133.620 hectares de área plantada com café (PARANÁ, SEAB/DERAL, 2005).

Em um artigo elaborado pela equipe da COMISSÃO ECONÔMICA PARA A AMÉRICA LATINA E O CARIBE (CEPAL)³⁷ (ABRAMOVAY; SAES; SOUZA e MAGALHÃES, 2003) sobre mercados do empreendedorismo de pequeno porte no Brasil, o *Fair Trade* (Comércio Justo) é apontado como uma alternativa de inserção no mercado:

No caso das *commodities* (leite, milho, feijão, café e arroz) a tendência é de concentração dos mercados devido à necessidade de escala para garantir a competitividade. Uma possível alternativa de maior inserção ao mercado é a conversão da produção para produtos orgânicos ou *fair trade* (*comércio justo*) (ABRAMOVAY, SAES, SOUZA e MAGALHÃES, 2003, p.31).

Poucos são os estudos dos impactos do Comércio Justo nas comunidades que dele já participam. Há somente um relatório realizado pelo Grupo de Pesquisa de Comércio Justo da Universidade do Estado do Colorado que levanta os benefícios do Comércio Justo na América Latina afirmando que este tem um impacto positivo para os agricultores, suas famílias, comunidades e organizações (MURRAY; RAYNOLDS e TAYLOR, 2003, p.4).

Sob o nome de *One Cup at a Time: Poverty Alleviation and Fair Trade in Latin America*, este relatório objetivava buscar a extensão destes impactos, identificando os pontos fortes e fracos da produção do Comércio Justo.

Foram realizados estudos de sete casos no México, na Guatemala e em El Salvador durante a primavera de 2002, junto a cooperativas de produtores de café de pequena escala, algumas delas com grande experiência no Comércio Justo, como a UCIRI; outras que tinham acabado de iniciar sua participação; outras, ainda, que haviam perdido a certificação do Comércio Justo e estavam em processo de restabelecimento das relações.

Os casos estudados no México e na América Central demonstraram que o Comércio Justo provoca uma variedade de benefícios concretos e positivos para os participantes (quadro 2) além do benefício direto trazido pela melhoria do preço pago ao produtor de café de pequena escala.

³⁷ *In* Mercados do Empreendedorismo de Pequeno Porte no Brasil. Documento elaborado no âmbito do Convênio CEPAL/DFID (ABRAMOVAY; SAES; SOUZA e MAGALHÃES, 2003).

2.13 O COMÉRCIO JUSTO NO BRASIL

Em janeiro de 2005, o Brasil contava com 13 entidades, entre associações e cooperativas, certificadas pelo FLO para o Comércio Justo (quadro 3), sendo que o registro da primeira experiência neste comércio data de 1999, com suco de laranja concentrado da Associação dos Representantes dos Produtores e Colhedores de Laranja do Noroeste do Paraná (ARPROCLAN).

A ARPROCLAN é uma entidade sem fins lucrativos, que objetiva atender o trabalhador volante, vileiros e assentados, todos colhedores de laranja dos municípios de Paranaíba, Presidente Castelo Branco, São João do Caiuá, Guairacá e Alto Paraná (PIVETA, 2004, p. 15).

O projeto do Suco Justo que veio beneficiar esta comunidade foi uma promoção do Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente, em parceria com o governo municipal, monitorada pela BSD- Business meets Social Development³⁸. Para este projeto foi criado um conselho, com a tarefa de fortalecer os direitos dos colhedores de laranja da região e administrar os projetos de desenvolvimento a serem executados com o pagamento do prêmio garantido pelo Comércio Justo. Por ter sido a primeira experiência brasileira tratamos de pesquisar seus impactos junto à comunidade.

Em 1999, o Suco Justo foi vendido pela primeira vez para a Suíça; em 2000, para Alemanha e Holanda, o que reverteu aos produtores e colhedores de laranja daquela associação mais de cem mil dólares americanos como prêmio social.

Alguns dos programas sociais³⁹ realizados graças ao prêmio foram: viabilização de documentos pessoais; tratamento odontológico em período noturno; atendimento na área da saúde com consultas com especialistas, exames radiológicos e laboratoriais, medicamentos, micro-cirurgia; terapias comunitárias e familiares; mediação; atendimento psicopedagógico e psicológico; cursos profissionalizantes, informativos e treinamentos: organização da categoria de trabalho, formação de associações, cooperativas e projetos de geração de renda;

³⁸ A Business meets Social Development (BSD) é a parceira latino-americana da BSD-GmbH da Suíça, fundada em 1998, cujo sócio-gerente Beat Gruninger foi indicado como representante da FLO no Brasil,

³⁹ BEAT GRUNINGER *in* Códigos de Conduta e selos do Comércio Justo: Aspectos éticos na prática de negócios do setor rural. Disponível em <http://www.bsd-net.com.br>

assessoria no acesso de linha de crédito PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) e festa do trabalhador, com lazer e esporte.

Além do mais foi firmado um Acordo Coletivo de Trabalho com o representante da associação de colhedores de laranja do estado do Paraná e 23 sindicatos rurais locais e aceito pelo Ministério do Trabalho. Para GRUNINGER⁴⁰ (2005) o contrato é único em sua forma e na história da citricultura do Paraná. Com 54 artigos, este acordo define todas as regras das relações apropriadas e legalizadas entre produtores e colhedores, contratados durante a colheita ou durante todo o ano.

Também com suco de laranja concentrado, a APACO (Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense) de Chapecó-SC e a CEALNOR (Central de Associações do Litoral Norte) de Rio Real-BA fizeram sua introdução no Comércio Justo, esta última comercializando além da laranja, o suco de maracujá.

Recentemente a Folha de São Paulo publicou um artigo sobre Comércio Justo, relatando a experiência de Itápolis-SP com a produção de suco de laranja. Tratava-se da Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis (COAGROSOL) que em 2001 exportou quatrocentas toneladas de suco concentrado de laranja a um preço de um mil e duzentos dólares por tonelada. A diferença é significativa, se comparada ao preço de novecentos dólares que obteriam se comercializadas no mercado convencional. Além disso, receberam cem dólares extras por tonelada, como prêmio, para investir no desenvolvimento social e econômico da comunidade (PAOLOZZI, 2004, A-22).

⁴⁰ *Idem* 37

Beneficiário	Impacto	Justificativa
Produtores	Maior acesso ao crédito	Pré-financiamento de 60% da produção com juros abaixo dos cobrados por bancos nacionais. Com a melhoria da imagem das cooperativas que participam do Comércio Justo, há também uma confiança maior das fontes de crédito tradicionais.
	Maior estabilidade social e econômica	Produtores que participam das cooperativas registradas no Comércio Justo podem contar com um preço fixo para sua colheita, conseguindo planejar melhor sua produção de café, suas necessidades pessoais, familiares e comunitárias.
	Melhoria da qualidade do café	Os ganhos do Comércio Justo ajudam as cooperativas a manter suas equipes de assistência técnica. As equipes técnicas oferecem treinamentos aos membros das cooperativas para a melhoria da qualidade do café. As relações de longo prazo entre cooperativas e compradores e os incentivos dados por estes aos produtores melhora a qualidade do café. As inspeções e outras interações com o Comércio Justo contribuem para que os produtores tenham um melhor entendimento sobre as expectativas dos consumidores de café.
	Desenvolvimento de novas redes de contatos entre participantes	O Comércio Justo possibilita as trocas de informação entre produtores e compradores, criando novas oportunidades de mercado para os produtores.
	Aumento da auto-estima	A atenção dada às propriedades, incluindo as visitas do Comércio Justo, dos inspetores orgânicos, dos compradores e até dos consumidores dos países do Norte, refazem o orgulho de ser produtor de café.
Família	Bem-estar das famílias dos produtores de café.	Participação no Comércio Justo traz benefícios diretos e indiretos para as famílias. Acessos a diversos tipos de projetos financiados pelas cooperativas, como medicamentos e cerimônias, pagamentos de emergências da família, nutrição das crianças, educação infantil, diversificação das culturas, treinamento e assistência para o mercado e produção e venda de artesanato.
Comunidade	Impulso ao desenvolvimento local com surgimento de empregos, preservação da cultura local e do meio ambiente.	O prêmio do Comércio Justo beneficia as comunidades de produtores, pois é revertido para projetos sociais e tem o objetivo de fortalecer e aprofundar os laços comunitários e a execução de projetos de desenvolvimento local. Com a melhoria da comunidade, muitos empregos são gerados, evitando-se assim a migração. A cultura indígena é preservada porque há uma recuperação do orgulho de ser indígena. A ênfase em produtos orgânicos dada pelo Comércio Justo melhora a preservação do solo e das águas.
Organizações	Fortalecimento da capacidade dos produtores para atos de gestão, de comercialização e de incorporação de novos grupos para o Comércio Justo.	Um dos efeitos de maior alcance do Comércio Justo é seu apoio para o aumento da capacidade organizacional dos produtores participantes. O processo de certificação requer uma organização democrática com gestão participativa e transparente de seus membros, além do que melhora a capacidade administrativa. O Comércio Justo impulsiona a entrada de novos grupos de produtores para aumentar a capacidade de venda e atender as demandas dos compradores. Com o desenvolvimento de sua capacidade e a habilidade de negociar com novos clientes, as cooperativas acabam encontrando novas oportunidades de negócios e aumentando sua credibilidade.

Fonte: One Cup at a Time: Poverty Alleviation and Fair Trade in Latin America. Relatório do Grupo de Pesquisa sobre Comércio Justo da Universidade do Estado do Colorado (MURRAY; RAYNOLDS e TAYLOR, 2005, p.6-14)

Quadro 2 – Impactos do Comércio Justo nas comunidades estudadas pelo Grupo de Pesquisa em Comércio Justo da Universidade do Estado do Colorado

Um estudo apresentado pela Max Havelaar França sobre a COAGROSOL apresenta os impactos sociais e ambientais do prêmio recebido por sua participação no Comércio Justo, dividido entre a cooperativa e o sindicato local dos trabalhadores rurais. Este desenvolveu um programa social também chamado de Suco Justo, que beneficiou mais de duzentas e cinquenta famílias de trabalhadores agrícolas com cursos de alfabetização e noções básicas de cidadania para crianças e adultos, formação em informática e combate à desnutrição infantil.

O relato de Gilmar Laforga, então vice-presidente fundador da COAGROSOL, indica alguns dos benefícios do Comércio Justo junto a produtores, familiares e comunidades:

Em longo prazo, o Comércio Justo representa a possibilidade de mudar as desigualdades do comércio mundial.[...] O verdadeiro impacto do Comércio Justo é de mostrar que as estruturas de produção de pequena escala, como a agricultura familiar, podem ser viáveis. Nós temos a possibilidade de mostrar que podemos fazer as coisas bem feitas, com qualidade e profissionalismo. Antes, éramos dependentes das grandes indústrias de transformação e agora, nós ocupamos nosso pequeno espaço no comércio mundial. Neste sentido, a comercialização não é má em si, apesar de todos os males que ela provocou na pequena produção em países do Sul (MAX HAVELAAR FRANCE, 2005) (Tradução livre da autora).

Em artigo publicado pela revista Globo Rural⁴¹, a COAGROSOL e a ARPROCLAN são citadas como exemplos da participação brasileira no Comércio Justo. A assistente social SIMONE PIVETA, responsável pelo desenvolvimento de Suco Justo da ARPROCLAN, se referindo as vantagens do Comércio Justo, comenta que “Jamais teríamos a mesma chance no mercado interno”.

E a reportagem valoriza a importância do Comércio Justo para o Brasil:

Planos como esse reforçam a importância do país no *Fair Trade*. Afinal, 80% do suco de laranja que abastece o comércio justo é nacional. Em 2002, por exemplo, a FLO negociou 1.455 toneladas e 1.077 delas eram brasileiras (KISS, 2005⁴²)

⁴¹Revista Globo Rural, ano 2005 versão eletrônica. Disponível em <<http://www.revistagloborural.globo.com/GloboRural>>

⁴² *Idem* 41

Como impacto ambiental, indica os programas de diversificação da produção, com plantação de manga, abacate e flores, e a adoção da produção orgânica.

Além dos sucos de laranja e maracujá, também são comercializadas as mangas frescas da MOCÓ AGROPECUÁRIA, da cidade de Patos, Estado da Paraíba, e as castanhas-do-Pará, conhecidas como castanhas-do-Brasil, da Cooperativa Agroextrativista dos Produtores de Epitaciolândia e Brasília (COMPAEB/CAPEB), Estado do Acre, e a banana-passa da Associação dos Pequenos Produtores Rurais de Batuva, do município de Guaraqueçaba, no Estado do Paraná.

As experiências nacionais de Comércio Justo com variedade de café Conilon são as das associações Articulação Central das Associações Rurais de Ajuda Mútua (ACARAM) em Ji-Paraná, no Estado de Rondônia, e a da Federação de Associações Comunitárias Rurais de Iúna e Irupi (FACI) em Iúna, no Estado do Espírito Santo.

Com café Arábica, figuram a Associação dos Pequenos Produtores de Poço Fundo, a Associação de Pequenos Produtores Rurais de Sampaio, Nova Rezende e a União de Pequenos Agricultores de Santana da Vargem, de Santana da Vargem, todas do Estado de Minas Gerais.

ACAL e APRALA, de Londrina - PR, através da cooperativa que fundaram, de nome COASOL (Cooperativa Agroindustrial solidária de Lerroville), figurarão também entre as primeiras experiências de Comércio Justo do Sul do Brasil, com café Arábica orgânico certificado Max Havelaar, e poderão desenvolver em Lerroville algo semelhante à ARPROCLAN e à COAGROSOL.

Neste momento a COASOL já obteve a pré-certificação Max Havelaar através da FLO-Internacional, mas necessita, para sua certificação plena, definir a empresa exportadora de seu café, que deve estar também certificada para o Comércio Justo.

O Comércio Justo é também uma prática política que poderá conduzir ao milagre apontado por Milton Santos em seu artigo “A Globalização Perversa” em que afirma a necessidade de identificar realizações concretas que atuem contra os efeitos negativos e perversos da globalização e que conduzam a um modelo econômico e social capaz de produzir o que hoje pode parecer um

milagre: a construção de um mundo unido, onde o bem-estar das populações não seja um privilégio, mas um bem comum (SANTOS, 2001, p.7)

Uma parte da sociedade de países ricos, ajudada pelos movimentos e ONGs que denunciavam e reclamavam maior justiça nas relações comerciais Norte-Sul colocou em marcha uma nova proposta de se fazer comércio, mobilizando forças capazes de criar uma política social, empreendendo uma ação de *lobbying* bem equilibrada, sem a participação do Estado. Criou-se, assim, um novo mercado pelo simples desejo da sociedade, ou melhor, criou-se um mercado ético e solidário pelo desejo de uma nova sociedade. Uma sociedade que poderia ser a citada por RAMONET (1998, p.33):

À sociedade do desperdício deve suceder, naturalmente, uma sociedade da partilha. Após tantos anos de euforia financeira, desenvoltura e vigarices, os cidadãos sentem profundamente um forte desejo de retorno a atividades virtuosas: a ética, o trabalho bem feito, o sentimento do valor do tempo, a competência, a excelência, a honestidade... De maneira confusa, cada um percebe que é a única via que permite preservar o planeta, poupar a natureza e salvar o homem. Será possível reconstruir o mundo de outra forma?

2.14 UM COMÉRCIO ÉTICO E SOLIDÁRIO PARA O BRASIL

Em agosto de 2004, durante o IV Seminário Internacional de Comércio Ético e Solidário na cidade de Manuas-AM, foi oficialmente fundado o FACES DO BRASIL, associação não governamental que reúne ONGs, produtores, representantes governamentais, empresas, representação de trabalhadores e prestadores de serviços envolvidos na discussão do desenvolvimento de critérios para este comércio e sua promoção. Entre eles estão o Ministério do Desenvolvimento Agrário/Secretaria da Agricultura Familiar, o Sebrae Nacional, a Fase - Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional, a Fundação Friedrich Ebert/ILDES, a Fundação Lyndolpho Silva, a Imaflora, o Instituto Sere (Serviços, Estudos e Realizações para o Desenvolvimento Sustentável), a Semab-Banco de Alimentos da Cidade de São Paulo, a Visão Mundial, o Viva Rio, BSD, a Rede de Agroecologia Ecovida e o Instituto Kairós - Ética e Atuação Responsável.

Esta organização, que já existia de fato, iniciou no Brasil, a partir de 2001, uma série de debates com apoio da Fundação Friedrich Ebert Stiftung, entre vários atores nacionais ligados à defesa do meio ambiente, à promoção da economia solidária, à projetos de desenvolvimento sustentável e à agricultura familiar. Estes debates objetivavam a reflexão para a implantação de um comércio ético e solidário no território nacional. "Um mercado de iguais, construído coletivamente, que promova a globalização das oportunidades e das liberdades" (SAMPAIO e FLORES, 2002, p.14).

Após três anos de debates, com idéias, críticas e revisão de conceitos, além da realização de quatro congressos internacionais no Brasil, foi apresentado finalmente pelo FACES um documento de princípios e valores do Comércio Ético e Solidário.

O Comércio Ético e Solidário é o termo definido pelo FACES DO BRASIL para a versão brasileira de um Comércio Justo que se faria com menor intensidade entre Norte e Sul e com maior prioridade para o comércio interno, com criação de redes regionais, estaduais e federais para desenvolvimento desta proposta.

Para o FACES, o Comércio Ético e Solidário pode ser definido como forma de fortalecimento dos trabalhadores assalariados, produtores e agricultores familiares, que estão em desvantagem ou marginalizados pelo sistema convencional de comércio. Deve resgatar a dignidade destas populações, possibilitar seu acesso aos mercados nacionais e internacionais, garantir um preço justo para seus produtos, a valorização das culturas locais, respeitando seu ritmo, seus rituais e suas crenças, a obediência ao sistema normativo de leis trabalhistas, sociais e ambientais, a preservação do meio ambiente através da proposta de um desenvolvimento sustentável (FRANÇA, 2002).

Os princípios do Comércio Ético e Solidário devem se orientar por relações éticas, transparentes e co-responsáveis entre os diversos atores da cadeia produtiva; pressupor uma remuneração justa; contribuir para a construção de relações solidárias no interior da economia e reconhecer o valor do conhecimento e da imagem das comunidades tradicionais (*idem*).

O FACES entende também que o desenvolvimento do Comércio Ético e Solidário depende da postura do consumidor e por isto deve insistir na educação dos consumidores para a conscientização do ato de consumir, tornando-o

eticamente correto, despertando neste segmento a força e o poder de mudar a ordem estabelecida.

Algumas práticas locais de Comércio Ético e Solidário apontam a importância da participação de empresas socialmente responsáveis como fator de sucesso deste movimento, além das parcerias com instituições públicas de apoio ao desenvolvimento.

As comunidades de produtores pobres necessitam comercializar seus produtos em mercados de grande potencial consumidor. O papel do parceiro comercial é fundamental, pois assegura esta comercialização, levando aos consumidores informações sobre estas comunidades e garantindo uma venda com a qualidade destes produtos.

Porém, para se chegar a esta comercialização, muitas são as etapas a serem percorridas por estas comunidades que, sozinhas, têm dificuldades em cumpri-las. Daí a importância das parcerias com instituições públicas de apoio para o desenvolvimento destas comunidades, em um longo processo de trabalho conjunto, desde a organização, cursos de capacitação até a articulação com o mercado e demais organizações.

É o caso da Arte Baniwa (fig. 9) marca que identifica o artesanato produzido pelos Baniwa, uma das 22 etnias indígenas do alto do rio Negro que, pelo apoio obtido de instituições públicas, organização e capacitação profissional, vende seus produtos nas lojas Tok & Stok e Pão de Açúcar e também à empresa Natura, que os encomendou para um kit de distribuição do lançamento do cosmético Ekos.

O povo Baniwa é reconhecido por sua habilidade artesanal e é a única população que fabrica os raladores de mandioca feitos de madeira e pontas de quartzo; também é a principal criadora de urutu e produtora de balaios de arumã (FERNANDO, 2002, p.101).

Outro exemplo é o projeto Pólo de Fibras no Pará, que se iniciou com os plantadores de coco do vilarejo de Praia Grande, às margens da baía do Marajó, no município de Ponta de Pedras. A parceria da Universidade Federal do Pará, de um núcleo criado para seu apoio, o POEMATEC (Núcleo de ação para o desenvolvimento sustentável e Tecnologias da Amazônia) iniciou a produção de peças automotivas para a DaimlerChrysler constituídas de fibra do coco, como encostos de cabeça e quebra-sóis.



Fonte: www.tokstok.com.br

Figura 9 – Arte Baniwa

Para vencer as dificuldades de transporte criou-se mais tarde, em 2001, o Pólo de Fibras no Pará em parceria com as instituições já citadas, a EMATER, o Banco da Amazônia e a *Deustche Investitions und Entewicklungsgesellschaft* (DEG) beneficiando várias comunidades da região (VILHENA PAIVA, 2002, p.114-118).

2.15 O COMÉRCIO JUSTO E A UNCTAD DE 2004

Em 2004, durante a XI Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), realizada em junho na cidade de São Paulo, o painel *“Fair Trade: desenvolvimento sustentável em prática”* reuniu experiências consagradas do Comércio Justo, mostrando atores nacionais e internacionais que debateram maneiras de introduzir a prática do Comércio Justo em seus países e a necessidade de políticas públicas de apoio ao seu desenvolvimento.

Na abertura deste painel, em um discurso simples, objetivo e de apelo humanitário, Glayson Ferrari dos Santos, da Organização Não Governamental Visão Mundial, conceitua o Comércio Justo e seus ganhos para a sociedade, analisando-o não como a solução para o grande problema da exclusão social, mas como uma possibilidade mais humana de fazer comércio dentro de um mundo globalizado. Pontua o protagonismo europeu, mas também lembra que cada país deve criar, de acordo com sua realidade, as bases de um Comércio Justo.

Entidades	Município	Estado	Produto
1. ARPROCLAN Associação dos Representantes dos Produtores e Colhedores de Laranja na região Noroeste do Paraná.	Paranavaí	Paraná	SUCO CONCENTRADO DE LARANJA
2. COOPERATIVA ACARAM Articulação Central das Associações Rurais de Ajuda Mútua.	Ji-Paraná	Rondônia	CAFÉ CONILON
3. FACI Federação de Associações Comunitárias Rurais de Iúna e Irupi,	Iúna	Espírito Santo	CAFÉ ARÁBICA CAFÉ ORGÂNICO
4. COOPERATIVA COAGROSOL Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis.	Itápolis	São Paulo	SUCO CONCENTRADO DE LARANJA, MANGA, LIMÃO E MARACUJÁ
5. APACO Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense	Chapecó	Santa Catarina	SUCO CONCENTRADO DE LARANJA
6. CEALNOR Central de Associações do Litoral Norte	Rio Real	Bahia	SUCO CONCENTRADO DE LARANJA E MARACUJA
7. COMPAEB-CAPEB Cooperativa Agroextrativista dos Produtores de Epitaciolândia e Brasília	Brasília e Epitaciolândia	Acre	CASTANHAS-DO-PARÁ
8. MOCÓ AGROPECUÁRIA	Patos	Paraíba	MANGA ORGÂNICA E MANGA DESIDRATADA
9. PEQUENOS PRODUTORES RURAIS DE BATUVA	Guaraqueçaba	Paraná	BANANA-PASSA
10. ASSOCIAÇÃO DOS PEQUENOS PRODUTORES DE POÇO FUNDO	Poço Fundo	Minas Gerais	CAFÉ ARÁBICA
11. ASSOCIAÇÃO DE PEQUENOS PRODUTORES RURAIS DE SAMPAIO	Nova Rezende	Minas Gerais	CAFÉ ARÁBICA
12. ASSOCIAÇÃO DE PEQUENOS AGRICULTORES DE SANTANA DA VARGEM	Santana da Vargem	Minas Gerais	CAFÉ ARÁBICA
13. ASPPIF-Associação dos Produtores do Perímetro Irrigado do Formoso	Coribe	Bahia	MANGA

Fonte: pesquisa feita pela autora e atualizada pela BSD-Brasil credenciada FLO para o Brasil - Janeiro de 2005.

Quadro 3 – Entidades, municípios e estados do Brasil, com seus produtos certificados para o Comércio Justo

Reforça que a comercialização com países do Norte é importante para os pequenos produtores, mas há de se levar em maior consideração as potencialidades do mercado interno brasileiro para o Comércio Ético e Solidário. Para isto, como afirmou Glayson Ferrari dos Santos (2004), será necessário “desenhar políticas nacionais e internacionais que observem o grau de importância e de implicações que as relações comerciais internacionais têm com relação ao mercado interno”.

Ainda neste painel valorizou as aprendizagens trazidas por experiências bem sucedidas dentro do Comércio Justo e ao final chamou a atenção para a necessidade de se respeitar os recursos naturais, a história da população, a cultura e o conhecimento acumulados ao se desenhar projetos de desenvolvimento local, contrariando a lógica de muitas agências multilaterais que não respeitam as agendas de desenvolvimento dos países que assessoram.

Ao final, os integrantes do movimento do Comércio Justo entregaram aos organizadores da XI UNCTAD um documento oficial com pedidos importantes, para que a UNCTAD se posicione de modo mais firme frente aos organismos internacionais de comércio e desenvolvimento em defesa do Comércio Justo, e, indiretamente, dos pequenos produtores.

Foram relacionadas ações que, se atendidas, poderão reverter a situação de miséria em que se encontra a maioria da população produtora dos países pobres, tais como: regulação do mercado de *commodities*, com maior estabilidade e preços justos para os produtores; o reconhecimento do impacto de acordos comerciais regionais e bilaterais para os pequenos produtores e nos grupos pobres e marginalizados dos países em desenvolvimento; a participação de pequenas e médias empresas no processo de elaboração de políticas públicas através de parcerias regionais; a criação de programas de crédito e garantia de empréstimos aos produtores de pequena escala; a criação de programas que integrem o Comércio Justo em atividades da UNCTAD, procurando aumentar o acesso de produtores a programas de certificação, informação, assistência técnica e mercados de Comércio Justo do Norte; o desenvolvimento de parcerias com o setor privado, a sociedade civil e grupos de produtores que encorajem práticas de conteúdo ético e educação de consumidores para o Comércio Justo; a implementação e a promoção do Comércio Justo e outras formas éticas de comércio

nos escritórios da UNCTAD e entre os governos dos países membros e de outras agências da ONU.

Os movimentos internacionais com os países periféricos em favor de um Comércio Justo serviram para demonstrar que sua grande força está em ser uma escolha da sociedade, algo que não é imposto pelas relações de poder Norte-Sul e que por isto deve merecer olhar atento de todos, mesmo que ainda esteja limitado aos produtos primários e ao artesanato.

Deixaram bem claro que a parceria Norte-Sul proposta para os países periféricos, dentro do Comércio Justo, está não em reforçar as fraquezas, as impotências ou as ignorâncias dos mais enfraquecidos economicamente, mas em ajudar a diversificação dos produtos e de seu escoamento, sem se modelar às necessidades do consumidor do Norte.

Em um mundo de aumento vertiginoso do desemprego, de concentração de poderes das grandes indústrias e das instituições financeiras, de propaganda ideológica da globalização econômica, globalização que no entender de FREI BETO (Caros Amigos, edição especial, 2001) privatiza riquezas e globaliza a pobreza, aumentando ainda mais as diferenças entre os países Norte-Sul, de uma incapacidade de reverter este quadro pelos movimentos de esquerda, o Comércio Justo aparece como uma escola onde se forja uma nova busca de sentidos (DECORNOY, 1996, p.9).

Para muitos observadores citados pelo relatório do grupo de pesquisa de Comércio Justo da Universidade do Estado do Colorado (MURRAY; RAYNOLDS; TAYLOR, 2003), está claro que o Comércio Justo não poderá resolver todos os problemas da pobreza no Sul, mas tem um impacto significativo no bem-estar destes produtores que se juntam no movimento de comércio alternativo emergente.

Boaventura de Souza Santos⁴² (2005) cita o comércio justo como uma das formas alternativas de comércio, ao lado das formas alternativas de produção como as economias populares. Considera que o objetivo “não é o livre comércio, o *free trade*, mas o comércio justo, o *fair trade*, que também é global”.

⁴² Em entrevista concedida por ocasião da XX Bienal do Livro do Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.jbonline.terra.com.br/destaques/bienal/entrevista_boaventura.;html Acesso em 2005

3 AS ASSOCIAÇÕES RURAIS ACAL E APRALA E O DISTRITO DE LERROVILLE, MUNICÍPIO DE LONDRINA



Fonte: Arquivo: Didier Gentilhomme

Figura 10 – Discussion (discussão), 2004. Esta foto foi tirada por Didier Gentilhomme, fotógrafo francês que veio ao Brasil colher dados para uma futura publicação na França sobre o Comércio Justo no Brasil. Ao fundo se encontra a casa, construída em madeira, de um dos associados da APRALA e a frente, a conversa do fotógrafo com os associados ACAL e APRALA , ao qual chamou de “discussion”.

Com a finalidade de melhorar as oportunidades de emprego, as condições de trabalho e as receitas dos trabalhadores agrícolas em terras, deveriam estes ser ajudados, quando for conveniente, a organizar-se voluntariamente em cooperativas de trabalho. Anexo à Recomendação 127, art. 11 da Organização Internacional do Trabalho (OIT) (FURQUIM, 2001, p. 21).

Esta unidade se dedica ao estudo das associações rurais ACAL e APRALA e do distrito de Lerroville, onde estão localizadas.

A coleta de dados socioeconômicos e culturais, a análise do associativismo existente na ACAL e na APRALA e a pesquisa sobre o distrito de

Lerroville integram o ciclo de conhecimento do objeto no desenvolvimento da metodologia desta pesquisa-ação.

A escolha das associações ACAL e APRALA se deu a partir da exigência do Comércio Justo relacionada à organização dos pequenos produtores. Diante disto foram indicadas como as possíveis beneficiárias do Projeto Café de Lerroville pelo seu grupo de pesquisadores e técnicos por perceberem a existência de um certo grau de associativismo rural.

Os dados sobre a ACAL e a APRALA revelaram as condições de vida e de trabalho dos associados, suas relações sociais e comerciais, sua atuação política, assim como a sua compreensão do associativismo rural. Estes dados, assim como o conhecimento do distrito de Lerroville contribuíram para averiguar o grau de desenvolvimento desta comunidade e serviriam de referência para um futuro estudo sobre os impactos locais do Comércio Justo.

O ponto comum entre Lerroville e as associações é que ambos continuam com a cultura do café: os associados com sua produção de pequena escala e o distrito que ainda mantém muitas famílias produtoras de café no sistema de agricultura familiar (quadro 4), apesar do grande desestímulo a esta cultura.

A utilização das terras do distrito de Lerroville no período de 95/96, elaborado pela área técnica de socioeconomia do Iapar, é um dado importante para a compreensão das características deste distrito. Vale ressaltar que, segundo esta organização, dos 1832 hectares de lavoura permanente, 1.475,90 se destinavam a cultura de café, e as lavouras temporárias eram milho, soja, trigo e feijão.

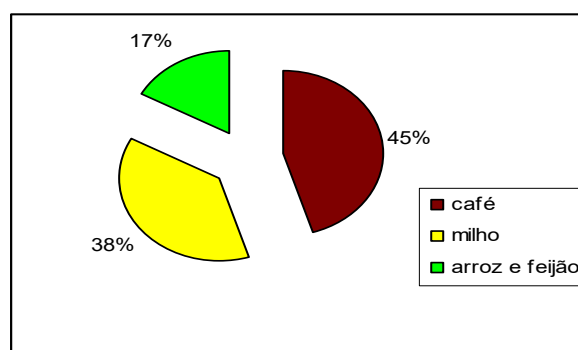
Lerroville foi o segundo maior distrito produtor de café na década de 1970 (gráfico 2) e aglutinava um contingente populacional considerável para um distrito. Entre os anos de 1970 a 2000, sofreu uma perda demográfica e uma transformação em suas culturas com a introdução da soja em suas áreas. Este período coincide com a frequência de geadas, às vezes seguidas de seca, a política de erradicação de cafezais anti-econômicos e de modernização excludente da agricultura brasileira, além da crise mundial do café iniciada com a ruptura do Acordo Internacional do Café e do controle da torrefação e da distribuição do café por grupos oligopsônicos.

Tipo de Estabelecimento	Cultura de café	
	Número de estabelecimentos	Área (ha)
Familiar	71	475,6
Familiar empregador	48	428,8
Não familiar	15	571,5

Fonte: IBGE, Censo Agropecuário do Paraná de 1995-1996

Elaboração: Área Técnica de Socioeconomia do Iapar.

Quadro 4 - Cultura de café no distrito de Lerroville por tipo de estabelecimento rural



Fonte: Prefeitura Municipal de Londrina, 1977

Gráfico 2 - Área de culturas presentes em Lerroville em 1970

O distrito tinha uma população expressiva de 12.161 habitantes em 1970. Dez anos mais tarde passou para 7.840, em 1991 para 5.043 (tabela 1).

Em um dos artigos da imprensa de Londrina, encontra-se a seguinte explicação para o fenômeno de abandono da população distrital de Lerroville.

O café proporcionou 12.161 habitantes a Lerroville em 1970 e ao declinar tirou 35,53% na década seguinte. Dos 7.840 restantes em 1980, 35,64% partiram no decorrer de dez anos, restando 5.046 em 1991. A Secretaria do Planejamento detectou nos censos do IBGE que a migração interna cessou, o povo está indo embora do distrito: em 1980, a zona rural havia perdido 42,82% para um crescimento de 173,84% na sede. Mas em 1991, a perda no campo em dez anos chegou a 42,53% e o aumento na sede a apenas 4,64%. Apesar de ter a área muito reduzida, o café ainda é importante para atenuar as dificuldades sociais de Lerroville, com 37,08% de bóias-frias entre os 507 trabalhadores residentes na zona urbana. No geral, 44,38% da força de trabalho é ocupada no meio rural em atividades de baixa remuneração, verificando-se que 26,41% o maior estrato, tem renda familiar mensal de 1 a 2 salários-mínimos (SCHWARTZ e CUSTODIO, 1995, p. 8).

Tabela 1 – População urbana e rural do distrito de Lerroville

Ano	Urbana	Rural	Total
1970	409	11.752	12.161
%	3,36	96,63	
1980	1.120	6.720	7.840
%	14,28	85,71	
1991	1.171	3.872	5.043
%	23,22	76,77	
1996	2.860	2.609	5.469
%	52,29	47,70	
2000	1.686	3.020	4.706
%	35,82	64,17	

Fonte: IBGE. Censos demográficos 1970,1980,1991

Contagem da população 1996.Censo demográfico 2000 (dados preliminares)

Lerroville está localizado a 49 km da sede do Município de Londrina e seu acesso se dá pela PR-445, que corta o Município a 2,1 km da sede do distrito, interligando-a a área urbana de Londrina (Prefeitura Municipal de Londrina, 1994, p.36).

Lerroville é o maior distrito de Londrina com uma área de 298,59 km². Sua topografia é ondulada em 70% de sua área, montanhosa em 20% e plana em 10% (*idem*, p.36). Está a 23°42'S e 51°02' W, em uma altitude que varia de 750 a 800 metros, com temperaturas médias anuais entre 19° e 20° C e déficit hídrico de

80 mm, com precipitações de 1600 a 1650 mm por ano (ESTUDO DE VIABILIDADE PARA COMERCIALIZAÇÃO DO CAFE, 2003⁴³).

Lerroville estava fora da área colonizada pela Companhia de Terras Norte do Paraná, responsável pela fundação de Londrina, na região denominada Norte Novo⁴⁴, na década de 1930. Segundo CERNEV (2000, p.15), àquela época, o território do município de Londrina se estendia tão somente até o Ribeirão Três Bocas, sendo que a partir daí as terras eram de domínio particular, algumas remanescentes do regime de sesmarias, outras mantidas por grileiros e ocupadas por safristas que escoavam suas produções para o Sul, através da ajuda de tropeiros.

Em 1931, Londrina contava com os distritos de Tamarana, Irerê, São Luís, Guaravera e Warta e os seguintes povoados: Heimtal, Espírito Santo, Selva, Paiquerê, Taquaruna, Eldorado, Queimadão, Maravilha, Sutis, Rio Preto, Três Marcos e Londrinópolis (BRANCO e MIONI, 1959, p.12).

Londrinópolis ou Placa Londrinópolis foi a primeira denominação dada a Lerroville, que posteriormente ganhou este nome como uma homenagem da comunidade local ao engenheiro proveniente de São Paulo, Nicolau Lerro, considerado fundador do patrimônio e que fora assassinado por questões fundiárias (SCHWARTZ e CUSTODIO, 1995, p. 8).

Lerroville significa então a vila de Lerro, cujo núcleo urbano se originou da estrada que ligava o então distrito de Tamarana, emancipado de Londrina em 1997, ao distrito de Paiquerê e se constituía em um ponto de comércio escolhido pelos agricultores locais (Prefeitura Municipal de Londrina, 1994, p.36).

Se na década de 1920 Lerroville era área explorada por safristas que ali formavam roças para a criação de porcos, pôde se transformar, nas décadas de 1960 e 1970, em grande área de lavoura cafeeira, graças aos loteamentos agrícolas ali realizados por iniciativa de Gustavo Avelino Correa (SCHWARTZ e CUSTÓDIO, 1995, p.8).

⁴³O documento citado faz parte do Projeto Café de Lerroville e foi utilizado para informar a comunidade francesa de Saint-Étienne sobre as condições de trabalho, a qualidade e a quantidade do café produzido e a viabilidade de sua comercialização para o final do ano de 2005.

⁴⁴O Norte Novo limita-se ao Norte com o Rio Paranapanema, ao Sul com a cidade de Manoel Ribas, a Leste com o Rio Tibagi e a Oeste com o Rio Ivaí, compreendendo as cidades -pólo de Londrina, Maringá, Apucarana e Ivaiporã. A denominação de "Novo" para essa parte da região vincula-se de certo modo à forma de sua colonização que foi bastante diferenciada do chamado Norte Pioneiro (STECA e FLORES, 2002,p.133)

Lerroville se tornou distrito de Londrina pela Lei nº 4783 de 29 de novembro de 1963, ano de muitos incêndios na zona rural do Paraná, os quais também atingiram este distrito, ocasionando grandes desmatamentos e propiciando a intensificação do plantio de café (Prefeitura Municipal de Londrina, 1994, p.36).

3.1 LOCALIZAÇÃO E ORIGEM DAS ASSOCIAÇÕES RURAIS ACAL E APRALA

ACAL e APRALA estão localizadas na área rural do distrito de Lerroville (figura 11), um dos oito distritos municipais de Londrina, estado do Paraná (Prefeitura Municipal de Londrina, 2000, p.11).

Os nomes ACAL e APRALA estão relacionados a dois cursos de água - Água da Limeira e Água da Laranja Azeda - que cortam o local (figura 12), na área rural do distrito de Lerroville e significam Associação de Cafeicultores da Água da Limeira - ACAL e Associação dos Produtores Rurais da Água da Laranja Azeda – APRALA.

Inicialmente a proposta era a criação de uma só associação, mas durante as discussões foi notado que os produtores que moravam na Água da Limeira não iam as reuniões na Água da Laranja Azeda e vice-versa. Por esta razão decidiu-se pela criação de duas associações distintas: a ACAL, que ficou sob a presidência de Oscar Kenji e a APRALA, sob a presidência de Fábio Gonçalves dos Anjos, representante destas associações no Projeto Café de Lerroville.

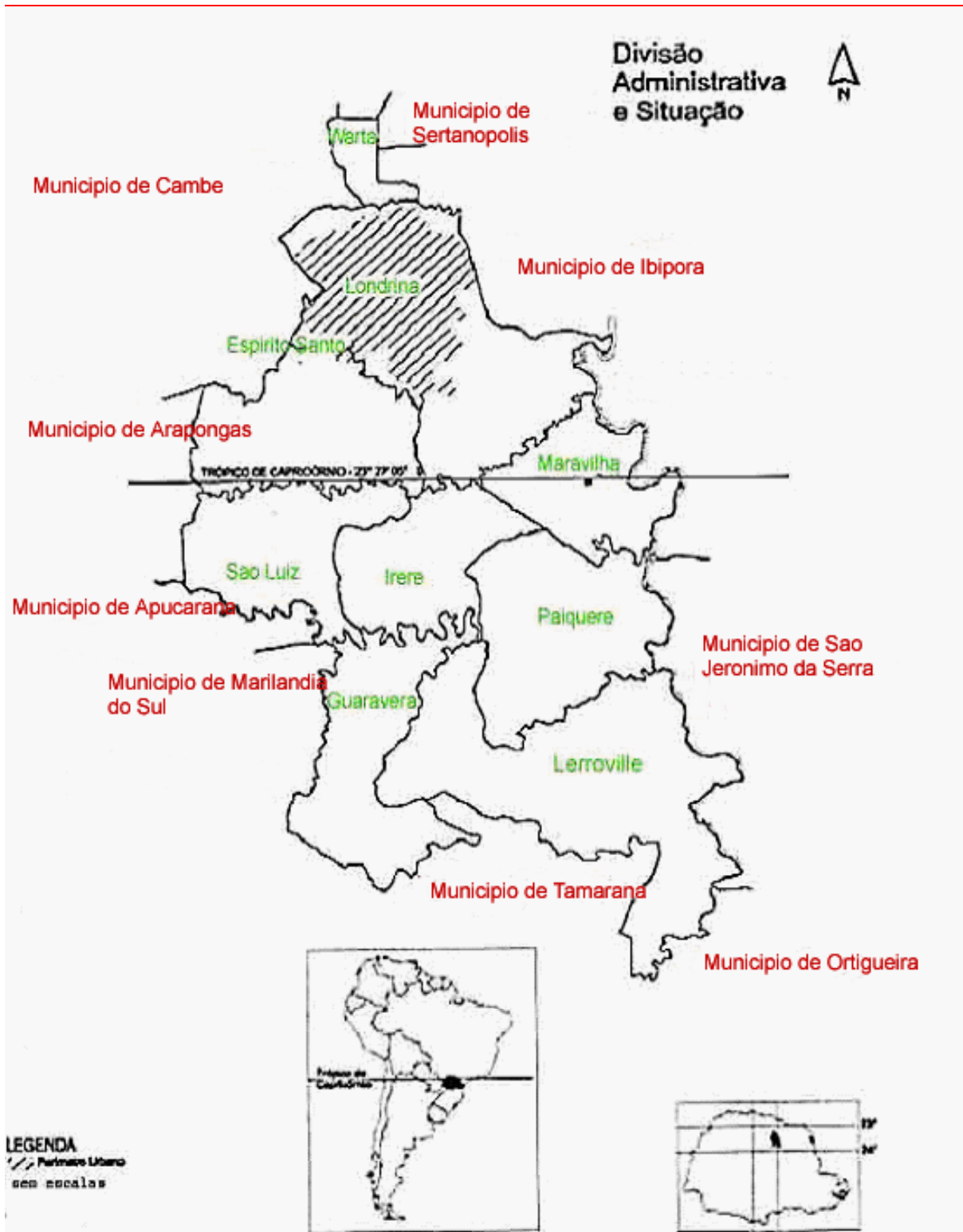
A sede da APRALA está situada próximo à estrada do Apucarantina onde se reúnem os produtores desta localidade enquanto que a sede da ACAL se encontra mais afastada, reunindo também seus produtores locais (figura 13).

O fato que mais motivou a criação destas associações foi a realização de uma venda conjunta de café, de alguns cafeicultores da Laranja Azeda, na Bolsa de Café de Londrina, em 1999, onde se obteve melhores preços (R\$-250,00/saca) que os pagos pelas casas de comércio de café de Lerroville e Tamarana (R\$-200,00/saca).

Infelizmente, no ano seguinte, houve uma grande geada que desestimulou os cafeicultores, mas a associação continuou suas festividades “para manter o pessoal unido”, segundo Fábio Gonçalves dos Anjos.

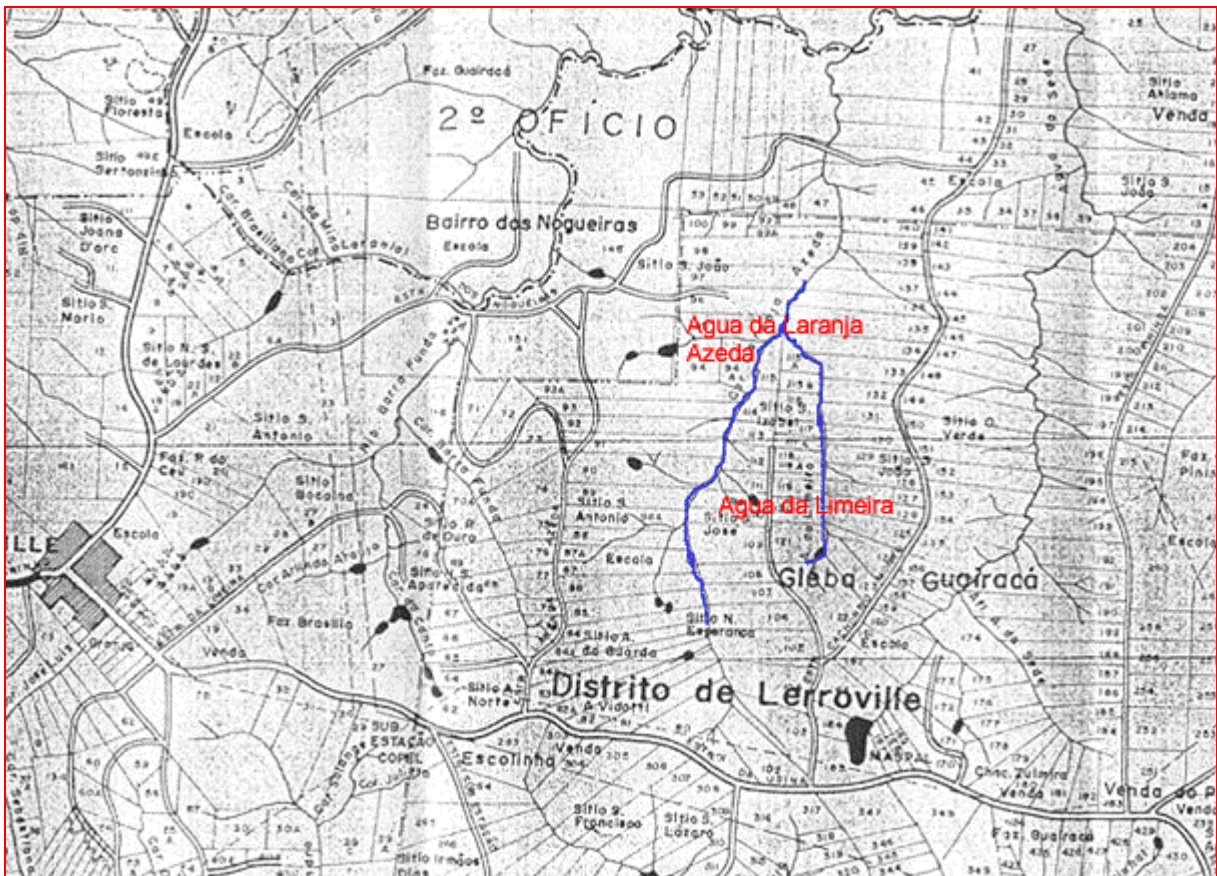
Porém alguns cafeicultores locais já lamentavam a falta de organização desta classe e a necessidade de discutir os problemas comuns para juntos buscarem alternativas.

A proposta de Comércio Justo fez com que os produtores se encontrassem constantemente com técnicos do IAPAR e da EMATER, participassem dos cursos de capacitação, de seminários e feiras, empreendessem viagens para novos contatos e novos conhecimentos. O que fortaleceu a união dos associados e a vontade de continuar participando das associações em busca de uma nova realidade.



Fonte: Atlas do Município de Londrina, 2000, p.21

Figura 11 – Londrina e seus distritos administrativos



Fonte: Arquivo IAP-Londrina. Sem escalas.

Figura 12 – Localização da Água da Limeira e da Água da Laranja Azeda no distrito de Lerroville- Londrina

A criação das duas associações rurais em 2001 foi a primeira iniciativa de união dos produtores de café das comunidades da Água da Limeira e da Água da Laranja Azeda, que buscavam força para vencer as dificuldades do setor cafeeiro.

A Associação dos Cafeicultores da Água da Limeira – ACAL (figura 14) – foi fundada em 09 de outubro de 2001, no salão da Capela São Pedro, no Bairro da Água da Limeira, com fins de buscar a melhoria da qualidade de vida dos cafeicultores da região e suas famílias, conforme exposição do presidente, constante na ata de sua fundação.

O total de associados fundadores presentes à Assembléia e assinantes da ata foi de trinta e três produtores rurais, sendo vinte e dois homens e onze mulheres.



Fonte: Arquivo: Ciliane Carla Sella de Almeida (2004)

Figura 13 – Local de reuniões da APRALA. Em primeiro plano, a família (pai e dois filhos) de um dos associados APRALA, participante do Projeto Café de Lerroville. Em segundo plano, a tulha cedida por um dos associados APRALA para as reuniões do grupo e de outras atividades. É também o local onde o médico do programa Saúde da Família do distrito de Lerroville realiza suas consultas.

Os critérios para admissão de novos associados constantes no estatuto aprovado eram ser produtores de café do Bairro Água da Limeira, proprietários rurais ou porcentageiros que se comprometessem a cumprir o estatuto.



Fonte: Arquivo EMATER (2004)

Figura 14 – Salão da Paróquia São Pedro onde os associados da ACAL se reúnem. Dia de reunião com a equipe do Projeto Café de Lerroville para a exposição do projeto de construção da mini-torrefadora e sede da futura cooperativa, posteriormente apresentado ao programa PARANÁ 12 MESES.

A Associação dos Produtores Rurais da Água da Laranja Azeda-APRALA- foi fundada em 04 de junho de 2001, mas registrada em 2002. Vinte e sete produtores rurais se reuniram no Sítio São Pedro, Estrada do Apucarantina, para fundar esta entidade cujos objetivos sociais davam conta da aspiração de seus fundadores.

Os objetivos estatutários da Acal e da Aprala revelam as aspirações destas associações e, de certa forma, suas carências, confirmando as hipóteses elucidativas levantadas na metodologia da pesquisa-ação, no ciclo da construção do objeto.

Os objetivos sociais da ACAL e APRALA se resumem a: acesso ao crédito; aquisição de equipamentos comuns; atuação política; busca de novos mercados e diversificação da renda: união e integração da comunidade para resolução de problemas comuns; promoção do desenvolvimento da comunidade; investimentos em infra-estrutura para a melhoria da produção, para o processamento e para a comercialização de seus produtos; busca por assistência técnica de instituições públicas e ou privadas; busca de informações atualizadas;

busca de alternativas de ação para a melhoria da qualidade de vida, de renda e de capacitação dos produtores rurais e de suas famílias.

3.2 CARACTERÍSTICAS COMUNS DAS ASSOCIAÇÕES ACAL E APRALA

As reuniões da ACAL e da APRALA acontecem em locais provisórios, visto não possuírem ainda sede própria. A ACAL utiliza o salão da Igreja da Capela São Pedro e a APRALA, uma tulha desativada, cedida por um dos associados.

Há grande participação das mulheres de associados, parceiras de trabalho de seus maridos, não somente nas reuniões, mas em todas as atividades promovidas onde o marido esteja também presente. Porém, há resistência familiar, muitas vezes atribuída ao sogro e não ao marido, quanto a possibilidade de a mulher ou a nora participar de cursos fora das sedes associativas, sobretudo quando estes cursos são realizados em fins de semana.

As mulheres reivindicam também, para cada associação, a execução de projetos para seu desenvolvimento (figura 15). Gostariam de ter uma cozinha industrial para confeccionarem bolachas, pães, bolos, compotas e máquinas de costura para poderem trabalhar no sistema de facção. Haviam pensado em comercializar frangos caipiras, frutas e verduras frescas, mas o problema de escoamento até o mercado de Londrina inviabilizou esta idéia. No entanto, até o presente momento ainda não foram executadas ações neste sentido. Muito provavelmente projetos que contemplem as mulheres destas associações deverão vir a serem desenvolvidos através do prêmio pago pelo Comércio Justo.

As maiores discussões da ACAL e da APRALA giram em torno dos problemas do distrito de Lerroville, muitas das quais noticiadas em jornais locais, como estradas rurais que ligam as propriedades ao distrito, transporte escolar e maior freqüência das visitas do programa médico da família. Estas necessidades são encaminhadas ao poder público municipal através de seus associados que atuam nos conselho distrital de Lerroville, conselho de desenvolvimento rural do município e no orçamento participativo.



Fonte: Arquivo: ACAL (2004)

Figura 15 – Oficina de corte e costura para as mulheres da ACAL no salão da Paróquia São Pedro. Local onde o programa Saúde da Família realiza as consultas.

A queixa da grande maioria dos entrevistados se refere a estrada, principalmente quando chove.

Quando chove, não trafega. Quando chove muito, não dá para sair da propriedade (associado APRALA).

Os jornais locais têm dado cobertura às reivindicações do distrito, sobretudo as referentes à estrada, talvez por ser já muito antiga (*ver tópico Reivindicações do distrito de Lerroville*).

As promoções sociais são geralmente festas comunitárias, festas juninas, comemorações da igreja e almoços promovidos para arrecadação de fundos.

A grande preocupação destas associações tem sido a falta de recursos financeiros para investimentos na lavoura e a descapitalização de seus associados. Os dados coletados entre os associados sobre a renda anual das propriedades no ano de 2003 revelam a situação de precariedade existente entre alguns dos entrevistados. Reverter esta situação, evitando assim, o êxodo rural, é uma das metas mais importantes das associações, pois seus associados, após a

geada de 2000, tiveram suas rendas diminuídas dada a baixa produtividade dos cafezais.

As associações adquiriram insumos para os associados, através da compra conjunta, ganhando em preço e prazo.

A EMATER - Empresa Paranaense de Assistência Técnica de Extensão - e a Secretaria Municipal da Agricultura são os órgãos governamentais representados no distrito de Lerroville para prestar assistência técnica aos produtores locais. Porém o pequeno quadro de funcionários disponibilizado para tanto tem sido motivo de queixa dos produtores, que não se sentem devidamente assistidos.

Um dos entrevistados lembrou os problemas ambientais das propriedades dizendo que 100% da comunidade utilizavam o sistema de fossas; que não havia proteção das nascentes; que o IAP nunca tinha visitado a região e que a orientação vinha sempre depois de um problema de saúde, citando um dos associados que tinha uma criação de porcos perto de uma mina.

3.3 CENÁRIO DA ACAL E DA APRALA À ÉPOCA DA APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

No ano de 2004, quando se iniciaram os trabalhos de campo para levantamento de dados para esta dissertação, durante os meses de abril e maio, as associações APRALA e ACAL estavam vivendo um momento de transição em seu quadro de associados, ou seja, alguns proprietários ou arrendatários estavam deixando as associações e outros decidindo pela adesão. Este fato dificultou a reunião integral dos associados para aplicação do questionário, ainda que os dados colhidos sejam reveladores da situação socioeconômica e cultural vivida nas comunidades da Água da Laranja Azeda e Água da Limeira e de como vivenciam o associativismo rural, alcançando, desta forma, o objetivo esperado.

Àquela época a ACAL contava com 20 proprietários associados, dos quais sete foram entrevistados e a APRALA com dez, todos entrevistados.

Com isto se objetivava levantar o perfil atual da pequena propriedade familiar cafeeira, as relações familiares existentes, as relações de trabalho, as culturas produzidas para o mercado e para a subsistência, as estruturas

e os maquinários das propriedades, o acesso aos serviços públicos, como saúde, educação, transporte, comunicação, e a compreensão e vivência do associativismo rural.

As dificuldades de trabalho, a falta de crédito, a dependência de intermediários para a comercialização do café, a falta de assistência técnica permanente, a baixa renda da maioria dos produtores entrevistados, a pouca visão de mercado e de oportunidades, as condições de vida, como educação, saúde, transporte e moradia da ACAL e da APRALA lembravam as condições da comunidade indígena do sul do México relatadas por Frans van der Hoff e Nico Roozen (2002) no livro «L´Aventure du Commerce Équitable».

3.4 PERFIL DAS FAMÍLIAS DA ACAL E DA APRALA

As famílias entrevistadas associadas a ACAL que não nasceram no próprio distrito de Lerroville para ali migraram entre os anos de 1964 e 1975, vindas de diferentes partes do Brasil. Duas famílias vieram do estado de São Paulo e duas do Nordeste, especificamente Ceará e Alagoas (quadro 5).

Entretanto a maioria das famílias entrevistadas da APRALA migrou de Minas Gerais (São Gonçalo) para o Paraná, entre os anos de 1956 e 1968, e possuem laços de parentesco entre si (quadro 6).

Cinco famílias, capitaneadas pelo mais velho de todos, pai e avô de alguns dos entrevistados, enfrentaram os desafios das estradas na carroceria de um caminhão para chegar a Lerroville e tentar vida nova com a produção de café. Já trabalhavam na lavoura cafeeira e vieram para o Paraná porque ouviram falar da qualidade e do preço bom da terra.

Estes dados são confirmados pelo estudo de PADIS, ao referir-se ao crescimento econômico e demográfico de toda a região norte do Paraná:

Determinado por vários fatores formou-se um verdadeiro rush populacional em sua direção. Esse fluxo era constituído principalmente de paulistas -ainda provindos das regiões de Campinas, São Carlos e Ribeirão Preto - e de mineiros, mas também, de migrantes vindos de outras áreas do País- especialmente o Nordeste- e até de estrangeiros (1981, p.93).

Os entrevistados da ACAL e da APRALA são proprietários das terras, famílias de cafeicultores tradicionais, ou seja, que se dedicam ao café desde o primeiro momento de exploração de suas propriedades. Não abandonaram esta cultura nem mesmo após as grandes geadas, como em 1975 ou a crise da cafeicultura que se iniciou após a ruptura do Acordo Internacional do Café.

Em um total de 37 pessoas vivendo em 07 propriedades familiares, a ACAL conta com mais homens (54,05%) do que mulheres (45,95%), e a maior incidência está na faixa etária de 10 a 15 anos, seguida de 30 a 35 anos, 0 a 5 anos e adultos entre 65 e 70 anos (tabelas 2 e 3). Dos dezessete proprietários entrevistados, somente um não reside na área rural.

Contrastando com a ACAL, a APRALA apresenta um número maior de mulheres, 52,27% contra 47,72% de homens em suas 10 propriedades familiares, onde vivem 44 pessoas, com uma concentração máxima de oito pessoas e mínima de uma pessoa.

As famílias das associações entrevistadas são em média constituídas de 2 a 9 membros, em geral por um casal, filhos ou filhas, e, se casados, pelo genro, nora e netos. Alguns têm avós, sobrinhos e cunhados vivendo sob o mesmo teto.

A faixa etária predominante nas famílias associadas entrevistadas da APRALA se concentra entre 15 a 25 anos (11,36%), seguida da faixa dos 05 aos 10 anos, 25 aos 30 anos e 50 aos 55 anos (tabela 3).

A investigação sobre a escolaridade na ACAL revelou que mais da metade dos entrevistados, 56,09%, possui o primeiro grau incompleto, contrapondo com 24,39% que ora se encontra em idade escolar, de 1ª a 8ª séries (tabela 4).

A APRALA conta com um número maior de pessoas com melhor grau de instrução e também com a presença maior de jovens entre 20 e 25 anos morando com as famílias. Ao contrário do que se poderia imaginar, a escolaridade dos familiares da APRALA não fez com que optassem pela cidade onde pudessem desenvolver atividades mais intelectuais do que braçais. Alguns jovens entrevistados disseram que as oportunidades de trabalho nos centros urbanos estão cada vez mais difíceis ao passo que no campo há a segurança da família, de uma morada, de alimentação e a possibilidade de trabalhar com a família.

O grau de instrução mais elevado e muitos vínculos familiares existentes na APRALA possam talvez explicar a maior união existente entre os

associados APRALA em comparação aos associados ACAL, assim como uma maior abertura e facilidade de diálogo da autora com aqueles associados.

P.F.(*)	Município de origem				Número de deslocamentos							Últimos deslocamentos	Mudou-se para Lerroville em:	Nasceu em Lerroville	
	PR	SP	MG	Outros Estados	0	1	2	3	4	5	6				
1				CE									Paraíso do Norte-Ibiporã -Lerroville	1975	
2													São Luis (Lda)-Lerroville		
3															
4													Batatais-Lerroville	1968	
5													Apucarana-Lerroville	1964	
6															
7				AL									Viçosa-Lerroville		

(*) Propriedade familiar. Número atribuído à propriedade familiar equivale ao número do questionário aplicado e serve para identificar a propriedade em outras tabelas e quadros.

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (abril/maio, 2004)

Quadro 5 – Origens e trajetórias das famílias associadas ACAL

P.F.(*)	Município de origem				Número de deslocamentos							Últimos deslocamentos	Mudou-se para Lerroville em:	Nasceu em Lerroville	
	PR	SP	MG	Outros Estados	0	1	2	3	4	5	6				
1													Itararé-São Paulo- Londrina	1998	
2													Minas Gerais- Londrina-São Paulo- Minas Gerais- Lerroville	1968	
3													Guairacá- Lerroville	1956	
4														1968	
5														1968	
6													Guaravera- Lerroville	1964	
7															
8															
9													Tamarana- Londrina- Lerroville	1947	
10														1973	

(*) Propriedade familiar. Número atribuído à propriedade familiar equivale ao número do questionário aplicado e serve para identificar a propriedade em outras tabelas e quadros.

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (abril/maio, 2004)

Quadro 6 – Origens e trajetórias das famílias associadas APRALA

Tabela 2 – Número de pessoas nas propriedades dos associados ACAL e APRALA com contagem de homens e mulheres.

Associação	Número de pessoas nas propriedades	Homens	Mulheres
ACAL			
Total	37	20	17
%		54,05%	45,95%
APRALA			
Total	44	21	23
%		47,72%	52,27%

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (abril/maio.2004)

Tabela 3 – Faixa etária dos associados ACAL e APRALA, em %

MAIOR QUE > MENOR QUE<	ACAL %	APRALA %
>0<5	9,75	6,8
>5<10	7,31	9,0
>10<15	14,63	4,5
>15<20		11,36
>20<25		11,36
>25<30	2,43	9,0
>30<35	14,63	6,8
>35<40	7,31	4,5
>40<45	7,31	6,8
>45<50	4,87	6,8
>50<55	4,87	9,0
>55<60	4,87	9,0
>60<65	2,43	2,2
>65<70	9,75	
>70<75	2,43	
>75<80		
>80<85		2,2
IGNORADA	7,31	

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004).

Tabela 4 – Grau de instrução dos associados ACAL e APRALA, em %

ESCOLARIDADE	ACAL %	APRALA %
1O GRAU INCOMPLETO	56,09	29,54
1O GRAU COMPLETO	2,43	6,81
2º GRAU INCOMPLETO	2,43	2,27
2O GRAU COMPLETO	4,87	34,09
SUPERIOR INCOMPLETO		
SUPERIOR COMPLETO		4,54
FREQÜENTANDO AS ESCOLAS DE		
1A A 8A SÉRIES	24,39	11,36
NÃO SE APLICA	7,31	6,81
IGNORADA	2,48	4,54

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004)

3.5 PERFIL DAS PROPRIEDADES DA ACAL E DA APRALA

Através do questionário aplicado aos 17 associados ACAL e APRALA levantamos as características atuais da pequena produção familiar cafeeira salientando, neste momento, sua dimensão fundiária e a área reservada a produção de café, as culturas de renda e de subsistência, as relações de trabalho existentes e o grau de tecnificação.

As propriedades da ACAL e da APRALA são pequenas propriedades rurais onde se produz predominantemente o café através do trabalho familiar com a ajuda eventual de terceiros contratados cuja gestão (organização e comercialização) está sob o comando do proprietário.

A legislação brasileira não se refere a agricultura familiar mas a propriedade familiar caracterizando-a pelo trabalho direto do agricultor e de sua família em uma determinada dimensão fundiária, capaz de garantir o seu sustento e seu progresso socioeconômico.

Propriedade familiar, quando, direta e pessoalmente explorado pelo agricultor e sua família, lhes absorva toda a força de trabalho, garantindo-lhes a subsistência e o progresso social e econômico, com área fixada para cada região e tipo de exploração, e, eventualmente, trabalhado com a ajuda de terceiros. A área fixada constitui o módulo rural, e será determinada nos termos do art. 5º do Estatuto da Terra e na forma estabelecida na Seção III deste Capítulo (Estatuto da Terra (Dec 55891/65) art.6º, I, 1981).

A Lei nº 8629/93, que regulamentou os dispositivos constitucionais relativos à reforma agrária, conceituou pequena propriedade como imóvel rural com área compreendida entre 1 (hum) e 4 (quatro) módulos fiscais. Para fins de esclarecimento, tendo em vista que a legislação ao tratar a propriedade familiar ora se refere a módulos rurais, ora se refere a módulos fiscais, buscamos a definição de ambos.

É preciso também deixar claro que os módulos fiscais variam de região a região dependendo de um número de quesitos a serem analisados e são definidos pelo INCRA⁴⁵ (Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária).

Módulo rural é o menor fracionamento do solo rural. É a quantidade mínima de terras prevista no imóvel rural para que este não se transforme em minifúndio. O módulo rural tem um caráter econômico e social, de estabilidade e de bem-estar ao produtor. É supostamente através da exploração desta área de terras que o produtor e sua família poderia subsistir, alcançando o já citado progresso social e econômico (ALBUQUERQUE FILHO⁴⁶, 2004).
Módulo fiscal é apenas uma medida utilizada para fins de tributação da propriedade rural. Um módulo fiscal equivale a quatro módulos rurais (*idem*).

A estrutura fundiária das propriedades dos associados ACAL e APRALA está compreendida entre 4,84 a 32,67 hectares (tabela 5) e corresponde a média dos estabelecimentos familiares da região Sul do Brasil. Do total das propriedades levantadas neste estudo 76,47% possuem área entre 5 a 20 ha, 17,64% possuem 4,84 ha e 0,58% possui área de 32,67 ha.

⁴⁵ O módulo fiscal de cada município, expresso em hectares, será fixado pelo INCRA, através de Instrução Especial, levando-se em conta os seguintes fatores: a) o tipo de exploração predominante no município; b) a renda obtida no tipo de exploração predominante; c) outras explorações existentes no município que, embora não predominantes, sejam expressivas em função da renda ou da área utilizada; d) o conceito de propriedade familiar constante do art. 4º, item II, da lei 4505/64.

⁴⁶ In A importância dos módulos rurais na distribuição e aproveitamento da terra. Disponível em <<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=1675>>. Acesso em 12 Agos 2004.

O estudo realizado pelo INCRA⁴⁷ (2005) aponta que no Brasil 39,8% dos estabelecimentos familiares possuem menos de cinco hectares, 30% possuem entre cinco e 20 ha e 17% possuem entre 20 e 50 ha. Na região Sul 20% dos estabelecimentos familiares possuem menos de cinco hectares, 47,9% possuem entre cinco e menos de 20 ha e outros 23,2% possuem entre 20 e menos de 50 ha.

A legislação brasileira conceitua a propriedade familiar estipulando um mínimo de área que, trabalhada pela família, possa garantir-lhe seu sustento e progresso, ou seja, sua reprodução. Não obstante, não pôde a legislação descer as especificidades desta propriedade familiar, distinguindo-a da propriedade capitalista.

A propriedade familiar não é propriedade de quem explora o trabalho de outrem; é propriedade direta de instrumentos de trabalho por parte de quem trabalha. Não é propriedade capitalista; é propriedade do trabalhador. Seus resultados sociais são completamente distintos, porque nesse caso a produção e reprodução das condições de vida dos trabalhadores não é regulada pela necessidade de lucro do capital, porque não se trata de capital no sentido capitalista da palavra. O trabalhador e lavrador não recebem muito. Os seus ganhos são ganhos do seu trabalho e do trabalho de sua família e não ganhos de capital, exatamente porque esses ganhos não provêm da exploração de um capitalista sobre o trabalhador expropriado dos instrumentos de trabalho (MARTINS, 1980, p. 59).

O documento sobre os Sistemas de Produção Familiares do Norte do Paraná, mesorregião Norte⁴⁸ (PARANÁ, 2001, p. 13), indica que 51,72% em um total de 5.052 estabelecimentos familiares da região de Londrina, onde se encontram a ACAL e a APRALA, possuem menos de 20 ha.

A organização do trabalho nas propriedades da ACAL é feita com predomínio do trabalho familiar e da utilização de mão-de-obra do trabalhador rural eventual (60,0%), do empreiteiro (20%) e do parceiro (20%). Os entrevistados não declararam manterem empregados rurais ou arrendatários em suas propriedades (tabela 6).

⁴⁷ INCRA/FAO. Novo Retrato da Agricultura Familiar -O Brasil Redescoberto- Projeto de Cooperação Técnica. Disponível em <http://www.incra.gov.br/sade/doc/AgriFam.htm> Acesso em Mar.2005

⁴⁸ Publicação financiada pelo Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar e

Tabela 5 – Área em hectares das propriedades familiares da ACAL e da APRALA

ACAL				APRALA			
PF	Área em hectares	Área cultivada com café	%	PF	Área em hectares	Área cultivada com café	%
01	12,1	9,68	80,0	01	12,10	9,68	80,0
02	12,1	8,47	70,0	02	4,84	4,84	100,0
03	7,26	4,84	66,6	03	32,67	6,05	18,4
04	12,1	6,05	50,0	04	14,52	9,68	66,6
05	4,84	4,23	87,4	05	6,05	4,84	80,0
06	9,68	7,26	75,0	06	4,84	3,63	75,0
07	7,26	4,84	66,6	07	12,10	9,68	80,0
				08	12,10	4,84	40,0
				09	7,26	6,05	83,3
				10	12,10	2,42	20,0

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (abril/maio, 2004)

A APRALA declarou a mesma porcentagem de empreiteiros, arrendatários e empregados rurais (11,1%) como mão-de-obra utilizada nas propriedades. Porém há o predomínio da utilização do trabalhador rural temporário (33.3%) e de parceiros (33.3%) (tabela 7).

Os entrevistados que declararam mão-de-obra temporária se referiram à necessidade de força de trabalho complementar ao da família nos períodos de colheita que, em geral, duram três meses.

Para esclarecer a diferença entre os tipos de relações trabalhistas encontradas nas propriedades dos associados ACAL e APRALA, apresentamos, a seguir, algumas definições jurídicas:

1-Contrato de empreitada é aquele em que uma das partes se propõe a fazer ou a mandar fazer certa obra, mediante remuneração determinada ou proporcional ao serviço executado (BARROS *apud* DAIBERT, 1977, p. 347)

2- Diarista: trabalhador rural eventual pago por dia de trabalho.

3-Parceiro: contrato de parceria é aquele em que uma pessoa cede um prédio rústico a outra, ou lhe entrega animais, com o objetivo de partilhar os frutos, os lucros, decorrentes do cultivo ou criação (GOMES *apud* DAIBERT, 1977, p.476).

4- Arrendamento é celebrado entre o proprietário (ou possuidor, ou usufrutuário) que cede o imóvel rural, no todo ou em parte, a outro que explorará nele uma atividade econômica, por prazo certo, ou não, e por certo preço, agrícola, pecuária, agroindustrial, extrativa ou mista.

5- Contrato de trabalho por prazo indeterminado para empregados rurais é regido pela Lei 5889/73;

As características relacionadas à forma de trabalho da ACAL e da APRALA é uma das conseqüências da modernização da agricultura brasileira, a qual trouxe ao campo novas relações de trabalho. O regime de colonato foi substituído por relações de parceria, de meação, de arrendamento e de diárias transformando o trabalhador rural em um migrante em constante busca de trabalho.

A modernização tecnológica se caracterizou pelo duplo processo social de expulsão da população trabalhadora transformando-a em assalariados ou desempregados rurais ou urbanos. De um lado, a ruptura do padrão de organização da produção anterior expulsa os “agregados” - colonos em São Paulo e moradores no Nordeste - das grandes e médias unidades de produção, reduzindo de importância as formas de organização sedimentadas na posse temporária da terra - parcerias, pequenos arrendamentos e cessão de lotes de terra à produção para consumo próprio (MOREIRA, 1999, p.121)

O declínio da cultura do café foi um dos responsáveis pelo surgimento da grande massa de desempregados rurais a partir da década de 1970 que, desamparados, ou se instalaram na periferia dos centros urbanos, ou seguiram para os assentamentos ou enfrentam o eterno ir e vir das colheitas em diferentes estados brasileiros (CAFÉ DO BRAZIL, 2002).

Tabela 6 – Relações de trabalho nas propriedades da ACAL

ACAL	Empreitada	Diarista-trabalhador rural eventual	Parcerias	Arrendatário	Empregado rural
Total %	20	60	20		

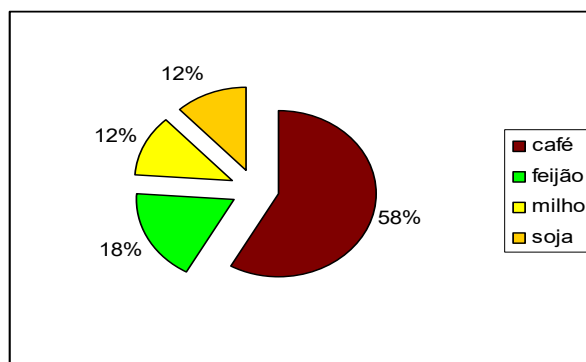
Fonte: Dados coletados no trabalho de campo(maio, 2004)

Tabela 7 – Relações de trabalho nas propriedades da APRALA

APRALA	Empreitada	Diarista-trabalhador rural eventual	Parcerias	Arrendatário	Empregado rural
Total %	11,1	33,3	33,3	11,1	11,1

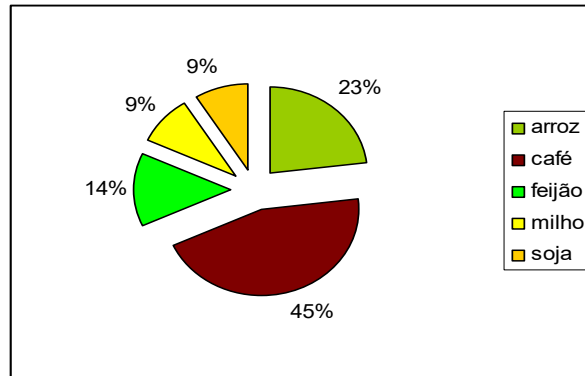
Fonte: Dados coletados no trabalho de campo(maio, 2004)

Em ambas as associações, a cultura predominante é o café que ocupa entre 18,4 a 100% de suas áreas e que é a cultura de renda de todas as propriedades analisadas neste trabalho. Isto torna os produtores totalmente dependentes desta cultura e das flutuações de preço e de mercado (gráficos 3 e 4).



Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004)

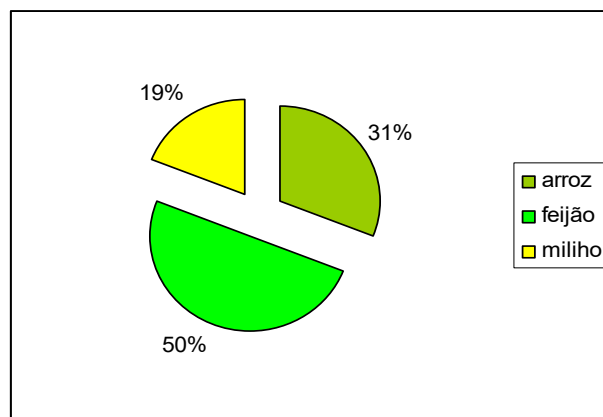
Gráfico 3 – Culturas de renda dos associados ACAL



Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004)

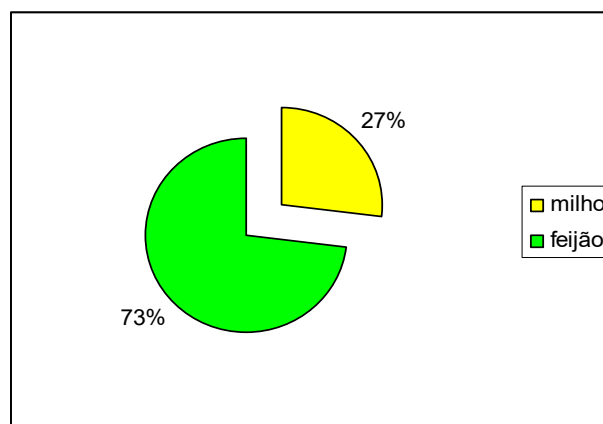
Gráfico 4 – Culturas de renda dos associados APRALA

Outras culturas de grãos, como arroz, feijão e soja constituem a renda complementar de algumas famílias e são também as indicadas como de subsistência por outras, acrescidas da cultura do milho (gráficos 5 e 6).



Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004)

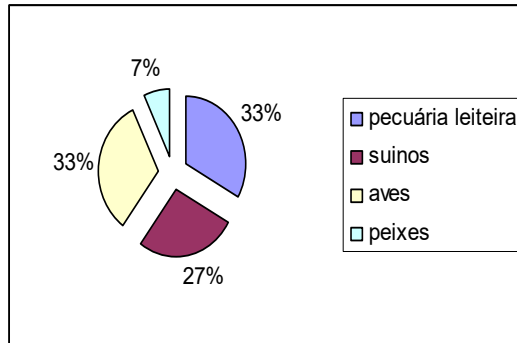
Gráfico 5 – Culturas de subsistência da ACAL



Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004)

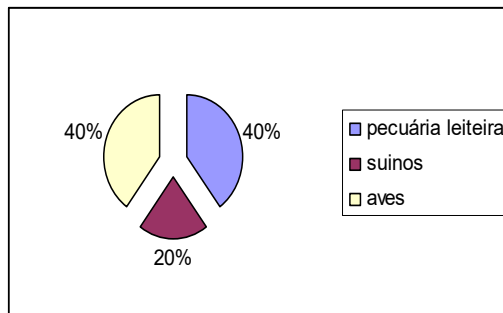
Gráfico 6 – Culturas de subsistência da APRALA

A criação de animais, como bovinos, para leite, suínos e aves é indicada como de subsistência pela maioria das famílias entrevistadas (gráficos 7 e 8).



Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004)

Gráfico 7 – Outras fontes de subsistência da ACAL



Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004)

Gráfico 8 – Outras fontes de subsistência da APRALA

A infra-estrutura existente nas propriedades (tabela 8) revela um conforto mínimo com água de mina, fossa e energia elétrica.

Para a maioria entrevistada, a estrada que liga o distrito à propriedade está classificada como péssima e tem sido o motivo de muitas manifestações e reivindicações do distrito, com apoio destas associações, junto ao poder público municipal e estadual como relatado no tópico *Reivindicações do distrito de Lerroville*.

No item equipamentos domésticos onde se procurava levantar dados sobre o acesso a bens da sociedade moderna, notamos que nem todas as

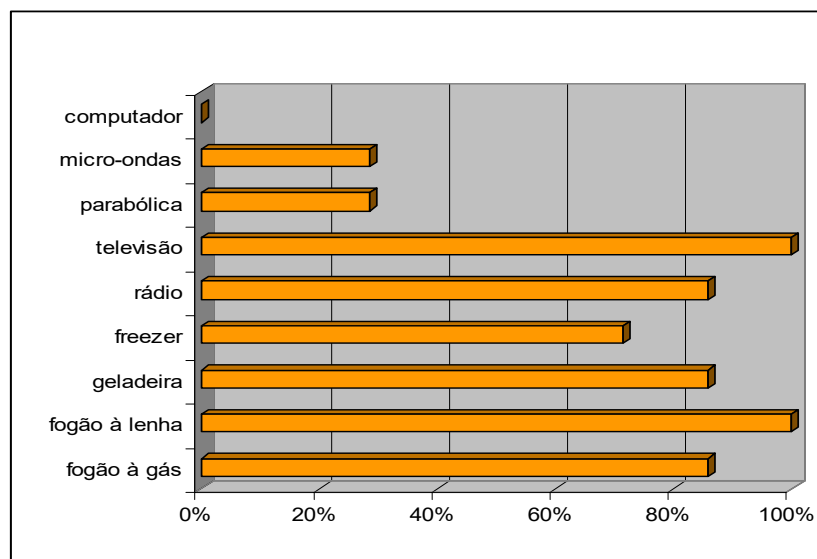
famílias possuem os equipamentos básicos, ou seja, fogão à gás e geladeira, mas todos têm um aparelho de televisão em suas casas (gráficos 9 e 10).

Em um total de dezessete propriedades familiares, há vinte e seis moradias. Isto é causado pela construção, nas propriedades, de casas para os filhos casados que, na grande maioria, permanecem morando na propriedade, ainda que nem todos trabalhem nela (tabela 9).

Tabela 8 – Infra-estrutura encontrada nas propriedades dos associados ACAL e APRALA

		Água de mina	Água de poço	Fossa	Energia elétrica	Estrada-propriedade-distrito			
						boa	regular	ruim	péssima
ACAL	%	100		100	100		14,28	28,57	57,14
APRALA	%	80	40	100	100	20	10	30	40

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo(maio, 2004)

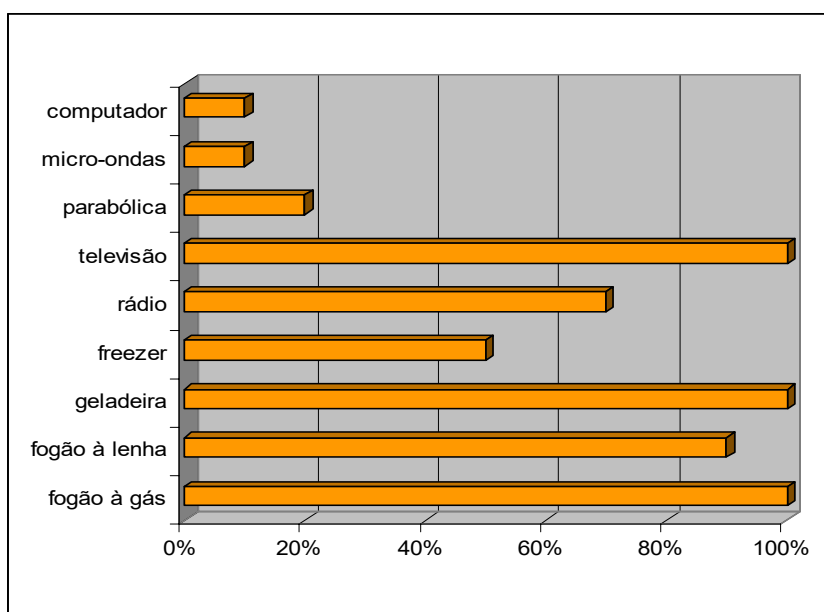


Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio,2004)

Gráfico 9 – Equipamentos domésticos da ACAL

A idade das casas varia entre 5 a 30 anos, a maioria construída em madeira e em mau estado de conservação.

Como veículo de locomoção das propriedades (tabela 10), a maioria dos associados APRALA utiliza o carro (90%), com ano de fabricação compreendido entre 1971 e 1994. A motocicleta (50%) parece substituir o cavalo, antigamente o meio de transporte mais utilizado na área rural. O trator, o cavalo e a bicicleta ocupam lugares secundários nesta associação.



Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004)

Gráfico 10 – Equipamentos domésticos da APRALA

Tabela 9 – Idade e material das habitações das propriedades da APRALA

	Número de casas por propriedade	IDADE				MATERIAL		
		<5 anos	>10 anos	>20 anos	>30 anos	alvenaria	madeira	mista
ACAL								
Total	11		3	4	4	4	7	
%			27,3	36,4	36,4	36,4	63,6	
APRALA								
Total	15	6	2	1	6	5	6	4
%		40,0	13,33	0,6	40,0	33,3	40,0	26,6

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (abril/maio, 2004)

Um dos entrevistados da APRALA disse que quando ele e seu irmão estudavam no distrito de Lerroville, utilizavam a bicicleta, e o trajeto entre a propriedade e a escola durava cerca de vinte minutos. Afirma que hoje já “ninguém utiliza mais este meio saudável de locomoção”.

Os entrevistados da ACAL, entretanto, preferem utilizar os meios tradicionais de locomoção na área rural, ainda que também apontem a utilização de veículos automotores de locomoção das propriedades (71,42%).

Quanto aos maquinários agrícolas existentes nas duas associações, percebeu-se que os associados ACAL são menos equipados que os associados APRALA (tabela 11).

A propriedade com maior índice de maquinários da ACAL é a que também apresenta maior renda e maior produção de café.

Tabela 10 – Veículo de locomoção utilizado nas propriedades dos associados ACAL e APRALA

ACAL						
Meio de transporte	bicicleta	carroça	cavalo	Trator	Carro	Moto
Total %	85,71	85,71	85,71	85,71	71,42	28,57
APRALA						
Total %	10,00	30,00	30,00	20,00	90,00	50,00

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (abril/maio, 2004)

Duas propriedades da ACAL e da APRALA declararam não possuir nenhum equipamento. As propriedades que possuem o maior número de equipamentos agrícolas são também as que contam com 40.000 pés de café cada uma.

Tabela 11 – Maquinários agrícolas nas propriedades dos associados ACAL e APRALA

Equipamentos	Trator	Carreta	Bomba Costal	Tombador	Máquina de Beneficiar arroz	Outros
ACAL						
TOTAL %	28,57	28,57	28,57	14,29		28,57
APRALA						
TOTAL %	50,00	50,00	66,6	33,3	33,33	

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (Abril/Maio.2004)

3.6 PERFIL DO CAFÉ DOS ASSOCIADOS ACAL E APRALA

O estudo de viabilidade para comercialização do café destas associações no mercado francês dentro da proposta de Comércio Justo apontou como potencialidades destas associações o fato de serem agricultores tradicionais de café arábica, com boa receptividade para a inovação tecnológica, terem solo de boa fertilidade, clima propício para a produção de cafés com bebida de boa qualidade, em função da alta latitude e altitudes elevadas, assim como proximidade do distrito e interesse no plantio de café adensado.

Este estudo demonstrava a capacidade destas associações de executar transformações com objetivo de comercializar o seu café no Comércio Justo, depois de cumpridas as suas exigências.

O sistema de plantio de café predominante era composto de espaçamentos largos e cultivares de porte alto. A produtividade média normal era baixa, em torno de 13 sacos beneficiados por hectares⁴⁹ em função da descapitalização dos cafeicultores, também agravada pelos preços recebidos nas últimas safras. Cinquenta por cento da produção era comercializada sem beneficiamento, o que gerava perdas. Mas isto era quase que obrigatório, visto que

⁴⁹ A produção nacional era de 19 sacas por hectare em 2002(Café do Brasil, 2002, p.9)

os pequenos produtores necessitavam vendê-lo rapidamente para pagamento das dívidas da safra, por ser o café a única receita expressiva da propriedade.

Quanto a bebida, após testes de qualidade realizados pelo Departamento Nacional do Café (DENAC) e IAPAR em 43 amostras, o café foi julgado bom em características com aroma, corpo e acidez.

Entretanto o mesmo estudo aponta como deficiência das associações ACAL e APRALA um parque cafeeiro com necessidades de renovação, baixa produtividade, falta de recursos para investimentos, solo desgastado pela erosão em 60% das propriedades, dificuldades financeiras na reposição da fertilidade e assistência técnica insuficiente para atender todo o distrito.

A variedade do café encontrada nas dezessete propriedades dos entrevistados se constitui, na grande maioria, de variedade MUNDO NOVO, 60% da produção da ACAL e 70% da APRALA, seguido de IAPAR, IAPAR 59, SUMATRA, ICATÚ E SARCHIMOR (quadros 7 e 8).

Quatro propriedades mantêm unicamente a variedade MUNDO NOVO, em média há 40 anos, o que confirma a necessidade de renovação do parque cafeeiro, visto que o plantio desta variedade ocorreu no início da década de 1970 no Paraná, sendo que, em 1961, 45,1% dos cafeeiros de até 3 anos eram desta variedade (CARVALHO, 1991, p.38).

Segundo Carneiro Filho (1989, p.90), renovar é tornar novo um cafezal velho, um novo plantio sem aumento da área; é aconselhável por visar o aumento da produtividade e não demandar altos investimentos, visto que o empreendimento já está funcionando. Em torno de 10% do cafezal, deve ser renovado anualmente, o que propicia uma lavoura de boa média de produtividade.

O mesmo autor ainda ensina que “as lavouras com baixa produtividade geram altos custos relativos e, por conseguinte, remuneram mal os fatores de produção, descapitalizando o produtor” (1989, p.91).

A maioria dos entrevistados disse desconhecer o destino de seu café após a comercialização assim como nunca haver classificado sua bebida.

Como podemos verificar pela análise dos quadros 7 e 8, na coluna referente ao valor comercializado em 2003, há uma grande diferença entre os preços pagos ao café dos entrevistados, variando de R\$ 35,00 à R\$ 200,00/ saca. Esta diferença está, muitas vezes, relacionada à qualidade do café apresentado, além da seriedade da casa comercial que o adquire. Sabemos que um café com

muita broca não obtém bom preço no mercado. O controle de pragas e moléstias do café depende, em grande parte, dos cuidados empreendidos nos cafezais, além de uma boa assistência técnica. Certo é que a descapitalização do cafeicultor impossibilita o investimento neste controle. A falta de orientação constante e adequada contribui também para o agravamento deste quadro.

PF (*)	ÁREA TOTAL EM HECTARES	ÁREA CULTIVADA COM CAFÉ(há)	NÚMERO DE PÉS DE CAFÉ.	VARIEDADE DO CAFÉ	IDADE DO CAFEZAL.	COMERCIALIZAÇÃO DA SAFRA 2003	VALOR COMERCIALIZADO EM R\$, NO ANO DE 2003
1	12,1	9,68	38.000	lapar, Mundo Novo(1)	2 a 40 anos.	Corretor de café em Londrina	200,00/saca
			5.000 pés na propriedade de 12,10 hectares;			Corretor Unicafé	190,00/saca
2	12,1+16,94	12,10	30.000 pés na propriedade de 16,94 hectares.	Sumatra, Mundo Novo e lapar.	20 a 25 anos.		
3	7,26	4,84	3.600 (2)	Mundo Novo.	42 anos.	Corretor em Tamarana	140,00/saca
4	12,1	6,05	Não informado.	Mundo Novo.	40 anos.	Corretor de café em Londrina	200,00/saca
5	4,84	4,23	7.300	Sumatra, lapar, Icatu	40 anos.	Corretor de café em Londrina	190,00/saca
6	9,68	7,26	Não informado	Mundo Novo.	40 anos.	Corretor em Tamarana	60,00/saca
7	7,26	4,84	5.000	Mundo Novo e lapar.	4 a 65 anos.	Corretor em Tamarana	65,00/saca
Total	65,34	49,00					

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (abril/maio,2004)

(1) Os pés de café Mundo Novo têm mais ou menos 40 anos e a variedade lapar apenas 5 anos e começa a produzir agora.

(2) Esta propriedade pertence a dois sócios que dividem a produção do café entre si.

Quadro 7 – Área total, área cultivada com café e informações sobre o cafezal dos associados ACAL

PF (*)	ÁREA TOTAL EM HECTARES	ÁREA CULTIVADA COM CAFÉ(há)	NÚMERO DE PÉS DE CAFÉ.	VARIEDADE DO CAFÉ	IDADE DO CAFEZAL.	COMERCIALIZAÇÃO DA SAFRA 2003	VALOR COMERCIALIZADO EM R\$, NO ANO DE 2003
1	12,1	10,2	40.000	Catuai, Iapar 59	0 a 10 anos	Bolsa de Café de Londrina	160,00/saca
2	4,84	3,63	11.000 (1)	Iapar, Catuai, Mundo Novo, Sarchimor.	0 a 30 anos	Bolsa de Café de Londrina	170,00/saca
3	32,67	6,05	10.000	Mundo Novo, Catuai, Iapar.	0 a 25 anos	Bolsa de Café de Londrina	175,00/saca
4	14,52	9,68	15.000 sendo 1.500 adensado	Mundo Novo, Catuai, Iapar.	> 12 anos	Bolsa de Café de Londrina	175,00/saca
5	6,05	4,84	4.000	Mundo Novo, Catuai.	06 a 30 anos	Bolsa de Café de Londrina	165-170,00/saca
6	4,84	3,63	3.000	Mundo Novo	38 anos	Corretor em Tamarana	35/40,00/saca
7	12,1	9,68	40.000	Iapar, Catuai	3 anos	Bolsa de Café de Londrina	Não informado
8	12,1	4,84	4.000	Mundo Novo, Catuai	30 anos	Corretor em Tamarana	170,00/saca
9	7,26	6,05	7.000	Mundo Novo, Catuai, Iapar	03 a 35 anos	Corretor em Lerroville	132,00/saca
10	12,1	2,42	8.000	Iapar 59, Catuai	4 anos.	Corretor em Tamarana	165,00/saca
total	118,58	61,02					

(1)Estes proprietários arrendam mais 2 alqueires onde têm plantado café MUNDO NOVO

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (abril, maio, 2004).

Quadro 8 – Área total, área cultivada com café e informações sobre o cafezal dos associados APRALA

3.7 RENDA ANUAL TOTAL DAS PROPRIEDADES EM 2003

A renda anual total declarada dos entrevistados da ACAL (quadro 9) varia de R\$=3.600,00=(três mil e seiscentos reais) a R\$=90.000,00=(noventa mil reais), mas não se referem tão somente as rendas retiradas da produção da propriedade. As aposentadorias representam para os associados ACAL e APRALA a segunda fonte de contribuição para a renda familiar (17,64%) seguida de trabalhos rurais extras realizados em outras propriedades ou outros tipos de serviços, como motorista escolar e aluguel de fretes (11,76%).

De acordo com o estudo do INCRA e da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) sobre a agricultura familiar, a região Sul do país se destaca das outras na renda total anual, apresentando um percentual maior de estabelecimentos familiares com renda total superior a R\$=3.000,00 ao ano, representado por 48,6% dos agricultores familiares (2000, p.36).

A menor renda total anual da ACAL está na propriedade com área de 7,26 hectares onde 66% é produção de café, com 3.600 pés de MUNDO NOVO com 42 anos de idade e com uma produção de 10 sacos beneficiados em 2003. Este produtor costumava comercializar o café com atravessadores de Tamarana e declarou que a renda provinha somente da propriedade.

No entanto a maior renda desta associação provém da família que declarou possuir três propriedades, sendo duas de produção de café, uma com 12,10 hectares na Água da Limeira e outra com 16,94 hectares na Água da Laranja Azeda. A terceira, com área de 33,88 hectares, está localizada no Bairro dos Nogueiras, onde somente se produz milho e soja.

Já os entrevistados da APRALA (quadro 9) indicaram uma renda anual total variando de R\$ 1.200,00 (hum mil e duzentos reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

A menor renda anual foi detectada na propriedade de 4,84 hectares, com plantação de 3.000 pés de café e outras culturas de renda como feijão e milho. As duas famílias proprietárias declararam possuir como renda somente a produção da propriedade.

Propriedade Familiar	Área	Pés de café	Renda total	Proveniente	Relações de trabalho
ACAL					
1	12,1	38.000(*)	30.000,00	Café	Empreiteiro
2	29,04	35.000,00	90.000,00	Café, amora, bicho da seda	Parceiro
3	7,26	3.600,00	3.600,00	café	Diarista
4	12,1		18.000,00	Café	Diarista
5	4,84	7.300(*)	5.000,00	Café	Diarista
6	9,68		5.000,00	Café	
7	7,26	5.000,00	19.200,00	Aposentadorias, Café e feijão	
APRALA					
1	12,1	40.000	24.000,00	Café	parceiro
2	4,84	11.000	30.000,00	Café e feijão (1)	
3	32,67	10.000	18.000,00	Café, feijão e milho	Diaristas na época da colheita
4	14,52	15.000(*)	7.000,00	Café	
5	6,05	4.000	12.000,00	Café	
6	4,84	3.000	1.200,00	Café, feijão e milho	Empreiteiro e parceiro
7	12,1	40.000	3.840,00	Café	Diaristas e parceiros
8	12,1	4.000	10.000,00	Café	Diaristas
9	7,26	7.000	20.000,00	Café	Um casal empregado rural
10	12,1	8.000	17.520,00	Café	Arrendatário

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (abril/maio, 2004)

Quadro 9 – Renda anual total das propriedades da ACAL e da APRALA em 2003

A maior renda está na propriedade de 4,84 hectares, sendo 3,63 reservados a plantação de café. Ao total são 11.000 pés de café, variedade MUNDO NOVO, CATUAÍ, IAPAR e SARCHIMOR.

Indagados sobre o uso de agrotóxicos, todos os entrevistados se lembraram que antes de 2003, ou seja, antes do início do projeto Café de Lerroville, usavam algum tipo de pesticida, herbicida, acaricida, fungicida, e adubo químico. Porém a partir da proposta de inserção no Comércio Justo e da participação no Projeto Café de Lerroville, deixaram de utilizar pesticidas.

Do total das propriedades, 71% dos associados ACAL e 28,57% dos associados APRALA afirmaram ter tido problemas de saúde com algum dos membros da família ao manipular ou aplicar agrotóxicos (tabelas 12 e 13).

Um dos entrevistados explicou que seu pai não quis aderir ao projeto Café de Lerroville, que proibia o uso de tratamento químico sobre o café, mas entendeu que o filho desejava participar do projeto e resolveu dividir a propriedade com café em conversão para o orgânico, cujo responsável é o filho, e continuar com sua cultura tradicional, utilizando tratamento químico.

Tabela 12 – Uso de pesticidas nas propriedades dos associados ACAL.

	Uso de pesticidas antes de 2003		Problemas de saúde	
	Sim	Não	Sim	Não
Total %	100		71,42	28,57

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004)

Tabela 13 – Uso de pesticidas nas propriedades dos associados APRALA

	Uso de agrotóxicos antes de 2003 (*)		Problemas de saúde	
	Sim	Não	Sim	Não
Total %	100		28,57	57,14

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004).

3.8 O ASSOCIATIVISMO DA ACAL E DA APRALA

A agricultura familiar tem como intuito principal a reprodução da força de trabalho familiar e de suas condições de produção (MOREIRA, 1999, p.97).

Dadas as dificuldades encontradas pelos pequenos produtores para manutenção de suas propriedades, do trabalho de sua família e conseqüentemente de sua reprodução, a criação de associações de produtores surge como uma estratégia para a viabilização destes pequenos empreendimentos.

O trabalho coletivo e o uso de práticas solidárias podem facilitar o processo produtivo, além de propiciarem melhores relacionamentos com o mercado, instituições públicas, extensionistas e com a sociedade de maneira geral (LAZZAROTTO, 2000, p.1)

Malavolta ao analisar a problemática da cultura cafeeira em nosso país aconselha a criação de cooperativas de produtores de café como forma de competir no mercado “[...]a sobrevivência dos pequenos, particularmente em períodos de crise de preços baixos, depende de sua associação em cooperativas, o que os torna grandes” (2000, p. 363).

Procuramos identificar os motivos que levaram os produtores da Água da Limeira e da Água da Laranja Azeda a se organizarem em forma de associação e como este associativismo está sendo viabilizado.

Mais da metade das famílias entrevistadas (57,14%) está associada a ACAL há três anos e o restante (42,86%) há dois anos. O motivo que as levou à adesão da associação está bem caracterizado nas palavras *melhorias, crescimento, benefícios, preços dos produtos produzidos pelos associados e fortalecimento da comunidade* (quadro 10).

Dos dez proprietários entrevistados, 50% declararam participar da associação APRALA desde o seu início, em 2001, e os demais há três, dois ou um ano. A participação se dá nas atividades desenvolvidas, como reuniões mensais, cursos e festas (quadro 11). Fato importante a ser ressaltado é que muitos dos associados APRALA ao responderem a pergunta sobre o tempo que já se encontravam associados, muitos responderam há cinco anos, sendo que a associação somente foi criada em 2001 e registrada em 2002. A resposta dada pelos associados indicando cinco anos é pertinente visto que para eles a

associação, como uma união de forças para vencer os desafios, iniciou-se a partir da venda conjunta do café na Bolsa de Londrina e das discussões para a constituição oficial de uma associação e não desta constituição formal e legal.

Indagados pela causa de participarem desta associação, 40% responderam ser para a melhoria das condições de trabalho e de vida, 30% para reivindicações de melhorias, 10% por melhorias de preços dos produtos, 10% para a união do grupo e 10% disseram estar associados somente para ajudar na constituição legal da APRALA.

Entretanto, sejam quais motivos que os levaram a se associar, a maioria participa de todas as atividades oferecidas pelas associações, como confraternizações, festas, palestras, visitas a órgãos públicos, viagens dentro do Projeto Café de Lerroville e cursos de capacitação.

Como reivindicações, apontam asfalto, médicos na comunidade, um local para a construção da sede da associação, aquisição de maquinários para beneficiar e torrar café, recursos para o Projeto Café de Lerroville, vendas do café para o mercado francês e um projeto de cooperativa, já iniciado em meados de junho de 2004, com a fundação da COASOL.

As mulheres também participam de algumas atividades, mas se consideram um pouco excluídas visto serem estas quase sempre direcionadas à capacitação dos maridos e à participação em reuniões no distrito ou em Londrina.

Nota-se a prevalência da opinião masculina sobre a feminina. A mulher, a filha ou a nora, para participarem de atividades relacionadas à associação ou até promovidas pela EMATER-Londrina, necessitam da autorização do marido ou, às vezes, do próprio sogro. Porém estão sempre ao lado da família para os trabalhos requisitados no campo e na vida doméstica.

Os cursos já realizados na associação foram oferecidos pela EMATER, como pintura em tecido, culinária, panifício, derivados de leite, pickles, aproveitamento de legumes, doces, compotas e congelamento.

Um dos fatores que tem mantido unida as duas associações é a liderança exercida principalmente por Fábio Gonçalves dos Anjos, associado da APRALA que constantemente tem buscado apoio para o desenvolvimento do Projeto Café de Lerroville.

Fábio veio para Londrina, após conseguir sua aposentadoria como militar. Comprou um sítio na Água da Laranja Azeda há aproximadamente seis anos e começou a se dedicar à cafeicultura. Foi o primeiro a propor a venda de café em

conjunto na Bolsa de Café de Londrina em 1999 e a motivar a criação de uma associação.

Para Ildelfonso José Haas, da EMATER:

A liderança do Fábio veio com a experiência política. Trabalhou com Franco Montoro como assessor de governo. Tinha muito da organização, do movimento social. A questão social motivou-o a tentar discutir o assunto com os cafeicultores. Tentar vender em conjunto o produto. Deu certo. A confiança é um fator positivo.

Os associados demonstram confiança em sua pessoa e nas suas idéias. É uma liderança que não impõe seu poder, mas discute os problemas com os demais, escuta e encaminha as propostas aprovadas pelos associados e suas reivindicações, impulsiona a participação de todos. Oscar Kenji Takashi e José Ramos, da ACAL são também lideranças dentro das associações com ações mais restritas ao distrito de Lerroville, enquanto que Fábio, por morar em Londrina, é o elo entre as comunidades da Água da Limeira, da Água da Laranja Azeda e o município de Londrina.

Aprendemos muito com o Fábio. Procuo aprender tudo para fortalecer o grupo, fortalecer o companheiro. Confiamos nele. Ele vai atrás das coisas (José Ramos, ACAL).

Através dos dados coletados no trabalho de campo, nas entrevistas e nas conversas descontraídas com os associados da ACAL e da APRALA para compreender melhor o associativismo que estão desenvolvendo notamos que apesar de serem duas organizações jovens, com pouco de mais de quatro anos, se caracterizam pelo que Muenchen (*apud* LAZZAROTTO, 2000, p.2) define como “entidades que agrupam certo número de produtores, com interesses comuns, tendo como finalidade resolver os seus problemas de forma coletiva e com o uso de práticas solidárias”. Entretanto a união dos associados, necessária a viabilidade da associação, parece ter-se fortalecido na proposta de participação no Comércio Justo e na execução do Projeto Café de Lerroville, motivados, sobretudo, pelo valor pago ao café e pela recompensa do prêmio social. Isto é também reforçado pelo líder Fábio Gonçalves dos Anjos ao lembrar “a necessidade de vender logo o café para a França para que os produtores tenham mais motivação.”

PF	TEMPO DE ASSOCIAÇÃO	CAUSA	PARTICIPAÇÃO EM ATIVIDADES	REIVINDICAÇÕES PASSADAS E PRESENTES
1	2 anos	Benefícios, para vender e comprar a preços melhores	Reuniões mensais e cursos.	Asfalto
2 (*)	3 anos	Crescimento da comunidade e o fortalecimento da associação	Cursos e festas.	Cursos, melhoria da estrada, palestras, cozinha industrial, máquinas de costura
3	3 anos	Melhorar os preços da produção e o poder de reivindicar	Assembléias	Melhoria para a comunidade
4	3 anos	Fortalecer a comunidade	Vice-presidente.	Venda do café por melhor preço
5	3 anos.	Fortalecer a comunidade	Vice-secretária.	
6	2 anos.	Fortalecer todos	Secretário, ajuda nas festas.	
7	2 anos.	Melhorar a situação de cada um	Reuniões, cursos para agricultura orgânica	

(*) questionário respondido pela proprietária familiar que impulsionou a ACAL, com o curso de corte e costura que ministrou.

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo (maio, 2004).

Quadro 10 – Informações sobre o associativismo na ACAL

PF	TEMPO DE ASSOCIAÇÃO	CAUSA	PARTICIPAÇÃO EM ATIVIDADES	REIVINDICAÇÕES PASSADAS E PRESENTES
1	5 anos	Melhorar as condições de trabalho e de vida	Todas (reuniões, cursos, palestras, viagens)	Adequação da estrada que liga a comunidade ao distrito. Atendimento médico na comunidade
2	5 anos	Melhorar as condições de trabalho e de vida	Todas	Asfalto; médico na comunidade
3	5 anos	Melhorar as condições de trabalho e de vida	Todas	Asfalto; médico na comunidade
4	1 a 5 anos (*)	Reivindicar benefícios para a comunidade. Trabalhar em conjunto Reivindicar coletivamente	Todas	Asfalto; infra-estrutura local para a sede; médico na comunidade; máquinas para beneficiar e torrar café; venda de café para a França
5	2 anos	Ajudar a formar a associação	Todas	Asfalto; médico na comunidade; máquina de beneficiar café; torrefadora; cooperativa de comercialização
6	1 ano	Melhorar a comunidade	Todas	Projeto de cooperativa; venda do café para a França
7	5 anos	Reivindicar benefícios para a comunidade e superar dificuldades	Todas	Asfalto; venda do café para a França
8	5 anos.	Buscar a união do grupo		Médico na comunidade; asfalto; café orgânico
9	1 ano.	Reivindicar	Todas	Recursos para o Projeto Café de Lerroville; asfalto
10	3 anos.	Melhorar o preço do café	Todas	Melhor preço para o café.

(*) Trata-se de uma propriedade dividida com o pai e dois filhos e cada qual se associou em épocas diferentes.

Fonte: Dados coletados no trabalho de campo. (maio, 2004)

Quadro 11 – Informações sobre o associativismo na APRALA

A partir de um projeto houve o envolvimento das instituições públicas de apoio a agricultura e conseqüentemente da assistência técnica constante.

Os espaços criados pelo Projeto Café de Lerroville abriram a oportunidade de discussão dos problemas coletivos da comunidade e do levantamento da qualidade do café de cada associado, mostrando a todos os limites e possibilidades de cada um. As maiores reivindicações da associação são investimentos em infra-estrutura, como execução do asfalto e a construção de uma cozinha industrial; investimentos em recursos humanos, como cursos de capacitação para os homens como de eletricitista, de aplicação de venenos e, para as mulheres, como de manipulação de alimentos, artesanato; investimentos em equipamentos, como aquisição de máquinas de costura; e políticas agrícolas para a melhoria do preço de café produzido pelas famílias.

3.9 ACAL E APRALA E A FUNDAÇÃO DA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL SOLIDÁRIA DE LERROVILLE

Em maio de 2004 os associados da ACAL e da APRALA fundaram a Cooperativa Agroindustrial Solidária de Lerroville (COASOL), de pequenos produtores, para atender melhor as necessidades de exportação do café dentro do Comércio Justo. Entretanto, este já era também um desejo de alguns dos associados que anteviam na cooperativa uma possibilidade de agregar mais produtores, não somente do distrito, mas de toda a região produtora de café, e aumentar o desconto em compras, as vantagens nas vendas conjuntas, entre outras.

É preciso deixar claro que as associações ACAL e APRALA continuam a existir dentro de seus objetivos e com as suas atribuições legais enquanto que a COASOL é um outro ente jurídico mais adequado aos objetivos mercantis dos associados, não somente dentro do Comércio Justo, mas para as transações comerciais que pretendem desenvolver no mercado interno atendendo as exigências legais para tanto.

As diferenças entre associações civis sem fins econômicos e cooperativas partem basicamente do princípio que as associações são pessoas físicas reunidas que se organizam para fins não econômicos (GHIGNONE, 2003, p.

61) ao passo que a cooperativa é conceituada como reunião de pessoas com fim de desenvolvimento econômico do grupo representado através da exploração de uma empresa baseada na ajuda mútua e que observe os princípios do cooperativismo (FURQUIM, 2001, p. 38).

A COASOL é classificada como uma cooperativa agroindustrial. Isto quer dizer “uma entidade formada por produtores que atuam no campo, objetivando a comercialização da produção de seus associados, o beneficiamento e a revenda diretamente ao mercado consumidor” (CRÚZIO, 2001, p. 14).

A missão da COASOL está definida no artigo 2º de seu estatuto:

A COASOL tem como missão comercializar a produção dos associados, proporcionar segurança e prosperidade financeira nos negócios dos cooperados, bem como representar sociopolítica e economicamente seus associados fora da cooperativa e, ainda, promover seu desenvolvimento intelectual e o bem-estar de cada associado e de seus familiares, além de estimular a produção e consumo de produtos agroecológicos através da formação de uma consciência ética e ecológica entre o produtor e o consumidor.

Os princípios básicos do cooperativismo atual resguardam os princípios da primeira cooperativa fundada na cidade de *Rochedale* (Inglaterra) e são eles: adesão voluntária e livre; controle democrático pelos sócios; participação econômica dos sócios; autonomia e independência; educação, treinamento e informação; cooperação entre cooperativas e preocupação com a comunidade (*idem*, p. 26).

Importante ressaltar que estes princípios são estimulados pelo Comércio Justo ao exigir práticas democráticas de gestão das cooperativas certificadas, buscando assim o fortalecimento da classe produtora, sua família e de toda a comunidade.

As exigências legais para a formação de uma cooperativa estão descritas na própria lei que regulamenta o cooperativismo no Brasil, a de número 5764/71. Para criar uma cooperativa haverá necessidade da reunião de, no mínimo, 20 trabalhadores ou profissionais que, convocados por um edital para a Assembléia Geral, discutem e aprovam os termos do estatuto social, entre eles: a missão, os objetivos e as políticas de produção, comercialização ou prestação de serviços da organização, área de atuação e objetivo da associação, direitos e deveres dos

associados, condições de admissão, demissão e exclusão dos associados, capital e valor mínimo das quotas-partes para subscrição dos associados, formas de devolução das sobras líquidas e rateio das despesas. Neste momento também podem eleger sua diretoria e conselho fiscal (*idem*, p. 41).

Isto aprovado, sua ata de constituição é encaminhada para registro no Cartório de Registro de Títulos e Documentos, no Ministério da Fazenda e na Junta Comercial, junto com uma série de documentos.

As cooperativas oferecem vantagens aos associados principalmente as relacionadas à parte comercial e de desenvolvimento humano. São os próprios cooperados que passam a relacionar-se diretamente com o mercado consumidor, eliminando a figura do intermediário e a do atravessador. Negociam melhores preços, prazos e formas de pagamentos junto aos fornecedores, mediante compras em grande quantidade. Reduzem custos unitários da produção. Além disto, há grande avanço nos aspectos humanos, pois os cooperados passam a administrar um bem coletivo adotando práticas de gestão democrática e participativa. Por meio de um comitê educativo, possibilitam também o desenvolvimento intelectual dos cooperados e de seus familiares.

Interessante lembrar que o cooperativismo também é um dos instrumentos a ser utilizado no desenvolvimento da política agrícola do Estado, conforme estabelecido na Constituição Federal de 1988 em seu artigo 187, inciso VI.

A Lei 5764/71, instituindo o regime jurídico das sociedades cooperativas conceitua a cooperativa em seu artigo 3º:

Celebram contrato de sociedade cooperativa as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, sem objetivo de lucro (FURQUIM, 2001, p. 39).

Ademais, a Organização Internacional do Trabalho (OIT) sempre manifestou interesse pelas cooperativas apresentando a Recomendação 127, de 21 de junho de 1966, sobre o papel das cooperativas no progresso econômico e social dos países em via de desenvolvimento. Em seu item 12, 1 letra a a OIT define a cooperativa como:

Uma associação de pessoas que se agrupam voluntariamente para alcançar um objetivo comum mediante a formação de uma empresa controlada democraticamente; que contribuem com uma quota eqüitativa do capital que se requer, e assume uma justa parte dos riscos e benefícios; e de cujo funcionamento os sócios participam ativamente (*idem*, p.20).

Valendo-se de sua existência legal, em outubro de 2004 a COASOL recebeu a visita dos inspetores da FLO-I que fizeram todo o levantamento dos dados necessários a análise pelo Conselho de Administração da certificadora, para outorga da certificação.

Em dezembro do mesmo ano a FLO-I comunicou à COASOL que seu processo de pré-certificação para o Comércio Justo estava aprovado devendo a mesma definir o circuito exportador-importador para receber sua certificação final.

3.10 REIVINDICAÇÕES DO DISTRITO DE LERROVILLE

Nestes últimos onze anos, entre 1993 e 2004, a existência de Lerroville não tem passado despercebida à imprensa local⁵⁰. Através de um levantamento realizado nos jornais Folha de Londrina e Jornal de Londrina, se percebe que as maiores reivindicações deste distrito, tais como estrada, melhor atendimento na saúde pública, maior investimento na educação de seus moradores,

⁵⁰ Do campo para os bancos das escolas (TAQUES, Luiz. Jornal de Londrina, 10.11.1993, p.5); Tiros e muito café na Londrinópolis (SCHMARTZ, Widson e CUSTÓDIO, Roberto. Jornal de Londrina, 13.08.1995. p.8); Índios fecham rodovia para pedir asfalto (SILVEIRA, Fábio. Jornal de Londrina, 09.02.1999, p. 3-A); Índios vão a Curitiba pedir asfalto (OKAMURA, Lucilia. Folha de Londrina, 10.02.1999, p.2); Estradas rurais deverão ser recuperadas (ORTEGA, Marta. Jornal de Londrina, 26.07.2000, p.1B); O distrito mal assombrado (LEMES, Francisco. Jornal de Londrina, 22.04.2001, p. 6C); Manifestação pede asfalto para Lerroville (ARAÚJO, Fernando. Jornal de Londrina, 24.04.2003, p. 5-A); DER mostra projeto para asfalto (SARIS, Simoni, Jornal de Londrina, 09.09.2003, p.3A); Transporte alternativo é motivo de protesto (ARAÚJO, Fernando. Jornal de Londrina, 29.11.2003, p.3A); Lerroville quer se desligar de Londrina (KINDLEIN, Giovana. Folha de Londrina, 14.09.2003, Caderno Política, p.3); Lerroville quer reunião prometida com Nedson (RAMOS, Lino, Jornal de Londrina, 06.05.2003, p.3A); Lerroville é o distrito com mais moradores (SARIS, Simoni. Jornal de Londrina, 23 .04.2003, p.4A); Não há verba para asfaltar a Estrada do Apucarinha (RAMOS, Lino. Jornal de Londrina, 13.07.2004, Caderno Cidade); Eleições emperram solução para melhoria da estrada (RAMOS, Lino. Jornal de Londrina, 21.07.2004); Sem escola, alunos têm aulas no salão paroquial (RIGI, Camila. Folha de Londrina, 07.05.2004. Caderno Cidade 3); Moradores reivindicam melhor atendimento em UBS (RIGI, Camila. Folha de Londrina, 18.05.2004, Caderno 2 Cidade).

maior freqüência de veículos para o transporte público, são exatamente as indicadas pelos entrevistados das associações ACAL e APRALA.

As reivindicações indicam o grau de carência do distrito e a demanda por maior atenção do poder público municipal para com os seus moradores⁵¹.

A construção da estrada que liga o distrito à Reserva Indígena Apucarantina, e que é também o caminho de muitas propriedades rurais, é imprescindível para o escoamento da produção local.

A estrada é a espinha dorsal da comunidade no escoamento da safra agrícola e no trânsito dos moradores (GUERRA, 2003, p.2).

[...] a estrada sem asfalto prejudica o desenvolvimento da região. Em dias de chuva, os ônibus que levam estudantes da Zona Rural ao Distrito não conseguem trafegar. A lama também impede a saída da reserva e o escoamento de produtos agrícolas (SILVEIRA, 1999, p. 3-A).

Os moradores de Lerroville, em setembro de 2003, movidos pelo sentimento de abandono e de desprezo do poder público municipal para com suas necessidades, sobretudo o descaso pelo asfalto da estrada Lerroville-Apucarantina, começaram a discussão sobre uma possível emancipação do distrito, tal como ocorrera com o ex-distrito de Tamarana. Peticionaram à Câmara Municipal sobre dados do distrito, o que resultou no documento «Lerroville em Dados», fonte de algumas informações contidas nesta unidade.

A emancipação, segundo a comunidade, traria independência, solucionando os seus problemas. Para eles, o distrito é rico em território [...] produtos agrícolas, mas não tem recebido a assistência devida da administração (KINDLEIN, 2003, p.3-política).

Este documento fez surgir um abaixo-assinado de muitos representantes do distrito, manifestando sua indignação quanto as informações ali contidas por não estarem de acordo com a realidade local. Deixaram patente o

⁵¹ Para conhecer a estrutura urbana do distrito de Lerroville convide o leitor a ler o anexo 1 deste trabalho.

sentimento de abandono pelo Poder Público e de simples números sem nenhuma análise do que estes representavam (30 de maio de 2003).

Os signatários deste documento fizeram uma denúncia do estado do distrito, apontando para algumas carências em sua infra-estrutura e na de serviços públicos, lamentando o fato de estarem esquecidos há muito tempo.

Denunciavam também uma parte da população ainda sem acesso ao fornecimento de energia elétrica nas áreas urbanas e rurais. A educação não continha dados sobre os alunos oriundos da área rural. Não se falou sobre as condições das estradas que ligam a área rural à área urbana, caminho obrigatório dos alunos moradores da área rural. Quanto aos serviços públicos de saúde, a carta revelava que o retorno das visitas médicas realizadas nas comunidades se dava a cada quarenta dias.

Ainda nesta carta-resposta, citaram a importância da produção econômica agrícola do distrito e de sua contribuição para as receitas municipais com a emissão de Nota do Produtor toda vez que comercializam seus produtos.

Lembram, no referido documento, que a classe de pequenos produtores e de trabalhadores rurais é que mantém ainda o pequeno comércio do distrito, visto que os grandes produtores de grãos e os pecuaristas utilizam pouca mão-de-obra, não investem no distrito porque não há atrativo.

Finalizam o documento lembrando que o distrito, eminentemente agrícola não dispõe de um técnico agrícola ou agrônomo para assistir ao pequeno produtor. Apesar de tudo, continuam a produzir.

Portanto o sentimento que predomina no distrito é de abandono, talvez por estar longe da metrópole e seus moradores serem tratados como cidadãos de segunda categoria, conforme o documento analisado. Lembram que politicamente Lerroville não elege governador, nem presidente da república e há vinte anos não elege o Prefeito de Londrina.

Entretanto, as notícias mais recentes veiculadas na mídia⁵² dão conta da importância que tem representado a ação conjunta do grupo coletivo do Projeto Café de Lerroville que objetiva a inserção dos produtores de café da ACAL e APRALA no Comércio Justo.

⁵² Café de Lerroville vale o dobro na França (AVANSINI, Carolina. Folha de Londrina, 14.03.2004, Economia 5); Cafeicultores de Lerroville vão exportar para França (MAZZINI, Fernanda. Jornal de Londrina, 26.03.2004, p.7-A); Lerroville ganha área para beneficiar café (AVANSINI, Carolina. Folha de Londrina, 26.03.2004, Economia 4).

De meros desconhecidos da sociedade, passaram a ocupar uma posição de destaque entre os pequenos cafeicultores da região, que tomaram conhecimento do Projeto e das associações ACAL e APRALA e acompanham este desenvolvimento, muito provavelmente esperando os resultados para que possam acreditar no ressurgimento do café dentro de um comércio diferente do convencional e também investir neste mercado.

3.11 LERROVILLE E A VALORIZAÇÃO DE SEU CAFÉ

A partir de março de 2004, o distrito de Lerroville ficou mais presente na mídia com a notícia de seu café que seria vendido aos franceses.

Tratava-se então de tornar público o trabalho que as associações rurais de pequenos produtores ACAL e APRALA estavam realizando em parceria com o grupo coletivo de pesquisadores e técnicos de órgãos públicos nacionais e com a autora.

Como noticiado em 14 de março de 2004, pela Folha de Londrina, os cafeicultores das associações acima citadas comercializariam o café pelo dobro do preço pago no mercado interno, dentro do chamado Comércio Justo, com o torrefador francês da comunidade de Saint-Étienne, caso cumprissem as exigências para participação neste mercado (AVANSINI, 2004, p. 5).

Para se adequarem às normas e aos critérios do Comércio Justo, tiveram que adaptar suas lavouras, respeitando as normas sociais e ambientais, com o objetivo de garantir o desenvolvimento sustentável da produção e do produtor rural, passando assim a aplicar técnicas da agricultura orgânica nos cafezais e eliminando todo tipo de trabalho infantil exploratório.

Esta mudança nas técnicas de cultivo e cuidados ambientais foi rapidamente aceita pelos produtores por não encontrarem mais soluções para enfrentar a crise de preços enfrentada pela cafeicultura, como explicou um dos produtores envolvidos (*idem*).

A aposta nesta mudança de comportamento dos produtores foi garantida pelo valor justo pago ao café certificado e pela presença de importantes instituições de apoio ao pequeno agricultor, como a Emater de Londrina e o Iapar.

Dada a importância desta ação, a Prefeitura Municipal de Londrina assinou, em 25 de Março de 2004, com a presença do cônsul da França no Brasil em São Paulo, a declaração de utilidade pública para fins de desapropriação de uma área de 20 mil metros quadrados na área rural de Lerroville, para a instalação de uma mini-torrefadora local, beneficiando os cafeicultores e toda a localidade (AVANSINI, 2004, p.4). O governo do estado do Paraná, por entender a relevância desta iniciativa e como reconhecimento do trabalho destas associações, financiou, como noticiado em 26 de Março de 2004 pela Folha de Londrina, a construção da mini-torrefadora, com a disponibilização de recursos públicos de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais) a fundo perdido, através do programa Paraná 12 meses.

Como apreciador de produtos orgânicos, o cônsul francês presente à solenidade disse que o café é o principal produto orgânico brasileiro exportado para a França (*idem*).

4 O PROCESSO DE INSERÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES RURAIS ACAL E APRALA NO COMÉRCIO JUSTO



Fonte: Arquivo: Oscar Kenji Takashi (2004)

Figura 16 – José Teixeira e família. Em primeiro plano temos a família (pai, mãe, filho e nora) de um associado da ACAL em um dia de trabalho junto aos cafezais. Ao fundo as colinas que embelezam esta localidade.

*“Café! O seu fruto me trazia o calor no coração.
Era o cheiro da minha paz, o gosto do meu riso.”*

(Mário de Andrade, 1987)

A inserção das associações rurais ACAL e APRALA, através da COASOL, demandava uma série de ações e atividades principalmente relacionadas à capacitação técnica dos associados. Esta capacitação visava não somente a melhoria do café e a transição para o orgânico, daqueles que optassem por esta forma de produzir, mas também a compreensão do cooperativismo e seus princípios: adesão livre, administração democrática, retorno na proporção das compras; juro

limitado ao capital; neutralidade política e religiosa; pagamento em dinheiro e à vista e fomento de educação cooperativa (FURQUIM, 2001, p.25). Princípios que norteiam o Comércio Justo, além das Recomendações da Organização Internacional do Trabalho e que promovem a união dos pequenos produtores fortalecendo a capacidade de gestão de seus empreendimentos associativos.

Para alcançar este objetivo o Projeto Café de Lerroville foi estruturado também dentro dos três ciclos elaborados para a condução da metodologia da pesquisa-ação: ciclo do conhecimento do objeto, da construção do objeto e do objeto produzido (quadro 12)

CICLOS	ETAPAS
1º-Do conhecimento do objeto	<ul style="list-style-type: none"> • Problemática • Constituição do grupo coletivo • Definição do grupo-alvo • Perfil das associações ACAL e APRALA e de LERROVILLE • Definição das funções de cada participante • Definição da ação
2º-Da construção do objeto	<ul style="list-style-type: none"> • Hipóteses de elucidação • Marco referencial • Atividades
3º-Do objeto produzido (resultados obtidos)	<ul style="list-style-type: none"> • Seminários de avaliação. • Seminários de validação.

Quadro 12 – Ciclos e etapas da metodologia da pesquisa-ação

Em junho de 2003 foi constituído o grupo coletivo de pesquisadores e técnicos pelas instituições públicas governamentais IAPAR (Instituto Agronômico do Paraná), EMATER (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural), IAP (Instituto Ambiental do Paraná) e a Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento de Londrina-PR para a execução do projeto Café de Lerroville, o qual consistia em atividades para a inserção das associações ACAL e APRALA no Comércio Justo.

A constituição deste grupo foi iniciativa desta autora e pensada tendo em vista a problemática da produção familiar cafeeira e a proposta de participação de Londrina, através de associações de pequenos produtores no Comércio Justo, que necessitaria a assistência das instituições públicas de apoio à pesquisa, à agricultura e ao meio ambiente.

O grupo aceitou o desafio deste projeto pela necessidade que sentia de poder atuar em uma proposta que envolvesse agricultura familiar cafeeira, produto orgânico e uma nova forma de comercializar seus produtos.

Como participante internacional, contamos com a cidade francesa de Saint-Étienne representada pelo engenheiro consultor de energia, Olivier Liétard, entusiasta do Comércio Justo, que forneceria informações e dados necessários ao desenvolvimento das atividades no projeto Café de Lerroville e organizações ligadas ao Comércio Justo da França. Graças a esta participação, os associados receberam um empréstimo para o pagamento das despesas de certificação Max Havelaar.

Após três reuniões com o grupo coletivo constituído para apresentação e discussão de todas as questões que envolviam a participação no Comércio Justo, definimos, por indicação de um dos técnicos da Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento, que o grupo-alvo a ser convidado para a ação seria as associações ACAL e APRALA, do distrito de Lerroville, por já estarem organizadas em forma de associação, uma das exigências para a participação no Comércio Justo.

A maioria dos associados da ACAL e da APRALA aceitou participar da proposta, motivada pelo preço pago neste mercado por saca de café, que alcançava 120 euros àquela época, e também pela segurança que as instituições de assistência e pesquisa envolvidas representavam.

O líder das associações, Fábio Gonçalves dos Anjos, em uma das reuniões disse que os produtores não podiam arriscar, mas também não podiam continuar na situação de precariedade em que se encontravam.

Os associados da ACAL e da APRALA levantaram como causas das dificuldades vividas no setor cafeeiro os preços baixos que não cobrem os custos de produção, a falta de assistência técnica adequada, a descapitalização e a impossibilidade de investimentos na lavoura e na propriedade. Como resultados destas dificuldades citaram os exemplos de alguns vizinhos que já venderam as

propriedades e migraram para os centros urbanos e outros que estavam em vias de vender as terras

As hipóteses que levantamos como sendo possíveis justificativas para as dificuldades vividas pelos pequenos produtores rurais de café do distrito de Lerroville e que seriam validadas ou não em seminários posteriores, estavam relacionadas a:

- a) falta de conhecimento e de informações sobre o mercado interno e externo de café;
- b) inconstância, precariedade e pouco envolvimento da assessoria técnica de órgãos públicos com as comunidades rurais;
- c) pouca ou nenhuma motivação para cursos sobre pequena produção rural cafeeira familiar;
- d) falta de articulação e de parcerias com instituições públicas de apoio e pesquisa à agricultura familiar;
- e) pouca ou nenhuma atuação política local ou regional para a melhoria das condições de vida e de trabalho nas respectivas associações;
- f) políticas públicas para a agricultura familiar cafeeira pouco eficientes;
- g) descapitalização dos pequenos produtores e impossibilidade de investir na melhoria da lavoura.

As atividades para o Projeto Café de Lerroville foram pensadas tendo como referência as exigências para a participação no Comércio Justo e atribuídas ao grupo de técnicos e pesquisadores segundo a competência profissional de cada um, como demonstrado no quadro 13.

O último ciclo da metodologia da pesquisa-ação, a do objeto produzido foi constituído de seminários de avaliação e validação e finalizava o projeto de pesquisa. Tinha como objetivo expor os resultados obtidos pelo Projeto Café de Lerroville, avaliá-los e validar as hipóteses elucidativas com as quais trabalhamos.

As atividades realizadas junto aos associados ACAL e APRALA resultaram na fundação da cooperativa Agroindustrial Solidária de Lerroville (COASOL); na transformação de cafeicultura tradicional em orgânica devidamente

assistida pelas instituições participantes; na melhoria da qualidade do café, comprovada na classificação obtida no Concurso de Café de Qualidade do Paraná de 2004, com o primeiro, segundo, quarto e nono lugares; na aprovação, pelo programa Paraná 12 Meses, de recursos para a construção de uma sede e de uma mini-torrefadora para a cooperativa COASOL; na integração com outras associações de produtores de café orgânico; na oficialização das parcerias institucionais; na pré-certificação Max Havelaar; em importantes participações, como a da Feira Sana de produtos orgânicos na Itália; em seminários sobre cafeicultura orgânica e associativismo rural.

RESPONSÁVEL	ATIVIDADES
IAPAR	Assessoria técnica especializada em cultura orgânica e laudo técnico de qualidade do café dos associados ACAL e APRALA
IAPAR E SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA DE LONDRINA	Viagens a cafeeiros orgânicos de Jesuítas e Iracema-PR e a Poço Fundo-MG
EMATER- IAPAR	Estudo de viabilidade; capacitação técnica e projeto para construção de uma mini-torrefadora
AUTORA	Coleta e análise dos dados socioeconômicos e culturais do grupo-alvo e coleta de dados do perfil do distrito de Lerroville e intermediação com a FLO
AUTORA- ACAL E APRALA	Envio de amostras para comprador francês e participações em eventos para promoção do Projeto Café de Lerroville e COASOL.
EMATER	Curso de cooperativismo
IAP	Elaboração e desenvolvimento do projeto ambiental

Quadro 13 – Divisão das atividades e seus responsáveis

Em novembro de 2004, a Bienal do Design de Saint-Étienne (França) promoveu um concurso de embalagens com o tema do Comércio Justo que contou com a participação de estudantes europeus, os quais elaboraram o desenho para a embalagem do café da COASOL a ser comercializado pelo torrefador francês desta cidade.

O IAP iniciou seus trabalhos de educação ambiental junto aos associados da ACAL e da APRALA em maio de 2005.

Em julho de 2005 a Universidade Estadual de Londrina, através de seu departamento de Artes Visuais, apresentou uma proposta de logomarca e

embalagem para o café da COASOL (figuras 17 e 18) a ser vendido no mercado interno.



Fonte: Arquivo: Fábio Gonçalves dos Anjos (2005).

Figura 17 – Logomarca da COASOL. O desenho representa as colinas que cercam as propriedades onde estão localizadas as associações ACAL e APRALA e futuramente a sede da COASOL. As quatro faces representam os trabalhadores rurais, homens, mulheres e jovens.



Fonte: Arquivo: Fábio Gonçalves dos Anjos (2005).

Figura 18 – Embalagem do café COASOL – frente e verso (2005). A embalagem do café COASOL é simbolizada por um produtor rural distribuindo o café no terreiro, tendo, ao fundo, sua morada. O verso da embalagem é a história da construção da COASOL.

Como última providência para a concretização da primeira venda do café certificado Max Havelaar da COASOL no Comércio Justo está a contratação entre a empresa exportadora certificada Fair Trade no Brasil e o torrefador francês

Chapuis. Este tem manifestado constantemente o interesse em adquirir o café dos associados da ACAL e da APRALA, agora representados comercialmente pela cooperativa COASOL.

4.1 SEMINÁRIO DE AVALIAÇÃO

O primeiro seminário de avaliação das atividades do Projeto Café de Lerroville ocorreu oito meses após seu início e contou com a presença do grupo de pesquisadores e técnicos das instituições parceiras e do líder Fábio Gonçalves dos Anjos, representantes dos associados da ACAL e da APRALA.

A avaliação feita por Fábio indicou as mudanças ocorridas nas associações com a chegada das instituições, das propostas de trabalho e da perspectiva de venda do café para a França.

Mudou-se a realidade da comunidade, as expectativas e o modo de agir. Coisas que não fazíamos, por uma série de questões, passamos a fazer. Temos resultados, principalmente na lavoura, os outros são conseqüências da lavoura e do mercado. Senti isto até no aspecto mais complicado, a cooperação que não havia. Há 40 anos havia a cooperação, mas depois tudo era cobrado. Hoje já está mudando. Há avanços. Quanto mais conversar, mais será entendido. Não havia reuniões periódicas. A cada 15 dias o grupo se reúne, o grupo discute e isto está mudando a cabeça do pessoal. Na agricultura orgânica, evidentemente não foram todos, mas os que começaram aceitaram a nova prática e estão vendo os resultados. Para o agricultor é o resultado para viver, não levam em conta a parte filosófica da coisa, a expectativa é muito grande.

Fábio define as parcerias das instituições públicas como apadrinhamento, o qual veio aumentar a auto-estima dos associados e dar garantia ao processo de mudanças proposto pelo Projeto Café de Lerroville.

As visitas de técnicos e pesquisadores de outras instituições, nacionais e internacionais, de pequenos cafeicultores de outras regiões, dos inspetores da FLO, do fotógrafo francês que tem um projeto editorial sobre Comércio Justo no Brasil e a constante menção das instituições parceiras ao projeto e as

comunidades da ACAL e da APRALA têm sido motivo de orgulho de seus associados.

A assistência técnica contínua facilitou as mudanças. Todo o procedimento para se chegar na melhoria da qualidade do café, como colheita, manejo do terreiro, tem sido motivo de atenção dos associados.

Fábio ainda reforça a qualidade do acompanhamento técnico que tiveram e a necessidade de sua continuidade, demonstrando grande preocupação caso os recursos públicos para esta assessoria acabem.

O fato de os associados terem submetido as amostras de seus cafés à análise do DENAC/Ministério da Agricultura, que acusou baixa qualidade em algumas propriedades, foi determinante para que se conscientizassem da necessidade de investir em melhorias da lavoura para obtenção de melhores preços e competitividade de mercado.

Entre as amostras havia um café riado cujo produtor não quis participar do projeto. As atividades desenvolvidas junto as associações ACAL e APRALA permitiram pegar a relação das notas das amostras e fazer a comparação entre os cafeicultores, sem nenhum complexo de inferioridade causado pela nota da amostra. Isto se deu graças ao diálogo das capacitações ocorridas.

Em sua avaliação, Fábio Gonçalves dos Anjos queixa-se da falta de interesse do governo para com as comunidades rurais, que se sentem abandonadas. Contudo ainda considera a falta de recursos financeiros o maior problema dos associados da ACAL e da APRALA, lembrando que “os cafeicultores não têm condições de investir na cultura”.

Como resultados do Projeto Café de Lerroville, aponta o amadurecimento da comunidade, que conseguiu identificar os fatores de suas dificuldades e a importância da cultura cafeeira no distrito.

Lerroville não sumiu porque o relevo não permite a mecanização, mas mesmo assim tem gente utilizando a esteira. O café produz empregos, permite outras culturas, como feijão, milho e criação de galinhas. Na cultura da soja há um tratorista e o proprietário. Tendência é desaparecer, se não fizermos o que estamos fazendo (se referindo ao Comércio Justo).

Entusiasmado, acha que Londrina poderia ser pioneira em eventos de cafeicultura orgânica, que é um mercado especial para pequenos produtores.

Como projetos para as associações a serem executados com o prêmio social do Comércio Justo, indicou a construção de uma creche para acolher as crianças dos associados (*ver tabela 3*) para que as mães possam trabalhar tranquilamente no campo ou em outra atividade, um gabinete para atendimento médico, uma capela e uma área de lazer.

Aponta como falha da equipe a inexistência do Projeto Café de Lerroville como um documento escrito formalizado. “Um projeto escrito poderia beneficiar em muito o andamento das atividades e da divisão de responsabilidades” lembra Fábio. E também o fato de estar sozinho como gerente do projeto. Cobra o compromisso e o posicionamento das entidades parceiras, se referindo ao Poder Público Municipal:

Gostaria de dividir as responsabilidades e tarefas com outros associados para que aprendam também a fazer, a interagir, a buscar soluções. Gostaria de ter a figura de um diretor de comunicação que se ocupasse de toda a articulação com as instituições parceiras e a sociedade civil.

Para ele, o que mantém o grupo unido é a expectativa da construção da mini-torrefadora e da desapropriação do terreno pelo Município de Londrina.

Finalizando sua avaliação, relata a importância do curso de cooperativismo, que facilitou a fundação da COASOL:

Uma fundação que não se deu somente para cumprir uma formalidade que exigia a certificação, mas que foi precedida de muita discussão e compreensão dos valores do verdadeiro cooperativismo. Uma verdadeira participação democrática.

Em seguida os pesquisadores e técnicos presentes iniciaram suas avaliações e ponderações sobre as atividades desenvolvidas no Projeto. Esta avaliação foi dividida em pontos fortes e pontos fracos, aqui incluídas as necessidades para executar as atividades previstas.

Segundo a avaliação de Luis Artur Rosa, um dos técnicos da EMATER, os pontos fortes desta ação, responsável pelo avanço e pelas mudanças nas comunidades foram:

- A liderança, definida como *liderança com discernimento*, dos associados Fábio (APRALA), Oscar Kenji Takashi e José Ramos (ACAL).
- A assessoria periódica do engenheiro agrônomo cedido pelo IAPAR, com visitas de retorno às propriedades.
- A rede de relações dentro do projeto - instituições envolvidas e outras parcerias futuras como, por exemplo, a UEL - (Universidade Estadual de Londrina, que poderia vir a agregar valor ao Projeto com todos os cursos de graduação e pós-graduação).
- O fator confiança que permitiu a constituição da cooperativa.
- A mídia sempre presente, divulgando os eventos das associações e da COASOL, como, por exemplo, o evento do calçadão⁵².

A cooperação, a compreensão do meio ambiente e a mudança de paradigma em relação ao orgânico deram sustentabilidade ao Projeto, afirmou Luís Artur.

Os pontos fracos, que constituem necessidades a serem definidas, estavam mais relacionados à insegurança quanto à comercialização, pois, segundo o mesmo técnico, não estava construído um caminho concreto para isto, dependendo ainda exclusivamente da autora deste trabalho.

Também se referiu ao maior problema enfrentado por todos os envolvidos, que era a montagem por escrito do projeto.

⁵² O evento referido ocorreu dia 22 de Maio de 2004, em comemoração ao Dia Mundial do Café Orgânico, no calçadão de Londrina e foi promovido pela COASOL, EMATER, IAPAR e SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA DE LONDRINA.

A falta de um projeto escrito, avaliado e monitorado. Como não está escrito, a compreensão não é a mesma. A avaliação está acontecendo hoje. O Interesse das pessoas (órgãos, gestão) não se ajustou à estratégia do projeto. Quem são os aliados? Por que o projeto representa uma coisa para Ciliane? Cada um de nós tem um interesse. Assim há necessidade de integrar o interesse ao projeto. Aliar o interesse pessoal à estratégia do projeto.

O Renzo⁵³ tem uma estratégia clara que é o orgânico. De repente acaba a fonte de recursos. E daí?

Falta compreensão de gestão. Atuar em uma área em integração com as outras. Não temos claro qual é a nossa integração. Qual é o papel de cada um? Quem avalia isto? Quem deliberou?

Apontou a ausência dos líderes Oscar e Fábio neste seminário e a importância de suas contribuições, com divisão das tarefas, o que gera mais comprometimento.

Dando continuidade à avaliação, Leliana Casagrande, representante do IAP apontou os recursos necessários para poder pôr em prática as atividades que lhe foram incumbidas. Para ela, havia a necessidade de se ter a parte cartográfica para a execução do trabalho: conhecer a área, a propriedade e o proprietário. Afirmou que a grande preocupação dos cafeicultores, naquele momento, era a parte do orgânico. Consideravam o resto como secundário, o que talvez impedisse de trabalhar harmonicamente toda a propriedade. Também sentia a falta de um cronograma de atividades para o trabalho a ser executado. Finalizou sua avaliação defendendo a idéia de trabalhar a questão ambiental da área para gerar uma propriedade orgânica adequada, com a criação de uma cartilha educativa sobre o orgânico e suas vantagens.

Para Maria Lúcia Crochemore, uma das pesquisadoras do IAPAR, há uma dificuldade em avaliar a pesquisa e a ação como um todo. Mas afirma que o Projeto Café de Lerroville abriu as portas da cafeicultura orgânica para a instituição, assim relatando:

Tenho dificuldade de avaliar pela distância que fiquei da execução local do projeto, mas estou contente de participar de um sonho. É um dos primeiros projetos que o IAPAR participa com café orgânico em enfoque no desenvolvimento rural participativo. A divulgação do projeto é importante.

⁵³ Renzo Gorreta Hugo é engenheiro agrônomo especializado em Agricultura Orgânica, bolsista da

A mesma pesquisadora manifestou preocupação ao perguntar a todos sobre qual era o marco zero do projeto e os indicadores de desempenho.

Houve o depoimento da importância profissional desta ação pelo engenheiro agrônomo, cedido pelo IAPAR, que mais de perto acompanhou os associados:

Este projeto me dá uma revigorada profissional sem precedentes. O fato de trabalhar com Ildefonso (EMATER) tem sido fantástico. Em vinte anos de profissão, nunca vi tanto avanço. De onde vem tudo isto? No resgate da auto-estima, as excursões ajudaram. Novos procedimentos metodológicos no campo, andando pelas propriedades, discutindo o que se via, a preocupação dos cafeicultores em melhorar, uma postura moderna, a troca de experiências (Renzo Gorreta Hugo).

Em sua avaliação, a metodologia utilizada contribuiu para o sucesso e o envolvimento dos associados nos diversos encontros de capacitação.

A importância da metodologia participativa fez com que a participação de cada associado fosse valorizada dentro de um grupo, como fator de sucesso para as ações conjuntas, a ponto de compreenderem o sentido da frase “eu sou importante para o grupo”.

Outros aspectos positivos, citados por Renzo Gorreta Hugo, foram a continuidade da assistência técnica como fator de confiança do associado, a participação de instituições públicas ligadas a agricultura e o fato de os associados já estarem em um processo associativo onde todos se conheciam.

Finalizando o seminário, Ildefonso José Haas, um dos pesquisadores e técnicos da EMATER lembrou a importância da participação da prefeitura, se referindo a um “ponto político institucional”:

A Secretaria Municipal da Agricultura poderia ter um papel diferente, mas não tem por uma série de fatores. Tem limitações.

E como única percepção relatada durante o seminário, referiu-se ao retorno do homem ao campo pela presença de muitos jovens trabalhando com os pais nas lavouras de café.

O seminário de avaliação terminou com a fala de um dos participantes que resumiu a importância das atividades realizadas em conjunto: “Oportunidade inédita que pode servir de exemplo”.

4.2 SEMINÁRIO DE VALIDAÇÃO

Como última etapa do ciclo do objeto produzido, o seminário de validação objetivava validar ou não as hipóteses elucidativas levantadas no início de nosso trabalho.

Estiveram presentes os pesquisadores e técnicos do IAPAR, da EMATER, do IAP e os representantes dos associados da ACAL e da APRALA.

As hipóteses sobre a falta de motivação para cursos sobre pequena produção familiar cafeeira e a falta de conhecimento e de informações sobre o mercado interno e externo de café foram aceitas como procedentes por todos os presentes.

Pelos depoimentos e respostas aos questionários aplicados, a falta de motivação do produtor parece se originar após os impactos da geada de 2000 e na sua descapitalização. Ademais, o controle da propriedade se concentrava, na grande maioria dos entrevistados, no chefe de família, produtor de café tradicional que não conseguia aceitar ou mesmo temia outra forma de produção, no caso, a orgânica, da qual já tinha ouvido falar, ou até mesmo a mudança de cultura predominante.

A família de um dos associados da APRALA é um dos exemplos da dificuldade em aceitar ou adotar novas tecnologias de cultivo do café. O pai, com 55 anos, separou a propriedade de 32 hectares em café convencional e café orgânico e cedeu a parte orgânica para seu filho, de 23 anos. Este associou-se ao Projeto, participando assídua e ativamente das reuniões e das capacitações propostas às associações pelo grupo de pesquisadores e técnicos. Em seu depoimento, disse que o pai era pouco atuante.

Um dado importante trazido por um dos associados APRALA ao se referir as mudanças, novas propostas, que necessitariam maior comprometimento do associado, dizia respeito à idade dos associados. “O pessoal de idade tem medo,” afirmou.

Também foi comprovado pelos questionários aplicados que a maioria dos associados ACAL e APRALA decidiu aderir ao que se convencionou chamar Projeto Café de Lerroville primeiramente motivados pelo preço pago pelo Comércio Justo e com a garantia do apadrinhamento das instituições de apoio: IAPAR, EMATER e IAP. A transformação em café orgânico, uma das exigências para a futura comercialização forçou-os a cursos de capacitação e a atividades relacionadas.

Os associados ACAL e APRALA ouviram diretamente a perspectiva de mercado, acreditaram nas instituições participantes, passaram a conhecer o produto que tinham que até então desconheciam. Produto de qualidade. Isto melhorou a auto-estima. Descobriram que podiam vender o café na Europa. Houve a participação e a gestão democrática. Escolheram as atividades com maior facilidade tanto as ambientais, econômicas e sociais. Houve o comprometimento das instituições com o projeto, mas também o desejo das pessoas (Ildfonso José Haas, EMATER).

As hipóteses sobre a inexistência de políticas públicas específicas para a produção familiar cafeeira e a descapitalização dos associados da ACAL e da APRALA foram trabalhadas conjuntamente por entendermos que a descapitalização do pequeno produtor também está relacionada à falta de política agrícola específica para a pequena produção familiar cafeeira.

Não podemos falar de inexistência de política para a agricultura familiar visto existir o PROGRAMA NACIONAL DE FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR (PRONAF). Porém trata-se de um programa genérico que, segundo os associados, não atende suas necessidades.

Houve consenso ao afirmar que, se existe atualmente política agrícola específica para a pequena produção familiar cafeeira, esta não atingiu ainda os associados ACAL e APRALA.

A coleta de dados socioeconômicos e culturais, principalmente a declaração da renda total anual de suas propriedades e a busca de trabalho fora de

suas propriedades, comumente chamados de “bicos” e que são executados nas horas de folga do trabalho de campo, comprovam a necessidade de aumentar os ganhos mensais para a própria manutenção da qualidade de proprietário familiar.

A força de trabalho vendida fora das suas propriedades poderia ser considerada um dos índices de proletarização do proprietário rural, que a vende quando não mais é absorvido pela rotina de trabalho de sua propriedade, como complementação da renda familiar e garantia de sua reprodução.

Um exemplo é o filho de um dos associados da APRALA que, com 30 anos, casado, divide a propriedade de 4,84 hectares e outra arrendada com a mesma área com o pai e outro irmão; com um caminhão faz fretes esporádicos para outros produtores, como renda complementar. Em entrevista, o pai e os dois irmãos afirmam que trabalham juntos, mas o resto do tempo é cada um por si.

Esta busca por renda complementar talvez seja para fugir da condição de pobreza do pequeno produtor, apontada por Graziano da Silva:

Já a pequena produção que não se modernizou está sujeita não ao “excesso de trabalho” mas, ao contrário, à sub-ocupação permanente que decorre da impossibilidade de ocupar plenamente todos os seus membros em idade ativa devido à exigüidade dos recursos produtivos de que dispõe (principalmente a terra) (2003, p. 59 e 112).

O sistema de crédito rural agrícola faz parte da política agrícola e, desde o projeto modernizante da agricultura brasileira, tem beneficiado os setores industriais localizados a montante e a jusante da atividade agrícola (GRAZIANO DA SILVA, 2003, p. 128): grandes proprietários de terras, aqueles que produzem para a exportação e os produtores da região Centro-Sul contra os interesses dos produtores familiares e da produção de alimentos básicos (MOREIRA, 1999, p. 33).

Para Graziano da Silva (2003, p.128), a política agrícola iniciada nos anos 70, apesar de ter diferenciado o produtor por pequeno, médio e grande, não conseguiu dar conta da diversidade social dos produtores rurais e do papel da pequena produção na organização agrária. Aquela deveria considerar as três categorias sociais básicas de unidades produtivas envolvidas na atividade agrícola: os capitalistas, as empresas familiares e os camponeses, sendo que a política agrária deveria priorizar os sem-terra e os semi-proletários.

Moreira (1999, p.13) analisa as políticas adotadas no período de 1889 a 1930 como políticas para o setor exportador, especialmente a cafeicultura, “sofrendo o setor políticas de estímulos e desestímulos de acordo com a conjuntura. Como resultado, a diversificação agrícola e a industrialização foram estimuladas”.

As políticas agrícolas relacionadas à cultura do café no Brasil durante o século XX podem ser resumidas em proibições de novas áreas de plantio de cafezais no estado de São Paulo; queimas de estoques; valorização do café de qualidade e preços; estabilização da taxa cambial; impostos sobre a produção de café; construção de armazéns reguladores junto aos entroncamentos de ferrovias nas regiões produtoras; planos de defesa permanente do café; criação de conselhos e do Instituto Brasileiro do Café; financiamentos de produtores e comerciantes; assinaturas de Acordos Internacionais e convênios cafeeiros, sendo o Convênio de Taubaté o mais conhecido (MALAVOLTA, 2000, p. 388-405)

Porém temos que questionar e averiguar se o que se convencionou chamar de política cafeeira foi de fato uma ação de defesa e promoção da cultura cafeeira.

Certo é que o setor cafeeiro subsidiou, através dos impostos e taxas sobre a produção, a industrialização do país, sobretudo do estado de São Paulo. Segundo Ferreira Filho:

[...] a política brasileira para o café jamais teve o objetivo último a defesa única e exclusiva da cafeicultura [...] a política do café foi manejada como instrumento para industrialização, transferindo recursos do setor agrícola, então grandemente baseado no café, para os setores industriais urbanos e emergentes (*apud* MALAVOLTA, 2000, p. 427)

Para Guerreiro, na história do café não há referência da presença direta do Estado no estímulo da produção.

O Governo pela primeira vez vai colocar recursos financeiros sob a forma de empréstimos a juros altamente subsidiados, para plantar café (*apud* CARVALHO, 1991, p.71).

O mesmo autor (*apud* CARVALHO, 1991, p.174) responsabiliza a política cafeeira das décadas de 1960 e 1970 pela diminuição do parque cafeeiro e pela perda de mercado ocupado pelo Brasil, com grandes reflexos na queda de produtividade.

A intervenção do Estado na produção cafeeira fazia parte do projeto de modernização da agricultura, o qual buscava um novo padrão tecnológico. Como explica Carvalho (1991, p.71), tal modernização na cultura cafeeira ocorreu em duas etapas: a fase de erradicação, entre 1962 e 1969, liderada pelo Grupo Executivo de Racionalização da Cafeicultura (GERCA) e a fase de implantação do novo padrão tecnológico, a partir de 1969, que estava relacionada ao crédito rural subsidiado para o plantio de novas variedades cafeeiras e ao uso de insumos agrícolas.

O Plano de Renovação e Revigoreamento de Cafezais (PRRC) incluía programas de formação de mudas, de plantio, de uso de fertilizantes e corretivos para o solo e de agrotóxicos na lavoura cafeeira, de recepção de cafezais, de aquisição de equipamentos de controle de pragas e de melhoria de infra-estrutura nas propriedades cafeeiras.

O plano de Erradicação de Cafezais Anti-Econômicos parecem ter sido o ponto principal da chamada política cafeeira que beneficiou os grandes cafeicultores. Um dos resultados destes planos foi a concentração de lavouras cafeeiras no Norte do Paraná em estabelecimentos inferiores a 20 hectares (*idem*, p.34).

Entretanto a referida autora afirma, baseada em entrevistas realizadas para seu trabalho de doutoramento que tal plano, na década de 1960, passou longe da “pequena produção”. Somente conseguiu erradicar cafezais já velhos e de pouca produtividade em virtude da geada negra de 1975 ou pelo controle de pragas.

A política cafeeira adotada pelo Brasil, a partir de 1940, respondia às deliberações do Convênio Internacional do Café, que foi precursor dos Acordos Internacionais do Café. Tais deliberações estabeleciam, em geral, um preço e um sistema de quotas para os países latino-americanos, o que representou no Brasil a retirada do excedente de produção.

As cláusulas econômicas do último Acordo Internacional do Café foram suspensas em 1989 e são apontadas como responsáveis pelo início da crise mundial do café.

Porém, para coordenar uma política de retenção de estoques e romper com a tendência na queda dos preços, os países produtores de café fundaram, em 1993, a Associação dos Países Produtores de Café (APPC). As medidas adotadas levaram a uma recuperação dos preços em maio de 1994.

A valorização dos preços externos de café gerou um problema interno no Brasil, que colocou os preços de garantia acima do que seria o preço de mercado, mantendo na atividade produtores menos eficientes (MALAVOLTA, 2000, p.428).

As decisões da APPC não foram capazes de impedir a queda da cotação do café nas Bolsas, obrigando novamente o Brasil, em 1995, à prática da retenção. O governo brasileiro se comprometeu a reduzir as exportações entre 1995 e 1996 e intensificar o financiamento aos produtores e as cooperativas para reter o produto na origem.

Para o financiamento, a modernização, o incentivo à produtividade da cafeicultura, da indústria do café e da exportação, para o desenvolvimento de pesquisas, dos meios e vias de transporte, dos portos, da defesa do preço, do mercado interno e externo bem como das condições de vida do trabalhador rural⁵⁴, o governo brasileiro criou o FUNDO DE DEFESA DA ECONOMIA CAFEIRA (FUNCAFÉ) pelo Decreto-lei 2295/86. Os recursos deste fundo vêm da quota de contribuição sobre a exportação de café e é gerido pelo Ministério da Indústria e do Comércio com auxílio do Conselho Nacional de Política Cafeeira.

Alguns dos associados da ACAL e da APRALA conhecem a existência do FUNCAFÉ, mas não sabem, de fato, como ele atua em benefício dos pequenos produtores de café.

A hipótese sobre a falta de articulação e de parcerias entre os pequenos produtores da ACAL e da APRALA e as instituições públicas de apoio e de pesquisa à agricultura também foi aceita como verdadeira.

As instituições públicas de apoio e de pesquisa à agricultura são as representantes do Estado em nível prático, e interessava à pesquisa mensurar o grau de seu comprometimento com a pequena produção cafeeira.

Antes da proposta do Projeto Café de Lerroville, os associados da ACAL e da APRALA não se articulavam com as instituições parceiras pelo simples fato de não terem um projeto que pudesse, de fato, envolver as instituições.

Com a proposta do Projeto, as instituições EMATER, IAPAR e IAP passaram a atuar quase que diariamente junto às associações ACAL e APRALA, demonstrando comprometimento, amizade e solidariedade para com os associados participantes.

O líder da ACAL e da APRALA define como mão visível a participação das instituições públicas no Projeto Café de Lerroville. As pessoas que representavam estas instituições no Projeto, as quais possuem perfil apropriado para um trabalho coletivo, de participação e escuta sensível dos associados ACAL e APRALA, tiveram um papel determinante para a adesão dos associados.

A hipótese sobre inconstância, precariedade e pouco envolvimento da assistência técnica de órgãos públicos com as comunidades rurais provocou uma grande discussão entre os participantes, com a defesa das instituições públicas parceiras do Projeto.

Os pesquisadores e técnicos da EMATER, IAPAR e IAP lembraram que as estruturas das instituições públicas de apoio à agricultura são pequenas face às demandas. Contam com poucos técnicos que devem assistir a um número muito grande de pequenos produtores rurais. Ademais, passam muitas horas cumprindo funções burocráticas que tomam tempo e não os permitem atuar como se deveria. Porém não procede afirmar que não há envolvimento destas instituições com as comunidades rurais:

Uma vida toda de trabalho dedicado às comunidades rurais para chegar aqui e ouvir este absurdo! Não posso aceitar isto. Estivemos na comunidade da Água da Limeira e da Laranja Azeda há dez anos falamos de técnicas para melhorar o café, mas não houve interesse. O sistema de plantio era conservador, café em quadra. Porém houve mudanças na comunidade, como a presença do Oscar e do Fábio (líderes da ACAL e da APRALA, respectivamente). A liderança do Fábio ganhou a confiança dos demais. Foi o ponto de partida para organização e mudança de comportamento (Ildfonso José Haas, EMATER).

⁵⁴ art. 7º do Decreto-lei 2295/86

Não sentimos e não temos obrigação de estarmos com o produtor. Isto deve ser com os técnicos da EMATER e das cooperativas. O pesquisador trabalha com inúmeras hipóteses, dúvidas e tem que torná-las verdade. A tecnologia que desenvolvemos é abrangente. Não vemos Lerroville ou São Jorge porque trabalhamos com o macro e trabalhamos com o perfil do pequeno produtor. Trabalhamos com o solo, com a qualidade. Se a faixa de temperatura com a qual vamos trabalhar estiver em Lerroville, podemos fazer o estudo em Lerroville, mas pode estar na área de um grande produtor. A tecnologia é geral, para as questões macro, não específicas. Talvez esta tecnologia será aplicada em Lerroville, mas não desenvolvida aí por uma série de questões logísticas, de custo, etc. ... (Armando Andracioli Filho, IAPAR).

Outro fator importante é a resposta dada pelo grupo de produtores às instituições, quando da realização de projetos:

O IAPAR trabalhou o café adensado em grandes propriedades, em áreas de arenito, mas não houve interação nenhuma com os proprietários, que nem mesmo iam até a área (*idem*)

A hipótese que averiguava a pouca atuação política local ou regional dos associados indicou que as associações ACAL e APRALA estiveram até então limitadas a reivindicações como asfalto da estrada Apucarantina, que liga a maioria das propriedades de Lerroville ao centro do distrito, e atendimento médico.

Não pudemos perceber junto aos associados da ACAL e da APRALA a compreensão de uma atuação política para fortalecimento da classe dos pequenos produtores.

No entender de SAMPAIO e FLORES (2002, p.17), os agricultores familiares da América Latina contam com formas associativas de caráter predominantemente reivindicativo.

MOREIRA explica a desarticulação política dos trabalhadores rurais pelo fato de terem ficado, “no período da democracia populista -45 a 64-, fora do jogo político, sendo-lhes negado na prática o direito de se associar para expressar seus interesses e o direito de participação política através da negociação do voto aos analfabetos”, sendo “ a repressão aos sindicatos dos trabalhadores o exemplo mais concreto da forma de dominação que se instaura” (1999,p.32).

Para o mesmo autor, o camponês parece não saber em qual lado político participar: dos interesses da classe capitalista, quando se vê proprietário da terra, ou dos interesses da classe trabalhadora, quando “submetido a um grau de exploração semelhante aos proletários” (*idem*, p.86).

A conclusão deste seminário é que o desenvolvimento do Projeto Café de Lerroville, que tomava por base algumas atividades necessárias para a participação das associações rurais ACAL e APRALA no Comércio Justo, pôde preencher algumas carências dos associados relacionadas ao conhecimento, às informações e à tecnologia para a melhoria do café produzido. Isto pode ser garantido por depender quase que exclusivamente da assistência técnica e de pesquisa das instituições públicas envolvidas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS



Fonte: Arquivo: Didier Gentilhomme (2004)

Figura 19 – Les Mains (As mãos). As mãos de um dos associados ACAL ou APRALA e o resultado de seu trabalho: a colheita do café.

*“Quem pode dar pão?
O café pode dar pão.
Sempre dera o pão, a roupa
e a paz relativa dos pobres”.*

(Mário de Andrade, 1987).

A inserção das associações rurais ACAL e APRALA, através da cooperativa COASOL, no Comércio Justo foi pensada como a primeira etapa preparatória para uma série de outras atividades que levariam ao desenvolvimento das comunidades rurais da Água da Limeira e da Água da Laranja Azeda.

Primeiramente era necessário devolver a motivação a estes pequenos produtores, estimulando o associativismo e o cooperativismo, como formas de organização coletiva capazes de superar as crises, enfrentar melhor as dificuldades e os desafios lançados pela competitividade dos mercados nacionais e

internacionais. E a proposta de preço justo garantida pelo Comércio Justo se apresentou oportuna e ideal.

As fases de preparação do café, aqui incluída a transformação de cafeicultura tradicional para orgânica, e a atenção às normas do Comércio Justo, visando à futura comercialização internacional, contribuíram para a melhoria da qualidade do café dos produtores participantes do Projeto Café de Lerroville, com agregação de valor ao produto. Esta inovação coloca o café dos associados participantes do Projeto Café de Lerroville no mercado de cafés especiais.

O Sindicato da Indústria de Café do Estado de São Paulo (SINDICAFÉ), em documento elaborado em 2001, ao classificar os cafés especiais, adicionou os cafés orgânico e do comércio solidário (*fair trade*) aos cafés especiais de novas tendências, cuja diferenciação se encontra na incorporação de preocupações de ordem ambiental e social (2003, p.24).

A movimentação nas comunidades da Água da Limeira e da Água da Laranja Azeda, através de técnicos e pesquisadores das instituições parceiras e de outras nacionais e internacionais, de outros pequenos produtores, de visitantes, de estudantes da UEL, dos inspetores da FLO, do fotógrafo francês e das reportagens feitas pela televisão e pelo jornal locais, devolveu a estes pequenos produtores o orgulho de ser cafeicultor. De certa forma, houve a aproximação do produtor e do consumidor em alguns eventos onde se oferecia o café produzido no distrito de Lerroville, mostrando que este café é de qualidade igual ou superior às marcas encontradas nas gôndolas de mercados.

Lerroville, distrito considerado abandonado, mostrou sua cara em dois eventos internacionais.

Aos associados participantes do Projeto Café de Lerroville foram transmitidas informações importantes sobre a necessidade de cuidados com os recursos naturais, de forma a despertar a consciência ambiental e as vantagens de manterem uma propriedade ambientalmente correta. As adaptações executadas em suas lavouras para a transformação em cafeicultura orgânica vieram confirmar que a preservação ambiental resulta em benefícios para a lavoura e para o próprio produtor. Exemplo disto foi a constatação dos associados da necessidade de retenção das águas das chuvas, que não escorrem mais em direção aos cursos de água, evitando assim sua contaminação por resíduos químicos ainda existentes no solo. Esta retenção ocorre graças à presença do mato entre os cafezais, que antes

era aniquilado. Um dos produtores escreveu em seu relatório que, depois do Projeto, “os pássaros voltaram”, e a grande maioria dos associados afirmou que a saúde da família melhorou depois de terem abandonado o uso de agroquímicos.

Neste momento os produtores iniciam o projeto ambiental com a assessoria do IAP a fim de tornarem suas propriedades sustentáveis. Porém os impactos positivos no meio ambiente já são reconhecidos pelas comunidades da ACAL e da APRALA.

A comercialização do café dos associados ACAL e APRALA, através da cooperativa que fundaram, a COASOL, no Comércio Justo está dependendo tão somente do contrato a ser assinado entre o comprador francês e a empresa exportadora brasileira. Um dos problemas encontrados nesta fase e que retardou a venda do café foi a demora em encontrar uma empresa exportadora brasileira certificada pela FLO.

O Comércio Justo representa uma alternativa para a agricultura familiar e os assalariados rurais, “o elo mais vulnerável da cadeia produtiva do café, onde o impacto social e econômico da crise atual pode ser percebido de forma mais dramática” (CAFÉ e POBREZA, 2002, p. 34).

A crise mundial do café afeta os produtores em desvantagens situados em países pobres. Uma proposta internacional de apoio aos pequenos cafeicultores deveria ser pensada, contemplando os diversos atores envolvidos na produção e na comercialização e visando a estabilidade do mercado e a melhoria das condições de trabalho e de vida desta classe produtora.

Por outro lado, os governos de cada país afetado pela crise do café deveriam apresentar seus planos de fortalecimento para a agricultura familiar cafeeira. O governo brasileiro, por exemplo, poderia apoiar a participação de pequenos produtores no Comércio Justo e incentivar a regulamentação do Comércio Ético e Solidário em todo o território nacional, com o estabelecimento de certificações independentes e acessíveis.

Além disto, o Estado deveria criar políticas específicas de apoio ao café dentro do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), incluindo os recursos do FUNCAFÉ, garantindo preços mínimos para o café da agricultura familiar e a participação de representantes dos agricultores familiares nas reuniões da Organização Internacional do Café (OIC) e outras instâncias relevantes. Outra ação possível para fortalecimento da agricultura familiar

seria o de compras governamentais diretas das associações e cooperativas de produtores familiares, evitando o processo burocrático e longo das licitações públicas.

O Estado poderia também dar tratamento jurídico diferenciado à agricultura familiar tendo em vista suas especificidades, cumprindo assim a previsão constitucional de lei que garanta tratamento especial à propriedade produtiva.

Ações junto aos consumidores também deverão ser desenvolvidas para que tomem consciência da importância da escolha dos produtos a serem comprados. O ato de consumir é visto também como um ato político.

O Projeto Café de Lerroville contribui para a inserção dos cafeicultores da ACAL e da APRALA no Comércio Justo, mas se preocupa em encontrar saídas para que estes produtores não fiquem dependentes do mercado exterior, reforçando assim a vocação da América Latina como fornecedora de matérias-primas homogêneas e mão-de-obra barata aos países industrializados (SAMPAIO e FLORES, 2002, p.16).

O Projeto Café de Lerroville tenta garantir aos produtores da ACAL e da APRALA condições necessárias para o desenvolvimento de vantagens a partir de informações, conhecimentos, desenvolvimento de seus potenciais, incorporação de tecnologia, de diferenciais, de formas coletivas de trabalho como o sistema cooperativista e a adoção de práticas de gestão eficiente para melhor atuação no mercado, sem, portanto, perder de vista os valores e as necessidades da agricultura familiar, protegendo o meio ambiente, proibindo a exploração do trabalhador rural e promovendo o desenvolvimento sustentável.

Os recursos do Paraná 12 Meses, para a construção e aquisição de equipamentos de uma mini-torrefadora, podem significar o controle de toda a cadeia produtiva, desde a produção até a comercialização pelas mãos dos associados e cooperados da COASOL. Esta mini-empresa deverá gerar mais empregos na área rural, maior desenvolvimento nas comunidades e a fixação do homem no campo.

O desenho da embalagem e da logomarca da COASOL já foi criado por alunos da UEL e aprovado pela ACAL e pela APRALA. Isto comprova que as instituições de ensino são também importantes e indispensáveis parceiras para o desenvolvimento de comunidades rurais.

Tão logo a mini-torrefadora seja construída e equipada, os cooperados da COASOL terão como beneficiar, torrar, moer e colocar no mercado, nacional e internacional, o café produzido em suas propriedades.

Ao término deste trabalho, em meados de julho de 2005, a construção da mini-torrefadora com recursos do Paraná 12 Meses ainda não foi iniciada porque o processo de desapropriação do lote rural, de responsabilidade do Município de Londrina, não se encontra finalizado. Para o início das obras é necessária a liberação legal do terreno ou um termo de imissão de posse pelo judiciário.

O processo de inserção das associações ACAL e APRALA no Comércio Justo ainda está inacabado, porém os benefícios já existem. A experiência junto aos pequenos produtores de café evidencia a necessidade de planos de desenvolvimento para as comunidades produtoras, os quais devem ser elaborados com a participação de vários atores: Estado, sociedade civil organizada, empresas, instituições bancárias e instituições de pesquisa, cada qual cumprindo seu papel social; todos contribuindo para uma sociedade ambiental, econômica e socialmente mais justa.

Evidentemente que problemas irão surgir e provavelmente relacionados às mudanças que estão ocorrendo nas associações ACAL e APRALA e na vivência do cooperativismo. Superar estes problemas fortalecerá os associados e as instituições parceiras do Projeto Café de Lerroville. Porém nada é absoluto. Tudo dependerá do grau de maturidade e envolvimento dos participantes, do diálogo entre eles, da busca de novos parceiros, da confiança depositada nos líderes das associações e em suas propostas.

A única certeza é que foi dada a oportunidade de transformação do modo de agir, pensar, relacionar-se, produzir e comercializar aos associados da ACAL e da APRALA. Uma oportunidade de não mais estarem sozinhos e poderem contar com o apoio de importantes instituições públicas e parcerias privadas. Um diálogo com os países desenvolvidos do hemisfério Norte foi iniciado na tentativa de estabelecer-se a ponte entre os associados e os compradores de mercados ricos. Uma oportunidade de vivenciarem o associativismo e o cooperativismo como forma de superação das crises do mercado cafeeiro e dos efeitos negativos da globalização econômica e a adoção de práticas que poderão desenvolver as propriedades de modo sustentável.

Cooperativismo, cooperação internacional, parcerias público-privadas, desenvolvimento sustentável, economia solidária, políticas públicas de apoio ao pequeno produtor, inclusão no mercado competitivo, geração de trabalho na área rural, atuação política, produtos verdes e consumo consciente. Eis alguns dos temas de maior relevância neste início do século XXI. Por que não acrescentar a esta lista o Comércio Justo?

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R.; SAES, S.; SOUZA, M. ; MAGALHÃES, R. **Mercados do empreendedorismo de pequeno porte no Brasil**. CEPAL COMISSÃO ECONÔMICA PARA A AMÉRICA LATINA E O CARIBE, Março de 2003.

ALBUQUERQUE FILHO, Clóvis Antunes Carneiro de. **A importância dos módulos rurais na distribuição e aproveitamento da terra**. Jus Navigandi, Teresina, a.4, n.4, out. 2000. Disponível em <<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=1675>> Acesso em 12 Ago. 2004.

ANDRADE, Mário de. Poesias completas. Edição crítica de Diléa Zanotto Manfio. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1987.

AVANSINI, Carolina. **Café de Lerroville vale o dobro na França**. Folha de Londrina, Londrina, 14 Mar. 2004. Caderno Economia, p. 5.

_____. **Lerroville ganha área para beneficiar café**. Folha de Londrina, Londrina, 26 Mar. 2004, p. 4.

BARBIER, René. **La Recherche-Action existentielle**. Disponível em <<http://www.barbier-rd.nom/RAInternet.html>> Acesso em 15 Jan. 2005.

BELLIA, Vitor. **Introdução à economia do meio ambiente**. Brasília: IBAMA, 1996.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional**. São Paulo: Malheiros Editores Ltda., 2000.

BRANCO, G; MIONI, F. **Londrina no seu jubileu de prata 1934-1959**. In REVISTA REALIZAÇÕES BRASILEIRAS. Documento histórico, 1959.

BRASIL. CONSTITUIÇÃO FEDERAL DO BRASIL DE 1988. Coleção de leis de direito administrativo. São Paulo: Manole, 2004.

CAFÉ DO BRAZIL. O sabor amargo da crise. Publicação de Cut, Contag, Oxfam e Observatório Social. São Paulo, 2002.

CAFÉ: VIDA, PRODUÇÃO E TRABALHO. Agricultores familiares e assalariados rurais. Publicação de Cut, Contag, Oxfam e Observatório Social. São Paulo, 2002.

CAFÉ e POBREZA. Sara Lee: Teoria e prática na responsabilidade social. **Propostas dos agricultores familiares e assalariados rurais**. Publicação da Cut, Contag, Oxfam e Observatório Social. São Paulo, 2002.

CARNEIRO FILHO, Francisco. Café. **O planejamento da comercialização pelo produtor**. Londrina: Edições Planejamento Cafeeiro, 1989.

CARVALHO, Márcia Siqueira. **A pequena produção de café no Paraná**. Tese de Doutorado apresentada na USP - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo, 1991.

CORREIOS. **Exporta Fácil. Exportação dos Correios. Guia do Exportador**. Versão 0.2. CD-ROM.

CERATTI, Federico. **O comércio équo e solidário**. In FRANÇA, Cássio Luiz(Org). Comércio Ético e Solidário. São Paulo, Fundação Friedrich Ebert, 2002.

CERNEV, Jorge. **A Colonização**. Atlas do Município de Londrina. Prefeitura do Município de Londrina. Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento, 2000.

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. **Como organizar e administrar uma cooperativa: uma alternativa para o desemprego**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

DAIBERT, Jefferson. **Dos Contratos**. Parte especial das obrigações. Rio de Janeiro: Forense, 1977.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS DO HOMEM DE 1948. Disponível em <http://www.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm> Acesso em Fev. 2005.

DECORNOY, Jacques. **Quand la quête de dignité devient la règle- de l'échange inégal au commerce équitable**. *Le Monde Diplomatique*, França, Maio 1996, p. 8 e 9.

ESTATUTO DA TERRA, Porto Alegre: Síntese, 1981.

ESTUDO DE VIABILIDADE PARA COMERCIALIZAÇÃO DO CAFÉ DAS ASSOCIAÇÕES ACAL E APRALA PARA O MERCADO FRANCÊS. Londrina, 2003.

FACES DO BRASIL. Disponível em <<http://www.facesdobrasil.org.br>>. Acesso em 01 Out. 2004, em 28 Nov. 2004, em 10 e 29 Dez. 2004.

FERNANDO, André. **A volta do tempo ao tempo real: projeto Arte Baniwa como prática local de comércio justo e solidário.** In FRANÇA, Cássio Luiz (org). Comércio Ético e Solidário. São Paulo, Fundação Friedrich Ebert, 2002.

FAIR TRADE FEDERATION. Disponível em <<http://www.fairtradefederation.com>>. Acesso em 08 Out. 2004.

FOLADORI, Guillermo. **Limites do Desenvolvimento Sustentável.** Imprensa Oficial: Unicamp, 1999.

FONCTIONNEMENT DE FAIRTRADE LABELLING ORGANISATIONS INTERNATIONAL(FLO). Disponível em< <http://www.maxhavelaarfrance.org> >Acesso em 15 Jun. 2005.

FRANÇA, Cássio Luiz. Comércio Ético e Solidário. São Paulo, *Revista da Fundação Friedrich Ebert /ILDES*, 2002, 168 p.

FRANÇA FLASH. **Sinais de qualidade e de origem dos alimentos.** <http://www.cendotec.org.br/francaflash/ff37.pdf>. Acesso em Dez.2004.

FREI BETO. **A Globalização Perversa.** *Revista Caros Amigos*, São Paulo: Casa Amarela, edição especial, n. 8, p 7, março 2001.

FURQUIM, Maria Célia de Araújo. **A cooperativa como alternativa de trabalho.** São Paulo: LTr, 2001.

GHIGNONE, Luciano. Novo Código Civil Brasileiro. Curitiba: Juruá, 2003.

GRAZIANO DA SILVA, José. **Tecnologia & Agricultura Familiar.** Porto Alegre: UFRGS Editora, 2003.

GRÜNINGER, Beat. **Códigos de Conduta e Selos do Comércio Justo : Aspectos Éticos na Prática de Negócios do Setor Rural.** Disponível em <<http://www.bsd-net.com.br>> Acesso em 02 Fev. 2005.

GRÜNINGER, B., URIARTE, A. **Fair Trade: Uma introdução e algumas considerações.** In FRANÇA, Cássio Luiz (org). Comércio Ético e Solidário. São Paulo, Fundação Friedrich Ebert, 2002.

GUERRA, Célia. Lerroville marca protesto para reivindicar asfalto. Folha de Londrina, Londrina, 17 Abr.2003, Caderno 2.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Censo Agropecuário 1995/1996.

_____. Censos demográficos 1970,1980,1991. Contagem da população 1996. Censo demográfico 2000 (dados preliminares)

INCRA (Instituto Nacional de Cartografia e Reforma Agrária). **Novo Retrato da Agricultura Familiar – O Brasil Redescoberto** – Projeto de Cooperação Técnica INVRA/FAO. Disponível em <http://www.incra.gov.br/sade/doc/AgriFam.htm> Acesso em Mar.2005.

IPARDES (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social). Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Curitiba: IPARDES, 2001.

JOFFILY, José. **Londres-Londrina.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

JOHNSON, Pierre W. (org) Comércio Justo e Solidario. Cadernos de Proposições para o Século XXI. Aliança por um Mundo responsável, Plural e Solidário. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo, Instituto Polis, 2004.

KINDLEIN, Giovana. **Lerroville quer se desligar de Londrina.** Folha de Londrina, Londrina, 14 Set. 2003. Caderno Política, p. 3.

KISS, Janice. **Agricultores ingressam no Fair-Trade, um projeto que garante a compra da safra a preços acima do mercado.** Disponível em <http://www.revistagloborural.globo.com/GloboRural/04062005>> Acesso em 03 Jun. 2005.

LAZZAROTTO, Joelsio José. **O Associativismo Rural e sua viabilização**: estudo de caso comparativo de duas associações de produtores rurais do município de Pato Branco (PR). Artigo publicado nos anais do XXIV Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, em Florianópolis-SC, em setembro de 2000.

MALAVOTA, Eurípedes. **História do café no Brasil: agronomia, agricultura e comercialização**. São Paulo: Ceres, 2000.

MANCE, Euclides André. **Comércio Justo e Solidário**. In JOHNSON, Pierre W.(org) Cadernos de Proposições para o Século XXI. Aliança por um Mundo responsável, Plural e Solidário. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo, Instituto Polis, 2004.

MARTINS, José de Souza. **Expropriação e violência: a questão política no campo**. São Paulo: Hucitec, 1980.

MAX HAVELAAR FRANCE. Disponível em <<http://www.maxhavelaarfrance.org>> Acesso em 03 Jun 2005.

_____. **Fonctionnement de Fairtrade Labelling Organisations International**. Disponível em <<http://www.maxhavelaarfrance.org>> Acesso em 03 Jun 2005.

MEMENTO POUR L'AN 2000. Disponível em <<http://www.artisansdumonde.org/commerceequitable/memento/memento.htm>>. Acesso em 27 Mai. 2005.

MÜLLER, M. S; CORNELSEN, J.M. **Normas e padrões para teses, dissertações e monografias**. Londrina: Eduel, 2003.

MURRAY, D.; RAYNOLDS, L.; TAYLOR, P.. **One cup at a time: Poverty alleviation and fair trade Coffee in Latin America**. Disponível em <<http://www.colostate.edu/Dept/Sociology/FairTradeResearchGroup>. Acesso em Fev. 2005.

MOREIRA, José Roberto. **Agricultura Familiar. Processos sociais e competitividade**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

OSORIO, Nestor – **Lições da crise mundial do café**: um problema sério para o desenvolvimento sustentável. PROBLEMA SÉRIO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Comunicação à UNCTAD XI, em São Paulo, Brasil, em junho de 2004. Diretor-Executivo da Organização Internacional do Café. Disponível em <<http://www.ico.org/documents/ed1922p>> Acesso em 08 Jun. 2005.

OTERO, A.I – **Análisis y posicionamiento del comercio justo y sus estrategias**: una revisión de la literatura. Disponível em <http://www.vinculando.org/comerciojusto/analisis_comercio_justo.htm. Acesso em Mai. 2005.

PADIS, Pedri Calil. **Formação de uma Economia Periférica**: O Caso do Paraná. São Paulo: HUCITEC; Curitiba: Secretaria da Cultura e do Esporte do Governo do Estado do Paraná, 1981.

PARANÁ. Secretaria da Comunicação Social. **Almanaque Paraná**. Paraná 12 Meses, 2002.

_____. Secretaria do Estado da Agricultura e do Abastecimento. Departamento de Economia Rural. (SEAB/DERAL). **Produção de café**. Disponível em <<http://www.pr.gov.br/seab/deral/cprsc.xls>> Acesso em Mar.2005.

_____. Secretaria da Agricultura e do Abastecimento. **Messoregião Norte. Sistemas de Produção Familiares do Norte do Paraná**, 2001.

PAOLOZZI, Vitor. **Comércio justo ganha novos mercados**. Folha de São Paulo, São Paulo, 4 abril 2004. Caderno A, p.22

PIVETA, Simone. **Suco Justo, do Noroeste**. Experiências Bem Sucedidas de Desenvolvimento no Paraná. 3º Painel de Desenvolvimento Rural. Londrina-Pr. 12 Abr. 2004.

PREFEITURA MUNICIPAL DE LONDRINA. Secretaria Municipal de Educação e Cultura - Departamento de Educação- assessoria de integração social. **Aspectos históricos, físicos, econômicos e institucionais do município de Londrina**- documento consulta. ASARI, A. Y. e TUMA, M.M., 1977.

_____. Secretaria de Planejamento, centro de pesquisas e informações. **Perfil da área rural de Londrina, 1991**. Londrina, 1994.

_____. Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento. Atlas do Município de Londrina, 2000.

RAMONET, Ignacio. **A geopolítica do caos**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

RAYNOLDS, Laura (Coord). One Cup at a time: Poverty Alleviation and Fair Trade Coffee in Latin America. Disponível em <<http://www.colostate.edu/Depts/Sociology/FairTradeReserachGroup/fairtrade.pdf>> Acesso em Fev. 2005.

ROOZEN, Nico; VAN DER HOFF, Frans; **L'aventure du commerce équitable: une alternative à la mondialisation par les fondateurs de Max Havelaar**, Ed. Jean-Claude Lattès, 2002.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o século XXI**. In: Para pensar o desenvolvimento sustentável. São Paulo: IBAMA, ENAP/Brasiliense, 1994.

SAMPAIO, Felipe; Flores, Murilo. **Comércio Ético e Solidário e a agricultura familiar brasileira: Um outro mercado é possível?** In FRANÇA, Cássio Luiz (Org). *Comércio Ético e Solidário*. São Paulo, Fundação Friedrich Ebert, 2002.

SANTOS, Milton. **A Globalização Perversa**. *Revista Caros Amigos*. São Paulo: Casa Amarela, edição especial, n. 8, p 7, março 2001.

SCHWARTZ, W. e CUSTODIO, R. **Tiros e muito café na Londrinópolis**. *Jornal de Londrina*, Londrina, 13 Agos.1995, p. 8.

SEBRAE. **Comércio Justo. Pesquisa Mundial. Sumário Executivo**. SEBRAE, Abril 2004. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>, Acesso em: 02 Fev. 2005.

_____. **Quadro comparativo. Associação x cooperativa**. Disponível em http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/tiposdenegocios_veja.asp. Acesso em 31 Out. 2005.

SILVEIRA, Fábio. **Índios fecham rodovia para pedir asfalto**. *Jornal de Londrina*, Londrina, 9 Fev. 99. Caderno A, p 3

SINDICAFÉ (Sindicato da Indústria de Café do Estado de São Paulo). Diagnóstico da Produção no Segmento de Cafés Especiais Paulista, vol.33, n.06, Jun.2003.

SOUZA, Maria; SAES, Maria e OTANI, Malimíria. **Diagnóstico da produção no segmento de cafés especiais paulista**. *Informações Econômicas*. São Paulo, v.33. n.6, p.23-24, jun. 2003.

STANDARDS DU COMMERCE ÉQUITABLE POUR LE CAFÉ. Disponível em <http://www.maxhavelaarfrance.org>. Acesso em Dez. 2004.

_____. **Partie C Standards commerciaux pour le café**. Disponível em <http://www.maxhavelaarfrance.org>. Acesso em Dez. 2004.

STECA, L. e FLORES, M. **História do Paraná. Do século XVI à década de 1950**. Londrina: Eduel, 2002.

THIOLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. São Paulo: Cortez, 1988.

UCIRI. Disponível em <<http://www.uciri.org>>. Acesso em 9 Out. 2004.

URIARTE, Alex. **Fair Trade: uma introdução e algumas reflexões**. Disponível em <<http://www.bsd-net.com.br>>. Acesso em 20 Mar. 2004.

VARIDEL, L.; TEITELBAUM, S. **Rapport de recherche: commerce équitable**. Disponível em < http://www.equiterre.org/equitable/rapport_europeen/rapport.html> Acesso em Fev. 2005.

VILHENA PAIVA, José S., **Projeto Pólo de fibras naturais**. In FRANÇA, Cássio Luiz (Org). *Comércio Ético e Solidário*. São Paulo, Fundação Friedrich Ebert, 2002, 168 p.

www.reviravolta.comercio-justo.org/comercio.htm. Acesso em 24 de Mai 2005.

ANEXOS

Entidade	Funções e responsabilidades	
Fair Trade Labelling Organization International	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Define os critérios internacionais do Comércio Justo para os produtores ➤ Define os critérios comerciais para os segmentos certificados ➤ Fornece apoio ao desenvolvimento dos produtos certificados ➤ Certifica os grupos de pequenos produtores do Sul. Com este certificado os grupos podem vender em todos os mercados onde existe o selo do Comércio Justo. ➤ Habilita, fiscaliza e controla os exportadores, importadores e transformadores do Sul e do Norte 	
Max Havelaar	Habilita e controla os concessionários do selo Max Havelaar através de um contrato de licença	<p style="text-align: center;">Principais cláusulas do contrato de licença:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprar a matéria-prima ou os produtos semi-acabados que serão usados nos produtos Max Havelaar, de importadores ou fabricantes reconhecidos pela FLO. ➤ Declarar, trimestralmente toda compra, produção e venda de matéria-prima e produtos semi-acabados num prazo de 15 dias após o fim do trimestre civil ➤ Emitir um atestado anual da contabilidade da empresa e enviá-lo a Max Havelaar, no prazo de 6 meses após o fim do exercício contábil. ➤ Aceitar auditoria externa, prevista ou não para verificação do cumprimento do contrato. ➤ Aplicar o logotipo Max Havelaar assim como um texto explicativo sobre o produto na embalagem, possibilitando ao consumidor a identificação do produto e à Max Havelaar a <u>garantia da rastreabilidade do produto.</u>
	Promove o Comércio Justo e o selo.	<p>O selo Max Havelaar garante que as organizações dos produtores e trabalhadores do produto certificado tenham:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Funcionamento democrático. ➤ Capacidade de fazer respeitar critérios sociais e económicos e capacidade de realizar um programa de melhoria contínua. ➤ Administração transparente das subvenções do comércio justo, em benefício de todos os membros. ➤ Respeito aos direitos sociais definidos nas convenções da OIT. ➤ Salários e condições de trabalho decentes para os trabalhadores assalariados. ➤ Melhoria contínua das condições de saúde, da segurança no trabalho e da proteção ambiental. <p>O Selo Max Havelaar exige que os compradores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Paguem um preço garantido que cubra os custos de produção. ➤ Ajudem no desenvolvimento de linhas de produção mais diretas e mais transparentes. ➤ Criem relações comerciais de longo prazo com os produtores.

Fonte : Max Havelaar –Informações para as empresas-Funções e responsabilidades no sistema de certificação do Comércio Justo.

Quadro A – Funções e responsabilidades entre Max Havelaar e FLO

Tipo de café	Agricultura convencional		Agricultura orgânica certificada	
	América Central, México e África	América do Sul,Caribe	América Central, México e África	América do Sul, Caribe
Arábica lavado	126	124	141	139
Arábica não lavado	120	120	135	135
Robusta lavado	110	110	125	125
Robusta não lavado	106	106	121	121

Fonte: Max Havelaar France. Fonctionnement de FairTrade Labelling Organisations.

Quadro B – Preços mínimos em US\$ pagos ao café segundo o tipo, a origem e o modo de produção

País	Importância do mercado cafeeiro na economia local	Impactos sociais, ambientais e econômicos
Camarões	De uma população de 15 milhões 2 milhões dependiam da cultura do café	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Muitos agricultores perderam seus empregos. ➤ Muitos trabalhadores jovens migraram para as cidades, onde a criminalidade aumentou. ➤ Nas áreas rurais, há menos dinheiro para a saúde e a educação; isso leva à redução das expectativas de vida e à queda dos níveis educacionais.
Colômbia	O setor cafeeiro proporciona emprego direto a cerca de 530.000 pessoas, respondendo por 30% do total dos empregos rurais. Mais de 2 milhões de pessoas dependem direta ou indiretamente do setor cafeeiro.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Devido à rentabilidade reduzida do setor cafeeiro, estima-se que o número de famílias que hoje vivem abaixo da linha da pobreza nas regiões de cafeicultura tenha subido de 54,2% para 61% entre 1997 e 2000. ➤ Os cafeicultores empobreceram, passando a viver em condições muito precárias. Alguns não podem custear a educação de seus filhos. A subnutrição aumentou. ➤ Tem havido maior migração para os centros urbanos, especialmente entre os jovens. Alguns agricultores em regiões marginais também estão substituindo seus cafezais por cultivos ilícitos ou pastos, ou abandonando a lavoura.
Costa Rica	Numa população de 3,9 milhões em 1999/2000, havia cerca de 73.700 cafeicultores registrados. Com a crise, em 2001/02 esse número caiu para 70.500.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estima-se que 10.000 empregos foram suprimidos no setor cafeeiro. ➤ Na região de Brunca, uma das principais áreas cafeeiras, os lares classificados como em situação de pobreza extrema (renda per capita abaixo do custo da cesta básica) representavam 11,8% do total em 1998. Em 2002, essa porcentagem havia subido para 13,1%. ➤ Estima-se que 10.000 empregos tenham sido suprimidos no setor cafeeiro. ➤ A crise teve um impacto negativo no comércio, nos transportes, no setor de armazéns e no sistema financeiro.

Quadro C – Impactos sociais, ambientais e econômicos da crise mundial do café nos países produtores

continua

País	Importância do mercado cafeeiro na economia local	Impactos sociais, ambientais e econômicos
Costa do Marfim	O café e o cacau formam a base da economia para cerca de 7,5 milhões de pessoas, numa população de 17 milhões. Pelo menos 2,5 milhões de pessoas estão empregadas nos setores cafeeiro e cacauero.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A queda da receita obtida com o café foi em parte compensada pela receita obtida com o cacau. No entanto, os padrões de vida no campo caíram, e para muitas famílias tem sido difícil arcar com despesas de educação. ➤ O trato dos cafezais foi reduzido, com uma conseqüente queda da qualidade.
Equador	105.000 famílias se dedicam ao café, e estima-se que, numa população de 12 milhões, 800.000 pessoas estejam envolvidas com o produto.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O setor de processamento de café está operando a um terço de sua capacidade e vem demitindo empregados. ➤ Muitos produtores estão migrando para as cidades ou para o estrangeiro e deixando suas famílias para trás. ➤ A substituição do café por cultivos anuais ou pastagens está causando um impacto prejudicial no meio ambiente, pois o café costuma ser cultivado na sombra. ➤ As instituições de pesquisa e extensão tiveram de demitir funcionários.
El Salvador	Numa população de 6,4 milhões, 20.000 famílias se dedicam ao café.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Com respeito ao trabalho assalariado, a crise levou a perdas permanentes de cerca de 113.000 empregos. ➤ O Programa Mundial de Alimentos teve de distribuir rações de emergência para 10.000 famílias cafeicultoras. Em muitas zonas de café, a desnutrição está afetando 45% das crianças. Em 2003, atribuiu-se à desnutrição a morte de 52 crianças nessas zonas. 25% dos agricultores estão tentando vender suas terras ou mudar de atividade, e 8% tencionam emigrar para os EUA. ➤ O café de sombra ocupa praticamente as únicas áreas florestais que ainda restam no país, o que poderá provocar um desmatamento ainda maior. ➤ A incidência da broca do café aumentou, com uma perda potencial de 40.000 sacas.

Quadro C – continuação

País	Importância do mercado cafeeiro na economia local	Impactos sociais, ambientais e econômicos
Etiópia	Cerca de 25% da população de 65 milhões depende da produção, distribuição ou exportação de café. Cerca de 1,2 milhão de famílias se ocupam do café.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Muitas pessoas no setor cafeeiro estão hoje vivendo com menos de US\$1 por dia. ➤ Os agricultores estão vendendo café a preços muito abaixo dos custos de produção. Como o café em média responde por mais de 50% das receitas de exportação, o Governo está sofrendo sérias limitações de ordem fiscal. ➤ A taxa de emprego sofreu uma contração considerável. ➤ Os cafeicultores já não conseguem arcar com as despesas da educação de seus filhos e os custos de remédios básicos. Tiveram também de reduzir o consumo de alimentos e passaram a viver com uma refeição precária por dia, e há casos freqüentes de desnutrição. ➤ Houve um aumento da migração para os centros urbanos, agravando o desemprego nas cidades. ➤ O impacto ambiental tem sido negativo, com o abandono de propriedades de café.
Filipinas	Com custos aproximados de produção de US\$300 por hectare e receitas de US\$256 por hectare de café aos preços atuais, a produção cafeeira não é mais econômica.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Há um desemprego generalizado nas áreas de cafeicultura. ➤ Os cafeicultores empobreceram, e suas condições de vida pioraram muito. Os proprietários de terras não conseguem pagar impostos, e muitas propriedades foram abandonadas. ➤ A qualidade do café sofreu devido à falta de adubação, colheitas inadequadas e outros fatores ligados aos níveis de preços.
Gana	É um pequeno país produtor; para várias centenas de cafeicultores, o café é a principal fonte de renda.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A parcela do preço FOB paga ao produtor caiu de 56,93% em 2000 para 55,70% em 2002. Os preços atuais não cobrem os custos de produção. ➤ O café representa um elemento de cultivo comercial na agricultura de subsistência; os déficits de numerário significam menos dinheiro para a saúde e a educação. ➤ Algumas propriedades foram abandonadas. ➤ Várias empresas de comércio local (companhias de compra licenciadas) fecharam ou deixaram de operar com eficácia. Há agora cinco empresas em atividade, das 50 anteriormente autorizadas a comerciar.

País	Importância do mercado cafeeiro na economia local	Impactos sociais, ambientais e econômicos
Índia	O café ocupa cerca de 500.000 trabalhadores.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Com os atuais níveis de preços, os cafeicultores acham difícil cobrir os custos de produção e estão reduzindo tanto os insumos como sua força de trabalho. Face ao serviço dos empréstimos, o setor está tendo de se haver com encargos creditícios considerados impossíveis de administrar; a consequência é a cessação da disponibilidade dos empréstimos bancários. ➤ A produção está caindo. ➤ Houve demissões em grande escala. ➤ Os níveis de pobreza aumentaram significativamente nas áreas dos Ghats³⁸ ocidental e oriental. ➤ O café é cultivado principalmente na sombra, mas os cafeicultores agora são tentados a remover as árvores e a vendê-las como madeira; isso resulta em desmatamento e perda do equilíbrio ecológico. ➤ Os Ghats ocidentais são considerados uma das 14 áreas ecológicas mais sensíveis do mundo.
Nicarágua	A agricultura, da qual o café é a atividade mais significativa, é a principal fonte de emprego. Há 270.800 empregos no setor cafeeiro. A população do país é de 5,2 milhões.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estima-se que a crise provocou uma perda de 122.000 empregos. ➤ Aumentou substancialmente a migração das zonas rurais para as zonas urbanas, embora nestas últimas não haja demanda por este tipo de mão-de-obra. ➤ Os preços baixos desencorajam o trato dos cafezais e limitam o acesso ao crédito.

Quadro C – continuação

³⁸ Os Ghats Ocidentais constituem uma cadeia de montanhas na Índia.

País	Importância do mercado cafeeiro na economia local	Impactos sociais, ambientais e econômicos
Papua-Nova Guiné	Papua-Nova Guiné tem uma população de 4,9 milhões. Estima-se que pouco mais de 50% das famílias dependam do café para obtenção do total ou de parte de sua renda.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entre 1998 e 2002, houve um declínio de 40% no emprego formal no setor das fazendas, que responde por cerca de 15% da produção. Também houve demissões em escala substancial nos serviços de pesquisa e extensão que se ocupam do café. ➤ Muitos pequenos proprietários estão tendo dificuldades em pagar remédios, dotes, taxas escolares, carne e peixe, etc. Nas regiões montanhosas do leste do país, 50% dos pais não pagaram as taxas escolares de seus filhos este ano. ➤ Segundo o Governo de Papua-Nova Guiné, a crise do café tem agravado a pobreza, diminuído o ritmo do crescimento econômico, reduzido as possibilidades de emprego e tido um impacto negativo no balanço de pagamentos.
República Centro Africana	A capacidade de obtenção de divisas pelo país diminuiu. O fato de o país não ter litoral, em particular, destrói a competitividade do café com os preços como os atuais.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Face às baixas rendas trazidas pelo café, muitos pequenos produtores abandonaram suas propriedades; outros passaram a cultivar alimentos. ➤ Muitos comerciantes abandonaram o setor e muitos trabalhadores rurais perderam o emprego. ➤ Houve uma migração muito ampla de jovens do campo para as cidades. Os agricultores estão deixando a cafeicultura e vêem-se destituídos de receita em dinheiro para as despesas de educação, saúde, vestuário e construção. A pobreza cresceu substancialmente. ➤ Os produtores que continuam na lavoura estão reduzindo o trato de seus cafezais; a consequência é uma queda da qualidade.
Vietnã	O café é uma das principais atividades econômicas das regiões montanhosas do centro do país, particularmente na província de Dak Lak, que tem uma população de cerca de 2 milhões.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Um levantamento de março de 2002 revelou que 45% das famílias ligadas à cafeicultura não têm comida suficiente para nutri-las, e 66% têm débitos bancários. ➤ Muitas crianças de famílias médias a pobres saíram da escola devido às despesas necessárias à sobrevivência.

Fonte: OIT- Crise do café Octogésima nona sessão 17–19 setembro 2003, Organização Internacional do Café.

Quadro C – continuação

Equipamentos urbanos e equipamentos públicos comunitários	Observações	Abrangência
Energia elétrica	A área rural e urbana conta com abastecimento de energia elétrica da Copel	778 consumidores, 437 na zona urbana e 286 na zona rural sendo 97 beneficiários da tarifa social da Copel ⁵¹ , o maior índice entre os distritos de Londrina
Abastecimento de água e de esgoto	O distrito não possui rede coletora de esgoto	98,61% da população urbana do distrito (Sanepar)
COMUNICAÇÃO		
Telefonia		256 terminais telefônicos instalados, 173 terminais de serviços e 12 terminais de uso público (2002)
Correio		Um posto de correio franqueado (2002)
Internet		10(dez) micro-computadores doados para a rede pública de ensino por ser uma comunidade cafeeira
EDUCAÇÃO		
Pré-escola	O distrito possui duas escolas, uma municipal e outra estadual funcionando no mesmo prédio.	50 alunos inscritos
Ensino fundamental e educação especial fundamental	79 professores municipais trabalhando neste distrito	1.059 alunos do ensino fundamental e 4 inscritos no ensino especial fundamental
Ensino médio	20 professores estaduais trabalhando neste distrito	140 alunos inscrito

⁵¹ No Paraná, as famílias beneficiárias da tarifa social de energia elétrica devem se enquadrar nas seguintes condições: - possuir um dos cartões de benefícios dos programas sociais Bolsa Escola, Bolsa Alimentação, Vale Gás ou Bolsa Família e consumir até 100 KWh de energia por mês. (informação 0880410196- luz fraterna ou baixa renda, 19.08.2004)

ESTRUTURA DO DISTRITO DE LERROVILLE

Equipamentos urbanos e equipamentos públicos comunitários	Observações	Abrangência
SAÚDE		
Unidade Básica de Saúde		três médicos, dois enfermeiros, seis auxiliares de enfermagem e oito agentes comunitários.
CULTURA E LAZER	SALTO APUCARANINHA Distante de 03 km do centro de Lerroville e 80 km do centro de Londrina, seu acesso é possível por uma estrada vicinal recoberta por cascalhos.	
TRABALHO		
Local de trabalho da mão de obra residente no distrito de Lerroville, 1991		A população de Lerroville respondeu que o local de trabalho está em Lerroville(33,14%), Propriedades rurais(44,77%), Prefeitura(4,54%) Londrina(6,51%), Tamarana(3,55%) Grandes Rios(0,39%), Guairacá(0,59%), Ortigueira(0,20%), Ibiporã(0,20) (0,20% não responderam)

Fonte: Estudo de viabilidade para comercialização do café da ACAL e APRALA para o mercado francês, 2003; Lerroville em Dados, 2003.

Quadro D – Estrutura do Distrito de Lerroville