

## INSERÇÃO NO AGRONEGÓCIO PELO COOPERATIVISMO: A EXPERIÊNCIA DA “COOPERAÇAFRÃO” EM MARA ROSA-GO<sup>1</sup>

Carlos Shiley Domiciano<sup>2</sup>, David José Caume<sup>3</sup>

### ABSTRACT

CO-OPERATIVISM AS A DEVICE FOR TAKING  
PART IN AGRIBUSINESS: THE “COOPERAÇAFRÃO”  
EXPERIENCE IN MARA ROSA-GO

This research investigates the challenges, dilemmas and possibilities present in the creation experience of the *Cooperativa dos Produtores de Açafrão de Mara Rosa (Cooperaçãofrão)*. With the intention of analysing this experience, as an instrument for insertion of family farmers in the turmeric agribusiness (pigment and seasoning), the text approaches, under a historical perspective, the genesis and growth of the agribusiness for this product in the region. The approach is focused on the conflictive social relations established by social agents that take part in the production chain, exposing the difficulties faced by farmers, and pointing out specially the action of intermediary agents involved in the commercialization process. The study covers the creation of *Cooperaçãofrão*, as a "social capital" establishing experience, characterized in what has been known as "solidary co-operativism", which aims to make possible the social and economic reproduction of family farmers in this production chain.

KEY-WORDS: Agricultural co-operativism; family agriculture; social capital.

### INTRODUÇÃO

Uma multiplicidade de trabalhos acadêmicos tem apontado as dificuldades de reprodução de agricultores familiares inseridos nas cadeias produtivas do agronegócio brasileiro. O caráter de seleção de alguns, e de exclusão de outros tantos agricultores, é traço marcante nos processos de integração agroindustrial. Este fenômeno pode ser claramente observado, por exemplo, na sensível diminuição do número de agricultores familiares, fornecedores de aves e suínos na região sul do país, em decorrência das exigências de maior escala de produção impostas pelas agroindústrias integradoras. Em Goiás, o recente estabelecimento da empresa Per-

### RESUMO

O trabalho investiga os desafios, impasses e possibilidades envolvidos na experiência de criação da Cooperativa dos Produtores de Açafrão de Mara Rosa (Cooperaçãofrão). Com a intenção de analisar essa experiência cooperativista, como instrumento de inserção de agricultores familiares no agronegócio do açafrão (corante e condimento), o texto aborda, em perspectiva histórica, a gênese e o crescimento do agronegócio do produto na região. O enfoque de análise procura dar visibilidade a relações sociais conflitivas tecidas pelos agentes sociais participantes da cadeia de produção, expondo-se as dificuldades enfrentadas pelos agricultores, tendo em vista, especialmente, a ação de agentes intermediários envolvidos no processo de comercialização. O trabalho compreende a criação da Cooperaçãofrão como uma experiência instituidora de "capital social", enquadrada no que se tem designado como "cooperativismo solidário" e que tem como perspectiva viabilizar a reprodução social e econômica de agricultores familiares, na cadeia produtiva do açafrão.

PALAVRAS-CHAVE: Cooperativismo agrícola; agricultura familiar; capital social.

digão S/A, no sudoeste do Estado, ratifica essa "tendência": os termos contratuais firmados pela empresa impõem um volume de investimento financeiro que praticamente determina a impossibilidade de que produtores familiares se tornem seus fornecedores.

Esse processo tem provocado equívocos de ordem conceitual e, sobretudo, de natureza política, por parte tanto de setores empresariais, quanto de ideólogos de movimentos sociais rurais que, paradoxalmente, se unem em torno de uma discursividade que produz e propaga uma suposta inexorável incompatibilidade histórica entre agronegócio e agricultura familiar.

1. Parte da dissertação de Mestrado do primeiro autor, apresentada à Universidade Federal de Goiás (UFG)/ Programa de Pós-Graduação em Agronegócio. Trabalho recebido em jul./2008 e aceito para publicação em set./2008 (nº registro: PAT 4006).
2. Centro Federal de Educação Tecnológica de Goiás (CEFET). Goiânia, GO. E-mail: [carlosdomiciano@yahoo.com.br](mailto:carlosdomiciano@yahoo.com.br).
3. Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos, Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: [caume@uol.com.br](mailto:caume@uol.com.br).

A expansão do agronegócio impõe à agricultura familiar impasses e limites. Não obstante, também propicia um campo de possibilidades. Se, por um lado, o mercado de produtos agropecuários vai se tornando cada vez mais competitivo e seletivo, igualmente ganha características de intensiva diversificação, criando demanda por produtos específicos e com características peculiares. "Nichos de mercado" se constituem e ampliam oportunidades de geração de renda para agricultores familiares.

Este trabalho analisa como agricultores de Mara Rosa, município pertencente à região do norte goiano, perceberam, na produção e agroindustrialização do açafrão (corante e condimento), uma alternativa econômica diante de um quadro de crise de reprodução da agricultura familiar na região. Todavia, às novas possibilidades se juntavam outros impasses: inseridos na cadeia produtiva, os agricultores se submetiam à dominação social e à exploração econômica das indústrias compradoras e, especialmente, de agentes intermediários na comercialização do produto.

Incentivados e apoiados por instituições e entidades sociais variadas, os produtores de açafrão de Mara Rosa decidiram reagir, por meio da organização coletiva, criando, em 2003, a Cooperativa dos Produtores de Açafrão de Mara Rosa (Cooperaçafrão). A Cooperativa constituiria uma estratégia de "empoderamento" dos agricultores, conferindo-lhes melhores condições de produção e uma maior capacidade de intervenção nas conflituosas negociações com comerciantes locais e indústrias. Os objetivos eram eliminar intermediários na cadeia produtiva do açafrão e, no limite, assumir o papel de processar industrialmente o produto.

Com a intenção de analisar essa experiência cooperativista, como instrumento de inserção de agricultores familiares no agronegócio do açafrão, o texto aborda, em perspectiva histórica, a gênese e o crescimento do agronegócio do produto na região. Posteriormente, analisam-se as relações sociais conflituosas tecidas pelos agentes sociais participantes da cadeia de produção, expondo-se as dificuldades enfrentadas pelos agricultores, em especial pela ação de agentes intermediários envolvidos na comercialização. Finaliza-se, interpretando a criação da Cooperaçafrão como uma experiência social instituidora de "capital social", enquadrada no que se tem designado como "cooperativismo solidário" e que tem

como perspectiva viabilizar a reprodução social e econômica de agricultores familiares na cadeia produtiva do açafrão.

### GÊNESE E ESTRUTURAÇÃO DO AGRONEGÓCIO DO AÇAFRÃO EM MARA ROSA – GOIÁS

O estabelecimento de agricultores familiares em Mara Rosa está, originalmente, ligado ao fluxo migratório dirigido a Goiás, impulsionado pela chamada "Marcha para o Oeste", ao longo dos anos 1940. Essa geopolítica de integração nacional, formulada e operacionalizada pela ditadura estadonovista de Getúlio Vargas (1937-1945), visava a ocupar e integrar áreas consideradas despovoadas do "sertão brasileiro" ao processo econômico nacional. A Colônia Agrícola Nacional de Goiás (CANG), fundada em 1941 e que constitui a origem do atual município de Ceres, foi uma das ações mais significativas desse processo. A Colônia se propunha a fixar agricultores em pequenos lotes de terra, formando uma agricultura de base camponesa na região.

O rápido esgotamento da capacidade de assentamento na CANG fez com que massas crescentes de trabalhadores rurais que para lá afluíam se deslocassem para o meio-norte goiano, em busca de terras devolutas (frente de expansão), dando gênese a um campesinato em regime de posseamento. Todavia, gradativamente, esse padrão de ocupação fundiária foi sendo sobrepujado pelas formas de apropriação capitalista da terra (frente pioneira), estimuladas pela construção da Rodovia Transbrasiliana (BR 153), ao longo da década de 1950, que resultou na valorização da terra. Gradativamente, uma cartografia dominada pelo latifúndio pecuarista se desenhava na região.

Nesse novo quadro fundiário, os pioneiros posseiros passaram a enfrentar novos constrangimentos, no que diz respeito ao acesso à terra. Ao tradicional regime de posse, sucediam a parceria e o arrendamento como formas de apropriação da renda capitalista fundiária. Ao se instalarem nas novas terras, os agricultores praticavam uma típica economia camponesa de excedentes, pois "a comercialização era reduzida, dado que se compravam em Anápolis os produtos mais necessários como sal, querosene, ferramentas e tecidos, e vendia-se arroz, a principal produção" (Guimarães 1988).

O caráter mercantil da produção camponesa regional cresceu, à medida que o próprio Estado de Goiás se articulava à economia nacional, como produtor de alimentos, a partir dos anos 1950. Essas transformações estruturais provocaram o desdobramento de novas relações sociais, denotadas, sobretudo, pelo fortalecimento da figura do comerciante, visto que a produção agrícola passava a ser canalizada para os mercados, por meio de agentes intermediários. O comerciante intermediário rapidamente conquistou um lugar de destaque na economia regional, tanto do ponto de vista do prestígio social, quanto econômico. Ao adquirir as mercadorias junto aos produtores e encaminhá-las para os locais de transformação/consumo, os comerciantes constituíam-se em agentes imprescindíveis de uma cadeia produtiva em estruturação: "Os cerealistas compravam o arroz do agricultor, a preço baixo, no período de safra e o vendiam na entressafra, de forma que os aumentos de preço do produto não chegavam ao lavrador, beneficiando apenas o intermediário" (Borges 2000). Elos necessários, os intermediários passavam a se apropriar de parcela importante do excedente econômico gerado pelos camponeses, configurando uma relação de dependência/subordinação/exploração.

Em paralelo a esse desenvolvimento predominante das lavouras de arroz e milho, alguns pequenos agricultores, provenientes de Minas Gerais, no final da década de 1940, descobriram, nas matas das beiras dos córregos e do Rio do Ouro, no distrito de Amaro Leite (atual município de Mara Rosa, então vinculado a Uruaçu), o açafrão, uma planta que proliferava, de forma espontânea na região, supostamente introduzida por garimpeiros, no período da mineração, em meados do século XVIII. Assim sendo, uma nova fonte de renda era possibilitada aos camponeses, pela exploração extrativista do açafrão, reproduzindo os mecanismos tradicionais de uma economia de excedentes e ratificando o caráter de dependência/exploração das relações tecidas com os agentes intermediários de comercialização.

Assim que o açafrão foi encontrado, os próprios agricultores entraram em contato com um cerealista de Anápolis, que se incumbiu de levar as primeiras colheitas do produto para outras cidades do norte goiano e fazer sua comercialização. Inicialmente, a exploração era puramente extrativista e somente começou a tomar vulto, como atividade organizada,

quando se criou um vínculo formal entre intermediários e quando os fazendeiros da região permitiram a comerciantes e camponeses fazer a coleta do produto em suas propriedades, visando à limpeza dos pastos. Nesse momento, portanto, o açafrão era fonte de renda para alguns e problema sanitário (planta invasora dos pastos destinados à pecuária) para outros.

Um sistema de relações começou a se estruturar entre os elementos envolvidos no processo de produção/comercialização do produto, na região. Entre produtores e intermediários, se (re)produziam relações de dependência e exploração, pelo fato de ser o intermediário o único agente comprador do produto, configurando um mercado monopsônico, no qual "os produtores em geral ficavam na dependência e como tomadores de preços" (Reis 1997).

Para os agricultores, o açafrão era, naquele contexto, uma atividade incipiente e marginal, que ocupava o tempo disponível da mão-de-obra familiar, na época da entressafra das culturas agrícolas. O produto extrativista era considerado meramente um eventual acréscimo de renda para os camponeses. Contudo, gradativamente, o produto tornou-se importante estratégia de reprodução social e econômica de agricultores familiares da região.

A estruturação histórica do agronegócio do açafrão no município tem um marco fundamental, ao se transformar de atividade extrativista em cultura agrícola racionalmente organizada. Esse processo está vinculado à expansão do mercado do produto, "quando comerciantes e processadores de corantes de São Paulo começaram a se abastecer em Mara Rosa, deixando de comprar o similar importado" (Marinozzi 2002). A preocupação com a melhoria das condições de produção, principalmente no processamento do açafrão, se deu em função de os comerciantes intermediários e as empresas de corantes terem conquistado o mercado das grandes indústrias alimentícias (Maizena e Nestlé, em particular), que passaram a adquirir o produto e utilizá-lo como matéria-prima no seu processo industrial. O agronegócio do açafrão ganhava, então, significação econômica.

O fato de a cultura do açafrão demandar uma área relativamente pequena na propriedade e ocupar mão-de-obra em período relativamente pequeno do ano agrícola reforça o caráter de exploração familiar da atividade, pois permite o desenvolvimento de um

sistema produtivo de natureza policultural, conciliando os objetivos de geração de renda monetária (pela venda de excedentes de produção, especialmente arroz, milho, leite e do próprio açafrão) e de segurança alimentar, pela prática de outras culturas destinadas, prioritariamente, à subsistência da própria família.

Com a expansão das atividades relacionadas à cultura do açafrão e o surgimento de vários agentes em torno de um negócio que atingia uma determinada significação social e econômica na região, um conjunto de relações também se desdobrava, em função dos conflitos de interesse de cada parte inserida nesse processo de integração econômica. O açafrão atingia, progressivamente, contornos de uma cadeia produtiva, o que implicava no desenvolvimento de relações sociais mais complexas, envolvendo uma diversidade de atores sociais: produtores, intermediários, processadores e indústrias. Ou seja, os agricultores se viam desafiados a se inserir numa teia de relações cada vez mais diversificada e, sobretudo, cada vez mais contraditória e desafiadora.

#### CONFLITO E DOMINAÇÃO: AS CONTRADITÓRIAS RELAÇÕES TECIDAS NA CADEIA PRODUTIVA DO AÇAFRÃO

Segundo relatos colhidos de produtores e comerciantes de açafrão de Mara Rosa, o negócio do açafrão no município evoluiu de um estágio inicial, onde a compra do produto era feita exclusivamente por um único intermediário, até os dias atuais, quando uma intrincada rede de relações interliga contraditoriamente os interesses de uma multiplicidade de agentes sócio-econômicos: vão se complexificando os vínculos, não apenas entre produtores e comerciantes, mas também entre comerciantes e indústrias de corantes e alimentos e entre estas e os primeiros.

Hoje, segundo Marinozzi (2002), existe uma demanda que orienta e regula a expansão do mercado de açafrão. Esse crescimento está ligado, em especial, ao aumento da demanda por curcumina, um corante natural encontrado no açafrão e que vem sendo crescentemente utilizado pelo setor industrial alimentício, como substitutivo de corantes artificiais, em resposta a uma tendência de preferência dos consumidores por produtos naturais. Ratificam esse processo as recentes mudanças na legislação, que impõem restrições ao uso de corantes artificialmente

produzidos em alimentos e o aumento do consumo de produtos finais, em que a curcumina entra como aditivo. Todos esses fatores pressionam as empresas de corantes e de alimentos e essa pressão é redirecionada para a ponta da cadeia produtiva, impondo aos produtores a procura por outros padrões de qualidade exigidos por essa demanda de mercado:

"[...] a indústria passa a entender os produtos agrícolas como meros insumos, sendo assim transformados em simples ingredientes intercombináveis, ficando mais exigente em qualidade e homogeneidade nas características dos produtos e podendo negociar um melhor preço para os seus interesses [...] a produção agrícola passa a ficar à mercê das exigências particulares dos processos de industrialização [...]" (Presno 2001).

Desde o início do processo de produção de açafrão na região, o preço do produto não é controlado nem pelos agricultores e nem mesmo pelos comerciantes locais. Segundo comerciantes intermediários, quem define esses preços são as empresas alimentícias compradoras e até o mercado externo:

"Esse preço vem de lá [...] eu não participo dessa cotação de preço. Isso é de acordo com o mercado interno e, muitas vezes, eles [as indústrias] baseiam no mercado externo. Então eu só sei de preço quando é maio ou junho, eles passam pra mim: 'A safra esse ano vai ficar assim'" (comerciante entrevistado em janeiro de 2007).

Em contrapartida, os agricultores afirmam que o preço do produto, antes da criação da *Cooperação Açafrão*<sup>1</sup>, era definido entre os compradores intermediários que atuam no município, sem a sua participação e sem a opção de outra forma de comercialização. Em contradição com a discursividade produzida pelos comerciantes, os produtores de açafrão não imputam à indústria a capacidade de impor preços considerados insatisfatórios, mas aos comerciantes, porque é com estes que eles negociam. O "mercado", na perspectiva dos agricultores, não é uma abstração, um processo econômico de oferta e procura de caráter impessoal, mas uma materialidade representada pela figura conhecida do comerciante local. Seus discursos revelam a compreensão de que

<sup>1</sup> - A história do agronegócio do açafrão no município, construída pelos agricultores em seus depoimentos orais, está estruturada em torno de dois marcos temporais: "antes da Cooperativa", tempo matizado pelos traços negativos da exploração e da dependência em relação aos comerciantes, e "após a Cooperativa", tempo construído pelas marcas positivas da autonomia, independência e melhoria das condições de renda.

é o comerciante local o promotor de relações que limitam a capacidade de geração de renda dos agricultores e impõem formas de exploração, subordinação e dependência. Para eles, se o comerciante local é, por um lado, uma necessidade imposta pela incapacidade circunstancial de atingir diretamente o mercado consumidor representado pelas indústrias, por outro, é também uma limitação e alguém que, no plano ideal, deveria ser eliminado da cadeia de produção do açafraão:

"O 'atravessador', ele estipula o preço, e aí a gente tá com a mercadoria pronta para vender, aí ele fala: 'eu pago tanto'. E aí você é obrigado a vender, porque você não pode ficar com aquilo ali empatado" (agricultor e associado da Cooperaçafraão entrevistado em setembro de 2006);

"[...] sempre nós vendia para o 'atravessador', não tinha 'escapula'. O 'atravessador' punha o preçinho dele e você era obrigado a cair do jeito que ele queria, não tinha jeito de escapular, porque eles atravessavam, eles combinavam, aliás, eles combinam, os 'atravessadores' até hoje eles combinam o preço que eles quer. Então eles 'estabiliza' o preço" (agricultor e associado da Cooperaçafraão entrevistado em setembro de 2006).

Outra forma de os comerciantes intermediários firmarem seu domínio sobre os produtores na cadeia produtiva do açafraão era financiando parte do processo produtivo, principalmente a colheita, fazendo adiantamentos de certas quantias para o produtor, uma vez que o mesmo, anteriormente à criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), não tinha nenhuma fonte de recursos para custear a produção. Mesmo depois do surgimento das linhas de crédito do Pronaf, a partir de 1996, a procura e a concessão de recursos em Mara Rosa foram relativamente pequenas e os intermediários continuaram a financiar boa parte dos produtores (Coimbra 2005):

"Tem um pessoal aí que adianta agora na planta, já adianta para receber na colheita, na próxima colheita. O 'cabra' [o agricultor] já fica com aquilo pendurado na orelha: 'Eu tenho que trabalhar para pagar aquele dinheiro emprestado'" (agricultor e associado da Cooperaçafraão entrevistado em setembro de 2006).

Esse quadro de exploração/dominação, configurado nas relações estabelecidas entre produtores familiares e comerciantes intermediários,

contribuía para reproduzir comportamentos econômicos e práticas tecnológicas que pouco estimulavam processos de inovação necessários a uma inserção competitiva na cadeia de produção. Analisando-se a situação dos agricultores familiares açafroeiros de Mara Rosa, observa-se que muitos ainda desenvolvem suas atividades produtivas e comerciais, ancorados em comportamentos tradicionais, com técnicas de produção baseadas em costumes empíricos, calcadas no "saber-fazer". São pequenos empreendimentos, que apresentam baixos índices de produtividade, dotados de mínimas condições produtivas, com práticas de cultivo quase artesanais e uma infra-estrutura deficiente para o processamento do produto (Milhomem & Teixeira 1999).

Outro problema observado era a baixa capacidade de mobilização coletiva dos produtores para resolverem seus problemas, tanto de produção, quanto de comercialização e beneficiamento (Marinozzi 2002). Em contrapartida, os outros integrantes da cadeia, produtores-comerciantes, comerciantes intermediários e empresas, já possuíam uma relativa organização, ainda que não formalizada, que resultava numa espécie de "acordo" para manter a condição de dominância nas relações tecidas com os agricultores.

Essa multiplicidade de elementos contribuintes à reprodução de relações de dominação/exploração se constituiu, num dado momento, em condição social indutora à organização dos produtores de açafraão de Mara Rosa. Preteridos no processo de modernização da agricultura, sem acesso a recursos técnicos e creditícios, órfãos de ações assistenciais dos governos, esses agricultores familiares "se percebem como excluídos das políticas de Estado e sujeitos a uma crescente pauperização e degradação das suas condições econômicas e passam a articular mecanismos capazes de impor obstáculos à marginalização social que estão submetidos" (Caume 1992).

Se do ponto de vista material e econômico a situação desses agricultores familiares era desfavorável, a estratégia mais viável seria, então, transformar as práticas no plano comportamental. O desafio era, portanto, construir um trabalho de dimensão coletiva, potencializando laços tradicionais de solidariedade, na perspectiva de instituir capital social (Durston 2003), por intermédio da organização coletiva de caráter cooperativo.

## COOPERAÇÃO AÇAFRÃO: UMA EXPERIÊNCIA DE SOLIDARISMO COOPERATIVO EM CONSTRUÇÃO

Estudos realizados por diversas instituições (UFG, Agência Rural-GO, Secretarias de Agricultura e de Indústria e Comércio do Estado de Goiás e Sebrae-GO), sobre as condições de produção do açafrão em Mara Rosa, mostraram que o principal empecilho à viabilização econômica dos agricultores era sua marcante falta de articulação e organização. Eles produziam individualmente e vendiam o produto de seu trabalho a agentes intermediários, que praticamente detinham o monopólio das informações de mercado. Existia uma organização, mas "era a organização dos 'atravessadores' que ganhavam [...], poucos que ganhavam muito", no dizer de um agricultor.

A estratégia pensada para enfrentar essa situação de dificuldades de reprodução sócio-econômica foi a organização dos produtores, visando a contrabalançar o poder dos intermediários. Ou seja, uma estratégia de caráter coletivo, que lhes conferisse uma maior participação no processo produtivo e de comercialização, com poder de decidir como e a quem vender o produto de seu trabalho e de usufruir dos benefícios gerados (Ammann 1978).

Todavia, o diagnóstico de uma situação de exploração/dominação, no interior da cadeia produtiva açafroeira, e a conseqüente necessidade de organização coletiva não podem ser analisados sob uma perspectiva científica ingênua e de viés voluntarista. Esse processo não decorre simplesmente de uma "tomada de consciência" dos agricultores, que supostamente despertam para um determinado estado de coisas que lhe era desfavorável. Constitui resultado de todo um trabalho discursivo e não-discursivo, concebido e operado por instâncias externas à cadeia produtiva (sobretudo técnicos ligados à UFG, Sebrae, Agência Rural-GO e Secretarias de Agricultura e Indústria e Comércio do Estado de Goiás).

Das diferentes proposições formuladas pelas instituições de apoio ao agronegócio do açafrão em Mara Rosa, aquela que ganhou corpo foi a de formalizar uma organização dos produtores familiares, por meio de uma entidade que não apenas potencializasse processos de geração e apropriação de renda, mas que, igualmente, representasse seus

interesses no interior da cadeia produtiva e no tecido sócio-político municipal e regional. Numa perspectiva sociológica proposta por Touraine (1973), essa entidade teria como prerrogativa agir sobre o sistema político e regular as relações de classe na sociedade local, permitindo, nesse caso, uma regulação das relações entre os produtores de açafrão, compradores intermediários e as empresas de corantes e indústrias alimentícias, contribuindo para incrementar a participação sócio-política e uma inserção competitiva no mercado.

É nesse contexto que é fundada, em 2003, a Cooperaçãfrão. Seu papel seria permitir tanto uma maior participação dos agricultores nos processos de decisão política, a nível local, quanto representar um efetivo instrumento de reação aos mecanismos de exploração econômica, operados por comerciantes intermediários na cadeia produtiva. Em última instância, sua missão seria criar melhores condições de reprodução social e econômica para os agricultores familiares produtores de açafrão, no município de Mara Rosa.

Para se chegar à fundação da Cooperativa, foram necessárias várias ações das instituições envolvidas no processo, com a participação dos produtores de açafrão e de representantes da sociedade local. Assim, foram realizadas reuniões, seminários, cursos de capacitação técnica e administrativa, além de visitas a feiras e empresas do setor alimentício, entre outras experiências cooperativistas. Esse conjunto de práticas discursivas e não discursivas, concebidas e operadas pelas agências externas, visou a estimular, entre os produtores, um processo de aprendizagem, via participação, buscando aumentar a capacidade dos produtores de construir objetivos próprios e produzir formas para atingi-los. Os representantes das instâncias externas acreditavam que somente os próprios produtores de açafrão conheciam os problemas que enfrentavam e poderiam conceber as formas de resolvê-los, mudando a sua historicidade, como afirma Touraine (1999).

Um exemplo concreto de que a criação da Cooperaçãfrão representou uma alteração significativa, no jogo de forças entre os diferentes agentes econômicos da cadeia do açafrão no município, foi o estremecimento nas relações entre produtores e comerciantes intermediários. O fomento da organização coletiva propiciou aos agricultores um

relativo "empoderamento" (Durston 2003), abalando a correlação de forças existentes no município e provocando um ajuste de posições e práticas sociais. Sentindo-se confrontados, os intermediários engendraram ações reativas de caráter "punitivo" aos produtores.

Os comerciantes passaram a ameaçar a não mais conceder adiantamentos de recursos financeiros, necessários à colheita do produto (prática costumeira anterior à criação da Cooperativa). Um produtor entrevistado relatou que, quando foi "contratar" a venda do produto com um dos compradores intermediários do município, este lhe garantiu: "Se eu soubesse que você tava nisso [a Cooperativa], não tinha arrumado um centavo". Outros mecanismos de resposta foram acionados, como a tentativa de desqualificar os objetivos da Cooperaçafirão, ao propor, circunstancialmente, preços superiores àqueles oferecidos pela Cooperativa. Essa ação visava, no plano simbólico, a emular práticas oportunistas dos associados (Presno 2001) e enfraquecer os valores de solidarismo e união que deram origem ao empreendimento cooperativo:

"Teve até comigo mesmo, teve isso aí. Eu tinha mil quilos de açafrão cozido, que era para passar para a Cooperativa. O 'cabra' [intermediário] foi lá [...] chegou para me pagar mais, só que eu não vendi. [...] Então pagaria melhor um pouquinho, porque eu era da Cooperativa, eu ia vender pra ele e ele ia falar que eu tava traíndo a Cooperativa" (agricultor e associado da Cooperaçafirão entrevistado em setembro de 2006).

A falta de recursos financeiros foi outro problema que dificultou a implantação e expansão da Cooperativa, não apenas na fase inicial de estruturação, mas até os dias atuais. Para contornar essa questão, seus associados resolveram implantar uma lavoura comunitária de açafrão, em regime de mutirão (uma prática costumeira do campesinato da região). A finalidade da "lavoura comunitária" é propiciar à Cooperativa uma espécie de lastro, uma garantia em futuras negociações, formando uma espécie de fundo, que dê segurança aos associados:

"A idéia de plantar uma lavoura era para levantar um capital, para nós comprar o nosso terreno [...] ter um capital pra garantia, até mesmo pra negócio [...] para poder fechar um negócio antecipado, devido aos produtores não acreditarem, não serem acostumados a vender a produção juntos. Então, a

idéia da lavoura seria pra fazer um contrato: se os produtores achassem que não convinha, nós entregávamos o açafrão da Cooperativa, se eles achassem que fosse viável, a gente deixava o da Cooperativa e entregava o deles, pra começar a negociar o dele, pra começar a negociar junto" (agricultor e associado da Cooperaçafirão entrevistado em outubro de 2006).

Outra importante decisão tomada foi a inclusão, no estatuto social da Cooperaçafirão, do dispositivo que cria o Conselho de Identificação Geográfica para o Açafrão. O objetivo desse Conselho é certificar a origem do produto agrícola, exigência do Ministério da Agricultura. Sua composição é de natureza mista, incluindo representantes da Cooperativa e de outras entidades ligadas à atividade agrícola, entre elas o Ministério da Agricultura e as Secretarias Estadual e Municipal de Agricultura. A existência do Conselho cria, para a Cooperativa e para os produtores de açafrão de Mara Rosa e região, condições favoráveis de inserção no mercado, pois, com a comprovação da origem, terão vantagens no desenvolvimento e criação de uma marca ligada a um determinado espaço geográfico (por exemplo, o "açafrão de Mara Rosa"). Ricardo Abramovay aponta potenciais vantagens decorrentes da construção de uma marca, na medida em que "setores sociais que souberem valorizar os atributos de sua localização têm mais chances de desenvolvimento que os ligados a mercados anônimos e indiferenciados" (Abramovay 1999).

Paralelamente a essas iniciativas de caráter participativo, alguns estímulos concretos foram surgindo e, de certa forma, fortaleceram a união do grupo de produtores. Em 2003, o município de Mara Rosa foi contemplado com financiamento para a construção de uma agroindústria para o processamento de açafrão, com recursos do Pronaf Infra-estrutura. Esse processo igualmente revela a capacidade da Cooperativa para atingir um de seus objetivos, que é o de influir politicamente nos espaços de decisão constituídos a nível municipal. Materializa-se o poder dos açafroeiros (por meio da Cooperativa) em intervir no jogo de forças sociais presentes no Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS) de Mara Rosa, que tem a função de definir as prioridades da agricultura familiar no município, em termos de infra-estrutura e serviços públicos. Mostra, de forma clara, o "empoderamento"

dos produtores de açafrão na conflitiva arena de definição e operacionalização das políticas públicas.

O projeto previa que, após a conclusão da obra e montagem do empreendimento agroindustrial, o gerenciamento seria feito por uma entidade representativa dos produtores de açafrão (Sebrae-GO 2005). No final de 2006, a Cooperaçafrão foi oficializada, por meio de um contrato de comodato com a Prefeitura Municipal, como responsável pela gestão da agroindústria. Isso mostra, novamente, a legitimação da Cooperativa, no espaço político municipal, como efetiva forma de representação dos interesses dos produtores de açafrão.

Além dessa inserção nos espaços de decisão política, a Cooperativa se propõe também a criar condições de crescimento da renda dos seus associados. Nesse aspecto, a Cooperaçafrão, com pouco tempo de funcionamento, já produziu resultados econômicos que seus próprios associados começam a dimensionar. Os ganhos materiais que surgem dão a entender que as coisas estão caminhando, "tá engatinhando", como afirmou um agricultor. E a primeira vantagem que todos os associados propagam é que a Cooperativa possibilita a obtenção de um preço pelo açafrão superior àquele que receberiam se o produto fosse vendido a um comprador intermediário. Estudos atestam que, efetivamente, "a criação da cooperativa em Mara Rosa provocou um aumento imediato nos preços pagos aos produtores locais, em cerca de 45%" (Bartholo et al. 2005).

Em 2005, foi realizada a primeira venda em conjunto do produto. Nessa transação, quando foi comercializado o açafrão de apenas alguns associados, obteve-se um acréscimo de mais de 40% sobre o preço que os comerciantes intermediários estavam pagando naquele ano. Em 2006, uma outra negociação foi efetivada, com autorização prévia, pelos associados de venda do produto, a partir da obtenção de R\$ 3,00 por quilograma de açafrão. A Cooperativa conseguiu vender o produto para uma empresa de corantes, em São Paulo, a R\$ 3,60 o quilograma, materializando ganhos de renda que são percebidos e valorados pelos próprios agricultores:

"Através da Cooperativa não teve como os atravessadores botar o preço no açafrão bem baixo, igual o ano passado [2005] que eu cheguei a vender açafrão até de R\$ 1,50 por quilo. Porque hoje, agora tá chegando outubro [2006], ainda tem alguém pagando R\$ 2,60, R\$ 2,70, mas o preço da

Cooperativa, eles tão pagando um açafrão bem asseadinho, bem beneficiadinho, eles tão pagando a R\$ 3,60. Quer dizer, tá acima do preço dos 'atravessadores'" (agricultor e associado da Cooperaçafrão entrevistado em setembro de 2006);

"Em 2005, nós fizemos o primeiro negócio, nós vendemos a R\$ 3,30, enquanto eles [os intermediários] estavam pagando R\$ 2,30. Nós [a Cooperativa] passamos para o produtor R\$ 3,30. Este ano [2006], nós vendemos a R\$ 3,60. Com o desconto da porcentagem da Cooperativa, saiu a R\$ 3,40 e o 'atravessador' tá pagando R\$ 2,30!" (agricultor e dirigente da Cooperaçafrão entrevistado em outubro de 2006);

De acordo com informações da diretoria comercial da Cooperaçafrão, nos anos de 2006 e 2007, foram comercializados, por intermédio da Cooperativa, aproximadamente 48 mil quilogramas de açafrão seco, com uma movimentação média anual de cerca de R\$ 155.000,00. O preço médio de venda foi de R\$ 3,22 por quilograma do produto.

Os números apresentados, à primeira vista, parecem inexpressivos. Contudo, correspondem ao produto inicial de uma ação coletiva, pois os produtores de açafrão não estavam acostumados a negociar volumes maiores do produto, visto que suas lavouras possuem, em média, cerca de dois hectares de área e obtêm uma produtividade média de dois mil e trezentos quilos por hectare de açafrão seco. Para a safra de 2007, segundo a diretoria comercial da Cooperaçafrão, conforme sondagens realizadas junto aos associados, a expectativa é de se comercializar duzentos mil quilos de açafrão seco, quadruplicando o volume do produto até então negociado pela Cooperativa.

Segundo Coimbra (2005), em Mara Rosa, os comerciantes intermediários sempre tiveram domínio do mercado do açafrão, ao monopolizarem a comercialização e manipularem as informações sobre o preço do produto, repassando aos produtores preços abaixo dos realmente praticados no mercado. Essa prática permitia aos comerciantes elevarem suas margens de lucro. Porém, essa situação passou a ser revertida, a partir do momento em que a Cooperaçafrão começou a realizar a comercialização do açafrão de seus associados, conseguindo melhores preços para o produto do que os preços pagos pelos comerciantes intermediários e imprimindo relativa regulação de mercado:



"Eles [compradores intermediários] melhora-vam um pouco [...]. Se o produto tiver melhorzinho, um pouquinho de qualidade, um pouquinho melhor, eles tão pagando até R\$ 2,50" (agricultor e associado/dirigente da Cooperaçafirão entrevistado em outubro de 2006).

Esse fenômeno indica que a Cooperativa, que gera dividendos econômicos aos seus associados, está contribuindo também com outros produtores de açafirão, na medida em que os preços por ela praticados acabam desempenhando um efeito regulador sobre o mercado do produto na região.

Outro empecilho que se apresentava aos produtores era a precariedade de conhecimento do mercado à medida que crescia a exigência de se produzir, em atendimento a uma específica demanda. As informações obtidas pelos agricultores eram restritas. No máximo, os agricultores se limitavam a saber o preço que os compradores intermediários pagavam pelo produto, numa determinada safra:

"À exceção dos produtores comerciantes e de atravessadores que já mantêm relacionamentos estreitos com a indústria e atacadistas, os demais produtores de Mara Rosa não conhecem o mercado consumidor de seu produto, não estabelecem contato com os compradores (atuais e potenciais) e, por isso, não têm certeza da demanda, ou seja, temem que a cada safra, não haja compradores para seu produto" (Coimbra 2005).

Esse foi um dos motivos pelos quais se deu início ao processo de organização dos produtores, que convergiu para a fundação da Cooperaçafirão. Uma das primeiras iniciativas da Cooperativa foi procurar conhecer e produzir informações sobre o mercado de açafirão na região e no país. Com essa finalidade, os associados participaram de várias feiras de produtos alimentícios, visitaram empresas de corantes e indústrias de alimentos, mantiveram contatos e trocaram experiências com outros componentes da cadeia produtiva do açafirão. No afã de conhecer o mercado e de manter um relacionamento com outras entidades da cadeia do açafirão, um grupo de associados integrou uma comitiva que foi a São Paulo, visitar as empresas de corantes e estabelecer possíveis negociações de futuras safras de açafirão. O aprendizado propiciado pela viagem permitiu aos associados ampliar a visão a respeito do mercado de açafirão, suas dimensões e estratégias que precisam adotar para cumprir os objetivos da Cooperaçafirão.

Esse comportamento empresarial e adequado às condições de mercado é uma necessidade, mesmo para uma organização de cunho cooperativista:

"[...] os agricultores – e suas organizações, bem entendido – cada vez mais precisam saber qual é o seu cliente, em que nicho de mercado vão inserir seus produtos, a que demanda da sociedade serão capazes de responder. Em suma, sua afirmação econômica não está mais apenas da porteira para dentro, mas supõe um profundo conhecimento do mercado com o qual se relacionam" (Abramovay 1999).

Outro desafio que se colocou à Cooperativa foi estabelecer estratégias de marketing e divulgação do produto. Nessa perspectiva, foram criados uma logomarca da Cooperativa e um selo para caracterizar o "açafirão de Mara Rosa", numa estratégia de diferenciação de mercado, valorizando "os atributos de sua localização" (Abramovay 1999). Essa estratégia desencadeia um processo que tem não apenas dimensões econômicas, mas também simbólicas. Os produtores de açafirão de Mara Rosa falam com orgulho do produto com que trabalham, pois a atividade que um dia já foi marginal, "praga de pasto", exercida só por "mulheres e crianças" e por quem "não tinha outra coisa pra fazer", hoje é componente fundamental da reprodução econômica. Ser produtor de açafirão passou a ser um qualificativo social na região.

O cooperativismo e a união dos produtores de açafirão em Mara Rosa são um projeto em construção, um projeto que ainda está "engatinhando", como bem disse um agricultor. Contudo, gradativamente, ele vai ganhando força e vai mostrando para os associados que é uma estratégia que pode dar significativos resultados econômicos, políticos e simbólicos.

É possível vislumbrar, nas representações dos produtores, o que a experiência associativa representa, conferindo-lhes um relativo poder de intervenção no mercado do produto. Percebem-se como portadores de novos saberes, antes estranhos (componentes do agronegócio açafroeiro, estratégias de mercado, fixação de preços...), e, por isso, potencialmente capazes de conquistar novas posições no interior dessa cadeia produtiva.

Nos relatos orais tecidos pelos agricultores, percebe-se, nitidamente, que a Cooperativa lhes abriu um horizonte de possibilidades. Em suas represen-

tações, projeta-se (ainda que idealmente) um tempo histórico diferente (valorativamente percebido como promissor), que se opõe a um tempo passado, desqualificado como sendo de sofrimento e penúria. A Cooperativa é construída em suas representações como uma estratégia de passagem entre esses tempos:

"Eu acho que antes da Cooperativa a gente sofria muito, porque na verdade a gente tinha de comer o que eles [os intermediários] davam para a gente. A gente não tinha capacitação de procurar um mercado fora; hoje não, já tem vários contatos com várias empresas [...] porque se não chegar nos empresários lá fora, nós vai cair nas mãos dos 'atravessadores'" (agricultor e associado/dirigente da Cooperaçãfrão entrevistado em out. 2006).

Por meio da Cooperaçãfrão, os agricultores, em laços de confiança, solidariedade e afinidade de interesses, buscam uma forma de "poder-agir na economia", podendo a Cooperativa ser analisada como uma experiência do que se tem chamado de "cooperativismo solidário" (França Filho & Laville 2004). A Cooperaçãfrão se quer diferenciar das práticas do designado "cooperativismo empresarial", não apenas pelo tamanho do quadro social, mas, sobretudo, pela adoção de formas de gestão participativas e democráticas. Pelo fato de ser uma cooperativa de porte relativamente pequeno, congregando, atualmente, em torno de quarenta associados, criam-se melhores condições potenciais de participação de todos os associados nos processos de tomada de decisão. Essa participação acentuada pode ser observada não apenas na assídua presença em reuniões e assembléias, mas em todas as atividades promovidas pela Cooperativa. Pode-se perceber o compromisso com um projeto coletivo em construção, não apenas dos dirigentes, mas de todos os associados, que assumem a Cooperativa como algo seu.

Nessa perspectiva, a Cooperaçãfrão, ainda que tenha uma origem bastante ligada à intervenção de instituições externas aos produtores, tem contribuído para a edificação de capital social entre seus associados. A Cooperativa tem propiciado o fortalecimento de relações de confiança, de cooperação e de solidariedade entre seus membros, contribuindo para a transformação de padrões de conduta tradicionais que constituíam obstáculos a uma inserção mais ativa nas relações entre os diversos componentes da cadeia produtiva do açãfrão na região.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de sua breve existência, a história da Cooperaçãfrão faculta apontar alguns resultados positivos, no que tange às possibilidades de uma inserção competitiva dos agricultores familiares no agronegócio açãfrão. Em especial, é perceptível que o surgimento da Cooperativa implicou numa transformação significativa do mercado. Ela passou a desempenhar a função de regulação de preços do produto na região, possibilitando que os produtores, não mais estritamente dependentes dos comerciantes intermediários, pudessem incrementar sua renda.

É igualmente importante a capacidade da Cooperativa em ampliar as possibilidades de comercialização do produto, na medida em que ela tem articulado negociações diretamente com grandes indústrias que extraem do açãfrão uma substância corante (curcumina), utilizada pela indústria alimentícia. A Cooperativa tem, portanto, propiciado a redução do número de componentes ("atravessadores", na ótica desqualificadora tecida pelos agricultores) da cadeia de comercialização do produto na região, o que propicia aos produtores melhores condições de transação no mercado. Além disso, as mais recentes iniciativas, no sentido da agroindustrialização do produto pela própria Cooperaçãfrão, permitem vislumbrar possibilidades ainda mais promissoras.

Todavia, percebe-se que os dividendos dessa experiência de organização sócio-produtiva não se restringem às dimensões econômicas. O "empoderamento" dos produtores de açãfrão na região extravasa as relações de mercado. Por meio da Cooperativa, eles começam a ocupar espaços de poder nas arenas de decisão no município. Passam, por exemplo, a influir sensivelmente na definição das prioridades de investimento do Pronaf, definidas pelo Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável de Mara Rosa.

É, igualmente, salutar o nível de participação dos associados nos processos de gestão da Cooperativa. Vários estudos apontaram como o chamado "cooperativismo empresarial" se notabilizou pela incapacidade de se criar espaços efetivamente democráticos de tomada de decisão e pela formação de uma elite burocrática diretiva avessa ao controle coletivo. Em que pese o tamanho do empreendimento não ser um fator determinante à participação, o fato

de a Cooperaçãfrão contar com um quadro social relativamente pequeno cria melhores condições ao processo. Percebe-se uma experiência de "cooperativismo solidário" em construção, com o efetivo envolvimento dos associados nos mecanismos gestonários e nas diferentes atividades desenvolvidas. Nas representações discursivas tecidas pelos agricultores, a Cooperativa emerge como uma produção coletiva, como uma construção "nossa", com a qual guardam uma relação de identidade social, e não como uma empresa com a qual eles simplesmente comercializam o produto.

Conciliar esses mecanismos positivos de participação democrática, de produção e reprodução de capital social com uma gestão de caráter empresarial, uma vez que foi concebida para atuar no mercado e garantir a integração competitiva dos produtores familiares no agronegócio do açãfrão, parece ser o instigante desafio que se coloca no futuro próximo da Cooperaçãfrão.

## REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. Agricultura familiar e desenvolvimento territorial. *Reforma Agrária*: Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária, Campinas, v. 28/29, 1999. Disponível em: <[http://www.econ.fea.usp.br/abramovay/artigos\\_cientificos.htm](http://www.econ.fea.usp.br/abramovay/artigos_cientificos.htm)>. Acesso em: 01 jul. 2008.
- AMMANN, S. B. *Participação social*. São Paulo: Cortez e Moraes, 1978.
- BARTHOLO, F. A. F. et al. Processamento da cadeia produtiva do açãfrão: um projeto de mudança de realidade e inclusão sócio-econômica dos produtores familiares de Mara Rosa-GO. *Revista UFG*, Goiânia, n. 1, p. 11-13, 2005.
- BORGES, B. G. *Goiás nos quadros da economia nacional (1930-1960)*. Goiânia: Ed. da UFG, 2000.
- CAUME, D. J. *A construção social de um outro ofício de agricultor: as estratégias tecnológicas de reprodução do campesinato*. 1992. 176 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1992.
- COIMBRA, S. V. *Assimetria de informações e competitividade no arranjo produtivo local do açãfrão em Mara Rosa*. 2005. 80 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócio)-Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2005.
- DURSTON, J. Capital social: parte del problema, parte de la solución, su papel en la persistencia y en la superación de la pobreza en América Latina y el Caribe. In: ATRIA, R.; SILES, M. *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe*: em busca de um nuevo paradigma. Santiago: CEPAL/MSU, 2003.
- FRANÇAFILHO, G. C.; LAVILLE, J. *Economia solidária: uma abordagem internacional*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2004.
- GUIMARÃES, M. T. C. *Formas de organização camponesa em Goiás (1954/64)*. Goiânia: Ed. da UFG, 1988.
- MARINOZZI, G. Estudo da cadeia produtiva do açãfrão (*Curcuma longa* L.) e do sistema produtivo local da região de Mara Rosa/GO. In: UFG. *Estabelecimento de tecnologia para o fortalecimento do agronegócio do açãfrão (Curcuma longa L.) em Mara Rosa-GO*. Goiânia: UFG/CNPq, 2002. p. 83-90.
- MILHOMEM, A. V.; TEIXEIRA, S. M. *Diagnóstico sócio-econômico da produção de açãfrão (Curcuma longa L.) no município de Mara Rosa-GO*. Goiânia: UFG/CNPq, 1999.
- PRESNO, N. As cooperativas e os desafios da competitividade. *Estudos, Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, n. 17, p. 119-144, 2001.
- REIS, A. J. *Comercialização agrícola*. Lavras: Ufla/FAEPE, 1997.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE GOIÁS (Sebrae-GO). *Programa de desenvolvimento local*. Mara Rosa: Sebrae-GO, 2005.
- TOURAINÉ, A. *Crítica da modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- TOURAINÉ, A. *Production de la société*. Paris: Editions du Seuil, 1973.