

Um mercado controlado por intermediários: padrões de qualidade e formas de coordenação das transações em uma região produtora de café em Minas Gerais

Marisa Singulano¹

Resumo

Neste artigo analisamos a organização do mercado de café na região das Matas de Minas desde a desregulamentação na década de 1990. Este mercado é caracterizado pelo controle dos intermediários sobre as formas de coordenação das transações. Analisamos como a diferenciação do café, e consequentemente dos cafeicultores, pela produção de padrões de qualidade específicos gerou novas formas de coordenação. Propomos uma análise desse caso a partir da perspectiva da sociologia dos mercados, enfocando as relações de poder que se estabelecem entre os agentes econômicos e como estas estruturam a comercialização. Assim, estabelecemos uma discussão crítica com a perspectiva alternativa para análise de mercados agroalimentares representada pela Economia dos Custos de Transação.

Palavras-chave: Mercado de café. Qualidade. Desregulamentação.

1 Introdução

Nosso intento neste artigo é refletir sobre a realidade do mercado de café no contexto da liberalização comercial desde a década de 1990, a partir da análise do caso de um mercado na região produtora Matas de Minas². Consideramos os impactos da desregulamentação sobre a produção e a comercialização na região e analisamos de que modo os produtores se adaptaram às transformações institucionais decorrentes de tal fato.

¹ Professora do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Ouro Preto.
E-mail: marisasingulano@gmail.com

² A análise se fundamenta em um estudo de caso conduzido na região das Matas de Minas entre os anos de 2012 e 2014. Nesse estudo foi realizada pesquisa de campo em diversos municípios e comunidades rurais que compõem a região, foram feitas cinquenta entrevistas com produtores, compradores e membros de organizações e foram analisados documentos e legislações referentes ao período, à área da pesquisa e ao setor do café.

Tratamos aqui da dimensão local do mercado, constituída pelas transações entre produtores e intermediários que atuam na compra do café para destiná-lo à exportação ou à indústria. Consideramos as formas de coordenação da distribuição de café nas Matas de Minas, as quais são caracterizadas pela predominância dos intermediários e de que modo estas se rearranjaram no contexto pós-liberalização.

Nesse novo contexto, pode-se dizer que a qualidade se torna um elemento-chave no mercado de café. Observamos que nas Matas de Minas ocorreram importantes mudanças nos âmbitos da produção e do mercado relacionadas a mudanças na qualidade do café. Podemos observar que neste mercado, produtores com traços socioeconômicos distintos, os quais categorizamos por meio de uma tipologia, produzem padrões de qualidade de café específicos, que se destinam a canais de comercialização diferentemente organizados. Assim, tratamos da construção social da qualidade a partir dos processos de diferenciação dos cafés das Matas – especialmente os denominados cafés sustentáveis e cafés especiais –, e sua relação com os nichos de especialidades e o mercado de *commodity*.

Nesse sentido, a “construção social da qualidade” é acionada como uma ferramenta para a compreensão das formas de coordenação das transações no mercado local de café nas Matas de Minas. Tais transações não são definidas apenas em função das assimetrias no estoque de informação disponível aos agentes. Contra a perspectiva da Economia dos Custos de Transação (ECT), a chave analítica proposta para compreender a estruturação deste mercado considera que os padrões de qualidade, em função dos quais se organizam as transações, objetivam relações de poder. Estes padrões são manejados pelos intermediários na comercialização de café *commodity*. O acesso dos produtores a canais de comercialização que sejam mais interessantes de sua perspectiva passa pela construção de novos padrões de qualidade que se sustentam em esquemas específicos de avaliação, suportados por determinados agentes e mecanismos institucionais. De tal modo, procuramos nos posicionar criticamente à perspectiva neoinstitucionalista econômica e nos fundamentamos na discussão da sociologia econômica sobre os mercados proposta por Bourdieu (2005, 2006) e Fligstein (1996, 2001). Acreditamos ainda que os dados apresentados pelo caso que analisamos traz elementos importantes para sustentar uma crítica mais geral à ECT e fortalecer a proposta de uma análise sociológica dos mercados.

2 As mudanças no ambiente institucional do setor do café a partir de 1990

O Instituto Brasileiro do Café (IBC) foi criado em 1952 e extinto em 1990. Durante sua existência, representou a fase de intervenção sistemática do governo na cafeicultura por meio da formulação de um programa político específico para o setor³. Com a criação do IBC, o governo manteve a política de defesa dos preços do café brasileiro no mercado internacional que já vinha sendo desenvolvida, mas buscou também atuar de forma direta em todos os segmentos da cadeia produtiva e comercial do café. O IBC se encarregava de toda a política cafeeira tanto interna quanto externamente. Internamente, as funções do IBC eram a proposição e acompanhamento da política econômica relacionada diretamente ao café. Isso incluía o controle dos preços, o que era feito por meio da definição de preços de garantia e preços mínimos de registro, controle de estoques e das exportações, incluindo a arrecadação da quota de contribuição ou confisco cambial. A política de controle dos preços internos do café é anterior ao próprio IBC e constituiu o cerne da política brasileira de defesa do café durante décadas. Sua existência se justificou pela importância do café para a economia nacional, que foi o principal produto de exportação durante boa parte dos séculos XIX e XX, apesar de ter implicado em altos custos para o governo (BACHA, 1992). Além disso, devido ao fato de que a pesquisa, extensão e crédito para a cafeicultura dependiam direta ou indiretamente da atuação do IBC e este órgão concentrava o planejamento e direcionamento das políticas nestas áreas, havia uma grande integração entre as atividades governamentais de apoio e sustentação para a cadeia do café.

Em 1989, encerrou-se o último AIC, que não foi renovado, sobretudo por pressões de países consumidores, como os EUA. A partir de então, o mercado internacional de café passou a funcionar dentro dos parâmetros liberais, extinguindo-se o sistema de cotas e qualquer participação direta dos Estados sobre o comércio. O IBC foi extinto por meio da Lei Ordinária n. 8029, de 12 de abril de 1990. A extinção do IBC não implicou apenas em uma transferência de competências entre determinados órgãos públicos ou organizações privadas, mas representou uma grande mudança nas relações entre o Estado e

3 O órgão que antecedeu imediatamente o IBC foi o DNC (Departamento Nacional do Café), que foi criado pelo decreto n. 22.452, de 10 de fevereiro de 1933, e extinto pelo decreto-lei n. 9068, de 15 de março de 1946.

os agentes do setor cafeeicultor. A regulação do mercado e a atuação do IBC se situavam no contexto desenvolvimentista e de intervenção direta do Estado na economia. A extinção do órgão se inseriu no contexto de uma mudança radical na concepção das relações Estado-sociedade, não se tratando, portanto, de uma simples transferência de competências. Neste contexto, emergiram novas lógicas que passaram a orientar as formas de coordenação mercantil.

Para tratar deste processo de mudança institucional, especialmente do modo como se reconfiguraram as relações Estado-sociedade, passando do modelo de tutela do Estado, representado anteriormente pela burocracia do IBC, para um novo modelo em que o Estado atua conjuntamente com organizações privadas e da sociedade, acionamos a discussão sobre “autonomia e parceria” e sobre os papéis assumidos pelo Estado no contexto desenvolvimentista, proposta por Evans (2004). Nesse sentido, observamos que as burocracias em geral partiram de um modelo de atuação que poderíamos denominar de “custódio”, conforme a tipologia de Evans (2004), e, especialmente no nível estadual, assumiram uma posição mais próxima do que o autor denomina de “pastoreio” dos setores privados.

Com a extinção do IBC, suas antigas atribuições, que incluíam a pesquisa, a assistência técnica, o crédito, a regulação do mercado interno e da exportação, não foram simplesmente extintas, mas foram em grande parte assumidas por diferentes agentes, tanto burocracias públicas, quanto organizações privadas⁴. As ações nestes setores se reorganizaram então a partir de um Estado que assumiu um novo papel – o de “pastor” do setor produtivo – e de novas formas de relação entre a esfera público-estatal, em diferentes escalas – local, estadual e federal –, e as organizações de representação dos produtores e da sociedade civil. Nesse processo, ocorreu uma separação entre três funções anteriormente articuladas no órgão: ciência e tecnologia, assistência técnica e crédito.

No caso da assistência técnica, esta foi em boa parte assumida pela Ema-ter, mas há atualmente também diversas ações de assistência técnica e extensão rural (ATER) nas Matas de Minas vinculadas a projetos de universidades, desenvolvidas por organizações da sociedade civil e por consultores privados, indústria e comércio de insumos agrícolas. O crédito permaneceu na esfera

⁴ O Decreto 99240/1990 regulamenta o processo de extinção do IBC, vinculando-o ao Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento até sua completa extinção e define a transferência de seu patrimônio.

federal, sendo ofertado aos cafeicultores principalmente a partir de recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira, (Funcafé) e do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), não estando mais articulado aos agentes de ATER, o que era uma característica distintiva da atuação do IBC – crédito orientado e fiscalizado.

As atividades de C&T são desenvolvidas principalmente por universidades – sendo a Universidade Federal de Viçosa (UFV) o grande polo de ciência nas Matas de Minas – e pela Empresa Mineira de Pesquisa Agropecuária (Epamig). O Consórcio Pesquisa Café, coordenado pela Embrapa, tem um papel importante no estímulo e aporte de recursos para as pesquisas em cafeicultura, ainda que estes recursos tenham sido reduzidos nos últimos anos e que algumas áreas do conhecimento sejam privilegiadas, a despeito de áreas importantes para a cafeicultura das Matas de Minas, como os estudos socioeconômicos (RUFINO, 2006).

É importante ressaltar que ainda que o Estado não regule a comercialização de café, sua atuação no setor cafeeiro ainda é de grande importância, na medida em que provê determinados serviços aos produtores que têm efeitos sobre suas condições de produção e, conseqüentemente, sobre o modo como acessam os mercados. Em relação à C&T, à assistência técnica e ao crédito pode-se dizer que é fundamental a atuação do Estado. A oferta pública de tecnologias, informações e crédito, entre outros recursos que sustentam a tomada de decisão dos produtores em seu processo produtivo e na comercialização, é fundamental para mitigar as conseqüências socioeconômicas decorrentes da globalização sobre os pequenos produtores, principalmente, e para reduzir as disparidades entre estes produtores e aqueles de maior porte, bem como as desigualdades regionais.

Portanto, pode-se dizer que com a extinção do IBC foi deixada uma lacuna na coordenação do mercado de café. Este espaço foi processualmente ocupado por outros agentes sociais, tanto órgãos da burocracia pública quanto organizações privadas. Com relação à política cafeeira, houve um esvaziamento ou abandono de muitas ações em um primeiro momento, em seguida houve um processo de descentralização desta política e de maior abertura dos espaços decisórios com o aumento da participação de organizações privadas.

Na esfera federal ocorreu uma cisão da política agrícola entre dois ministérios – o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e o Ministério

da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). A política cafeeira ficou a cargo do MAPA, que assumiu a posição de maior poder no Conselho Deliberativo da Política Cafeeira (CDPC). No entanto, muitas políticas federais, principalmente aquelas destinadas aos agricultores familiares, têm um impacto importante nas Matas de Minas por se tratar de uma região de predominância de agricultura familiar. Algumas destas políticas estão concentradas no MDA, principalmente o Pronaf, mas há também políticas de responsabilidade de outros setores da administração federal de grande importância para a agricultura familiar. É interessante perceber que o governo federal passou a atuar em suporte à agricultura familiar, principalmente, por meio de incentivos mercantis direcionados para o crédito e para a comercialização. Dessa forma, o governo assumiu parte do risco da atividade produtiva ao subsidiar o crédito e criar canais de comercialização suportados pelo próprio Estado, o que foi fundamental para criar condições de competitividade a este segmento de agricultores.

Uma das maiores mudanças decorrentes da extinção do IBC foi a descentralização da política cafeeira, com a consequente abertura de espaço para que os estados e os municípios, bem como agentes privados, assumissem determinadas atribuições na coordenação da cadeia do café. O governo de Minas Gerais assumiu uma posição importante na coordenação do setor e na formulação da política cafeeira para o estado. Os municípios das Matas de Minas, por outro lado, em sua maior parte, não têm ações direcionadas especificamente para a cafeicultura, apesar de esta atividade ser a principal geradora de renda em muitos deles.

As mudanças na atuação do governo de Minas, que passou a direcionar ações e políticas para a cafeicultura e a estabelecer um diálogo mais intenso com organizações de produtores, estiveram relacionadas ao modelo de gestão implementado durante os governos Neves-Anastasia desde 2003 e da participação nos espaços deliberativos criados no governo e na Secretaria de Agricultura de representantes dos produtores de café. A principal política pública estadual para a cafeicultura hoje é o Certifica Minas Café, que consiste em um programa de certificação das propriedades cafeeiras do estado. Sendo a certificação um elemento importante para a diferenciação dos cafés e, consequentemente, para permitir aos produtores acessar canais de comercialização mais vantajosos, o Certifica Minas seria uma forma importante de reduzir

as disparidades entre os produtores tradicionais e aqueles mais modernos no estado. Contudo, o programa tem um alcance limitado, atendendo a uma pequena parcela dos produtores. A burocracia estadual assumiu um papel de “pastoreio” do setor cafeeiro, no entanto, pode-se dizer que os incentivos oferecidos pelo estado são fracos, já que os riscos da inovação produtiva e os custos de adequação da propriedade são assumidos pelos produtores, o que ajuda a compreender as dificuldades de implementação encontradas pelos agentes envolvidos no Certifica Minas.

De modo geral, pode-se dizer que o processo de abertura política e de mudanças na sociedade civil, com maior permeabilidade do Estado e a constituição de espaços de participação e deliberação juntamente com as burocracias públicas, criou incentivos para a formação de organizações de representação política dos produtores. Assim, assistiu-se a partir de 1990 a uma proliferação destas organizações nas diversas regiões do país.

Além disso, houve uma importante mudança no mercado internacional de café desde a liberalização, com a valorização de cafés diferenciados pela qualidade e o aumento das pressões competitivas e incertezas no contexto de um mercado globalizado. Este novo cenário impõe restrições e também oferece estímulos para que os produtores busquem formas de articulação comercial, que se dão principalmente por meio das cooperativas de produção. Igualmente, surgiram novas organizações em regiões onde não havia uma tradição de organização cooperativa, como é o caso das Matas de Minas. As organizações emergentes nas Matas de Minas se situam no contexto institucional mais amplo, relatado anteriormente, mas também são influenciadas pelas condições locais, marcadas pelas características socioculturais da cafeeira nessa região.

Podemos dizer que tanto as mudanças institucionais decorrentes da extinção do IBC quanto as transformações econômicas internacionais condicionaram um novo cenário nas Matas de Minas desde os anos 1990. A região que, tradicionalmente, era identificada pelo baixo nível tecnológico e organizacional e pela baixa qualidade dos seus cafés, passou por um processo de reconstrução de sua reputação no setor cafeeiro. A melhoria da qualidade dos cafés da região foi parte importante deste processo, o que se deu a partir de esforços e investimentos dos próprios produtores e da formação de organizações locais que fomentaram o processo de mudança tecnológica. Com a melhoria da qualidade dos cafés da região e seu reconhecimento no mercado, ocorreu

também um *feedback* positivo sobre as organizações. Sendo assim, as Matas têm experimentado uma fase de florescimento de associações e cooperativas de produção e crédito. As organizações existentes representam muitas vezes para os produtores formas de proteção diante do ambiente de um mercado globalizado e uma alternativa ao caminho habitual do café no mercado local, por meio de intermediários. Além disso, estas organizações cumprem o papel de representar politicamente os produtores desta região nos espaços de deliberação da política cafeeira, levando a região a ser reconhecida formalmente pelo poder público e muitas vezes são uma condição para que os produtores possam acessar determinados serviços e políticas públicas.

Uma mudança importante decorrente das transformações institucionais implicou na própria reputação da região, passando de uma região reconhecida pela baixa qualidade de seus cafés para uma região cada vez mais reconhecida pela produção de cafés de qualidade, se expressa na emergência de uma identidade territorial. Esta é evidenciada no processo de reconhecimento do nome Matas de Minas e de construção do Conselho das Entidades do Café das Matas de Minas. Uma etapa importante do processo de organização dos produtores das Matas foi a criação do Conselho que tem buscado criar mecanismos de sinergia entre as organizações locais, uma maior articulação destas organizações com o poder público e criar uma nova imagem da região, associada a uma produção sustentável de cafés de qualidade.

3 As Matas de Minas: a construção de uma região produtora

A região das Matas de Minas, com seus 63 municípios, ocupa 3% do território de Minas Gerais, responde por aproximadamente 24% da produção de café no estado e concentra mais de 30% dos produtores, o que demonstra a concentração de pequenos produtores nesta área. Nas Matas de Minas se situam mais de 36 mil estabelecimentos agrícolas que cultivam café, que correspondem a aproximadamente 35% dos estabelecimentos de todo o estado (IBGE, 2006).

A produção de café nas Matas de Minas é feita predominantemente em pequenas propriedades familiares situadas em áreas montanhosas. A ocupação dessa região se deu com o avanço da cafeicultura no final do século XIX

(BLASENHEIM, 1982)⁵. Os produtores de café nessa região são, em sua maioria, pequenos proprietários ou parceiros que além do café cultivam outros gêneros agrícolas, como milho e feijão – destinados em boa parte para o consumo familiar – e, em alguns casos, praticam a pecuária. A reprodução da condição socioeconômica desses agricultores depende fundamentalmente da comercialização do café.

Historicamente, a Zona da Mata ficou conhecida por produzir um café de baixa qualidade. Isso se deveria às condições climáticas da região e a deficiências técnicas na produção e no pós-colheita. Esse fator também influencia nas dificuldades de comercialização enfrentadas pelos produtores e nos baixos preços praticados no mercado local devido, em parte, ao estigma do “café rio-zona” associada à região⁶.

A principal justificativa para a escolha da região para a realização da pesquisa é de ordem teórico-metodológica. Em termos de comparação com as demais regiões produtoras do estado, as Matas de Minas apresentam algumas peculiaridades. Enquanto nas demais regiões do estado há formas de ação coletiva e cooperação entre produtores (associações no Cerrado e cooperativas no Sul) bem sedimentadas, nas Matas de Minas tais formas de organização são ainda incipientes, encontrando-se, por outro lado, dispersão e baixa organização dos produtores e a presença de atravessadores, o que implica em maiores dificuldades encontradas pelos produtores no ambiente mercantil⁷. Sugerimos que as diferenças institucionais e organizacionais, bem como os fatores históricos, políticos e socioculturais, condicionam a inserção dos produtores no mercado em uma posição mais fragilizada no caso das Matas de Minas⁸.

5 O autor faz uma historiografia da Zona da Mata do final do século XIX ao início do século XX.

6 Ainda hoje, a classificação oficial brasileira, expressa na Instrução Normativa nº 8 do MAPA, assume 7 categorias ordenadas da maior para a menor qualidade de bebida do café: estritamente mole, mole, apenas mole, duro, riado, rio e rio zona. Onde a última categoria, o rio zona, faz uma referência desonrosa à Zona da Mata, juntamente com o Rio de Janeiro, que seria reconhecido por se produzir cafés de baixa qualidade, classificados neste tipo.

7 As cooperativas podem se distinguir das associações no que concerne aos objetivos comerciais daquelas organizações. Contudo, em sua atuação prática, sobretudo como forma de organização e representação dos produtores, estas muitas vezes se aproximam e se confundem.

8 Ao destacar o ambiente institucional no entendimento da estrutura do mercado de café nas Matas de Minas e a situação peculiar dos produtores nessa região, não se ignora, contudo, os fatores técnico-econômicos da cafeicultura local, principalmente expressos no fator qualidade do café. No entanto, a qualidade não é apenas um atributo físico, mas um construto social, que depende da estrutura do mercado e do ambiente institucional.

Além disso, acreditamos que o modelo analítico adotado em outros estudos sobre o setor do café no Brasil, baseado na Economia dos Custos de Transação, se mostra frágil em lidar com situações de mercados como o das Matas de Minas, caracterizadas pela persistência de estruturas de governança não otimizadoras, ou seja, que implicam na manutenção de elevados custos de transação (ZYLERSZTAJN, 1995), (SAES, 1995), (SAES; FARINA, 1999). Consideramos que o estudo dessa região e os dados que ela nos oferece permitem avaliar criticamente tal modelo e buscar avançar teoricamente no entendimento de diversos mercados agrícolas, notadamente caracterizados por “falhas”, no linguajar econômico.

Até a década de 1990, o café das Matas era relativamente uniforme e, de modo geral, sua qualidade era reputada como ruim. Em parte, a baixa qualidade do café estaria relacionada às características climáticas – o clima úmido da região que favorece a fermentação e perda da qualidade do café – e às deficiências tecnológicas – já que há tecnologias para evitar ou reduzir o efeito do clima sobre a qualidade, mas sua adoção era ainda restrita na região. No entanto, a qualidade é um construto social e não apenas uma atribuição objetiva. Assim sendo, propomos que a baixa qualidade do café das Matas de Minas foi construída socialmente como uma reputação ou estigma que se cristalizou até mesmo na norma oficial brasileira identificando o café rio-zona à região. Ainda, a estrutura peculiar do mercado local até a década de 1990 não valorizava as qualidades específicas do café, tendendo a não os diferenciar, o que por muito tempo colocou dificuldades para que os produtores pudessem comercializar cafés diferenciados ou especiais.

A mudança que ocorreu nas Matas de Minas desde a década de 1990 dependeu de uma mudança na reputação da região, rompendo com o estigma do café de baixa qualidade a ela associado, o que, por sua vez, se relacionou a um esforço dos produtores para produzir cafés de qualidade e a uma mudança nas formas de coordenação do mercado local, a partir da iniciativa dos produtores e de agentes da burocracia pública e organizações da sociedade que os apoiaram. O processo de rompimento com o estigma de café de má qualidade e de construção de uma boa reputação passou pela construção de uma

O postulado básico aqui proposto se baseia na perspectiva institucionalista desta pesquisa, conforme a qual a dimensão econômica está inserida no ambiente institucional ao qual deve sua estrutura e dinâmica.

nova nomeação. Este processo foi marcado pela interlocução entre agentes do poder público e representantes da cafeicultura. Principalmente desde o início dos anos 2000 havia um reconhecimento por parte de agentes tanto públicos quanto privados sobre a necessidade de alterar a denominação de Zona da Mata, devido ao apelo negativo que este nome possuía no mercado e a associação que ele evocava com cafés de péssima qualidade (rio zona).

Juntamente com o processo de mudança da nomeação, ocorreu uma série de mudanças relativas à tecnologia produtiva e ao reconhecimento da qualidade dos cafés da região, expressa nas diversas premiações alcançadas por produtores em concursos de qualidade em nível estadual, nacional e internacional desde o final dos anos 1990 e início dos anos 2000. A melhoria da qualidade dos cafés da região pode ser considerada uma condição para a mudança de sua reputação e a emergência de uma identidade territorial. Contudo, a dimensão essencial do processo de mudança da qualidade na região se refere a uma mudança social, expressa na criação de uma nova reputação e de uma identidade territorial, mais que uma simples mudança tecnológica ou nos padrões produtivos locais. O reconhecimento social expresso nas premiações de produtores nos principais concursos de qualidade do país também foi parte fundamental deste processo de mudança de uma reputação regional.

No processo de redefinição da identidade regional teve grande importância uma proposta de trabalho voltada para a melhoria da qualidade e aumento da competitividade dos cafés das Matas de Minas apresentada pelo setor de agronegócio do Sebrae-MG a entidades representativas dos cafeicultores da região e ao Centro de Excelência dos Cafés das Matas de Minas em 2010. Desde então, construiu-se um projeto conjunto entre Sebrae, CEC e organizações de produtores pautado em levantamentos sobre características da cafeicultura regional e em atividades de promoção e melhoria da qualidade do café. Neste processo foi criado em 2013 o Conselho das Entidades do Café das Matas de Minas, constituído por diversas organizações de produtores, incluindo cooperativas de crédito e produção, associações e sindicatos de produtores e trabalhadores com o objetivo de representar institucionalmente e politicamente esta região produtora.

Com o trabalho do Sebrae e do CEC nas organizações de produtores das Matas de Minas há um reforço da identidade das Matas de Minas e uma tentativa de precisar seus limites e suas características peculiares, que deveriam ser

expressos em uma “marca-território”⁹. O Conselho, juntamente com o CEC e o Sebrae, tem buscado construir uma imagem da cafeicultura das Matas de Minas a partir da valorização de suas características distintivas que seriam a produção familiar e sustentável de café¹⁰. O objetivo do trabalho conjunto entre o Conselho e o Sebrae atualmente é conquistar o reconhecimento institucional da região por meio de uma indicação geográfica e registro de uma marca coletiva a ser gerida pelo Conselho. Trata-se de um processo político em que tomam parte principalmente algumas burocracias públicas e organizações da sociedade e dos produtores para a construção de novas formas de coordenação de mercado que possam responder às novas condições institucionais produzidas com a liberalização do mercado de café. Este processo se relaciona também às mudanças referentes à adaptação dos produtores ao contexto da liberalização no sentido da produção de qualidades específicas.

4 O processo de diferenciação dos produtores e a definição das formas de coordenação da comercialização nas Matas de Minas

A comercialização do café envolve sempre uma avaliação de sua qualidade. Essa avaliação não é algo que possa ser fácil e objetivamente feito por ambas as partes envolvidas na transação; demanda conhecimentos sobre as normas legais que orientam a avaliação, sobre as formas de classificação adotadas no mercado, sobre preferências de consumidores e características da demanda e sobre o funcionamento do mercado e os preços de tipos distintos de café. As informações necessárias para se avaliar o café e determinar sua qualidade/preço não são uniformemente distribuídas e não estão necessariamente disponíveis a todos os agentes da cadeia.

A cadeia de comercialização do café nas Matas de Minas tem em seus polos os produtores de um lado, e os exportadores de outro e há uma grande assimetria de informação entre estes polos da cadeia. Muitos produtores

⁹ Dados da pesquisa, conforme entrevista realizada com representante do Sebrae.

¹⁰ Mais recentemente foi produzido um site que apresenta a região, agora formalmente representada pelo Conselho. Neste site constam dados sobre a região produzidos pelo CEC e pelo Sebrae, um vídeo institucional e um logo que foi produzido para representar a região visualmente. Disponível em: <www.matasdeminas.org.br>. Acesso em: 30 jan. 2015.

ao comercializarem seu café não conhecem as características ou potencial de qualidade de sua produção e não dispõem de informação suficiente sobre o funcionamento do mercado de café. Também, estes produtores não possuem poder de influenciar nas condições das transações pela própria estrutura do mercado, caracterizada por muitos produtores de um bem relativamente homogêneo e uma demanda concentrada e controlada por poucos agentes. Esta estrutura mercantil tende a beneficiar os agentes a jusante na cadeia em detrimento dos produtores, além de contribuir para o oportunismo nas transações entre produtores e compradores.

No contexto local nas Matas de Minas, os agentes que se situam mais adiante na cadeia (mais próximo aos consumidores) são os exportadores e a indústria. Em termos de poder de mercado, os agentes mais significativos são os exportadores. Trata-se em alguns casos de grandes empresas multinacionais com negócios em vários países e que dispõem de informação sobre o mercado. Eles recebem o café e separam as qualidades para o mercado externo e o mercado interno, mas a princípio comercializam todo tipo de café, ainda que seu foco sejam os cafés para o mercado externo, em geral de melhor qualidade. Os exportadores compõem um segmento poderoso da cadeia, com representação por meio do Cecafé, com assento no CDPC e, portanto, participação direta na formulação de políticas para o setor cafeeiro. A maior parte dos grandes exportadores que atuam nas Matas de Minas se concentra na praça de mercado de Manhuaçu, que é o centro do mercado de café nas Matas de Minas. Algumas das maiores empresas exportadoras de café que atuam no Brasil possuem escritórios e armazéns em Manhuaçu, como a Atlântica, a Mitsui, a exportadora Guaxupé, a exportadora Eisa etc. Há ainda algumas grandes empresas de torrefação que destinam sua produção para o mercado local que também em boa parte se concentram em Manhuaçu, como a Três Corações. Entretanto, os exportadores são os principais agentes neste mercado.

Praticamente todo o café produzido nas Matas de Minas é direcionado para os exportadores que o rebeneficiam e encaminham o café do tipo “consumo interno” para as indústrias de torrefação e outros cafés (geralmente de qualidade superior) para o mercado externo. Os exportadores são o ponto de confluência deste mercado, para onde se destina o café dos produtores e de onde ele é redistribuído para outros mercados ou encaminhado para outras transações. Os produtores dificilmente vendem seu café diretamente para as

empresas exportadoras ou para as indústrias. Entre os produtores das Matas de Minas e as grandes empresas exportadoras há muitas vezes uma distância física e uma distância mantida por uma cadeia de intermediários. Um destes intermediários e um dos principais agentes do mercado de café das Matas é o corretor de café.

O corretor é um intermediário entre o produtor e os compradores em potencial, na maior parte das vezes os exportadores e a indústria nacional, mas também compradores no exterior, como distribuidores, torrefadores internacionais, redes de cafeterias etc. A função do corretor é fazer um elo entre o produtor e os compradores, superando a distância que existe entre estes, que tanto pode ser uma distância física, mas principalmente trata-se de um lapso de informação. Os corretores buscam conhecer as condições da oferta, ou seja, os tipos de cafés que estão disponíveis em uma determinada região em uma determinada safra, e também as condições da demanda, conforme as oscilações do mercado físico e futuro e conforme as demandas específicas de possíveis compradores em termos de tipos/qualidades de cafés. Os corretores então fazem o elo entre a oferta e a demanda no âmbito local do mercado de café. E, principalmente, eles fazem a tradução de informações de uma parte a outra do mercado. Deste modo, o principal recurso de que dispõem os corretores é a informação e é com ela que eles operam no mercado.

Para os produtores, os corretores oferecem um serviço de consultoria que consiste em interpretar as informações que vêm do mercado – a respeito de cotações, de qualidades de café demandadas e dos potenciais compradores – visando orientar a tomada de decisão no momento de vender sua produção. Ao oferecerem este serviço, os corretores cobram uma porcentagem variável sobre o volume comercializado, que em muitos casos nas Matas de Minas fica em torno de 1%. Para os exportadores e outros compradores, os corretores oferecem o serviço de reunir o café, juntando pequenas quantidades de vários produtores para formar lotes maiores, e pré-selecioná-lo, classificando-o e padronizando-o conforme os tipos demandados. Por este serviço, normalmente os corretores também cobram uma porcentagem variável ou valores determinados sobre os volumes comercializados.

Deve-se destacar que há uma diferença importante entre a corretagem, propriamente dito, e a compra ou intermediação de café. Muitos supostos escritórios de corretagem de café não oferecem apenas um serviço baseado na

oferta de informação e avaliação da qualidade, mas efetivamente compram o café dos produtores. Nestes casos, há um grande problema com relação à avaliação da qualidade, já que esta é feita pelo próprio comprador que não pode ser um juiz imparcial, pois é uma das partes interessadas na transação, e pode-se dizer que a parte efetivamente em condições de impor os termos do negócio devido ao controle da informação de que dispõe.

Grande parte dos produtores não possui conhecimentos sobre a avaliação da qualidade física e sensorial do café, sobre o funcionamento do mercado físico e de futuros, sobre a longa cadeia que seu produto poderá percorrer até chegar ao consumidor. Esta falta de informação coloca os produtores em uma posição de desvantagem, seja qual for o caminho escolhido para comercializar seu café. A princípio, o trabalho dos corretores seria exatamente fornecer instrumentos (informação interpretada, acessível) para que os produtores pudessem fazer uma melhor escolha e ficassem assim menos vulneráveis no mercado. No entanto, o que acontece em muitos casos nas Matas de Minas é que os supostos corretores na verdade compram o café dos produtores para renegociá-lo adiante a preços melhores, de onde retiram seu lucro, e controlam a informação, que não é disponibilizada ao produtor. Nestes casos, mais que um problema de assimetria de informação, trata-se de uma questão de controle sobre um recurso fundamental do mercado – a informação – que confere ao seu detentor um poder sobre aquela situação mercantil. A informação neste caso se refere a um conhecimento sobre as condições do mercado e uma capacidade técnica reconhecida de avaliar e emitir um parecer sobre a qualidade do café. Como o preço está diretamente relacionado à qualidade, os agentes capazes de definir a qualidade definem o preço. No âmbito do primeiro elo da cadeia, que liga os produtores ao mercado, quem define o preço são os intermediários que, neste caso, são compradores/atravesadores.

Destarte, a chave interpretativa para a compreensão do mercado de café nas Matas de Minas não poderia ser a assimetria de informação como propõe a ECT. De outro modo, propomos uma análise que possa evidenciar o processo de produção da informação e das condições de avaliação da qualidade do café conforme as relações de poder no mercado em questão. Determinados agentes, que são os intermediários, controlam os mecanismos de avaliação e produção da qualidade e com isso constroem regimes sociais específicos de coordenação das transações.

Nestes casos, as transações tendem a ser pouco transparentes. Os compradores, após avaliar a amostra do café, geralmente informam ao produtor sua qualidade. Contudo, os procedimentos de avaliação não são totalmente claros e dependem essencialmente da “competência” do degustador. O padrão de classificação neste caso, com frequência, discrimina apenas cafés “de bebida” e cafés que “não são de bebida”, diferentemente do padrão de classificação oficial que diferencia o café em sete categorias conforme a bebida, além dos demais critérios. Ou seja, os compradores apenas dizem aos produtores, muitas vezes sem um laudo formal de qualidade, se o seu café “bebeu” (deu bebida, ou é um café de bebida) ou “não bebeu” (não deu bebida, não é um café de bebida). O café “de bebida” corresponde ao café de bebida dura, normalmente, levando em conta o padrão de comercialização no mercado interno que seria um café de bebida dura do tipo 6. Os cafés que “não dão bebida” seriam os cafés inferiores, sejam riados, rio ou rio zona. Em alguns casos, os compradores podem diferenciar os cafés riados, rio e rio zona (este último menos frequentemente). Mas normalmente não se diferenciam as qualidades superiores, apenas as inferiores. Todos os cafés superiores aos cafés riados, assim, tendem a ser comercializados na primeira interface do mercado na região (entre produtores e compradores/atravesadores) indistintamente. Isso pode reduzir a remuneração dos produtores, sobretudo nos casos em os cafés apresentam qualidades superiores ao de bebida dura, para os quais “não há preço” na maior parte dos compradores da região. Ou seja, os cafés superiores a bebida dura são todos nivelados por este padrão que estabelece o teto de preços.

Um dos efeitos desse tipo de mercado é o desestímulo para a produção de qualidade, sendo que restam no mercado os ofertantes de um produto de pior qualidade. Este é um dos fatores que pode explicar a persistência da produção de cafés de baixa qualidade nas Matas de Minas e o baixo investimento dos produtores em tecnologia. Por outro lado, a própria persistência de uma cafeicultura com baixo nível tecnológico, com produtores com pouca informação e uma produção de baixa qualidade favorece a persistência desse tipo de estrutura comercial caracterizada pelo controle dos intermediários.

Os atravessadores são os principais intermediários no mercado das Matas de Minas. Eles geralmente compram diretamente dos cafeicultores por meio de um contrato verbal com troca imediata. É comum que estes atravessadores que compram diretamente na propriedade, sejam também produtores de café

que vivem na mesma comunidade ou região daqueles produtores de quem compram a produção, muitas vezes são vizinhos e parentes. Os atravessadores maiores, que possuem os escritórios nas cidades, muitas vezes preferem não comprar diretamente a produção dos cafeicultores da região, mas delegam esta atribuição aos pequenos atravessadores das próprias comunidades. Para isso eles oferecem um valor por cada saca encaminhada, que é variável, sendo que encontramos situações em que se paga a partir de R\$1 por saca. Apesar de eles perderem uma pequena quantia a cada saca comercializada, eles ganham em “fidelização do cliente”. Muitos produtores relataram que preferem vender para os atravessadores da comunidade, pois são pessoas de confiança, são muitas vezes amigos, parentes ou pessoas que se conhece bem. Em algumas situações, mesmo que outro comprador oferecesse um preço um pouco superior, encontramos produtores que ainda assim preferiam comercializar a partir de seus laços de confiança com os compradores locais.

A existência desta rede de atravessadores com grande capilaridade e que consegue se utilizar dos laços locais constituídos por relações de parentesco, vizinhança, amizade, enfim, confiança, é um forte mecanismo que explica a persistência da estrutura do mercado local e o poder que nela possuem os intermediários. Eles são agentes que não apenas controlam a informação no nível local, mas criam mecanismos para manter os produtores integrados em suas redes de comercialização, mecanismos estes muito fortes porque assentados nas relações sociais dos próprios produtores. Tais evidências nos permitem reiterar nossa crítica à perspectiva da assimetria de informação, que não permite uma elucidação das estruturas deste mercado de café. De outro modo, centramos nossa análise no contexto local das relações sociais que fundamenta as transações.

Outra opção de comercialização para os produtores seriam as cooperativas. Todavia, nas Matas de Minas há poucas cooperativas, há dificuldade de organização dos produtores e muitas cooperativas têm problemas em se manter e acabam por ter vida curta. Caso os produtores tenham acesso a uma cooperativa para comercializar sua produção, o procedimento de avaliação é semelhante àquele descrito para as transações com um corretor. As cooperativas normalmente não compram o café dos cooperados. Elas recolhem esses cafés, padronizam-no em lotes diferenciados por qualidades e os comercializam no mercado interno, com exportadores e indústrias, ou exportam diretamente

para o mercado internacional. As cooperativas têm a dificuldade de concorrer com os atravessadores, que muitas vezes pagam preços um pouco superiores. Esse diferencial de preço muitas vezes vem de sonegação fiscal ou mesmo de adulteração de balanças.

Além dos corretores, atravessadores, exportadores, indústrias e cooperativas, os produtores encontram alternativas de comercialização para pequenos lotes de cafés em determinadas situações especiais. Uma delas é representada pelos mercados institucionais e organizações de produtores. Além disso, em alguns municípios, as organizações de produtores possuem estrutura para torrefação e moagem de pequenas quantidades de café e possuem marcas próprias para o café torrado e moído. Estes cafés também são comercializados em geral nas cidades, em feiras ou outras formas de mercados de proximidade. Porém, as quantidades adquiridas pelas organizações para torrefação ou destinadas aos mercados institucionais podem ser consideradas quase que insignificantes em relação à produção local. A importância destes mercados reside em seu papel de fortalecimento da agricultura familiar da região e das organizações de agricultores. Seu impacto sobre o mercado de café, por outro lado, não é tão expressivo. Dessa forma, muitos agricultores que vendem pequenas quantidades de café para as organizações ou mercados institucionais, acabam por vender todo o restante para os atravessadores locais.

Considerando a estrutura do mercado local que foi descrita, pode-se dizer que a escolha das condições de comercialização por parte dos produtores é condicionada por uma série de fatores. Entre eles podemos destacar em primeiro lugar a quantidade. Para que o produtor possa buscar melhores condições de comercialização é necessário um volume maior de café, o que permite maior flexibilidade para buscar negociar diretamente com exportadores ou mesmo com compradores internacionais¹¹. No entanto, a maior parte dos produtores das Matas possui extensões de terras com lavouras bastante pequenas e em muitos casos com baixa produtividade, podendo-se estimar que boa parte dos cafeicultores comercialize um volume pequeno de café por ano. Além do mais, em algumas transações, os custos de transporte do café da propriedade até o armazém do comprador correm por conta do produtor, onde para volumes

¹¹ A quantidade não é importante para o caso dos cafés especiais, em que é comum a comercialização de microlotes com características específicas.

muito pequenos de café os custos de frete são proporcionalmente mais elevados. Com isso, a quantidade de café comercializado, quando pequena, limita as opções de comercialização por parte dos produtores que tendem a buscar compradores que estejam mais próximos para reduzir os custos de frete ou mesmo compradores que supostamente arquem com as despesas de transporte do café.

Nestes casos, como procuramos demonstrar, há um controle das condições de avaliação da qualidade e, conseqüentemente, de formação dos preços, pelos intermediários/compradores, o que lhes confere uma posição de poder e a capacidade de definir regimes de controle sobre o mercado local. Sendo que o fator determinante das condições de comercialização é a qualidade, o meio que possibilita ao produtor se inserir em outras formas de transação, não controladas pelos atravessadores, passa pela diferenciação ou especificação de distintas qualidades dos cafés em relação ao padrão *commodity*. Portanto, a cada qualidade corresponde uma forma de transação específica, com determinados agentes, normas, preços etc. Além disso, cada qualidade de café é produzida socialmente, a partir das condições sociais que influenciam nas decisões e estratégias dos produtores.

A desregulamentação do mercado de café no Brasil representa um marco importante para a realidade da cafeicultura das Matas de Minas, sendo que as principais mudanças pelas quais esta região passou e tem passado se iniciaram na década de 1990 e na seguinte. Com a mudança na reputação das Matas de Minas, juntamente com as condições do mercado de café no contexto da desregulamentação, definiu-se um ambiente ao qual os produtores se adaptaram e vem ainda se adaptando. Esta adaptação envolveu, principalmente, a estratégia de diferenciação da produção e conforme ocorreu o processo de diferenciação dos cafés, constituíram-se novas estruturas de governança do mercado.

Buscando construir uma ferramenta para a análise da adaptação dos produtores ao contexto pós 1990, a partir de dados qualitativos de nossa pesquisa, produzimos uma tipologia de produtores baseada em alguns critérios socioeconômicos como a extensão da propriedade, o uso de mão de obra, o emprego de tecnologia e referentes ao modelo produtivo e às saídas comerciais encontradas pelos produtores. Os tipos ideais de produtores que propomos nos auxiliam numa interpretação da realidade estudada e em melhor compreender a relação dos produtores com as dimensões institucionais e econômicas

investigadas na pesquisa. Construímos quatro tipos puros de produtores nas Matas de Minas, que nomeamos “tradicional”, “sustentável”, “especial” e “empresário”. Apresentamos um quadro esquemático a seguir em que relacionamos cada um dos tipos de produtor às oito variáveis de nosso modelo:

Quadro I – Tipologia de produtores

Produtor Variáveis	Tradicional	Sustentável	Especial	Empresário
Dimensão da propriedade	Pequena	Pequena	Indiferente	Média a grande
Mão de obra	Familiar	Familiar	Indiferente	Contratada
Tecnologia	Não	Não	Indiferente	Sim
Contabilidade	Não	Em geral sim	Em geral sim	Sim
Associativismo	Não	Sim	Em geral sim	Indiferente
Certificação	Não	Sim	Sim	Em geral sim
Qualidade	Não	Sim	Sim	Em geral sim
Comercialização	Atravessador	Predominantemente via cooperativa	Diversos tipos de contratos	Diversos tipos de contratos

Fonte: Elaboração própria.

Consideramos que os tipos puros de produtores podem ser dispostos em um contínuo, procurando com isso mostrar que a realidade dos produtores é mutável dependendo de condições econômicas e institucionais e que, portanto, os produtores reais podem passar de um tipo ao outro, sem que isso implique em algum sentido único de evolução. Também, a ideia do contínuo nos auxilia a compreender que os casos reais são mais ou menos distintos dos tipos, podendo se situar entre as categorias. Em dois extremos do contínuo situamos os tipos ideais tradicional e empresário. Entre estes localizamos o tipo de produtor sustentável e também o tipo de produtor de café especial, que nomeamos especial. Entre estes casos, mais próximos de um ou outro tipo,

se situam os casos reais dos produtores das Matas de Minas¹². Consideramos ainda que tais categorias nos indicam de que modo se refletiram as mudanças decorrentes da desregulamentação do mercado nas condições sociais e econômicas dos produtores e como estes se adaptaram e estão ainda se adaptando ao novo contexto.

Até a extinção do IBC, podemos dizer que existiam dois tipos de produtores nas Matas de Minas que seriam o pequeno e o grande¹³. Não havia diferenças significativas na tecnologia empregada e nos tipos de cafés produzidos entre os cafeicultores. A diferença então residia principalmente na dimensão da propriedade e na mão de obra empregada. No caso dos pequenos, tratava-se de propriedades com dimensões mais reduzidas e mão de obra predominantemente familiar. No caso dos grandes, tratava-se de propriedades maiores com predominância de mão de obra contratada. Quanto à tecnologia, os produtores recebiam assistência técnica do IBC que se encarregou, em grande parte, da implantação de um pacote tecnológico baseado no uso de insumos industriais e de cultivares melhorados, mais resistentes a doenças (principalmente a ferrugem) desde a década de 1970. Havia crédito farto disponível aos cafeicultores e sua aplicação era orientada pelo IBC e a liberação condicionada a que o cafeicultor cumprisse as determinações dos técnicos. Tais fatores devem ter contribuído para a relativa padronização tecnológica entre os produtores não apenas das Matas de Minas, mas entre os produtores do país, de modo geral, que recebiam as mesmas diretrizes gerais do IBC. É claro que o acesso à tecnologia dependia, como depende ainda hoje, também dos recursos dos próprios cafeicultores, o que certamente cria ou reforça a diferenciação entre eles. No que concerne à qualidade, o café das Matas de Minas (na época ainda identificada como Zona da Mata) era um café de baixa qualidade, frequentemente abaixo de bebida dura. Isso se deve às técnicas de

12 Em hipótese, poderia haver mais um tipo que corresponderia a um produtor de grande porte, mas que se diferenciava do tipo empresário por uma atividade mais tradicional ou menos adaptada ao contexto do mercado desregulamentado e globalizado. Mas não encontramos nenhum caso que correspondesse a esse tipo. Para todos os outros tipos, encontramos exemplos de produtores típicos, que apresentam todas as características do modelo e outros produtores que se aproximam mais ou menos dos tipos.

13 Neste caso, “pequeno” e “grande” referem-se aos parâmetros locais e adotamos os limites definidos na pesquisa coordenada por Vilela e Rufino (2010). Neste estudo, os autores consideram como pequenas as propriedades de até 20ha, como médias as propriedades que possuem mais de 20 até 50ha e como grandes as propriedades com extensão superior a 50ha. Em nossa pesquisa, não comparamos o padrão de distribuição fundiária na região nos períodos pré e pós-extinção do IBC.

produção que eram bastante rudimentares, sobretudo no pós-colheita, e às condições climáticas da região que propiciam a fermentação e, conseqüentemente, a perda de qualidade do café¹⁴.

É importante enfatizar que a qualidade é o principal critério de diferenciação dos cafés e, por consequência, dos produtores no contexto da desregulamentação. Muitos produtores buscam se inserir em determinados nichos de qualidade de café o que define determinadas características da produção e do produtor e determinados canais de comercialização, como no caso dos produtores “sustentáveis” e “especiais”.

De modo geral, o tipo que aqui denominamos de produtor “especial” compartilha de muitas características com o produtor empresário, como a preocupação com a contabilidade da atividade e o uso da tecnologia disponível, mas estes tipos não coincidem necessariamente em todos os aspectos. Essencialmente os produtores especiais apresentam como característica distintiva a produção de cafés de alta qualidade o que, geralmente, leva à busca por certificações e a formas de comercialização diferenciadas, pois, em geral, os cafés especiais são destinados à exportação ou ao ainda pequeno segmento de cafeterias nacionais ou de pequenas torrefações de cafés especiais.

O tipo que denominamos “sustentável” corresponde ao pequeno produtor familiar que realizou a conversão para a produção orgânica ou agroecológica. Este pode ser um produtor de orgânico com certificação e que comercializa sua produção como orgânica. Mas incluímos neste tipo aqueles produtores que abandonaram a produção orgânica por dificuldades de certificação e comercialização, mas que permanecem com uma produção agroecológica, sem a utilização de agrotóxicos. Esta inclusão se deve ao fato de que em ambos os casos, os produtores são muito semelhantes quanto às características relevantes em nosso modelo e, em geral, participam das mesmas redes de organizações voltadas para a agroecologia e a agricultura familiar, buscando caminhos semelhantes para a sua produção e comercialização. Estes produtores também em muitos casos se inserem no mercado de *fair trade* e/ou outras formas de comercialização solidária, como as redes de comercialização local ou os mercados de proximidade.

14 Era comum deixar na lavoura o café colhido, onde poderia permanecer por dias amontoado até que fosse transportado aos terreiros para secagem. Nestas condições de calor e umidade, os açúcares do café fermentam produzindo os fenóis que caracterizam o café riado ou rio.

A concorrência do mercado globalizado e os condicionamentos do ambiente institucional pressionam para que todos os produtores, de modo geral, procurem reduzir custos, busquem formas mais eficientes de produção, aumentem a produtividade, enfim, tornem seu negócio mais moderno, empresarial. Nas Matas de Minas encontramos estas atitudes empresariais mais claramente em determinado grupo de produtores que assim constitui certa “elite” dos produtores locais, tanto financeira, quanto em termos de influência, poder, prestígio etc. Esses são os “empresários”. Estes produtores, em geral, tiveram mais facilidade de se adaptar às mudanças pós-desregulamentação. De modo geral, os empresários possuem propriedades médias a grandes e contam com pelo menos parte da mão de obra contratada. Eles desenvolvem uma cafeicultura moderna, de modo mais eficiente e rentável possível, dentro das possibilidades ambientais da região¹⁵. Dessa forma, geralmente estão inseridos no mercado de cafés especiais ou pelo menos buscam aprimorar a qualidade de seus cafés. Com relação à comercialização, eles buscam diversos canais onde possam conseguir melhor remuneração, não estando, portanto, presos aos mercados locais. Alguns destinam sua produção majoritariamente para o mercado externo, fazendo negócios diretamente com exportadores. Alguns investem também na indústria própria de torrefação de cafés especiais. E praticamente todos buscam se adequar às exigências legais e possuem uma ou mais certificações, como o Certifica Minas, UTZ, *Rainforest* etc.

Por outro lado, grande parte dos produtores na região parece encontrar dificuldades em se adaptar às novas exigências, constituindo o tipo que denominamos “tradicional”. Alguns produtores encontraram e encontram ainda dificuldades em se adaptar ao contexto pós-IBC, especialmente às novas exigências do mercado em termos de qualidade, diferenciação e eficiência muitas vezes por falta de recursos, tanto financeiros quanto informação. Em geral são pequenos produtores familiares que produzem um café de qualidade mediana a baixa e não produzem cafés especiais ou diferenciados, comercializam por meio de atravessadores ou compradores locais e não são membros de associações ou cooperativas. Estes produtores possuem fortes vínculos com

15 Devido à topografia acidentada de grande parte dos terrenos nesta área, a mecanização total da colheita ainda é um grande entrave tecnológico mesmo para os produtores empresários, o que diferencia o tipo de cafeicultura que estes praticam daquela desenvolvida pelos produtores mais modernos do agronegócio cafeeiro em outras regiões do país.

as comunidades locais, onde predominam relações de confiança assentadas no parentesco. Não temos dados que nos permitam precisar o quanto um tipo representa proporcionalmente em relação ao conjunto de produtores da região estudada. No entanto, em nossa pesquisa observamos que a maior parte dos produtores se aproxima do tipo tradicional, o que se relaciona às características da própria região produtora, como o baixo nível tecnológico, organizativo e a predominância da comercialização de cafés commodity via intermediários¹⁶.

A diferenciação do café ou a produção de qualidades específicas leva a constituição de novas formas de coordenação das transações. A produção dessas qualidades, por sua vez, depende das estratégias adotadas pelos produtores e de suas condições de adaptação ao novo contexto. Para cada qualidade de café produzida na região, por tipos de produtores também distintos, se alinham formas de coordenação das transações específicas. As formas de alinhamento entre a coordenação no mercado local das Matas de Minas, conforme as qualidades dos cafés e os tipos de produtores são as seguintes:

Quadro 2 – Alinhamento entre tipos de produtor, qualidades de café e formas de coordenação mercantil

Tipo de produtor	Qualidade do café	Forma de coordenação
Tradicional	Commodity	Via intermediários
Especial e Empresário	Cafés especiais e commodity	Torrefações próprias, exportação, cafeterias. Uso de certificações, participação em concurso, etc.
Sustentável	Orgânicos, <i>fair trade</i> e commodity	Cooperativas, mercados institucionais, solidários ou de proximidade. Uso de certificações.

Fonte: Elaboração própria

A perspectiva da “construção social da qualidade” orienta nossa análise do mercado de café das Matas de Minas e nos permite relacionar a qualidade a dimensões sociais do caso estudado, como relações sociais entre os produtores e entre estes e os compradores, valores locais, contextos institucionais etc.

¹⁶ Entre os produtores entrevistados, não houve a preocupação em produzir uma amostra representativa em relação aos tipos de produtores, assim, não há uma predominância de produtores tradicionais.

Logo, procuramos mostrar que a qualidade depende de standards de classificação dos cafés que são produzidos socialmente e acessados e manejados pelos agentes desigualmente dotados de habilidades para produzir e impor formas de avaliação. Esta perspectiva considera que o problema da qualidade dos bens não se refere apenas à assimetria de informação. Na visão sociológica, as escolhas, as avaliações e os julgamentos dos indivíduos que fundamentam a construção da qualidade e as transações decorrentes são estruturadas por relações sociais, essencialmente relações de poder, e orientadas por valores (FLIGSTEIN, 1996, 2001).

Em nossa pesquisa identificamos três padrões de qualidade dos cafés produzidos nas Matas de Minas, cada um deles implicando em diferentes formas de coordenação das transações: o café commodity, comercializado no mercado local via intermediários, os “cafés especiais”, em que são fundamentais os procedimentos de avaliação técnica da qualidade e que conduzem a canais específicos de comercialização, principalmente destinados à exportação, e os “cafés sustentáveis”, que se relacionam a processos de certificação e podem ser comercializados por meio de cooperativas e ainda em mercados de proximidade, justos ou solidários e institucionais¹⁷.

A principal forma de comercialização dos cafés das Matas de Minas é via mercado de commodity, o que no local se vincula a uma extensa rede de intermediários. Esta forma de comercialização apresenta uma série de desvantagens aos produtores, relacionada aos baixos preços, à assimetria de informação e ao controle do mercado pelos compradores. As alternativas de comercialização em geral se vinculam a processos de diferenciação do produto ou produção de qualidades específicas de café, muitas vezes apoiadas em formas de ação coletiva e construção de organizações. As estratégias produtivas e de comercialização dos produtores também se relacionam a cada uma dessas qualidades. Destarte, a cada qualidade de café corresponde não apenas uma forma de coordenação, mas também um tipo de produtor distinto.

Pode-se considerar que estas transações – conforme as quais se comercializa a maior parte do café das Matas de Minas – se dão a partir de estruturas

17 Adotamos a expressão “cafés sustentáveis” utilizada por Souza (2006) em sua pesquisa para se referir aos cafés orgânicos, do fair trade e sombreados. Em nossa pesquisa, a categoria inclui os cafés orgânicos ou agroecológicos e os cafés do fair trade, não havendo uma produção significativa de cafés sombreados nas Matas de Minas. Por relação ao tipo de café produzido, também adotamos o termo “sustentável” para caracterizar um tipo de produtor das Matas de Minas.

de governança não otimizadoras. Refletindo sobre a contribuição da ECT para o entendimento de mercados agrícolas, como proposto por Zylbersztajn (1995), que propõe um modelo preditivo das estruturas de governança prevalentes que deveriam ser otimizadoras, considerando as características das transações e o ambiente institucional, podemos afirmar que este modelo não se confirma no caso estudado e não contribui efetivamente para sua compreensão. Em nossa interpretação, damos maior relevo ao papel do ambiente institucional, incluindo os fatores do ambiente sociocultural local, que nas análises orientadas pela ECT. Além disso, enfatizamos os processos políticos que permeiam o mercado e que definem suas estruturas.

De tal modo, as formas de coordenação das transações que observamos não são necessariamente as formas mais eficientes. De outro modo, são o resultado de arranjos políticos e do ambiente sociocultural dos agentes que as constroem, bem como expressam regimes de controle sobre o mercado produzidos pelos agentes com poder neste contexto, que são os intermediários. Assim, não se trata apenas de uma questão de assimetria de informação e de custos de transação. A qualidade do café não pode ser entendida apenas como um atributo físico que condiciona a transação. Mas, essencialmente, ela é avaliada e, assim, construída conforme um padrão que é controlado e manejado pelos compradores.

Considerando a importância dos atributos simbólicos na formação dos preços dos cafés especiais, pode-se dizer que os produtores têm maior poder na construção das estratégias comerciais. Para aqueles produtores que conseguem construir uma reputação de grandes produtores de cafés especiais, como no caso dos *estate coffees* e dos ganhadores de concursos, o preço depende não apenas da qualidade organoléptica, mas da marca, da reputação, da identidade do produtor. Mas, ainda assim, as condições de comercialização dependem do canal escolhido pelo produtor. De modo geral, os cafés especiais são destinados à exportação ou ao ainda pequeno segmento de cafeterias nacionais ou de pequenas torrefações de cafés especiais.

Em parte, a capacidade de se apropriar do valor na comercialização desse tipo de café, depende do conhecimento do produtor sobre o mercado, o seu acesso à informação e sua habilidade em lidar com as formas de coordenação existentes. Em termos de estratégias comerciais, encontramos entre os produtores de cafés especiais das Matas de Minas três alternativas principais: a

contratação de corretores especializados em cafés especiais, a exportação direta (inclusive abrindo firmas próprias de exportação, no caso de produtores de maior porte) e a criação de pequenas torrefações de cafés especiais (que, em geral são controladas pelos próprios produtores).

Os produtores que tipicamente se inserem nos mercados de cafés especiais são aqueles cujas características distintivas são a produção de cafés de alta qualidade o que, geralmente, leva à busca por certificações e a formas de comercialização diferenciadas. Estes são, conforme nossa tipologia, tanto os produtores que denominamos especiais quanto, em alguns casos, os produtores empresários. Alguns fatores que favoreceram a inserção destes produtores nos mercados de cafés especiais, que ocorreu a partir do final dos anos 1990 e principalmente a partir dos anos 2000, foram a difusão de novas tecnologias, a premiação de alguns produtores em concursos de qualidade e a formação de organizações de cafés especiais. Além das organizações uma das principais formas conforme a qual se desenvolveu a produção de cafés especiais na região são as redes sociais. A informação passa de produtor para produtor. Os produtores copiam referências de qualidade e práticas de seus conhecidos.

No caso dos cafés orgânicos e do *fair trade* sua comercialização não se vincula diretamente à aplicação de um sistema de classificação, seja no padrão *commodity* seja no padrão SCAA (produzido pela Specialty Coffee Association of America) para cafés especiais. A diferenciação e a qualidade dos cafés não se referem a suas características intrínsecas, mas a suas origens e a características do processo produtivo que não podem ser atestadas por uma avaliação da mercadoria. Neste caso, não se trata de sistemas de classificação, mas de sistemas de certificação que fundamentam as transações. Seu objetivo é disponibilizar uma informação que não pode ser apreendida de outro modo durante a transação ou mesmo na experiência de consumo.

A definição da qualidade neste caso se dá em um ambiente social bastante complexo, em que contam as preferências de consumidores de países desenvolvidos, onde as tendências de consumo valorizam a diferenciação social expressa no consumo de produtos únicos, singulares e exóticos, bem como se valorizam a saúde, as condições ambientais e sociais, bem como uma preocupação com questões éticas e de justiça social. Também são importantes agentes na construção social da qualidade nestes segmentos de mercados os movimentos sociais, como os movimentos ambientais e aqueles ligados aos

produtos orgânicos e os movimentos ligados ao *fair trade*. Os valores que estes movimentos expressam se assemelham àqueles que alguns consumidores expressam relativos a questões éticas implicadas no consumo, não se aproximando, por outro lado, dos consumidores no que diz respeito ao consumo como forma de distinção social. Estes movimentos sociais possuem muitas vezes uma dimensão global, como é o caso do próprio movimento *fair trade*, mas em alguns casos, há a atuação de organizações locais com os agricultores que cumprem um papel importante na construção da qualidade social e ambiental do café. Seu papel muitas vezes é o de traduzir aspectos valorizados da qualidade no âmbito internacional para o contexto local. Estes agentes fazem a ligação da realidade dos produtores, de suas condições de vida e das condições de seus ambientes, que motivam o consumo em mercados de nichos no exterior, e das preferências desses consumidores para os produtores. Esses agentes, assim, operam como tradutores de informações ou elos entre os polos da cadeia comercial, o que lhes confere uma posição importante e, conseqüentemente, grande influência no mercado. Deve-se mencionar ainda o importante papel das certificações como atestados de qualidade que passam informações entre os níveis local e global. Neste contexto, os agentes do mercado das certificações, principalmente as certificadoras, cumprem um papel fundamental nos nichos de orgânicos e *fair trade* e possuem, conseqüentemente, poder nestes mercados.

Para os produtores, os mercados de cafés orgânicos e *fair trade* são aqueles onde eles conseguem ter uma maior participação na construção da qualidade, já que são mercados que valorizam diretamente as condições ambientais e sociais da produção, assim como a realidade social dos produtores. Se os produtores conseguem se organizar e se articular com redes de organizações e movimentos sociais, estes são mercados mais promissores para os pequenos agricultores e não apenas pelos preços alcançados pelo café. Mesmo em momentos em que os preços dos cafés *fair trade* e orgânicos não são muito remuneradores (considerando os custos econômicos e sociais da produção), estes mercados podem ser compensadores, pois neles os agricultores podem ser parcialmente sujeitos da construção da qualidade. Mas a situação destes produtores tende a ser melhor que no caso dos mercados de café commodity¹⁸. Aliás, em tais mercados,

18 Daniel Jaffee (2007) analisa uma realidade semelhante entre produtores mexicanos. Comparando produtores de uma cooperativa inseridos no mercado *fair trade* e produtores convencionais que comercializam com

é possível a construção de relações comerciais mais duradouras, com um nível maior de formalização dos contratos e, conseqüentemente, redução das incertezas nas transações. Isso ocorre, no caso do comércio justo, por exemplo, em que se prevê o estabelecimento de relações contratuais mais duradouras que propiciem um retorno de parte do valor pago pelos consumidores às comunidades produtoras e adiantamentos de pagamento por parte dos *traders* como forma de financiamento da produção. Isso ocorre também nos mercados de proximidade, em que redes sociais estabelecidas no nível local entre produtores e consumidores de produtos orgânicos ou agroecológicos fundamentam relações contratuais mais duradouras e fortemente caracterizadas pela confiança, que muitas vezes substitui os mecanismos de certificação.

Os produtores que se inserem nestes mercados são aqueles que denominamos sustentáveis, produtores de cafés orgânicos (ou agroecológicos) e destinados ao *fair trade*. Estes produtores têm se diferenciado dos tradicionais ao buscarem novas formas de comercialização de sua produção, tanto de café quanto de outros gêneros. Os produtores sustentáveis, muitas vezes eram pequenos produtores tradicionais cuja adaptação às novas condições do mercado de café, implicando na produção para nichos de mercado, dependeu de incentivos institucionais, de políticas públicas e apoio de organizações privadas e movimentos sociais.

Em termos de estratégias comerciais e da busca de canais de comercialização, encontramos entre os produtores sustentáveis três alternativas principais: a comercialização por meio de cooperativas, a venda de produtos agrícolas, incluindo o café, em mercados de proximidade e a venda em mercados institucionais. No caso específico do café, a comercialização de volumes maiores de café orgânico e *fair trade* é feita por meio de cooperativas, pois os mercados de proximidade e institucionais são diversificados e absorvem apenas uma pequena parcela do café produzido pelos produtores sustentáveis. Assim, a principal forma de comercialização para os cafés orgânicos e *fair trade* são as cooperativas. No caso do *fair trade* é uma pré-condição a existência de cooperativa para que o produtor possa comercializar.

coyotes locais, aqueles encontrariam melhores condições de comercialização que se refletem em melhores condições de vida, apesar das dificuldades impostas a todos pela crise de preços do café. Desse modo, como expresso na fala de um produtor de café fair trade, estes produtores estariam “mejor, pero no muy bien que digamos” (JAFFEE, 2007, p. 232).

Os preços do café orgânico são superiores aos cafés convencionais¹⁹. No caso do *fair trade*, há um preço mínimo fixado no mercado que também tende a ser superior à cotação no mercado do café *commodity*. Contudo, nos casos de que tratamos, a escolha em produzir o café orgânico ou agroecológico foi anterior à possibilidade de comercialização da produção como orgânica e à inserção no comércio justo. Inclusive alguns produtores permaneceram na produção orgânica, mesmo vendendo seus cafés como convencionais no mercado local por algum tempo e arcando com perdas financeiras. Por conseguinte, não podemos considerar que apenas os preços mais elevados alcançados por estes tipos de cafés explicam a formação das estratégias produtivas e comerciais dos produtores sustentáveis. De outro modo, buscamos uma compreensão da construção social das estratégias econômicas destes produtores. Nesse sentido, um primeiro elemento que condiciona as escolhas dos produtores sustentáveis se refere a valores sociais, relativos à saúde e a condições ambientais. Estes produtores tendem a não utilizar agrotóxicos, que denominam “veneno”, pois consideram que isto é prejudicial a sua saúde e ao meio ambiente, como percebemos em relatos de diversos agricultores sustentáveis.

Os produtores sustentáveis que aqui consideramos constituem uma minoria no conjunto de produtores da região estudada. Logo, a perspectiva da ECT que pretende prever a emergência de formas de governança das transações mais eficientes não se confirma e não se sustenta no caso estudado. A comercialização por meio de cooperativas seria, da perspectiva dos produtores, a forma de coordenação que permitiria reduzir ao máximo os custos de transação e, portanto, seria a estrutura de governança esperada. O que o caso das Matas de Minas nos mostra é que a estrutura de governança das cooperativas tende a não predominar e onde emergiu e conseguiu se sustentar isso só foi possível devido ao apoio de organizações da sociedade civil e do poder público e a condições mais gerais do ambiente institucional, além das próprias trajetórias de articulação política em cada caso.

19 Os preços dos cafés orgânicos dependem da avaliação da qualidade, similar à adotada para os cafés convencionais. Mas também dependem do comprador, não havendo uma cotação única para estes cafés. De modo geral os preços por saca do café orgânico são entre 20% e 50% superiores aos dos cafés convencionais. Disponível em: <<http://www.markcafe.com.br/o-cafe/produtos-diferenciados/1123-cafeorganico>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

O que pretendemos afirmar, contra a ECT, é que não se trata de definir modelos preditivos e /ou prescritivos das formas de coordenação mercantil. Trata-se de analisar cada forma de coordenação existente em seu contexto social e sua trajetória histórica específica. O que procuramos mostrar é que no contexto da desregulamentação constituíram-se três convenções de qualidade, relacionadas a distintos tipos de produtores e às quais se alinham três tipos de coordenação contratual. A permanência da comercialização via intermediários para o caso dos cafés commodity se explica pelo controle do mercado, via regimes de avaliação e construção da qualidade, pelos próprios compradores. No caso dos cafés especiais e sustentáveis, a emergência de outras formas de coordenação das transações se relaciona à constituição de dispositivos de regulação, como protocolos de certificação, e outros agentes, como os membros de organizações da sociedade civil que conferem suporte à produção e, em alguns casos, à comercialização. Estes mecanismos permitem um controle do oportunismo característico da transação do tipo commodity e garantem melhores condições de acesso ao mercado para os produtores.

Sem a pretensão de produzir generalizações a partir de nosso caso, podemos estimar apenas que a possibilidade de permanência e sustentação das organizações locais e de formas de coordenação das transações que confirmam maior segurança e uma remuneração adequada aos produtores, criando consequentemente condições para o desenvolvimento local, dependerá dos mesmos mecanismos institucionais que propiciaram a emergência destas organizações. Estes mecanismos são, principalmente, políticas públicas de sustentação da agricultura familiar e o apoio de entidades públicas e da sociedade em termos de transferência de tecnologias adequadas ao contexto destes produtores e de suporte ao processo de organização local.

5 Considerações finais

Podemos dizer que tanto as mudanças institucionais decorrentes da extinção do IBC quanto as transformações econômicas internacionais condicionaram um novo cenário nas Matas de Minas desde os anos 1990. A região que, tradicionalmente, era identificada pelo baixo nível tecnológico e organizacional e pela baixa qualidade dos seus cafés, passou por um processo de reconstrução de sua reputação no setor cafeeiro. A melhoria da qualidade dos cafés da região foi parte importante deste processo, o que se deu a partir de

esforços e investimentos dos próprios produtores e da formação de organizações locais que fomentaram o processo de mudança tecnológica. Com a melhoria da qualidade dos cafés da região e seu reconhecimento no mercado, ocorreu também um *feedback* positivo sobre as organizações. Sendo assim, as Matas têm experimentado uma fase de florescimento de associações e cooperativas de produção e crédito. As organizações existentes representam muitas vezes para os produtores formas de proteção diante do ambiente de um mercado globalizado e uma alternativa ao caminho habitual do café no mercado local, por meio de intermediários.

Pretendemos com este trabalho oferecer uma contribuição para o campo de estudo dos mercados agroalimentares, discutindo ferramentas teórico-analíticas que nos permitam melhor entender estas realidades. Partimos de uma reflexão crítica sobre os estudos existentes sobre o setor do café no Brasil, notadamente orientados pela posição hoje dominante no campo da pesquisa institucionalista que é a ECT, por exemplo, (ZYLBERSZTAJN, 1995). A escolha das Matas de Minas para a realização de um estudo de caso foi fundamental nesse sentido, pois, por ser uma região onde as organizações tradicionalmente não se concretizavam e a qualidade era um problema, desafiava o modelo da ECT que alinha formas de coordenação ou estruturas de governança emergentes apenas com características das transações, pretendendo produzir análises do tipo hipotético-dedutivo.

Como procuramos mostrar, não se poderia dizer que no contexto da desregulamentação iriam prevalecer formas eficientes de coordenação do mercado de café. De outro modo, persiste ainda a comercialização via intermediários na região. Interpretamos esta persistência a partir de uma compreensão das instituições do mercado como regimes de controle compostos por mecanismos, como os standards de qualidade, que expressam relações de poder objetivadas. No caso estudado, o padrão de classificação do café commodity manejado pelos intermediários lhes confere uma posição de controle da informação e das condições de construção da qualidade do café. Quando se constroem alternativas à comercialização com os intermediários locais, isso se dá por meio de outros padrões de avaliação da qualidade e outras formas de produção que são construídos pelos agentes, organizações de produtores, e suportados por organizações da sociedade e burocracias públicas. Isso ocorre no caso dos cafés diferenciados – os cafés especiais e os cafés sustentáveis. Trata-se,

nestes casos, não apenas de uma “melhoria” da qualidade material destes cafés, mas de uma mudança política das instituições no mercado, baseada na criação de outros regimes de controle que se fundamentam, principalmente, na construção de novos padrões de qualidade. Estes padrões precisam ser reconhecidos no mercado para que ofereçam retornos positivos aos produtores e, para tanto, é fundamental a atuação das organizações locais e o suporte conferido pelas burocracias públicas.

Destarte, contra a perspectiva da ECT, concluímos que as instituições não são simples redutoras de incerteza, mas são formas de objetivação de relações de poder. Estas relações de poder se objetivam nas próprias instituições do mercado, principalmente nos standards de qualidade. Igualmente, os arranjos institucionais existentes e suas consequências sobre as formas de coordenação mercantil não são necessariamente redutores de custos de transação. De outro modo, os processos de mudança e de estabilização de mercados, como aquele que consideramos no período pós-IBC, são condicionados pelas relações de poder e pelos aparatos culturais dos quais os agentes fazem uso em suas interações.

Além disso, apontamos que a abordagem da ECT oferece uma visão estreita da estrutura interna das burocracias e de seu papel na coordenação do mercado. Concluímos em nosso estudo que as mudanças pelas quais passaram as burocracias públicas foram fundamentais para a redefinição de uma agenda para a cafeicultura e a formulação de políticas para este setor, o que se deu na relação entre agentes públicos e privados.

O argumento fundamental desta pesquisa é que o ambiente institucional condiciona as estratégias econômicas dos produtores e, conseqüentemente, as formas de coordenação das transações no mercado. Mas cada produtor acessa diferentes serviços e políticas conforme suas relações com diferentes agentes nestes campos e de seus próprios recursos, tanto econômicos, quanto outras formas de capital, como o capital social e a informação. Com isso, pretende-se explicar o processo de diferenciação dos produtores. Neste processo, a qualidade ocupa um papel central enquanto categoria analítica. A qualidade é aqui entendida, sociologicamente, como standards construídos pelos agentes sociais que definem padrões de ação econômica, formas de comercialização específicas, entre outros mecanismos que conformam regimes de controle dos mercados, aos quais os produtores devem se adequar. Além disso, no contexto

pós-IBC a qualidade é parte fundamental das estratégias competitivas no mercado de café. E, com isso, no processo de adaptação dos produtores às novas condições institucionais e econômicas, estes buscaram novas formas de produção e comercialização caracterizadas essencialmente por uma diferenciação dos cafés pela qualidade. De modo geral, as formas de coordenação das transações de café dependem da qualidade. Aliás, a cada forma de coordenação corresponde não apenas uma qualidade de café, mas também um tipo de produtor, entre o “tradicional”, o “empresário”, o “especial” e o “sustentável”. Para cada tipo de produtor identificamos formas específicas de incentivos e controles institucionais que condicionam suas estratégias econômicas. Com isso, acreditamos que nossa análise oferece subsídios para uma crítica geral à perspectiva da ECT e para a defesa de uma visão sociológica dos mercados agroalimentares que dê conta de deslindar sua estrutura e mecanismos de funcionamento.

Referências

BACHA, E. Política Brasileira do Café: uma avaliação centenária. In: MARTINS, M; JOHNSTON, E. **150 Anos de Café**. Rio de Janeiro: Marcelino Martins e E. Johnston Exportadores Ltda., 1992.

BLASENHEIM, P. **A regional history of the Zona da Mata in Minas Gerais, Brazil: 1870-1906**. PhD Thesis - Stanford University. Stanford, 1982.

BOURDIEU, P. O campo econômico. **Política e sociedade**, Santa Catarina, n. 6, p. 15-57, 2005.

_____. **As estruturas sociais da economia**. Porto: Campo das Letras, 2006.

EVANS, P. **Autonomia e parceria: estados e transformação industrial**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

FLIGSTEIN, N. Markets as politics: a political-cultural approach to market institutions. **American sociological review**, v. 61, 1996.

_____. **The architecture of markets: an economic sociology of twenty-first-century capitalist societies**. Princeton: Princeton University Press, 2001.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário**. 2006.

JAFFEE, D. **Brewing justice: fair trade coffee, sustainability and survival**. Berkeley: University of California Press, 2007.

SAES, M. S. M. **A racionalidade econômica da regulamentação no mercado brasileiro de café.** Tese (Doutorado em Economia) - Universidade de São Paulo. São Paulo, 1995.

SAES, M. S. M.; FARINA, E. M. M. Q. **O Agribusiness do café no Brasil.** São Paulo: USP; FIA; PENSA; IPEA, 1999.

VILELA, P. S.; RUFINO, J. L. S. **Caracterização da cafeicultura de montanha de Minas Gerais.** Belo Horizonte: INAES, 2010.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de governança e coordenação do agribusiness:** uma aplicação da nova economia das instituições. Tese (Livre Docência) - Universidade de São Paulo. São Paulo, 1995.

Recebido em: 10/02/2016

Aceito em: 08/08/2016

A Market Controlled by Middlemen: quality standards and forms of organization of transactions in a coffee producing region in Minas Gerais

Abstract

In this paper we analyze the coffee market organization in the region of Matas de Minas since deregulation in the 1990s. This market is characterized by control of the intermediate on ways to coordinate transactions. We look at how the coffee differentiation, and thus the growers differentiation, by means of production of specific quality standards has generated new forms of coordination. We propose an analysis of this case from the perspective of sociology of markets, focusing on the power relations established between economic agents and how they structure the marketing. Thus, we established a critical discussion with the alternative perspective for the analysis of agrifood markets represented by the Economy of Transaction Costs.

Keywords: Coffee. Market. Quality. Deregulation.