

VERTICALIDADES NO TERRITÓRIO BRASILEIRO: UMA ANÁLISE A PARTIR DAS AÇÕES DA COOXUPÉ NO CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUÇÃO DO CAFÉ

Marco Aurélio Pereira Rollo

Mestrado em Geografia - UNESP Rio Claro
marcoperol@yahoo.com.br

Samira Peduti Kahil

Profa. Dra. Depto. Planejamento Territorial e Geoprocessamento
Programa de Pós-Graduação em Geografia - UNESP Rio Claro
jkc@uol.com.br

RESUMO

O trabalho tem por objetivo elucidar como o território brasileiro, a cada dia que passa, vai sendo cada vez mais disponibilizado à economia global, graças à difusão de verticalidades elaboradas pelos grandes agentes hegemônicos da economia e impostas de diferentes maneiras em diversos lugares do país. Através do exemplo das ações que a Cooxupé (Cooperativa Regional dos Cafeicultores em Guaxupé Ltda) desenvolve no Circuito Espacial de Produção do Café mostrar-se a como são impostas verticalidades na área de atuação da Cooperativa, criando no lugar uma solidariedade do tipo organizacional baseada em racionalidades de origem distantes.

Palavras-chave: café, circuito espacial de produção, grandes empresas, território, verticalidades.

VERTICAL INTEGRATION IN THE BRAZILIAN TERRITORY: AN ANALYSIS FROM THE ACTIONS OF COOXUPÉ IN THE SPACE CIRCUIT OF COFFEE PRODUCTION

ABSTRACT

This work elucidates as Brazilian territory, each day that passes, becomes available to the global economy, thanks to the diffusion of uprights elaborated for the great hegemonic agents of economy imposed in different ways, in so many places all over the country. Through the example that Cooxupé (Regional cooperative of coffee growers from Guaxupé Ltda.) develops in the Space Circuit of Coffee Production, will be shown how the imposed verticality works where the cooperative acts, creating there an organizational solidarity based on rationality from distant origins.

Keywords: coffee, space circuit of production, great companies, territory, vertical integration.

INTRODUÇÃO

No atual período histórico, o avanço de ciência, tecnologia e informação faz com que o espaço geográfico – “conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações” – seja “um sistema de objetos cada vez mais artificiais, povoados por sistemas de ações igualmente imbuídos de artificialidade” (SANTOS, 1994, p. 90). Daí podermos, juntos com Milton Santos, tratar o meio geográfico de meio técnico-científico-informacional.

São tais avanços e usos mais e mais generalizados dos sistemas técnicos que possibilitam às sociedades reestruturarem os tradicionais sistemas de produção, circulação e distribuição de mercadorias segundo o novo modo de desenvolvimento do capitalismo no período atual. O meio geográfico assim instrumentalizado é que possibilita ao mesmo tempo também o controle distante dos sistemas de atividades e de movimento quer em áreas onde se desenvolvem atividades industriais quer em áreas de atividades agrícolas. Um tal controle das atividades do sistema produtivo como um todo é exercido pelos agentes hegemônicos da economia e da política, no mais das vezes grandes corporações e instituições mundiais. O conjunto de

Recebido em 15/11/2008

Aprovado para publicação em 31/12/2009

sistemas de objetos e de sistemas de ações, ao serviço das grandes corporações e instituições, vão se instalando nos lugares de forma hierárquica e seletiva, configurando e organizando de forma hierárquica o espaço geográfico.

Esta hierarquia entre os lugares formam as redes que por sua vez são eficientes e permitem aos agentes hegemônicos impor e manter uma ou várias ordens. Enfim, permitem realizar a integração e a coesão dos territórios segundo seus próprios desígnios. (RAFFESTIN, 1993).

Não é por menos que os sistemas de ações organizadas em rede, tendo em vista o comando do sistema produtivo, se efetivam principalmente nos lugares mais suscetíveis de adotarem e reestruturarem técnica e informacionalmente seus territórios. Tal reestruturação/instrumentalização dos lugares possibilita maior densidade e aceleração das relações entre lugares e um feixe ainda maior de fluxos - de informação, de capitais, de produtos, de normas, etc., o que reforça a competitividade e favorece mais uma vez, o processo de acumulação de capital.

No Brasil, formação sócio-espacial historicamente organizada e reorganizada em função de interesses das empresas que operam no mercado mundial, a instalação de redes instrumentais ao mercado e às grandes corporações empresariais deixam o território à mercê dos sistemas de ações políticas que interessam às essas mesmas empresas e ao mercado que passam assim a exercer um forte poder de comando da vida de relações e da dinâmica entre os lugares, vale dizer, da dinâmica do território nacional. Esse comando se faz presente, por exemplo, nas áreas onde se desenvolvem atividades agrícolas voltadas ao abastecimento do mercado internacional.

A cafeicultura brasileira, atividade que sempre esteve fortemente vinculada ao mercado internacional, é hoje ainda mais subordinada aos mandamentos das empresas internacionais, por exemplo, na escolha induzida das sementes e das espécies, no uso do crédito agrícola, no direcionamento da assistência técnica e científica da produção, intervindo na logística das formas de colheita, de coleta e de transporte do café.

Temos assim de um lado, uma produção quantitativamente ampliada em relação aos padrões técnicos e científicos dos períodos anteriores e, de outro lado, uma circulação ampliada graças ao conjunto de condições de racionalização segundo os novos nexos econômicos-corporativos do período atual.

O Estado brasileiro dá sustentação econômica e política ao processo, na medida em que os interesses nacionais no aumento das exportações convergem com os interesses das grandes empresas.

No circuito espacial de produção do café, a organização de redes técnico- informacional, leva a uma profusão de verticalidades no território. Diferentemente da horizontalidade – conjunto formado por pessoas, empregos, instituições numa área contígua,

a verticalidade é a relação que se dá entre pontos, tornada possível em função das telecomunicações. Pontos distantes que recebem ordens e mensagens e as executam no tempo desejado, permitindo, por conseguinte, que o projeto das empresas ou dos Estados se exerça validamente. Essas verticalidades enervam todo o território mundial, em diferentes graus de intensidade e todo o território nacional, sobrepondo-se aos territórios da horizontalidade (SANTOS, 2003b, p. 62).

Pretendemos neste artigo, analisar os sistemas de atividades e os sistemas de objetos que dão suporte e viabilizam o circuito espacial de produção do café, tendo em vista as ações da Cooperativa Regional dos Cafeicultores em Guaxupé – Cooxupé, empresa que vem contribuindo e viabilizando a instalação de verticalidades elaboradas em nível global por grandes agentes hegemônicos da economia mundial, levando o lugar a se adaptar às exigências do atual modo de desenvolvimento do capitalismo.

Redes e verticalidades do circuito espacial de produção do café – os sistemas de atividades da Cooxupé

Segundo Santos e Silveira (2003, p. 143), no atual período técnico-científico-informacional há uma crescente segmentação territorial das etapas do trabalho (produção, circulação, distribuição, consumo) acarretando na intensificação das trocas e relações entre as regiões. Esses intercâmbios freqüentes não são obrigatoriamente entre áreas contíguas. Daí a proposta de Milton Santos (1994) de abordagem que leva em conta os circuitos espaciais da produção.

Estes são definidos pelas diversas etapas do processo produtivo desde a sua origem até o consumo final. Os círculos de cooperação associados aos circuitos espaciais de produção referem-se à logística da circulação dos produtos, aos fluxos imateriais, tais como capital, informação, mensagens e ordens (SANTOS, 1994).

Constituem o circuito espacial de produção do café e seus respectivos círculos de cooperação, vários agentes atuando desde a escala local até a escala global. Estes agentes estabelecem redes de relações criando um sistema de cooperação e/ou competitividade entre os lugares. Desse modo, a complexa relação que vai se estabelecendo entre os produtores rurais, os fornecedores de insumos químicos e implementos mecânicos, os laboratórios de pesquisa biotecnológica, os prestadores de serviços (maquinistas, corretores), as cooperativas e *tradings*, as indústrias de torrefação e moagem, as transportadoras, as instituições financeiras acabam por formar uma rede territorial, também e cada vez mais, complexa (complexa porque hierárquica e seletivamente desigual quanto ao uso do território).

Para Milton Santos (1999a, p. 13) as definições de rede se multiplicam, mas pode-se admitir que se enquadram em duas matizes: a que apenas considera a sua realidade material representada aqui pelas infra-estruturas e outra, em que o dado social e político também é levado em conta em virtude das pessoas, mensagens, valores que as freqüentam. Sem isso, e apesar da materialidade com que se impõe aos sentidos, a rede seria uma mera abstração. Portanto, vamos considerar em nossa análise as duas esferas propostas por Milton Santos: a materialidade das redes e a vida que as anima, isto é o dado político das redes. É assim importante ressaltarmos logo que é por meio das redes que o território pode ser regulado e comandado pelos agentes hegemônicos da economia. As redes articulam os lugares, conferindo a emergência de um espaço de fluxos que é constituído por um conjunto de verticalidades, ou seja, de ações e ordens verticais distribuídas e comandadas pontualmente nos territórios, e que têm sua gênese nos interesses particulares e externos aos lugares onde se instalam (PEREIRA, 2005, p. 3).

É o que buscamos levantar e analisar a partir dos sistemas de ações da Cooxupé no circuito espacial de produção do café. Essa cooperativa tem sua sede em Guaxupé² que fica no Sudoeste de Minas Gerais. Atualmente o território de suas atividades estende-se pelo Sul de Minas Gerais, Alto Paranaíba (Cerrado Mineiro) e Vale do Rio Pardo, no estado de São Paulo. Além disso, a Cooxupé conta também com um escritório na cidade de Santos para a realização de negócios de exportação de café. A Cooxupé possui hoje cerca de 11 mil cooperados, entre pequenos, médios e grandes produtores. Para classificar o cooperado em pequeno, médio ou grande produtor a Cooxupé leva em conta a quantidade de sacas produzidas e entregues pelo cooperado à Cooperativa e não o tamanho de suas propriedades (Tabela 1).

Tabela 1

Perfil do Cooperado da Cooxupé – Média 2006 a 2007

Pequeno produtor (até 500 sacas de café)	84,02%
Médio produtor (de 501 a 2000 sacas de café)	13,37%
Grande produtor (acima de 2001 sacas de café)	2,61%
Total	100,00%

Fonte: Cooxupé. Org. Marco Aurélio Pereira Rollo.

Em 2007, a Cooperativa recebeu cerca de 3,26 milhões de sacas de café (11,4% da safra nacional de café arábica). Deste total, 1,659 milhão de sacas foram embarcadas para o exterior (Alemanha, Suíça, Estados Unidos, entre outros) fazendo da Cooxupé a segunda maior exportadora de café do Brasil. As atividades da Cooxupé durante o ano de 2007, levaram-na a obter faturamento recorde em sua história: 1,265 bilhão de reais (COOXUPÉ (...), 2008).

Atualmente, somente no município de Guaxupé (MG) onde se localiza a sede da Cooxupé o circuito espacial de produção da cooperativa se compõe de escritório para a realização de

² O município de Guaxupé possui uma área de 294 km², contando hoje com uma população de cerca de 50 mil habitantes. Sua distância em relação à capital mineira Belo Horizonte é de 478 km e em relação à cidade de São Paulo é de 282 km.

negócios, silos e fábrica de ração³, laboratório⁴, indústria de torrefação e moagem⁵, armazéns e loja para venda de produtos voltados à atividade agrícola.

As unidades avançadas e os núcleos regionais expandem o circuito espacial de produção e o próprio círculo de cooperação da cooperativa em 22 municípios. Essas unidades e núcleos têm como objetivo aproximar a Cooperativa do produtor de modo a fornecer insumos, máquinas e implementos, sementes, material de colheita, produtos veterinários, rações, suplementos minerais e outras mercadorias usadas nas áreas de produção propriamente dita. Complementarmente os núcleos disponibilizam também aos cooperados todo um sistema de informações sobre as condições do mercado e serviços de assistência técnica a cargo de engenheiros-agronômicos.

Todos os núcleos, com exceção dos localizados em São Pedro da União, Guaranésia (no Sul de Minas) e Caconde (no estado de São Paulo), possuem também estrutura física para armazenamento de café. Somando-se todos os armazéns, a Cooxupé possui uma capacidade de armazenagem estática de 4,3 milhões de sacas de café.

Toda essa rede de relações cooperativas e de infra-estruturas territoriais montadas pela Cooxupé tem a finalidade última de viabilizar o movimento e a circulação ótima da produção do café. Como nos lembra Milton Santos (2004, p. 275), hoje não basta produzir, é indispensável colocar a produção em movimento.

De acordo com o discurso cooperativista, essas inúmeras relações permitem a cooperação entre produtores rurais, a própria Cooperativa e o mercado. Porém, de acordo com Milton Santos Filho (1989, p. 159), se por um lado, as cooperativas

garantem a reprodução do produtor, melhorando sem dúvida o seu nível geral de vida e as suas condições gerais de produção, por outro, o fazem em função das suas próprias necessidades de sobrevivência, pois recriam aqueles que virão a explorar, garantindo a existência dos mesmos que, em contrapartida atuarão no sentido de mantê-la.

Desta forma também, Loureiro (1981, p. 153) pôde afirmar que à Cooperativa não interessa um produtor falido, mas um produtor em ação, gerando mercadorias agrícolas, comprando insumos, realizando financiamentos. Só assim ela terá garantida sua fonte de acumulação. Como a cooperativa não tem nada a perder (pois não assume os riscos nem do processo de produção, nem do processo de comercialização), mas, ao contrário, tem tudo a ganhar com a continuação do ciclo produtivo do cooperado, ela deve necessariamente não só estimulá-lo a produzir, mas em nível cada vez mais elevado de produtividade.

Assim também, podemos afirmar que à Cooxupé “não interessa em momento algum arrefecer o ritmo da expansão capitalista. Mas, ao contrário, a cooperativa intenta criar condições para a sua aceleração, o que a favorece enquanto instituição a ele engajada” (SANTOS FILHO, 1989, p. 159).

Daí afirmarmos que as relações entre cooperados e Cooperativa se constituem em “falsas horizontalidades”. Se nos disseres de Milton Santos (1994, p. 55) as horizontalidades são o domínio de um cotidiano territorialmente partilhado por todos (indivíduos, coletividades, firmas, instituições) com tendência a criar suas próprias normas, fundadas na semelhança ou na complementariedade das produções e no exercício de uma existência solidária – não é bem assim que as relações se estabelecem entre cooperados e a Cooxupé. As relações entre cooperados e a Cooxupé, podem ser consideradas “falsas horizontalidades” porque numa via de mão única, visam basicamente fortalecer política e financeiramente a própria Cooperativa e instalar verticalmente no território um ordenamento instrumental a serviço dos agentes hegemônicos da economia internacional. É por isso também que podemos afirmar que essas verticalidades são hierárquicas e, portanto transportam comandos que podem ser de ordem técnica, financeira, política, etc. estabelecendo sobre o território uma solidariedade do tipo organizacional baseada em racionalidades de origem distantes (SANTOS, 2004, p. 285).

³ Inaugurada em 1984. Hoje, possui uma linha de produtos com mais de 90 tipos de rações e concentrados e mais de 25 tipos de suplementos minerais para bovinos, eqüinos, suínos, aves, caprinos e ovinos.

⁴ No laboratório da Cooxupé desenvolvem-se pesquisas para a melhoria na qualidade e no rendimento da planta, além de fazer análises químicas da folha e dos solos.

⁵ Inaugurada em 1984, foi reaparelhada em 1994, possuindo hoje, modernos equipamentos e tecnologia de ponta.

Ao analisar a participação da Cooxupé e seus cooperados em dois programas que tem como características o ordenamento das áreas produtoras de café e que foram elaborados por grandes empresas torrefadoras de café podemos avaliar como essas “falsas horizontalidades” tecidas organizacional e verticalmente no círculo e no circuito espacial de produção de café brasileiro, enfraquecem politicamente e fragmentam o território da nação.

Ordens mundiais e ordenamento heteronômico dos lugares: as ações da Cooxupé

No atual período técnico-científico-informacional novas modalidades de consumo são disseminadas pelas grandes empresas em todos os lugares. Em relação ao consumo mundial de café, o surgimento dos cafés especiais e *gourmets*, além da elaboração de produtos diferenciados derivados do café como bebidas geladas, balas, entre outros, têm permitido às empresas conquistarem novos mercados em vários países, inclusive nos já saturados mercados da Europa e Estados Unidos. Daí decorre a necessidade da produção cada vez mais variada de café de qualidade e competitivo para o abastecimento e ampliação de mercados mais cada vez mais também, exigentes.

Como nos lembra Silveira (2002, p.46),

a produtividade espacial para um bem ou serviço criada com esforço social, não é duradoura, envelhece e o lugar é chamado a criar novos atrativos para o capital. Os atores hegemônicos convocam toda a sociedade e todo o território a trabalhar para seus fins particulares.

Conseqüentemente, as áreas produtoras de café, inclusive no Brasil, transformam-se técnica e organizacionalmente segundo as novas lógicas do modo neoliberal de desenvolvimento capitalista - uma lógica fundada numa competitividade sem limites, que impõe “uma solidariedade vertical, cujo epicentro é a empresa hegemônica, localmente obediente a interesses globais mais poderosos e, desse modo, indiferente ao entorno” (SANTOS, 2003a, p. 85). Deste modo, programas e ordens estabelecidos mundialmente por empresas e organismos internacionais de comércio ordenam as áreas produtoras de café.

A Cooxupé, das mais importantes empresas brasileiras do circuito espacial de produção de café no Brasil, se torna um vetor de informação e ordenamento dos lugares para que atendam as exigências das grandes empresas mundiais. É de comum acordo entre a Cooxupé e grandes empresas internacionais que uma nova dinâmica se instala e ritma o processo de transformação e reordenamento do círculo de cooperação e do circuito espacial de produção do café no sul de Minas.

Para garantir matéria-prima de qualidade para a realização eficaz de seus negócios, a Nestlé Nespresso⁶, cuja sede situa-se na cidade de Orbe (Suíça) criou um programa de qualidade sustentável denominado “3A – *Sustainable Quality Program*”. No Brasil, este programa é desenvolvido em parceria com cafeicultores cooperados da Cooxupé, seletivamente entre os quais, somente participam do programa, os cafeicultores que possuem propriedades localizadas no Cerrado Mineiro⁷. Hoje, do total de cooperados do Cerrado Mineiro, cerca de 380, entre pequenos, médios e grandes produtores fornecem café ao programa. Esse programa da Nestlé Nespresso exige que o café produzido pelos produtores apresente quatro características: qualidade, sustentabilidade econômica, social e ambiental, pagando para isso US\$ 7,00 a mais pela saca do café em bica corrida⁸ que se enquadra no padrão “3A” (COOXUPÉ (...), 2007a).

Deste modo a adaptação dos cooperados às normas de produção, impostas pela Nestlé

⁶ A Nespresso S.A. Company foi criada em 1986, e em parceria com a suíça Turmix deu início à venda de um sistema criado em 1970 pela Nestlé, que, desenvolveu uma máquina de café ‘expresso’ tecnicamente avançada e que usava cápsulas de café moído em porções específicas e que protegiam mais de 900 aromas. Hoje, a Nespresso possui loja em São Paulo, para vender café em cápsulas, máquinas e itens como xícaras e bandejas (NESPRESSO (...), 2007).

⁷ A perfeita definição das estações climáticas com verão quente e úmido, e inverno ameno e seco, condição única para a produção de excelentes cafés, constitui no grande trunfo do Cerrado. Essa condição climática ocorre pelo fato da região do Cerrado estar em área continental promovendo regime de chuvas diferentes do que ocorre nas outras regiões produtoras de café no Brasil, que sofrem influência direta de massas oceânicas. Sua localização entre os paralelos sul 16°30’ e 20°30’ confere particular distribuição de luminosidade garantindo crescimento vegetativo uniforme das lavouras de café (CONSELHO DAS ASSOCIAÇÕES DOS CAFEICULTORES DO CERRADO – CACCER, 2007).

⁸ Café beneficiado sem separação de peneiras.

Nespresso é realizada através da própria Cooxupé quando esta, por exemplo, orienta o produtor rural, através dos núcleos de assistência técnica, praticar uma melhora contínua do cafezal e das benfeitorias na propriedade segundo as normas do Programa – o que significa impor ao produtor investimento em capital constante ou o que dá no mesmo, impõe ao produtor um endividamento. O sucesso das normatizações impostas pela Nestlé Nespresso aos cooperados são sem dúvida vantajosas para a empresa: em 2005, primeiro ano em que a Nespresso apresentou o programa aos cooperados, a empresa comprou 17 mil sacas; em 2006 a compra foi de 40 mil sacas, em 2007 cerca de 60 mil sacas e o crescimento esperado nas aquisições para 2008 e 2009 é de 90 e 130 mil sacas respectivamente (COOXUPÉ (...), 2007a).

Outro exemplo de associação entre empresas internacionais e a Cooxupé é a integração da Cooperativa, a partir de 16 de outubro de 2007, com a Associação 4C – Código Comum para a Comunidade Cafeeira⁹. Esta associação foi criada por iniciativa da Associação Alemã de Café (DKV – Deutscher Daffeeverband) e da Sociedade para Cooperação Técnica Alemã (GTZ – Gesellschaft Fur Technische) com apoio do governo alemão. Cabe destacar que a Alemanha é o principal país importador de café em grão produzido pelo Brasil (Tabela 2).

Tabela 2

Exportações Brasileiras de Café Verde – não torrado, não descafeinado Principais Países Importadores - 2007

Países	Valor (US\$ mil)	Volume (ton.)
Alemanha	687.052	301.504
EUA	589.871	269.911
Itália	375.638	160.666
Japão	272.772	112.412
Bélgica	178.554	76.704
Total	2.103.887	921.197

Fonte: MIDIC/SECEX - Elaboração: MAPA/SPAE/DCAF.

Org. Marco Aurélio Pereira Rollo.

Disponível em: http://www.abic.com.br/estat_exporta_destino.html

Desde que foi idealizado em 2003, o projeto 4C recebeu investimentos da ordem de 3,5 milhões de euros, advindos principalmente de organizações e empresas como Nestlé, Kraft, Sara Lee, Mellita, Tchibo, Neumann Group, entre outros (QUATRO C (...), 2006). Portanto é um programa desenvolvido para atender a demanda de grandes empresas torrefadoras mundiais por cafés sustentáveis. Assim o 4C é um programa mundial que se propõe a promover a sustentabilidade da lavoura por meio de técnicas de responsabilidades social, econômica e ambiental na produção, no processamento e na venda dos grãos de café (Tabela 3).

Tabela 3

Princípios que envolvem as dimensões social, ambiental e econômica do Programa 4C – Código Comum para a Comunidade Cafeeira

1 – Dimensão Social	2 – Dimensão Ambiental	3 – Dimensão Econômica
- Liberdade de Associação;	- Uso racional da água;	- Acesso livre ao mercado;
- Liberdade de Negociação;	- Conservação da Biodiversidade;	- Comércio seguro;
- Nenhuma forma de discriminação;	- Uso correto e adequado de agroquímicos;	- Cadeia de oferta transparente;
- Direito à Infância e à Educação;	- Conservação e fertilidade do solo;	- Informações transparentes sobre o mercado;
- Condições dignas de Trabalho, de vida e educação;		- Controle constante pela qualidade;

⁹ A Associação 4C é constituída por empresas, organizações, cooperativas e pessoas físicas de todo o mundo, reunindo hoje 57 associados. Do Brasil são membros fundadores do 4C a ABIC (Associação Brasileira da Indústria do Café), o CNC (Conselho Nacional do Café), as cooperativas Cooxupé e Cocapec (Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas da Região de Franca – SP) e o agrônomo Bernardo van Raij, pesquisador do IAC (Instituto Agrônomo de Campinas), que acompanha o desenvolvimento do programa 4C desde o seu início, em 2003. (QUATRO C (...), 2007).

- Disponibilizar cursos e treinamentos aos envolvidos na produção	- Destinação correta dos detritos; - Uso racional e economia de energia;	- Controle de custos e melhoria na prática de gestão.
---	---	---

Fonte: Cooxupé

É importante ressaltar aqui, o fato de as grandes empresas terem se apropriado do “discurso” relacionado à responsabilidade social e principalmente ambiental como forma de atingir vantajosamente mercados mais amplos e específicos. No entanto, um tal discurso de preocupação com o meio ambiente é pronunciado até o ponto em que as práticas voltadas à proteção do meio ambiente não comprometam a produção e o consumo - tanto é que, o uso de agroquímicos aceito pelas empresas, desde que o uso desses agroquímicos sejam, ao menos no discurso, feito “de maneira correta e adequada”. Não é de se esperar outra posição, já que o banimento dos agroquímicos (primeiro item de um discurso verdadeiramente preocupado com a proteção do meio ambiente) acarretaria diminuição na produtividade das lavouras cafeeiras, além de contrariar grandes interesses das empresas produtoras de insumos para a cafeicultura.

Assim, sem contrariar os interesses das empresas produtoras de insumos, hoje cerca de 4,5 milhões de sacas de café de sete países produtores – Brasil, Vietnã, México, Guatemala, Uganda, Quênia e Costa Rica – já estão em processo de verificação para avaliar se atendem aos critérios de “responsabilidade sustentável” propagados pelo 4C.

A Cooxupé foi a primeira empresa do mundo a obter a licença oficial para comercializar café em grão cru produzido em conformidade com as normas estabelecidas pelo 4C, isto porque a Cooxupé tem entre seus principais clientes no mercado internacional, as empresas alemãs (Tabela 4). Daí os cooperados terem de ordenar sua produção segundo aquelas normas estabelecidas de fora.

Tabela 4

Principais clientes da Cooxupé no Mercado Internacional – 2007

Nome	Sacas	Containers
1 – Bernhard Rothfos GmbH & Co. (Alemanha)	301.709	865
2 – Coex Coffee International Inc. (EUA)	215.590	711
3 – Coffy Handels-Gesellschaft Bremen Mbh (Alemanha)	147.974	425
4 – Volcafe Ltd. (Suíça)	142.420	432
5 – Constantia Trading S.A. (Suíça)	120.500	376
6 – Decotrade A.G. (Suíça)	82.400	229
7 – Coffee América (EUA) Corporation (EUA)	65.280	209
8 – Nethgrain B.V. (EUA)	52.840	177
9 – Louis Dreyfus Commodities Suisse AS (Suíça)	49.600	155
10 – Mercon Coffee Corporation (EUA)	40.000	125
Total	1.218.313	3704

Fonte: Cooxupé

Cabe destacar que o selo 4C somente será aplicado às sacas de café proveniente das propriedades rurais que se enquadrarem às normas estabelecidas pela Associação 4C (COOXUPÉ (...), 2007b), o que exclui do programa cooperados que não possuem condições de adaptação às exigências. Atualmente a Cooxupé possui 1585 cooperados, entre pequenos, médios e grandes produtores inscritos no programa, totalizando 50.246,88 hectares de café (PROGRAMA (...), 2008).

Cabe destacar também que o alto investimento necessário para a adaptação ao 4C não significa necessariamente preço diferenciado da saca comercializada (que o Programa 4C chama de prêmio). A única vantagem ou garantia ao produtor é o compromisso estabelecido pelo programa da compra do café pelas empresas torrefadoras que por sua vez têm, por acordo, garantida a comercialização e distribuição de suas mercadorias (QUATRO C (...), 2006). Como consequência, as grandes empresas serão ainda mais favorecidas com agregação de valor ao produto, uma vez que este passa a estampar um “selo de qualidade”.

Os produtores rurais por sua vez, passam a exercer uma atividade “subordinada, dependente de entidades estranhas à área e cujo processo obedece a mandamentos que não têm nem inspiração local nem preocupação com os destinos locais” (SANTOS; SILVEIRA, 2003, p. 300).

O território por sua vez é adaptado para, cada vez mais, servir como um recurso, como um substrato e instrumento para as ações verticais das grandes corporações mundiais, ações estas que visam unicamente para estas mesmas corporações, a possibilidade de maior acumulação de capital. É por tudo isso que podemos afirmar juntos com Santos e Silveira (2003, p. 291) que está havendo uma exportação do território, na medida em que este está sendo disponibilizado, instrumentalizado e organizado heteronomicamente para atender as exigências e reclamos do mercado globalizado, perdendo os lugares, sua autonomia política, isto é, o poder de decidir sobre seu próprio destino.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No atual período técnico-científico-informacional o espaço geográfico ganha nova importância. A competitividade que antes era restrita apenas à estrutura interna de cada corporação, passa agora a ser também um atributo dos lugares (SANTOS, 1999b). Para que os lugares tornem-se competitivos, as grandes empresas impõem a instalação técnico-científica e informacional do meio geográfico constituindo em territórios nacionais um circuito de redes instrumentais mediadas por modernos sistemas de comunicação e informação, ao seu serviço. Essas redes permitem às empresas uma gestão técnica e solidariamente organizada do território, normatizando assim o uso e as ações de produção em diferentes lugares (PEREIRA, 2005).

No circuito espacial de produção do café brasileiro, a Cooxupé é um exemplo de empresa que atua no sentido de organizar o processo de produção e os lugares a se adaptarem às exigências impostas pelos grandes agentes hegemônicos da economia. Acolhendo e impondo normas elaboradas por grandes empresas mundiais, como por exemplo, os programas “3A” e “4C”, a Cooxupé acaba por impor uma ordem heteronômica, instrumental e pragmática aos lugares onde a Cooperativa atua. Configuram-se assim, regiões edificadas por crescentes solidariedades organizacionais, em que um comando remoto da parcela técnica da produção se faz cotidianamente, porém a condução das políticas locais é determinada cada vez mais por eventos e objetivos de caráter exógeno, fruto das verticalidades praticadas pelos agentes hegemônicos.

É desse modo que podemos afirmar juntos com Santos e Silveira (2003, p. 21) que as atividades fortemente voltadas para o comércio exterior, como é o caso do café, são atividades ritmadas pelo imperativo da competitividade e localizadas nos lugares mais aptos para desenvolver essas funções. Os lugares por sua vez, tornam-se obedientes aos interesses dos grandes agentes hegemônicos da economia, resultando na perda de sua autonomia política.

Com *status* de maior cooperativa de cafeicultores do mundo, a Cooxupé, que é paradoxalmente, empresa de capital totalmente nacional e representante de produtores rurais brasileiros, poderia assumir o papel de resistência do lugar aos vetores normativos verticais vindos de fora do país – resistência no sentido de fazer reverter a riqueza produzida no lugar, aos próprios produtores dessa riqueza. Porém essa resistência não ocorre porque a Cooperativa assume postura de aliado do capital internacional. Bem ao contrário de uma postura de resistência e que poderia transformar as solidariedades verticais em solidariedades horizontais, isto é, “formas de convivência e de regulação criadas a partir do próprio território e que se mantêm nesse território (...)” (SANTOS, 2003, p. 110).

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ – ABIC. Disponível em: <<http://www.abic.com.br>>. Acessos em: mar. 2007/maio 2008.

CONSELHO DAS ASSOCIAÇÕES DO CAFÉ DO CERRADO – CACCCER. Disponível em: <<http://www.caccer.com.br>>. Acessos em: mar./jul. 2007.

COOPERATIVA REGIONAL DOS CAFEICULTORES EM GUAXUPÉ – COOXUPÉ. Disponível em: <<http://www.cooxupe.com.br>>. Acessos em: mar. 2007/maio 2008.

COOXUPÉ e Nespresso oferecem mercado para cafés de qualidade. **Folha Rural**, Guaxupé, 15 maio 2007a.

COOXUPÉ já pode comercializar cafés com o selo 4C. **Folha Rural**, Guaxupé, 15 out. 2007b.

COOXUPÉ comemora recorde de exportação em 2007. **Folha Rural**, Guaxupé, p. 10-11, 20, fev. 2008.

LOUREIRO, Maria Rita Garcia. Cooperativismo e reprodução camponesa. In: LOUREIRO, M. R. G.

- (Org.). **Cooperativas Agrícolas e Capitalismo no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1981. p. 133-155.
- NESPRESSO e Starbucks chegam ao Brasil. **Jornal do Café – Abic**. Edição 156, dez. 2006/jan. 2007. Disponível em: <http://www.abic.com.br/jcafe/jcafe_ed156_p70a71.pdf>. Acesso em: 10 out. 2007.
- PEREIRA, Mirlei Fachini Vicente. **Redes e verticalidades como estratégias de uso do território por grandes empresas: o exemplo da Embraer**. 2005. 123 p. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2005.
- PROGRAMA 4C – Aprenda mais sobre produção sustentável. **Folha Rural**, Guaxupé, 20 maio 2008.
- QUATRO C apresenta novo conceito de comercialização de café. **Abic**, 25 nov. 2006. Disponível em: <http://www.abic.com.br/noticias/nota_4c_271106html>. Acesso em: 10 jun. 2008.
- QUATRO C no mercado, em outubro. **Jornal do Café – Abic**. Edição 158, jul./ago. 2007. Disponível em : <http://www.abic.com.br/jcafe/jcafe_ed158_p28a29.pdf>. Acesso em: 10 out. 2007.
- RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.
- SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo, Globalização e Meio Técnico-científico-informacional**. São Paulo: Hucitec, 1994.
- SANTOS, Milton. Modo de produção técnico-científico e diferenciação espacial. **Território**, ano IV, n. 6, Rio de Janeiro, p. 5-20, 1999a.
- SANTOS, Milton. Guerra de lugares. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 08 ag. 1999b. Caderno Mais, p.3-5.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 10. ed. São Paulo: Record, 2003a.
- SANTOS, Milton. Região: Globalização e identidade. In: LIMA, L. C. (org.). **Conhecimento e reconhecimento: Homenagem ao geógrafo cidadão do mundo**. Fortaleza: EDUECE, 2003b. p. 53-64.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2004.
- SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. **Brasil, Território e Sociedade e os rumos para o Século XXI**. 5. ed. São Paulo: Record, 2003.
- SANTOS FILHO, Milton (Coord.). **O processo de urbanização no oeste baiano**. Recife: SUDENE, 1989.
- SILVEIRA, Maria Laura. Uma globalização desnecessária, um território instável. **Ciência Geográfica**, ano VII, vol. 1 (21), Bauru, p. 43-46. 2002.