

O Cooperativismo Agrícola Como Uma Forma de Neutralizar as Desvantagens Competitivas da Agricultura Familiar. Em análise a Coopercaju¹

Maria Luiza Lins e Silva Pires²

Resumo

Concebidas pela sua capacidade de organizar o espaço e a produção rural, as cooperativas agrícolas são também identificadas como alternativa capaz de organizar a atividade produtiva, potencializando as vantagens da agricultura familiar e revitalizando os territórios. Tomando como referência empírica um estudo de caso com uma cooperativa agrícola situada no Nordeste brasileiro, este trabalho tem como objetivo situar o leque das estratégias utilizadas pelos agricultores familiares no âmbito das cooperativas como forma de assegurar a sua inserção nos mercados, procurando identificar, ao mesmo tempo, a sua mobilização em torno de inovações organizacionais e tecnológicas.

Palavras-chave: cooperativismo agrícola, inovações e dinâmicas territoriais.

I - Introdução

As cooperativas agrícolas são caracterizadas, na literatura, pela sua capacidade de organizar o espaço e a produção rural, de aumentar o volume de produção, de permitir a geração de uma renda e melhoria de vida dos agricultores (Bialoskorski Neto, 2000), servindo, também, como alternativa capaz de superar momentos de crise e revitalizar os territórios (Pires, 2004; Santos e Rodriguez, 2002). Estão, também, no rol das vantagens do modelo cooperativo a possibilidade de barganhar melhores preços dos produtos ofertados, de diversificar a produção, de obter melhores condições de crédito e de eliminar os intermediários (Rech, 2000). Razão pela qual, como observam Pires et al. (2009), a relação entre cooperativismo e agricultura familiar foi, durante as últimas décadas, uma preocupação recorrente nas políticas públicas brasileiras.

A agricultura familiar, por sua vez, caracteriza-se pela sua capacidade em se modernizar, adaptando-se às diversas realidades históricas, reiterando a sua importância no âmbito da produção de alimentos (Carneiro, 1998; Wanderley, 2009). Apesar disso,

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

essa categoria está condicionada por “um conjunto de oportunidades, restrições e alternativas em cada momento e que podem tanto potencializar como minar as bases de sustentação dessa forma de organizar a produção” (Buainain et al. 2002:48). O que significa, conceber que o “destino” dos agricultores dependerá tão somente da capacidade de se neutralizar as desvantagens competitivas e potencializar as vantagens próprias desse grupo social (Idem). É, portanto, com base na possibilidade de neutralizar as desvantagens competitivas, potencializando, ao mesmo tempo, as vantagens próprias dos agricultores familiares que nos parece pertinente situar o cooperativismo.

Souza Santos e Rodrigues (2002, p.44) admitem que o momento atual é particularmente propício às práticas cooperativas especialmente por combinarem tanto as vantagens do mercado quanto as vantagens da produção solidária, ao que define como “um dos focos mais ativos de criação de alternativas aos modelos econômicos convencionais”. Na sua concepção, o potencial emancipatório das práticas cooperativas estaria na possibilidade de articular ganhos econômicos com ganhos sociais, sociais, culturais e políticos e o êxito desses empreendimentos estaria associado a sua capacidade de se inserir em redes de colaboração e de apoio.

As reflexões aqui tecidas nos levam às seguintes questões: as cooperativas têm se constituído como instrumento de fortalecimento da agricultura familiar, contribuindo para neutralizar as desvantagens competitivas e potencializar as vantagens em termos de participação nos mercados? As cooperativas têm estimulado a mobilização dos agricultores em torno de inovações organizacionais e tecnológicas? Quais os seus impactos sobre o fortalecimento de um tecido socioeconômico local?

Com base nessas questões, este trabalho tem como objetivo principal situar o leque de estratégias utilizadas pelos agricultores familiares no âmbito das cooperativas, seja em termos de inserção nos mercados - a partir de uma maior ou menor capacidade de atendimento às demandas de mercado – seja para ampliar o seu espaço de representação a partir de uma forma peculiar de inserção territorial.

O presente estudo insere-se a partir das recentes discussões sobre cooperativismo, agricultura familiar, inovações e dinâmicas territoriais, tendo como referência empírica um estudo de caso de uma cooperativa agrícola – A Cooperativa de Beneficiadores Artesanais de Castanha de Caju do Rio Grande do Norte (Coopercaju).

A análise pautou-se no referencial teórico que situa o cooperativismo na sua relação com a agricultura familiar e com as dinâmicas produtivas, em fontes secundárias relativas aos estudos já realizados sobre a cooperativa e nos dados colhidos a partir de observação direta e de entrevistas semi-estruturadas com os associados – dirigentes e não dirigentes – da Coopercaju e de outros atores sociais ligados aquela cooperativa, como técnicos e parceiros institucionais.

Este trabalho está dividido em três partes: A primeira situa a relação entre cooperativismo, fruticultura e agricultura familiar, elencando os limites e o poder de alcance das práticas cooperativas em meio ao potencial que representa a fruticultura no Brasil. A segunda parte situa a experiência da Coopercaju enquanto cooperativa que tenta, a partir de alguns avanços e entraves, se firmar no circuito de produtos agrícolas de grande aceitação nos mercados, e finalmente, a terceira parte, tece alguns comentários complementares, pontuando as dificuldades encontradas pela Coopercaju, bem como os aspectos relevantes de sua presença entre os agricultores familiares de Serra do Mel.

A importância deste trabalho está em ampliar as discussões sobre a relação entre cooperativismo agrícola e agricultura familiar, permitindo, ao mesmo tempo, que se visualizem as mais diversas estratégias utilizadas pelas cooperativas no sentido de compatibilizar as demandas econômicas ditadas por uma economia globalizada e a capacidade de criação de arranjos locais para atendê-las. O que, noutros termos, significa a possibilidade de neutralizar as desvantagens competitivas da agricultura familiar, potencializando a sua capacidade de inserção na dinâmica produtiva.

II - Cooperativismo, fruticultura e agricultura familiar: Situando o problema

De um modo geral, a literatura sobre o cooperativismo tende a situá-lo a partir do novo redesenho que caracteriza a globalização (Defourny, 1995; Pires, 2004). O que implica em considerar as possibilidades, via organização cooperativa, de atender as demandas dos exigentes mercados globalizados, permitindo uma inserção mais sustentável na dinâmica produtiva.

A exemplo de outros países do mundo, o cooperativismo no Brasil vem passando por modificações importantes na sua atividade agrícola, repercutindo na adoção de procedimentos específicos requeridos pelos seletivos mercados globais (Pires, 2004). Via de regra, as estratégias usadas pelas cooperativas agrícolas sinalizam

algumas das opções capazes de lhes garantir uma boa performance econômico-produtiva, demonstrando, ao mesmo tempo, a forma como os indivíduos se articulam na busca de suas soluções diárias para o atendimento das exigências dos diversos mercados. Destaca-se a preocupação com a modernização, eficiência e otimização dos recursos com vistas à produtividade, e melhor adaptação ao agribusiness (Campos,1991; Bialoskorski Neto, 2000).

Assim, como chama atenção Abramovay (2004), é possível admitir que, ainda que a globalização tenda a homogeneizar o processo produtivo, as estratégias inovadoras tendem a ser localizadas, dando origem a um tecido empresarial peculiar. Esses arranjos produtivos locais, que se qualificam como “atributos territoriais”, se destacam em estudos dessa natureza.

A idéia de território, por outro lado, vem sendo identificada na literatura como um importante vetor nos processos de desenvolvimento, ampliando o arsenal de possibilidades para uma inserção competitiva das regiões, conferindo-lhe, inclusive, o atributo de “medida de eficiência econômica entre as regiões” (Medeiros et al. 2002:28). O território costuma ser associado à valorização da cultura e das tradições locais, a partir de um processo de articulação e de interação social permitido pelo capital social (Abramovay, 2004).

Com efeito, a relação entre cooperativismo e agricultura familiar ganha destaque no mundo marcado pela forte competitividade que caracteriza a globalização da economia. Nesse contexto, a união de forças via associativismo e cooperativismo constitui uma prerrogativa para a sustentabilidade da unidade produtiva e do negócio (PIRES, 2003). No âmbito da agricultura familiar, a criação de associações e cooperativas vem sendo destacado pela literatura como um canal importante de produção, organização de produção, agregação de valor e de comercialização da produção (PIRES, 2003). Como observam Pires et al. (2009), a relação entre cooperativismo e agricultura familiar vem permitindo barganhar melhores preços dos produtos ofertados, diversificar a produção, obter melhores condições de crédito e de eliminar os intermediários. Por essas razões admite-se que a missão da cooperativa agrícola seja a de servir como uma estrutura intermediária entre as economias dos cooperados e o mercado, permitindo a integração do produtor na dinâmica produtiva,

barateando custos de produção e comercialização e incrementando os seus negócios (Bialoskorski Neto, 2000),.

A possibilidade de maior eficiência na estrutura organizacional das cooperativas agrícolas esbarra, porém, em várias dificuldades, muitas delas relacionadas a uma herança histórica que comprometeu resultados mais promissores no campo da cooperação agrícola. Pode-se citar como exemplos dessa natureza: - a prática de criação de cooperativas para atender a interesses políticos de grupos específicos e, portanto, desvinculadas dos interesses dos seus associados, - a falta de transparência na condução dos negócios, motivadas, muitas vezes, por práticas de corrupção e/ou ineficiência na gestão; - baixo nível de informação e de escolaridade de muitos dos seus sócios, - inexistência de políticas agrárias claras e com as graves distorções da estrutura agrária brasileira que ainda ostenta uma das maiores concentrações da propriedade agrícola do mundo³.

Essas fragilidades são ainda mais facilmente observadas no contexto do movimento cooperativo do Norte e Nordeste do Brasil, caracterizado por forte controle político típico, altos índices de pobreza e de analfabetismo e incipiente participação democrática que repercutem, por sua vez, na rarefação de cooperativas ligadas ao mercado internacional e um volume de negócios pouco expressivo na região (Pires, 2004). Entretanto, tal constatação não nos permite cair em conclusões precipitadas, pois, mesmo considerando essas peculiaridades regionais, há no Nordeste, cooperativas ligadas a fruticultura de reconhecido sucesso⁴.

Com efeito, a fruticultura está situada dentre os segmentos mais dinâmicos e competitivos da agricultura no país e constitui área promissora para uma participação mais efetiva do cooperativismo.

A produção de frutas, estimada em torno de 33 milhões de toneladas ao ano, coloca o Brasil no ranque dos cinco maiores produtores mundiais. Com isso, o mercado de produtos frescos - frutas e hortaliças - vem superando, de forma crescente, o comércio de grãos, antes identificado como o setor privilegiado do mercado agrícola.

³ Os estudos de Rios (2007) e Schneider (1981) são particularmente ilustrativos nesse sentido.

⁴ Pesquisas realizadas junto às cooperativas agrícolas do Vale do São Francisco, Nordeste do Brasil, especializadas na exportação de uvas, sinalizam a capacidade empreendedora dessas cooperativas na conquista de nichos de mercado e de utilização permanente de estratégias inovadoras no âmbito da gestão e da comercialização. Ver Pires (2004) e Pires e Cavalcanti (2009).

Com cerca de 30 pólos abrangendo mais de 50 municípios, a fruticultura no Brasil ocupa uma área de dois milhões de hectares, sendo responsável pela geração de quatro milhões de empregos diretos e um PIB na ordem de US\$ 1,5 bilhão. Razões que permitem que a fruticultura destaque-se como um forte propulsor do desenvolvimento rural (Embrapa, 2007).

Mesmo assim, embora o Brasil seja favorecido pelo clima e extensão territorial, a inexperiência no campo da comercialização (embarque, embalagem, etc) e os altos preços dos portos são identificados dentre os maiores empecilhos para que possa disputar uma posição mais vantajosa no mercado internacional. Tendência que só poderá ser revertida quando os produtores brasileiros passarem a investir mais em tecnologia desde o plantio até as embalagens dos produtos (Frutas...1997).

Apesar das dificuldades, o crescimento da fruticultura vem possibilitando uma “integração produtiva” do Nordeste na dinâmica nacional, através de seus importantes pólos de fruticultura - o Vale de São Francisco e o Vale do Açu - voltados para o abastecimento do mercado interno e externo.

No que se refere particularmente a cajucultura, esta atividade ganha maior importância por se tratar de uma peculiaridade do Nordeste, especialmente nos estados Ceará, Piauí e Rio Grande do Norte, fazendo do caju o símbolo do Nordeste brasileiro. A produção nesses estados alcançou, em 2000, a cifra de aproximadamente 166 mil toneladas de castanha de caju (100% da produção nacional) em uma área de 597 mil hectares. Estudos apontam que, em 1999, o Brasil exportou mais de 24 mil toneladas de castanha de caju, no valor aproximado de US\$ 142 milhões, das quais cerca de 25% de sua produção vão para os Estados Unidos (Nehmi et al, 2000 apud Petinari e Tarsitano, 2002). A produção da castanha de caju envolve cerca de 300 mil pessoas, dentre as quais 255 mil são agricultores familiares (Banco do Brasil, 2007).

Mesmo considerando as possibilidades de expansão – na produção e nas vendas – a castanha de caju ainda enfrenta graves problemas, muitos dos quais relacionados ao aspecto físico do produto, proveniente de quebras e manchas, aos processos de armazenamento e transporte e, finalmente, aspectos relacionados ao estilo de governança das cooperativas responsáveis pela comercialização dos produtos. Muitas dessas questões poderão ser identificadas na análise da Coopercaju, uma cooperativa constituída por pequenos produtores familiares, especializada na produção e

comercialização de castanha de caju. O caso da Coopercaju é elucidativo para mostrar os limites de inserção de pequenos agricultores no circuito internacional de produtos frescos e que, por se tratar de um produto com ampla aceitação no comércio internacional pode contribuir enormemente para consolidar a imagem do Nordeste como um "pólo produtivo dinâmico".

3.- A experiência da Coopercaju

“Nós temos que vender porque ninguém come castanha, come o dinheiro que se apura com ela” (associado).

A cooperativa de Beneficiadores Artesanais de Castanha de Caju do Rio Grande do Norte (Coopercaju) está situada no município de Serra do Mel, Nordeste brasileiro. Esse município foi criado originalmente como um projeto de colonização agrícola, implementado em 1972. Abrange uma área de 603 km², dos quais 25.000 hectares estão cultivados com cajueiros, 10.000 ha com culturas de subsistência e 26.000 ha com reserva ecológica. Registra-se um número de 1196 pequenas propriedades familiares com 50 ha cada uma (Sousa, 1991). O nome Serra do Mel está associado a grande quantidade de mel silvestre produzido pelas abelhas naquela região.

A Coopercaju foi Criada em 1991 com o apoio de duas organizações não governamentais (ONGs)⁵ e conta com um quadro social de 162 sócios, dos quais 19 são mulheres. A Cooperativa classifica, embala e comercializa a castanha de caju no mercado nacional e internacional, dispondo, para isso, de 30 empregados no período da safra, dos quais 24 classificadores. No período da entressafra, porém, esse número fica reduzido a aproximadamente 6 empregados distribuídos nas funções de secretaria, limpeza, e operação das máquinas. A cooperativa já contou com a presença de dois técnicos agrícolas (através de convênio com o SEBRAE) encarregados; especialmente, com a produção orgânica dos sócios e com os protocolos da certificação orgânica.

A forte presença de unidades de beneficiamento nas próprias residências e a mobilização familiar em torno da cajucultura revelam o peso econômico que essa atividade representa para os colonos. É uma área onde “se respira” o caju, onde tudo gira em torno das dificuldades e possibilidades geradas por essa atividade. Mesmo considerando que a atividade produtiva principal esteja relacionada a produção e ao

⁵ A associação de apoio às comunidades do Campo do Rio Grande do Norte (AACC) e a Visão Mundial.

beneficiamento do caju, a maioria dos cooperados cultiva uma roça de subsistência plantando feijão, milho, mandioca, melancia. Grande parte também produz mel, produto muito comum na região, como já mencionado anteriormente.

Embora tenha sido projetada a partir das críticas ao modelo de cooperativa anteriormente existente na região, a Coopercaju reproduziu, em grande parte, o comportamento de sua antecessora, especialmente no que se refere às dificuldades dos sócios na gestão dos negócios, ao endividamento bancário da empresa, e às dificuldades inerentes a comercialização.

Entretanto, premida pela necessidade de escoamento da produção e, ao mesmo tempo, pela fragilidade dos sócios frente a exploração dos intermediários, a direção, através do apoio de algumas entidades governamentais e não governamentais, conseguiu reestruturar a cooperativa, dessa vez pautada em novos projetos com recursos da Fundação Banco do Brasil. Ao lado disso, as permanentes exigências dos mercados em torno da preocupação com a qualidade, com a diversificação dos produtos e demais estratégias capazes de agregar maior valor à castanha foram, aos poucos, repercutindo na adoção de novas estratégias produtivas. Pesava a favor da Coopercaju o fato de tentar estabelecer a cooperativa em bases diferentes da sua antecessora e a necessidade dos sócios com o escoamento da produção.

Mesmo com algumas deficiências, o processo de comercialização operacionalizado pela cooperativa era identificado pelos associados como um fator importante na preservação do grupo diante do jugo da exploração dos atravessadores. Portanto, o funcionamento da cooperativa, única na região voltada à comercialização de castanhas, expressava a autonomia dos produtores, assegurando-lhes melhores preços de comercialização.

De acordo com os relatos, a capacidade de inovação da cooperativa tornava-se um dado de fundamental importância para a garantia de qualidade e aumento da produtividade. A presença da Coopercaju nas feiras no Brasil e no exterior eram também interpretadas pelos gestores como uma instância particularmente importante na troca de experiências entre os produtores com vistas as inovações, permitindo, também, a abertura de novos canais de comercialização.

A Coopercaju, ao longo do tempo, veio adotando algumas medidas no âmbito das inovações produtivas: - a adoção de sistema de controle de qualidade da amêndoa reduzindo a perda com a quebra, com manchas e com a coloração das amêndoas; - aumento da produção de amêndoas de castanha de caju orgânica e não orgânica e a diversificação da produção - castanhas cruas e torradas com e sem sal, com embalagens de tamanhos diversos. Alguns cursos de capacitação em práticas e manejos da castanha, políticas de adoção de qualidades, produção orgânica, produção de subprodutos do caju vêm sendo oferecidos pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE – minimizando algumas das deficiências no campo da capacitação dos agricultores na produção agrícola e na classificação e na gestão dos negócios individuais e coletivos.

3.1 - O processo produtivo nos lotes e o envio da castanha para a cooperativa

O processo produtivo é ainda realizado de forma bastante rudimentar nas unidades produtivas de seus associados, aqui identificadas como lotes. Em cada lote, todo o processo de produção das castanhas - aí incluindo o cultivo, a limpeza da área, a colheita dos cajus, a extração das castanhas, bem como sua classificação - fica sob a responsabilidade do produtor. Embora a mão-de-obra seja tipicamente familiar, é comum, nos períodos da safra, a contratação de alguns trabalhadores assalariados.

As castanhas, quando colhidas ainda verdes, são secadas ao sol. Todas passam por um primeiro critério de seleção pelo tamanho e qualidade. Logo após, as castanhas são assadas em estufas para que, em seguida, sejam submetidas ao corte, uma a uma, em uma máquina operada individualmente. Finalmente, as castanhas passam por um processo de despeliculagem e uma nova classificação para que, a partir daí, sejam entregues à cooperativa. O produtor entrega as amêndoas – inteiras e quebradas separadamente – na cooperativa, em sacos plásticos de 25 kg. Lá, elas são novamente submetidas à outra classificação. As amêndoas podem ser encontradas cruas ou brancas e torradas com e sem sal⁶.

⁶ Há 34 tipos de classificação da castanha de caju. Porém, as mais habituais limitam-se a um número de nove, assim especificadas: SLW1 – Grande, LW1- Média/ Grande, W1 240 – Média, W1 320 – Pequena, W2, W1 – Mista, B1 – Banda, S1, P1 – Pedacos. Fonte: <http://www.siparn.com.br/coopercaju.htm>.

A renda obtida com as atividades, porém, não permite uma estrutura de consumo para além do necessário às suas necessidades mais imediatas. Poucos são os produtores que possuem veículo, o que dificulta muito a locomoção numa área que não conta com a oferta freqüente de transportes coletivos. Por outro lado, em relação a um passado de muitas dificuldades, a cajucultura representa, para os colonos, o acesso a oportunidades até então desconhecidas.

3.2 - O processo de comercialização

Cabe a cooperativa a responsabilidade de efetuar uma classificação mais minuciosa das castanhas, a embalagem com o rótulo da cooperativa e a sua comercialização. Essa nova classificação permite que a cooperativa se aproprie de um excedente capaz de garantir os custos com a manutenção de sua estrutura e com a comercialização, o que evita cobrar uma taxa fixa de administração.

A coopercaju comercializa 60% de sua produção no mercado interno e 40% no mercado externo. No Brasil, os principais clientes estão em São Paulo, Belo Horizonte e Rio de Janeiro e Salvador. No mercado externo, a comercialização se dá via mercado justo e é intermediada por uma entidade suíça chamada Claro Fair Trade SA. Por meio dela, toda a castanha é enviada para a Suíça, de onde a passa a ser distribuída para outros países da Europa como: Itália, Áustria e Holanda⁷.

A verificação dos procedimentos relativos ao comércio solidário é feita *in locus*. Segundo a direção, há uma nítida preocupação dos técnicos da Visão Mundial quanto a relação entre pais e filhos, educação das crianças e bem estar geral dos associados.

“Agora vem alguém e faz uma avaliação para ver se está combinando com os critérios do mercado justo, ou se a cooperativa está enriquecendo e deixando os sócios numa situação difícil” (direção).

Ainda segundo informação da direção, as crianças são abordadas pelos técnicos separadamente dos pais para que possam responder, longe da pressão familiar, se estão indo a escola e se estão trabalhando na despeliculagem das castanhas. Entretanto, a presença de técnicos nas unidades produtivas não se restringe apenas ao supervisão das

⁷ Entende-se por “commerce équitable”, “comércio solidário”, “comércio equo-solidário” ou “*fair trade*” um movimento criado a partir dos anos 1960 pautado na ética, na justiça social, na justa remuneração, na solidariedade, no desenvolvimento sustentável, na interdição do trabalho de crianças e do trabalho escravo, na promoção as mulheres, no respeito as raças e as religiões diferentes, em defesa do ambiente e na promoção do desenvolvimento local. Ver Visão Mundial, 2004.

questões éticas. Corroborando pesquisas anteriores realizadas em áreas frutícolas, em Serra do Mel também se observa comumente a presença de técnicos representantes de compradores internacionais exigindo o cumprimento de normas relativas ao ambiente de beneficiamento e o manuseio dos produtos (Cavalcanti, 1999; Pires, 2004). Nesse sentido, convém sublinhar que questões de natureza fitossanitárias e estéticas são rigorosamente exigidas pelos compradores internacionais que se deslocam até Serra do Mel.

As exigências internacionais dirigidas a Coopercaju incluíram a construção de um galpão azulejado com pias de aço inoxidável para a classificação e embalagem dos produtos, utilização de luvas e fardamento para o manuseio dos empregados e cuidados com a higiene pessoal dos trabalhadores. Exige-se também que as áreas de recebimento dos produtos sejam hermeticamente fechadas para evitar a penetração de insetos. Tais exigências são também estendidas para as unidades produtivas dos associados. O monitoramento da produção também se faz por meio de uma etiqueta identificando o lote e o produtor.

Observa-se um interesse crescente dos associados a produção orgânica, na conquista do selo verde, que hoje envolve apenas 20% dos cooperados da Coopercaju. O certificado do selo orgânico é fornecido pelo Instituto Biodinâmico (IBD). Dentre as exigências impostas pelo IBD, está a manutenção dos plantios livres de quaisquer adubos e defensivos químicos. A praga é combatida com óleo de algodão e detergente neutro. Exige-se que o plantio não sofra qualquer tipo de queima nem envenenamento. Além disso, há obrigatoriedade na preservação de uma área de 20% sem desmatamento.

Os preços do quilo da amêndoa variam dependendo de sua especificação: U\$ 4,60 (torrada) a U\$ 7,00 (orgânica) significando uma valoração para a castanha orgânica de cerca de 30% em relação a não orgânica. Os preços mais baixos estão reservados para a castanha *in natura* (U\$ 1,00) e para as castanhas quebradas (U\$3,00). Entretanto, as oscilações da moeda americana fazem com que, muitas vezes, o mercado interno se torne mais atraente, evitando, ao mesmo tempo, prejuízos com as oscilações do câmbio.

Os preços, embora pareçam satisfatórios para os associados, há uma insatisfação generalizada com o atraso dos pagamentos e com a quantidade ainda muito reduzida absorvida de castanha dos associados, o que não permite romper a dependência total com os atravessadores. Além da insatisfação dos associados percebe-se também um

clima de descrédito e de desconfiança na atual gestão. A indignação e a revolta estão presentes principalmente nos discursos dos associados mais antigos.

“Eu ando revoltado porque eles (os diretores) estão deixando o beneficiamento de castanha se acabar e, se depender deles, vai fechar” (associado).

Ao que conclui:

A COOPERCAJU, com a estrutura do tamanho do mundo, um nome e com comércio, não vender essa amêndoa?... (associado).

A insatisfação com as dificuldades da cooperativa tem suscitado dois tipos distintos de reação: - uma manifestada na proposta de substituição da atual direção e outra, já em andamento, pautada na criação de uma nova cooperativa – a Coopercastanha.

A polêmica em torno da criação de uma outra cooperativa em Serra do Mel com a mesma finalidade daquela já existente tem suscitado calorosos debates na comunidade, dividindo as opiniões e as adesões. Mas, de todo modo, não se pode negar que, apesar das dificuldades atravessadas pela cooperativa e do descontentamento dos associados, prevalece a crença dos produtores na fórmula cooperativa – seja na possibilidade de reformulação do corpo dirigente da Coopercaju, seja na criação de uma nova cooperativa. Há, portanto, muito presente entre os informantes a idéia de que a saída tem que se dar pela via cooperativa. Caso contrário, o produtor isolado fica enfraquecido, tornando-se presa fácil dos atravessadores.

Com efeito, a preocupação com a comercialização é um dado que se sobressai permanentemente nos diversos discursos dos associados, pois dela dependerá o orçamento familiar, a possibilidade de inovação tecnológica e, sobretudo, da maior ou menor autonomia dos associados diante dos atravessadores. Em momentos de crise, são os atravessadores que passam a definir os preços abaixo do mercado. Isso mostra que a cooperativa tem um forte papel regulador dos preços, senda essa função facilmente percebida pelo conjunto dos que fazem a cooperativa.

4- Considerações finais

Como discutido na literatura, o estímulo ao cooperativismo - em bases empresariais competitivas – reveste-se de uma importância particular na inserção dos pequenos produtores nos mercados nacionais e internacionais. Entretanto, o que se observa em muitos casos da realidade concreta, é que as cooperativas agrícolas nem sempre estão sendo capazes de cumprir devidamente a sua missão de neutralizar as desvantagens da agricultura familiar, especialmente no que diz respeito a aspectos relacionados a uma maior comercialização dos seus produtos com vistas a sua maior capitalização.

A trajetória dos quinze anos de existência da Coopercaju reproduz, em boa parte, as dificuldades vivenciadas pelo cooperativismo nordestino – em termos de baixa eficiência econômico-produtiva, baixa capitalização da empresa – impedindo, entre outros aspectos, uma inserção mais competitiva nos mercados.

Contribui, nesse sentido, a inexistência de um estilo adequado de governança, deixando-lhe incapaz de melhor operacionalizar o trabalho de comercialização, ampliando a oferta do produto no mercado, assegurando melhores preços de comercialização e melhor capitalização da empresa cooperativa. São questões que requerem conhecimentos e ações estratégicas.

Isso é particularmente visualizado na inoperância relacionada às transações comerciais - aí inclusos tanto a incapacidade de recebimento do volume total da produção dos cooperados como a concomitante incapacidade no atendimento das diversas demandas dos clientes. As lacunas deixadas nesse campo e as possibilidades de superá-las tornam-se um ponto nevrálgico para os dirigentes e para os associados.

Porém, observa-se que, apesar das dificuldades enfrentadas com a gestão, a Coopercaju dispõe de um enorme potencial de crescimento. Esse potencial liga-se fundamentalmente a três questões: - oferta abundante do produto, - mercado em plena expansão e instituição de parcerias importantes. Essas parcerias atuam em áreas estratégicas como: - mercado solidário (Visão Mundial); - capacitação (SEBRAE) e - financiamento (Fundação Banco do Brasil).

Ao lado disso, não se pode desconhecer as conquistas relacionadas a presença e a ação da Coopercaju em Serra do Mel. A oferta de trabalho, a absorção de pessoas com baixíssimo nível de instrução, a conquista de clientes em todo o território nacional, a inserção no mercado externo via comércio solidário, a possibilidade de servir como

mercado regulador dos preços, a autonomia (ainda que relativa) em relação aos atravessadores. São, todas essas, questões que não podem ser negligenciadas e que estão muito presentes na fala dos diversos informantes.

Assim, como observado em trabalho anterior, quando se incluem na análise algumas variáveis que extrapolam a dimensão meramente econômica, constata-se aspectos positivos na vida do agricultor familiar e na dinâmica comunitária (Pires, 2005). A Coopercaju tem uma história e uma dinâmica atrelada a vida das pessoas ali presentes, seja diretamente, através do pagamento da produção aos seus sócios ou indiretamente como instrumento regulador de preços. Ademais, ela é uma forte referência de projeção local. Como falou um dos associados mais antigos, “a Coopercaju tem a estrutura do tamanho do mundo” Isso, possivelmente, justifique a crença na viabilidade da fórmula cooperativa ainda tão presente entre aqueles produtores. O fato é que as tensões vivenciadas com as antigas experiências e as novas perspectivas estão contribuindo, cada qual da sua forma, para a revitalização das práticas sociais no campo do cooperativismo agrícola de Serra do Mel.

5 - Referências Bibliográficas

ABRAMOVAY (org). **Laços financeiros na luta contra a pobreza**. São Paulo, Annablume, 2004.

BIALOSKOSKI Neto, Sigismundo. Agribusiness cooperativo. In. Décio Zylbersztajn e Marcos F. Neves (orgs). **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo, Pioneira, 2000, p. 235-253.

BUAINAIN, Antônio Márcio, SOUZA FILHO, Hildo Meirelles de e SILVEIRA, José Maria. Inovação tecnológica na agricultura familiar. In. Dalmo M. A. Lima e John Wilkinson (orgs). **Inovação nas tradições da agricultura familiar**. Brasília/CNPq/Paralelo 15, 2002, p. 47-81.

CAMPOS, Ginez L. R. de. "Cooperativismo, viticultura e a integração econômica do CONESUL" **Perspectiva Econômica**, 74: 81-119, 1991.

CARNEIRO, Maria José. Ruralidade: novas identidades em construção. **Estudos Sociedade e Agricultura**. Rio de Janeiro, UFRJ, n.11, 1998, p. 53-75.

CAVALCANTI, J.Saete (org.). **Globalização, trabalho e meio ambiente**. Recife, Editora Universitária da UFPE, 1999.

DEFOURNY, Jacques. "L'avenir des pratiques coopératives dans un monde en mutation", in M.T. Seguin (org.), Pratiques coopératives et mutations sociales. Paris, Éditions L'Harmattan, 1995, p.13-25 (**Collection Logiques Sociales**)



EMBRAPA.

http://www.embrapa.br/linhas_de_acao/alimentos/fruticultura/index_html/mostra_documento.

Documento capturado em abril de 2007.

FRUTAS contribuem para déficit. **Diário de Pernambuco**, Recife, 31ago.1997, p.34.

MEDEIROS, Josemar, WILKINSON, John, LIMA, Dalmo. O desenvolvimento científico-
tecnológico e a agricultura familiar, in Dalmo Lima e John Wilkinson. **Inovação nas tradições
da agricultura familiar**. Brasília, CNPq/Paralelo 15, 2002.

PETINARI, Ricardo A. e TARSITANO, Ma. A. Anselmo. Comercialização de caju *in natura* na
região noroeste do estado de São Paulo **Revista Brasileira de
Fruticultura** vol.24 no.3 Jaboticabal. Dec. 2002.

PIRES, Ma. Luiza. **O cooperativismo agrícola em questão**. A trama das relações entre projeto
e prática em cooperativas do Nordeste do Brasil e do Leste (Quebec) do Canadá. Recife,
Massangana, 2004.

_____. Estratégias coletivas locais e inserção nos mercados globais. A experiência da
coopercaju. Sherbrooke, **Revista Unircoop**, v. 03, n,1, 2005, p. 159-176.

_____. A (re)significação da extensão rural. O cooperativismo em debate. In: Jorge R. T
Lima(org) **Extensão Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Recife: Bagaço, 2003, 45-70.

PIRES, Ma. Luiza Lins e Silva e CAVALCANTI, J. Salette Barbosa. Cooperativismo,
fruticultura e dinâmicas sociais rurais: Uma nova onda de cooperativas no Vale do São
Francisco. In. Aldenôr G. Silva, J. Salette B. Cavalcanti e Maria de Nazareth B. Wanderley.
Diversificação dos espaços rurais e dinâmicas territoriais no Nordeste do Brasil. João
Pessoa, Editora Zarinha, 2009.

PIRES, Ma. Luiza Lins e Silva, AMORIM, João Batista, ALBUQUERQUE, Pedro A. T.
Silveira e JUSTE, Yasmina P. Victor. Cooperativismo, agricultura familiar e redes sociais na
reconfiguração dos espaços rurais. Trabalho apresentado no XIV Congresso Brasileiro de
Sociologia. Rio de Janeiro, 28 a 31 de julho de 2009. 23 páginas.

RIOS, Gilvando Sá Leitão. O que é cooperativismo. São Paulo, Brasiliense, 2007 (**Coleção
Primeiros Passos, 189**).

SANTOS, Boaventura de Souza e RODRÍGUEZ, César. Introdução: Para ampliar o cânone da
produção. In. Boaventura de Souza Santos (org.). **Produzir para viver**. Os caminhos da
produção não capitalista. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2002.

SCHNEIDER, João Elmo. O cooperativismo agrícola na dinâmica social no desenvolvimento
periférico dependente: O caso brasileiro. In. Ma. R. Loureiro. São Paulo, Cortez/Autores
Associados,1981, p. 11-40.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. O mundo rural como espaço de vida. Reflexões
sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade. Porto Alegre, Editora da UFRGS,
2009.

Visão Mundial. <http://www.visaomundial.org.br>, capturado em 16 de agosto de 2004.