

DOSSIER LAS CLASES TRABAJADORAS EN LA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA

Organizações de produtores frente às mudanças na política econômica nacional: o caso das cooperativas peruanas de cafeicultores (1980-2006)

Ricardo Luiz Cruz*

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

ricruz@uol.com.br

Recibido: 28.05.20

Aceptado: 24.09.20

Resumo

O regime militar, que governou o Peru entre 1968 e 1980, organizou o comércio de café com base no discurso de que as cooperativas de cafeicultores deveriam ter primazia na exportação do grão diante das empresas “privadas” - trata-se de um produto que tem como principal destino os mercados estrangeiros. O fim do regime marca o retorno não apenas da democracia ao país como também do ideário do “livre mercado” na regulação da economia nacional. Durante os anos de 1980, os cafeicultores - reunidos numa “federação” de cooperativas de produtores de café - se contrapuseram à “liberalização” da exportação do grão, iniciada no começo da década, dado que havia retirado suas prerrogativas comerciais. Para seus líderes ou porta-vozes, essas prerrogativas eram consideradas legítimas. Entretanto, ao longo dessa

* Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (2002), mestrado em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro/Museu Nacional (2004) e doutorado em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro/Museu Nacional (2010). Atualmente é Professor Adjunto da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e membro do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (PPGAS/UFMS).

década, as empresas privadas passaram a dominar o comércio de café no território nacional. No início dos anos de 1990, o “movimento cafeicultor” se rearticulou num “grêmio” criado por cooperativas que fizeram parte da federação das organizações de produtores de café. Uma nova geração de líderes desse movimento social entrou em cena. Ela era formada por pessoas que aceitavam como legítima a ideia da “livre concorrência” entre os agentes ligados à comercialização do grão. Este texto analisa os posicionamentos das organizações de cafeicultores diante das mudanças na política econômica peruana, tendo como foco as falas e as ações daqueles que estiveram à sua frente entre 1980 e 2006.

Palavras-chaves: livre-mercado, cafeicultores, Peru

Organizaciones de productores frente a cambios en la política económica nacional: el caso de las cooperativas cafeteras peruanas (1980-2006)

Resumen

El régimen militar, que gobernó el Perú entre 1968 y 1980, organizó el comercio del café basándose en el discurso de que las cooperativas cafeteras deberían tener primacía en la exportación antes que las empresas "privadas": es un producto que tiene mercados extranjeros como el principal destino. El fin del régimen marca el retorno no solo de la democracia al país sino también de las ideas de "libre mercado" en la regulación de la economía nacional. Durante la década de 1980, los cafetaleros, reunidos en una "federación" de cooperativas de productores de café, se opusieron a la "liberalización" de las exportaciones de granos, que comenzó a principios de la década, dado que habían retirado sus prerrogativas comerciales. Para sus líderes o portavoces, estas prerrogativas eran legítimas. Sin embargo, a lo largo de esta década, las empresas privadas comenzaron a dominar el comercio del café. A principios de la década de 1990, el "movimiento cafetero" se rearticuló en un "gremio" creado por cooperativas que formaban parte de la federación de organizaciones de productores de café. Una nueva generación de líderes en este movimiento entró en escena. Fue formado por personas que aceptaron como legítima la idea de "libre competencia" entre agentes vinculados a la comercialización del grano. Este texto analiza las posiciones de las organizaciones de cafeteros frente a los cambios en la política económica, enfocándose en los discursos y acciones de quienes estaban delante de ellas entre 1980 y 2006.

Palabras clave: libre mercado, cafetaleros, Perú.

Producers' organizations facing changes in national economic policy: the case of Peruvian coffee growers cooperatives (1980-2006)

Abstract

The military regime, which ruled Peru between 1968 and 1980, organized the coffee trade based on the discourse that coffee growers' cooperatives should have primacy in the export of the grain before the "private" companies - it is a product that has foreign markets as the main destination. The end of the regime marks the return not only of democracy to the country but also of the "free market" ideas in the regulation of the national economy. During the 1980s, coffee growers - brought together in a "federation" of coffee producer cooperatives - opposed the "liberalization" of grain exports, which began at the beginning of the decade, arguing that they had withdrawn their commercial prerogatives. For their leaders or spokespersons, these prerogatives were legitimate. However, throughout this decade, private companies began to dominate the coffee trade in the national territory. In the early 1990s, the "coffee movement" rearticulated itself in a "guild" created by cooperatives that were part of the federation of coffee producer organizations. A new generation of leaders in this social movement came on the scene. It was formed by people who accepted as legitimate the idea of "free competition" between agents linked to the commercialization of the grain. This text analyzes the positions of coffee growers' organizations in the face of changes in Peruvian economic policy, focusing on the speeches and actions of those who were ahead of them between 1980 and 2006.

Keywords: free market, coffee growers, Peru.

INTRODUÇÃO

Como entender os posicionamentos das organizações de produtores diante das transformações na política econômica de seus países, como é o caso da estruturação dos mercados com base no ideal da "livre competição"? Este artigo procura refletir sobre essa questão a partir das falas e ações dos líderes das cooperativas peruanas de cafeicultores, conforme retratadas em revistas agrárias publicadas a partir de 1980, e as quais pude escutar e observar durante uma pesquisa de campo no Peru nos anos de 2005 e 2006. Seus expoentes ou representantes nacionais adotaram, durante os anos de 1980, uma visão crítica em relação à "liberalização" do mercado interno de café ocorrida no início dessa década, ou seja, contrária ao fim das prerogativas comerciais concedidas às cooperativas até então. Uma geração seguinte de líderes ou porta-vozes desse movimento passou, a partir de 1993, a conduzi-lo aceitando como legítimo o "livre comércio" do grão no Peru. Ela era formada por gerentes de

cooperativas ou de “centrais de cooperativas” de cafeicultores – antes, seus representantes eram escolhidos entre os dirigentes dessas entidades¹. A hipótese deste texto é de que os gerentes se valeram da força social do ideal do livre mercado para legitimar suas lideranças e, conseqüentemente, suas adesões a esse ideário, assim como se deu com a geração anterior de líderes dos produtores de café em relação à ideologia “pró-cooperativista” e “anti-oligárquica” que vigorou no país entre os anos de 1968 e 1980, na medida em que, em ambos os casos, havia uma afinidade entre suas disposições sociais e a maneira como estava organizado o campo econômico em torno do comércio do grão.

Essa afinidade pode ser também interpretada como uma relação de interdependência entre suas posições sociais de liderança e seus posicionamentos diante da organização do comércio de café, dado que estariam “preparados” ou “habilitados” para intermediar os contatos dos produtores com um ou outro arranjo mercantil. Pierre Bourdieu (2005), ao tratar da noção de campo econômico, chama a atenção para o papel do Estado na configuração desse espaço e do seu funcionamento, favorecendo ou não a atuação de agentes que incorporaram um ou outro tipo de disposição econômica. Posicionamentos frente às práticas estatais de ordenação de um campo/mercado seriam como estratégias políticas e mercantis ligadas à legitimação de posições sociais nesse espaço, na medida em que quem as ocupa retira seu reconhecimento do arranjo mercantil que advoga². Este artigo se apoia nas reflexões de Bourdieu (idem) sobre as relações entre *habitus* e campo para pensar as condições sociais das posturas das cooperativas frente a política econômica.

¹ Dentro das organizações de cafeicultores, seus dirigentes eram – e continuam sendo – escolhidos com base em eleições das quais participavam/participam seus associados com direito a voto. Ao contrário dos gerentes e de outros funcionários das cooperativas, os dirigentes seriam escolhidos não a partir de suas “competências” profissionais, mas de suas capacidades de representar os produtores – não é sem razão que seus cargos costumam ser definidos ou encarados, pelos últimos, como cargos “políticos”. Por outro lado, os primeiros também teriam que se mostrar afins com as visões dos agricultores para angariar suas confianças.

² Conforme assinalada Bourdieu (2005): “além de serem profundamente enraizadas no passado, sob a forma de disposições e rotinas, através da história incorporada dos agentes responsáveis por elas, as estratégias econômicas são, na maioria das vezes, integradas num sistema complexo de estratégias de reprodução, estando, portanto, plenas da história de tudo o que visam perpetuar” (idem p. 18).

A mudança no posicionamento do movimento social dos cafeicultores peruanos, diante da estruturação do mercado interno de café com base no ideário do livre mercado, refletiria então as transformações nas condições sociais do reconhecimento das lideranças das organizações de produtores do grão. Essas transformações, por um lado, estariam relacionadas com a reestruturação do campo econômico em torno desse mercado, isto é, com a passagem de um situação na qual ele era organizado através de uma ideologia “pró-cooperativista” e “anti-oligárquica” para outra onde a comercialização dos cafés é feita, de uma forma geral, através do mercado “convencional”, em que vigoraria o livre comércio, e, em menor medida, por meio de “nichos” de mercado, como é o caso do “comércio justo”, um sistema em que as cooperativas competem entre si e não com os exportadores privados. Mas essas alterações também se relacionariam com a emergência de uma geração de filhos de cafeicultores que, ao contrário de seus pais, frequentaram uma instituição de Ensino Superior e se mostraram capacitados para gerenciar suas organizações nesse novo contexto mercantil e torna-las “competitivas” para além do comércio justo, tendo em vista se contrapor ao domínio das empresas privadas no mercado convencional. A visão crítica dos líderes dos produtores de café diante da ideologia do livre mercado, durante a década de 1980, poderia assim ser relacionada à uma discordância entre as suas disposições sociais e o funcionamento do campo econômico em torno do mercado de café³. Em suma, o que este texto mostra é que o posicionamento das organizações de produtores frente às transformações na política econômica nacional pode refletir as tensões ou afinidades entre o *habitus* incorporado pelos seus líderes e os efeitos dessa política na economia de seu país.

A “LIBERALIZAÇÃO” DO COMÉRCIO DE CAFÉ

Entre 1968 e 1980, o Peru esteve sob o comando das Forças Armadas. Os militares procuraram legitimar sua permanência no poder através de uma série de “reformas” que realizaram na economia do país. De acordo com seus porta-vozes, o objetivo destas ações foi acabar com uma “oligarquia” que não estaria, ao contrário dos industriais e empresários “modernos”, utilizando suas riquezas em prol da industrialização nacional e do crescimento do mercado

³ Mas não se tratava apenas de estarem predispostos a atuar num arranjo mercantil que não o do livre mercado, na medida em que a organização do comércio de café com base no ideal do livre mercado, na década de 1980, não parecia estar consolidada, ou seja, haveria motivos para essas lideranças e sua base social serem que as prerrogativas comerciais das organizações de cafeicultores poderiam voltar.

interno (Soares, 2000). O “domínio oligárquico” foi visto, pelo regime, como o principal responsável pela pobreza e miséria que assolavam muitos peruanos e que os tornavam, segundo os militares, presas fáceis de uma ideologia contra a qual as Forças Armadas se opunham radicalmente: o comunismo. A intervenção que conduziram na economia do país envolveu a estatização da produção de petróleo, a criação de inúmeras empresas públicas, a realização de uma extensa reforma agrária, a ênfase numa política de “industrialização por substituição de importações” e o incentivo e a promoção do cooperativismo por todo o território nacional (Contreras & Cueto, 2004).

No caso das cooperativas de cafeicultores, elas foram beneficiadas, na medida em que o Estado lhes concedeu determinados privilégios em relação à exportação de café e os quais não foram dados às pequenas, médias e grandes empresas identificadas como o “setor privado” do mercado interno desse grão. As empresas privadas eram vistas, dentro das cooperativas, como as principais responsáveis pelas dificuldades enfrentadas pelos produtores. As benesses que foram outorgadas, pelos militares, às suas organizações criaram uma espécie de aliança entre esses agricultores e o regime. Logo após o golpe dado pelas Forças Armadas, em outubro de 1968, foi concedida às cooperativas e centrais de cooperativas a exclusividade nas vendas externas de café entre os meses de abril e dezembro⁴. Isso significava que somente nos meses restantes - e fora do período da colheita - que as empresas privadas poderiam exportar o grão. Com a monopolização da exportação do café pelo Estado, a partir de 1974, as organizações de cafeicultores continuaram a ser privilegiadas; não à toa que, até 1980, permaneceriam intermediando o comércio de não menos do que 80% do produto vendido pelo país. De qualquer maneira, em abril de 1978, elas acabaram institucionalizando o movimento social dos produtores de café ao criarem a Federação Nacional de Cooperativas Agrárias Cafeicultoras do Peru (FENCOCAFE). Essa entidade, uma das poucas formadas por agricultores, de todo o país, que conseguiram se congregarem de maneira relativamente autônoma em relação ao Estado, foi capaz, inclusive, de forçar os militares a rever certas decisões tomadas em relação ao funcionamento do mercado de café. Por outro lado, os cafeicultores, por meio da FENCOCAFE, não se posicionaram em prol da derrocada do regime - pelo menos é essa a conclusão a que se pode chegar lendo as páginas da *Café Peru*, a principal

⁴ As “centrais” de organizações de produtores de café são entidades legais de “segundo grau”, isto é, diferentemente das cooperativas e associações, cujos membros ou sócios são os próprios cafeicultores, entre as centrais os associados são as cooperativas ou as associações.

revista publicada por uma organização de produtores do grão durante o seu período de circulação: 1977 - 1988⁵.

A eleição e a posse de um presidente civil, em 1980, marcaram o retorno da democracia ao Peru depois de 12 anos de regime militar. Ambas também assinalaram a volta de Fernando Belaúnde à presidência da república - depois de ter sido deposto pelo golpe militar de 1968. Seu governo procurou contornar os problemas do país numa posição intermediária, “em oposição tanto aos partidos de esquerda como aos candidatos de direita que advogavam pelo livre mercado” (Sheahan, 2001, p. 186). A economia foi relativamente aberta aos produtos e investimentos estrangeiros e alguns monopólios produtivos e/ou comerciais do Estado foram desfeitos. Entre essas últimas medidas estava o fim do monopólio estatal na exportação de café, em 1981. A reação das cooperativas de cafeicultores, ao novo governo, não poderia ser mais negativa (Belaúnde, inclusive, as taxara com os 18% de imposto que recaía sobre as demais entidades comerciais), conforme é possível observar através da revista *Café Peru*. Mas suas pressões para que o Estado continuasse monopolizando o comércio externo e privilegiando a compra de seus cafés foram incapazes de reverter as diretrizes governamentais. Essas pressões se deram, por exemplo, através de manifestações em todo o país, nas quais milhares de produtores do grão estiveram presentes.

O vocabulário que as organizações de cafeicultores utilizaram para interpretar a chamada liberalização da exportação do café peruano, se pautou pela oposição entre essas entidades e os agentes privados, com base na ideia de que os primeiros eram, frequentemente, “explorados” pelos últimos. Isso significava que continuavam se identificando com expoentes de uma luta contra os grandes poderes econômicos existentes no país, apesar do governo que se seguiu ao fim do regime militar ter deixado de lado a apologia dessa luta. Num comunicado, derivado de uma “Assembleia Nacional de Emergência” da FENCOCAFE realizada em janeiro de 1982, essa federação expressou, da seguinte maneira, seu ponto de vista sobre a lei que liberalizou o comércio externo do grão:

Se ha cometido una arbitrariedad en contra de las organizaciones cooperativas cafetaleras que representan 90% de la producción nacional del café, y son las verdaderas promotoras del desarrollo de la Ceja de Selva, quitándoles las prioridades en la exportación y declarando la libre comercialización. (...) Con el Decreto Supremo N° 161-81-AG, se vuelve a someter a los productores

⁵ Uma revista publicada sob a responsabilidade da Central de Cooperativas Agrárias Cafeicultores “Café Peru”.

cafetaleros a una situación difícil, que frustrará el desarrollo social y económico de la Región de Selva y Ceja de Selva y se pretende liquidar en forma sistemática al Movimiento Cooperativa Cafetalero, para favorecer a los grandes comerciantes nacionales y transnacionales (Revista Café Peru, edição de janeiro-fevereiro-março de 1982).

A liberalização da exportação de café fez com que outros agentes, para além daqueles já envolvidos com o comércio interno desse produto, também o vendessem para o exterior. Entre esses novos atores se destacaram as companhias provenientes de países estrangeiros. Segundo me disse o presidente do grêmio das empresas privadas exportadoras de café: “de 1981 até 1990, o negocio do café era ter espaço nas cotas”. Além de disputarem, com os exportadores privados, “espaços” nas cotas de exportação, que cabiam ao Peru, dentro dos Acordos Internacionais do Café, as cooperativas e suas centrais promoveram inúmeras campanhas para anular os impostos que recaiam sobre os cafeicultores⁶.

A emergência, com força, da questão da “competição”, no mercado de café, não tardaria a chamar a atenção das organizações de cafeicultores para a necessidade de estarem preparadas para uma nova realidade comercial. De qualquer maneira, o panorama político, ao longo dos anos 1980, parece não ter chegado a desencorajar, por completo, o uso da retórica em prol da intervenção do Estado a favor das cooperativas. Essa década se mostrou uma fase liminar na história dessas entidades e como tal marcada pela ambivalência no posicionamento que tiveram em relação à nova ordenação do mercado do grão.

A CRISE

O cenário socioeconômico nacional se deteriorou, consideravelmente, com a queda de 14% do Produto Interno Bruto (PIB) em 1983, um drástico retrocesso da atividade econômica que se deu num contexto marcado por terremotos, desastres climáticos, dificuldades financeiras com credores externos e a insurreição de movimentos guerrilheiros (Sheahan, 2001). Nos dois anos seguintes, a atividade econômica do Peru se estancou e a inflação permaneceu crescendo. As organizações de cafeicultores começaram a procurar, fora da

⁶ Os Acordos Internacionais do Café, em vigor entre 1962 e 1989, formaram uma série de convênios firmados, sob os auspícios das Nações Unidas (ONU), entre os países produtores e os países consumidores do grão, e que resultaram na regulação do mercado global do produto.

política, por saídas para as suas dificuldades comerciais. Em maio de 1983, por exemplo, tendo em vista a nova realidade dentro da qual essas entidades deveriam competir, em pé de igualdade, pelo menos de um ponto de vista jurídico, com as empresas privadas, a Central Café Peru e a FENCOCAFE organizaram o primeiro “Encontro Nacional de Gerentes e Contadores das Cooperativas Agrárias Cafeicultoras do Peru”. O segundo encontro aconteceu em novembro de 1985. Esses eventos se deram numa conjuntura na qual as organizações de produtores buscavam superar o que viam como “erros” na forma de comercializarem o grão. Tal conjuntura aparece refletida no editorial da edição de agosto-setembro de 1986 da revista Café Peru e que tem como título *Mercado Inestable y la Competencia de Precios en la Compra de Café*. De acordo com um trecho desse editorial:

En cuanto a las cooperativas también han cometido errores, quizás no todas, pero sí algunas en que los dirigentes que quieren decidir su comercialización a su manera, autorizando ventas sólo en los precios que ellos fijan, sin importarles para nada las situaciones cambiantes del mercado. En esta actividad se requiere ciertos conocimientos y experiencia. Se sabe que algunas cooperativas no han vendido ni el 50% de su café acopiado y siguen pagando intereses por los préstamos de comercialización todavía no amortizados (Revista Café Peru, edição de agosto-setembro de 1986).

Em 1985, Alan Garcia tinha sido eleito presidente e assumiu o cargo com a promessa de colocar a nação nos trilhos do progresso através de uma nova política econômica marcada pelo congelamento de preços, desvalorização da moeda, controle do câmbio e maior proteção tarifária da indústria nacional (Sheahan, 2001). Alegando uma falta de comprometimento dos grandes empresários peruanos em investir no país, Garcia conduziu uma campanha de estatização do sistema financeiro local – a qual acabou não atingindo seus objetivos (Durand, 2004). Apesar de seu “insucesso”, essa campanha reavivou o discurso antioligárquico do regime militar instaurado em 1968: “Segundo o presidente, as entidades de crédito pertenciam a um grupo de famílias endinheiradas que, ao restringir e monopolizar os empréstimos, detinham o desenvolvimento” (Contreras & Cueto, 2004 p. 355)⁷.

A edição de janeiro-junho de 1987, da Café Peru, introduz, pela primeira vez na história dessa revista, a palavra “crise” para definir a situação vivida pelos cafeicultores peruanos. Tratava-se de um período onde os problemas no âmbito nacional se conjugaram com uma queda acentuada nos preços

⁷ Os ideais políticos do passado também reapareceram no confronto, nitidamente ideológico, desse presidente com a banca internacional (Contreras & Cueto, 2004).

internacionais do café. Apesar dos logros comerciais obtidos por algumas cooperativas - tal como pode ser percebido nas páginas da Café Peru - em 1987 as empresas privadas já respondiam por 77% das exportações do grão (os 23% restantes cabiam às organizações de cafeicultores). O suposto comprometimento do presidente Alan García, para com as parcelas menos desfavorecidas da população, não impediu que a FENCOCAFE e as cooperativas permanecessem organizando seus associados em torno de manifestações contra as atitudes governamentais que os prejudicavam. Por outro lado, esse suposto comprometimento dava margem para que os agricultores continuassem reivindicando uma ordenação do mercado em prol das suas entidades.

A renovação dos Acordos Internacionais do Café, firmada em outubro de 1987, estabeleceria um cenário econômico mais favorável para as poucas organizações de produtores que conseguiram se adaptar ao novo arranjo comercial do país. Porém, as relações dessas organizações com os poderes públicos permaneceram conturbadas e interpretadas pelos cafeicultores com base numa oposição entre eles e os demais participantes do mercado de café. Um artigo, escrito por um dirigente da FENCOCAFE, e publicado na edição de janeiro-março de 1988 da Café Peru, expressa a permanência do ideário que encarava como legítimo conceder prerrogativas comerciais às cooperativas:

Resulta verdaderamente incomprensible el desinterés del actual gobierno, autodenominado agrarista, popular, democrático y revolucionario, que con sorpresa observamos apoya actividades mercantilistas y de especulación y no a los de producción, como el cultivo de café, actividad generadora de divisas, para la cual los cafetaleros nunca hemos pedido privilegios como reclaman otros sectores, sino la decisión política que el Gobierno Militar con buen criterio otorgó al Movimiento Cooperativo Cafetalero y que representó una medida económica, política y social, (...) y posibilitó el surgimiento de verdadera empresas cooperativas, con muchos servicios a los pobladores de las zonas cafetaleras, contribuyendo al desarrollo del Perú profundo, que lamentablemente fue frustrado por el gobierno de Acción Popular presidido por el Arquitecto Fernando Belaúnde Terry, mediante el establecimiento de la libre comercialización del café, dando lugar a fraudulentos inventarios y distribución de las cuotas para beneficiar a sus allegados políticos y privilegiados comerciantes nacionales y extranjeros (Revista Café Peru, edição de janeiro-março de 1988).

Se, entre 1985 e 1987, o PIB peruano havia crescido 14% e a inflação diminuído, nos dois anos seguintes o primeiro cairia 27% e a hiperinflação tomaria conta do país. A década terminaria com uma queda de 25% do produto interno bruto em relação ao seu valor em 1980 e com um aumento

anual dos preços ao consumidor de 3.399% frente aos 59% de dez anos atrás (Sheahan, 2001). Somadas essas dificuldades econômicas ao conflito armado que assolava o país, “em 1989 o Peru parecia estar na beira do abismo” (Contreras & Cueto, 2004 p. 361). Neste último ano, se deu o fim dos Acordos Internacionais do Café. Os preços do grão começaram a cair de uma maneira jamais vista. Para muitos cafeicultores que conheci, nessa época, o fundo do abismo estava aos seus pés.

Na primeira metade da década de 1970, as autoridades nacionais procuraram se identificar com a população pobre do país, através da idéia de que suas dificuldades derivavam, principalmente, da dominação perpetrada por uma oligarquia que só fazia explorar as pessoas. A promessa era a de que, através desses seus governantes, essa massa desfavorecida encontraria sua redenção. Os anos se passaram e a crença no poder transformador do governo foi se arrefecendo e acentuando ainda mais aquilo que Matos Mar (2004) identificou como um divórcio crescente entre o Estado e a sociedade nacional. Veio a década de 1980 e a palavra “crise” passou a ser, cada vez mais, utilizada, entre os peruanos, para definir a situação que viviam. Uma novidade dos anos 1990 foi que o governo que ascendeu à presidência do Peru, em 1990, construiu um discurso em prol da “autorregulação” dos mercados e no qual a visão negativa dos poderes públicos no imaginário nacional foi endossada. Em outras palavras, a partir desse ano o próprio Estado passou a expressar publicamente seus limites para influir na economia do país.

O NOVO MODELO ECONÔMICO

No dia de oito de junho de 1990, aconteceu o segundo turno das eleições presidenciais peruanas daquele ano⁸. Os candidatos eram, de um lado, um até então relativamente desconhecido professor de agronomia chamado Alberto Fujimori e, como seu adversário, o já consagrado escritor Mario Vargas Llosa. Este último concorria à presidência apoiado por uma parcela do *establishment* político e econômico do país, cujos interesses havia representado ao encabeçar um movimento contra o intento do governo de estatizar o sistema financeiro. O presidenciável Vargas Llosa tinha como plataforma de campanha realizar um “choque de capitalismo” caso fosse eleito. Já o *outsider* Fujimori, por sua vez, se colocava como um crítico dessa proposta a qual, segundo ele, se posta

⁸ As informações que se seguem, a respeito das eleições presidenciais peruanas de 1990 e do governo eleito nesse pleito, derivam da minha leitura dos trabalhos de Contreras & Cueto (2004), Sheahan (2001) e Durand (2004).

em prática iria prejudicar a parcela pobre dos cidadãos. Esse descendente de japoneses – reconhecido, popularmente, pela alcunha de *el chino* – procurou, em seus discursos durante o pleito, se dissociar do que identificava como os segmentos privilegiados da sociedade peruana, na medida em que essa elite não estaria comprometida com o destino do restante da população.

O fato é que Fujimori acabou sendo eleito com mais de 60% dos votos válidos, para, logo no início de seu governo (julho de 1990), aplicar o que ficou conhecido como o *Fujishock*. Tratava-se de um programa de “ajuste estrutural” das contas públicas visando reduzir a inflação e o déficit fiscal. Nos meses seguintes, começou um processo de abertura da economia aos investimentos e produtos estrangeiros. A partir de 1991, o Estado passou a se desfazer de distintas companhias públicas ligadas à produção e/ou comercialização dos mais variados bens. Todas essas medidas estavam incluídas na definição de Vargas Llosa a respeito do “choque de capitalismo”. Para além de qualquer especulação sobre o porquê das diferenças entre o programa político de Fujimori como candidato a presidente e o que adotou ao ocupar esse cargo, o que interessa aqui é chamar a atenção para a simbologia desse novo modelo econômico que ele supostamente teria colocado em prática⁹.

Falar de uma orientação “pró-mercado”, como o elemento aglutinador dessa simbologia, talvez seja uma maneira simplista de retratá-la, mas era essa a imagem que unia seus distintos conteúdos em contraposição a um passado de regulação estatal da economia do qual o novo governo queria se diferenciar. Essa oposição se expressou, em grande medida, no destaque que Fujimori concedeu às empresas privadas, grandes ou pequenas, como os verdadeiros motores da prosperidade do Peru. Elas se tornaram também os principais referenciais para a administração do poder público, das cooperativas e dos milhares de empreendimentos informais que proliferavam no país. Ser “competitivo” e/ou ser “eficiente” foram colocados como objetivos que deveriam orientar as ações dos agentes econômicos, apesar da “iniciativa privada” ter sido identificada como o segmento mais apto para atingi-los. Já a “ineficiência” passou a ser associada ao Estado e as cooperativas, os quais eram encarados, no passado, como símbolos, por excelência, do progresso e do desenvolvimento. De qualquer maneira, as diferenças entre esses empreendimentos de caráter mais público e as empresas privadas seriam vistas,

⁹ Esse novo modelo pode ser visualizado, por exemplo, ao longo das páginas dedicadas à economia nacional presentes na Constituição peruana aprovada em 1993.

sobretudo, como de grau e não de gênero, isto é, os primeiros poderiam, teoricamente, se igualar aos segundos, na medida em que adotassem alguns de seus princípios. Não é sem razão que o governo passou a se colocar como regulador e fiscalizador dos mercados antes do que aliado ou representante de apenas uma de suas partes e, conseqüentemente, a se reconhecer como um defensor ou incentivador de valores mercantis e não de um ou mais agentes econômicos em particular¹⁰.

Num país que, na passagem dos anos 1980 para os anos 1990, era visto, pela sua população, como situado “na beira de um abismo” social e econômico, o novo presidente acabou se colocando, para muitos, como uma espécie de “salvador da pátria” ao enfrentar e vencer os então “inimigos públicos” por excelência: os guerrilheiros vinculados aos grupos Sendero Luminoso e Movimento Revolucionário Tupac Amaru - e a também temida inflação galopante. Sem levar em consideração qualquer juízo de valor, é possível dizer que Fujimori deu um novo rumo ao Peru. Através de uma linguagem econômica, ele “representou definitivamente uma mudança com o clima político que existia no Peru ao redor de 1970” (Contreras & Cueto, 2004 p. 366) e que continuou vigente até o início de seu governo. Um novo arcabouço ideológico, para os peruanos se compreenderem, começou a ganhar força: suas dificuldades derivariam de um posicionamento - individual ou coletivo - desprivilegiado em relações mercantis antes do que de exploração. Trata-se de um ideário que adentrou no país junto com a ruptura da sua ordem institucional, dado que em cinco de abril de 1992, Alberto Fujimori fechou o congresso (e depois entrevistou na justiça e censurou parte da imprensa) sob a justificativa de que os parlamentares, em sua maioria, o impedia de colocar em prática suas políticas contra os movimentos guerrilheiros. Junto desse “autogolpe” se deram uma série de violações dos direitos humanos pelo Estado.

O NOVO MODELO ECONÔMICO ENTRE AS ORGANIZAÇÕES DE CAFEICULTORES

A decisão de Fujimori, em excluir qualquer possibilidade de identificação estatal com as cooperativas, se mostrou um duro golpe para as organizações de

¹⁰ Isso não quer dizer que, na prática, o ideal do “livre mercado” pautasse a organização dos mercados, ou seja, que o governo se colocasse de forma imparcial entre os agentes mercantis.

cafeicultores. Dito de outro modo, o Estado peruano tornava explícito seu divórcio dessas entidades:

Fujimori creó un clima de desinstitucionalización, primero del Estado, luego de los sindicatos, de las federaciones y de las organizaciones de productores. El colapso fue total. Las cooperativas fueron acusadas de senderistas, comunistas, izquierdistas, ladrones, ineficientes... no faltó nada. En ese proceso se cayeron unas cuantas, quizás las que debieron caerse, pero nosotros seguimos adelante. Lo cierto es que el tejido social fue destruido. En 1993 tuvimos que empezar a reconstruir el sector del café. Primero nuestras organizaciones, demostrando que también sabemos ser empresas organizadas y eficientes. En un momento las cooperativas canalizaban el 80% del café que se producía en Perú, cuando estaban protegidas por el gobierno de Velasco, pero con Fujimori caímos a apenas el 2%. Desde allí reconstruimos nuestra organización. Fuimos los primeros en reagruparnos. Esto logramos concretarlo en un foro nacional que se llama Conveagro. La JNC es un gremio, no comercializamos ni un solo grano de café. Cada organización de base autónoma hace sus procesos de comercialización. Nosotros representamos los intereses del sector, representatividad que nos da nuestra presencia real en la base, entre los productores. La JNC es reconocida inclusive por aquellos que no están asociados a nosotros (Hidalgo, 2005).

Essa colocação de um, outrora, presidente da Junta Nacional do Café (JNC) aponta para a trágica situação vivenciada pelas organizações de cafeicultores diante do governo de Alberto Fujimori¹¹. A liquidação do Banco Agrário, em 1992, significou o fim de uma crucial fonte de crédito aos produtores - mesmo para aqueles que não tinham um título de propriedade para dar como garantia de seus empréstimos. Isso parece ter contado a favor das empresas privadas exportadoras que dispunham de recursos financeiros capazes de fornecer os tão necessários créditos para os custos que precedem e envolvem a colheita. O conflito entre o governo e os movimentos guerrilheiros, ao se concentrar nos rincões do país, tornou as condições de vida nas zonas cafeicultoras ainda mais difíceis - não à toa, muitos agricultores abandonaram suas terras, sem contar que, conforme me contaram alguns produtores, dirigentes de

¹¹ O engenheiro agrícola Raúl del Águila Hidalgo - também conhecido como o “pai dos cafês especiais no Peru” - foi gerente de uma central de cooperativas situado ao sul do país. Ela é a organização de cafeicultores que tem exportado mais café desde a década de 1990. Ele não era filho de cafeicultores, ao contrário dos que ocuparam a presidência da JNC depois da sua gestão. Hidalgo parecia se colocar como uma ponte entre a antiga geração de gerentes de cooperativas - formada, em geral, por pessoas advindas de fora do universo cafeicultor - e a nova geração - constituída, basicamente, por filhos de produtores de café.

cooperativas, e seus associados, chegaram a ser vistos como adversários desses movimentos e, em alguns casos, foram assassinatos por esses grupos.

Em 1993 a FENCOCAFE deixa de existir e é criada a JNC, um grêmio capitaneado por quatro das cinco centrais de cooperativas que haviam formado a FENCOCAFE - uma delas encerrou suas atividades¹². Essa nova organização representou a tentativa de congregar os cafeicultores peruanos em torno de uma saída para a trágica situação que vinham enfrentando e que, como pode ser percebido, apresentava outros complicadores para além da queda nos preços internacionais do café a partir de 1989. De qualquer maneira:

A raíz de las caídas de las cooperativas se genera un oligopolio de empresas exportadoras que tenían el control, el dominio del mercado de café en el Perú. Eran pocas empresa - subsidiarias de transnacionales - y fijaban el precio. Estas empresas siempre habían existido, pero su dominio empieza en 1989, cuando el Convenio Internacional del Café, que asignaba cuotas a cada país productor, ya no se renueva. Con el convenio era posible cierto control sobre los precios del mercado mundial, y estos se mantenían más o menos alto (Rivas, 2009 p. 8).

Tal diagnóstico de Cesar Rivas, enquanto presidente da JNC, entre 2006 e 2012, acompanha sua descrição da, outrora, relação habitual das organizações de produtores com as empresas privadas exportadoras.

Eran muy pocas las cooperativas que exportaban directamente; en 93 quizá eran el 5%. Hasta ese momento, la mayor parte de las cooperativas eran básicamente acopiadoras; ponían el café, lo traían a Lima y se lo daban a otros. Recuerdo haber conversado con exportadores en esa época, y ellos me decían: “Nosotros podemos exportar porque tenemos la logística, la capacidad instalada y la información para explorar mercados y vender en las mejores condiciones nuestros productos. Los productores saben producir bien y creo que deben cumplir su labor. Zapatero a tus zapatos.” Pero yo creo que todos queremos ganar en la cadena, y como el que gana no se preocupa del agricultor - que es el

¹² Segundo a socióloga Maria Simatovic (2007), num livro escrito para uma organização não-governamental e intitulado *Cafetaleros empresarios - Dinamismo asociativo para el desarrollo en el Perú*: “En 1993, como fruto del esfuerzo de las centrales sobrevivientes, se funda la Junta Nacional del Café (JNC). Este organismo se crea luego de la caída de Fencocafé, el combativo gremio del sector cafetalero creado en 1978, al que algunos critican haber peleado sólo por conseguir cuotas, negociar el crédito y evitar el impuesto a la exportación de café. Según Lorenzo Castillo, gerente de la JNC, el desarrollo estratégico no formó parte de la agenda de ese gremio, un aspecto que se quiso cambiar con la creación de la Junta” (idem, p. 59).

que hace más esfuerzo -, entonces nos hemos visto obligados a salir nosotros mismos, los productores, a buscar mercado (idem).

Para além da desvinculação simbólica do Estado de qualquer compromisso em relação a um segmento econômico em especial, outro elemento que impulsionou o foco dos cafeicultores no comércio, antes do que na política nacional, foi a emergência, com força, dos mercados de cafés “especiais” ou “de nicho” durante a década de 1990. Ao contrário do chamado mercado convencional, então dominado no Peru pelas grandes empresas exportadoras privadas, esses novos espaços comerciais facilitaram a existência de exportadores menores do que elas. Dito de outro modo, estes últimos não precisariam negociar um volume extremamente grande do grão para que pudessem comprá-lo com base num preço similar ou superior aos oferecidos por estas empresas. O principal mercado de nicho explorado pelas organizações peruanas de cafeicultores foi e ainda continua sendo o “comércio justo” regulado pela *Fair Trade Labelling Organizations International* (FLO)¹³. Trata-se de um sistema de comercialização que ganhou relevo, notadamente a partir dos anos de 1990, por conta da queda acentuada nos preços internacionais do café que se deu com o final dos Acordos Internacionais do Café em 1989.

Pude participar, em 2006, de diversos encontros da JNC, nos quais se discutiu, em especial a produção de “café orgânico” e a sua “certificação”¹⁴. Esse café é economicamente mais valorizado no comércio justo em relação ao grão que não possui o certificado outorgado aos que são produzidos com base em normas “orgânicas”. Os encontros da JNC refletiam o seu papel como um espaço institucional de congregação das organizações de produtores que buscavam outras formas de canalizar seus cafés que não através das empresas privadas exportadoras. De acordo com seu então presidente:

Luego de la desactivación de Fencocafe, las cooperativas vemos la necesidad de volver a tener una organización, pero más orientada al desarrollo. Así se constituye la junta, que aparece justo cuando las cooperativas empiezan a meterse en el negocio. La junta reforzó esta tarea capacitando a las cooperativas,

¹³ O comércio justo de café certificado é um mercado, de dimensões internacionais, criado no ano de 1988 e organizado com base num ideal de solidariedade dos consumidores para com os “pequenos produtores” reunidos em cooperativas autorizadas (pela FLO) a participar desse sistema comercial.

¹⁴ O processo de certificação de um café como orgânico é feito pelas chamadas agências certificadoras. Ele é pago pelos produtores e leva de dois a três anos, dependendo dos certificados em questão.

trasladando conocimientos y experiencias buenas de un sitio para ponerlas en práctica en otros lugares. Por ejemplo, ellos decían: “Mira, (a Cooperativa) La Florida tiene un contacto con una financiera en Europa; ustedes pueden tocar esas puertas también”. Para eso hay servido la Junta; y me alegra mucho, porque casi todas las cooperativas tienen créditos en las mismas financieras que nosotros tenemos. También sucede que las financieras dicen: “Como La Florida cumple, seguro que las otras cooperativas también.” Es una cadena que se ha ido jalando, y muchos de los clientes también son los mismos. Ellos dicen: “En el Perú hay buen café. Si ahora no tienen en el norte, entonces me voy al sur o oriente” (idem p. 10).

Os almejados contratos das organizações de cafeicultores com os compradores estrangeiros não podem ser entendidos sem levar em conta os produtores - que fornecem os cafés. Mas esse trabalho coletivo não impede que o prestígio se concentre nas mãos dos seus gerentes, por serem os que, segundo dizem, “retém” a “confiança” dos importadores. São os gerentes que contatam os clientes e as relações contratuais derivadas de seus encontros - feitos, geralmente, através de feiras internacionais - se constituem num capital social e simbólico crucial para os primeiros. Dificilmente um gerente “compartilhará”, com outro, os seus “contatos com os compradores”, apesar de poderem “dividir as mesmas agências financeiras solidárias” (um gerente me disse que não tinha acesso aos compradores de café da entidade gerenciada pelo seu irmão porque este último era muito “ciumento” em relação aos seus clientes e, segundo ele, esse sentimento era generalizado entre os demais gerentes). Eles acabam relendo a história de suas organizações através da importância que supostamente tiveram nelas. A ênfase que colocam no “despreparo” administrativo dessas entidades, no passado, evidencia o relevo que veio a ser concedido ao cargo que ocupam.

A figura do gerente já vinha ganhando destaque, entre as organizações de cafeicultores, mesmo antes da criação da JNC. Isso se deu, por exemplo, com as versões do “Encontro Nacional de Gerentes e Contadores das Cooperativas Agrárias Cafeicultoras do Peru”, em meados dos anos 1980. Contudo, mesmo nessa época, quando as organizações de produtores já enfrentavam, há algum tempo, a forte concorrência dos agentes privados, os protagonistas dos principais encontros envolvendo as cooperativas continuavam sendo os agricultores eleitos presidentes dos seus conselhos de administração. O ponto é que a autoridade desses seus dirigentes prescindia - e ainda prescinde - da obtenção de qualquer conhecimento técnico ou acadêmico por parte deles.

É possível afirmar que, antes do surgimento da JNC, os protagonistas do movimento cooperativista, no caso, os dirigentes das organizações de

produtores, se viam mais preparados para intermediar as suas relações com o poder público do que com o mercado. Foram os filhos de uma parte dos cafeicultores que formaram a primeira geração desses agricultores capaz de gerenciar suas entidades com base numa experiência administrativa adquirida através do Ensino Superior¹⁵. Isso porque a geração anterior era formada, basicamente, por sujeitos iletrados ou semiletrados que, a partir de meados do século passado, saíram dos pauperizados campos dos Andes peruanos em busca de melhores condições de vida nas zonas produtoras de café. Os bons preços do grão, a partir de meados da década de 1970 e a, outrora, boa produtividade dos solos das regiões cafeicultoras teriam permitido que muitos deles “progressem” economicamente. Contudo, como também costumam assinalar, só uma minoria quis ou pôde “investir” na educação de seus filhos, comprando ou alugando imóveis em cidades nas quais estes últimos, por conta dessa oportunidade de moradia, puderam viver durante o período de sua educação complementar à oferecida na área rural – trata-se de uma narrativa que aponta para o que seriam as relações de interdependência entre os trabalhos dos cafeicultores e os de seus filhos¹⁶.

O então presidente da JNC, Cesar Rivas, aparecia como um exemplo ou paradigma para a nova geração de líderes dos cafeicultores. Ele também era gerente da Cooperativa La Florida e de uma central que agrupava essa e outras entidades. A La Florida era a cooperativa peruana que, em meados da década de 2000, mais exportava café e esse “sucesso” ou posição comercial de destaque

¹⁵ O fato de serem filhos de cafeicultores parece ter se colocado como um elemento crucial para reterem a confiança dos sócios das cooperativas, na medida em que estariam pré-dispostos a adotar seus pontos de vista – essa predisposição envolveria, por exemplo, um modo de se comportar e a capacidade de traduzir para o prisma ou a perspectiva deles as regras ou demandas vindas de fora.

¹⁶ Essas relações de interdependência aparecem no relato que Simatovic (2007) faz da reestruturação de uma central de cooperativas de cafeicultores do sul do país: “Cecovasa empieza a relacionarse con el mercado solidario en ese periodo. Las exigencias de ese nuevo mercado llevaron a los directivos a reestructurar la central, tanto en la parte administrativa como en la parte comercial. Se determina un trabajo más profesional y orientado a los equerimientos de los clientes. En el departamento técnico se empezó a contar con profesionales que trabajaban no sólo con indicadores de producción sino también de control de calidad y de desarrollo sostenible. Un elemento adicional, semejante a La Florida, es que la reestructuración y el cambio de equipo se hicieron integrando a los hijos de los socios, quienes gracias al esfuerzo de sus padres habían cursado una educación superior” (idem, p. 75).

era creditado, em grande medida, às habilidades gerenciais de Rivas. Seus pais eram sócios da La Florida desde meados da década de 1970 e o haviam trasladado, no começo dos anos 1980, para uma cidade andina, tendo em vista a realização de seus estudos secundários. Depois de terminar o Segundo Grau, ele se dirigiu para a capital do país, onde cursou o Ensino Superior. No final desta última década, passou a trabalhar no escritório da Cooperativa La Florida, em Lima. Em 1997, assumiu o posto de gerente. Numa conversa, Cesar me disse que, ao ter cursado o “melhor lugar para se estudar administração no Peru”, pôde entrar em contato com “professores que trabalhavam em grandes empresas privadas” e, “com base nas experiências deles”, foi capaz de aprender “na prática” como uma “empresa moderna” deve atuar, ou seja, através da “redução de seus custos” enquanto uma forma de “ser competitiva”. “Foi isso que salvou a La Florida”, afirmou.

A crença dos cafeicultores na “autorregulação” do mercado de café não pode ser entendida se não levarmos em conta o reconhecimento alcançado pelos gerentes através de seus estudos, experiências profissionais e contatos comerciais. Com base nessas propriedades, eles podiam agir eficazmente numa realidade dominada pela percepção de uma neutralidade dos poderes públicos nas disputas mercantis. Entre as práticas que passaram a caracterizar o que seria o gerenciamento ideal das organizações de produtores de café se destacaram as que buscavam torná-las, cada vez mais, “competitivas”. Realizar uma “redução dos custos” – através, em especial da construção ou obtenção de uma infraestrutura para comercializar uma grande quantidade do grão - se colocou como uma espécie de ritual que todo gerente deveria fazer para alcançar o “desenvolvimento” de seus sócios.

A COMPETIÇÃO NOS MERCADOS

A Junta Nacional do Café não deixou de se colocar como um canal para os agricultores canalizarem suas demandas ao poder público. Isso ficou evidente, por exemplo, durante a “crise nos preços do café” que atravessou a primeira metade da década de 2000. Mas a “inação” governamental parece ter enfatizando a importância das estratégias comerciais das organizações de cafeicultores como um meio privilegiado para poderem enfrentar a crise. A percepção sobre o que seria a falta de apoio estatal transparece nas distintas edições da revista publicada pela Junta Nacional do Café. Por exemplo, o editorial da sua edição de agosto de 2001 intitulava-se *¡Emergencia cafetalera!*. O da edição de dezembro de 2002 era *Ya no podemos esperar. Avanzamos, pese a la exclusión gubernamental* foi o título do editorial de agosto de 2004.

Contudo, apesar das ameaças da JNC, a pressão em cima do governo não chegou a resultar na mobilização dos cafeicultores através de manifestações de rua, ao contrário do que acontecia nos tempos da FENCOCAFE. Essa pressão girou em torno do contato de seus líderes com autoridades políticas (como ministros e parlamentares) e da divulgação de reivindicações endereçadas à essas autoridades.

Na revista *Café Peru* (1977-1988) abundam imagens dos produtores, ou pelo menos de seus representantes na FECONCAFE, protestando diante do palácio do governo, acompanhados de tratores e de diversas faixas onde se liam suas reclamações. Além disso, suas manifestações não se resumiam à capital do país, ou seja, também atingiam todo o território nacional. Isso aconteceu, por exemplo, nos vultosos protestos contra a política de liberalização da exportação de café que se inicia no começo da década de 1980. Já na revista da JNC não se vê uma única foto dos cafeicultores protestando na rua. Sem o apoio mais substancial do governo, lhes restaria concentrar suas energias nos novos mercados surgidos ao longo dos últimos anos, em especial no sistema de comércio justo.

Em 2005, a JNC contava com 27 “sócios”, sendo sete deles centrais de organizações de produtores, seis associações e 14 cooperativas, totalizando 36.242 produtores de café. Destes 27 associados, 23 deles exportaram diretamente seus cafés, principalmente através do comércio justo, representando 19% das vendas externas do produto, com um preço médio de US\$ 119,73 a saca ou 21% acima da média nacional das 74 instituições (privadas e organizações de produtores) que exportaram café esse ano (Castillo, 2006). Vale ressaltar que, em 1989, com o final do Acordo Internacional do Café, os preços internacionais da saca do grão chegaram a cair de US\$ 140 para US\$ 76. A partir da segunda metade da década seguinte houve uma retomada, mas de 1999 em diante a queda seria brusca, com a saca atingindo seu menor valor (US\$ 35) na metade de 2002 (Neto, 2007).

Pode-se dizer que, no âmbito da JNC, imperava uma visão de que a melhoria nos serviços prestados aos agricultores deveria vir após suas organizações estarem devidamente preparadas para competir fora dos mercados de nicho. Isso porque uma grande quantidade de café só podia ser comercializada através do mercado convencional. Consequentemente, suas organizações deveriam se preparar para “competir” com as empresas privadas na compra do café comumente negociado no país. Dito de outro modo, a dependência excessiva dos mercados de cafés especiais (ou de nicho) deveria ser um fenômeno

passageiro, tendo em vista a obtenção de uma infraestrutura capaz de permitir uma participação, sem prejuízos, num mercado dominado por essas entidades.

Uma frase, então comum, no âmbito da JNC, era a de que o “comércio justo é uma oportunidade”. Por trás desse pensamento vigorava a ideia de que esse sistema comercial deveria ser “aproveitado” não como um fim em si mesmo, mas como um meio para que as organizações de cafeicultores pudessem reduzir seus custos de exportação. Isso significava, conforme assinalado anteriormente, criar ou construir uma infraestrutura comercial que lhes permitisse “manejar” um grande volume de café convencional. Através dessas medidas, essas organizações poderiam, em tese, comprar esse tipo de grão pelo mesmo preço pago pelas grandes empresas privadas. Vale ressaltar que a questão da “competitividade” envolvia também os mercados de nicho, na medida em que neles a qualidade dos produtos era a variável importante para diferenciar os “competidores”. Tal como aparecia na página da Junta, em 2006, “la Visión de la JNC al 2015 es ser reconocida como una organización de cafetaleros competitivos en el mercado y actores del desarrollo regional y nacional”. Segundo o que disse Cesar, enquanto presidente da JNC, num encontro, nesse ano, destinado aos jovens cafeicultores das suas “organizações de base”:

Cuando las organizaciones se están reactivando, muchos líderes piden a las cooperativas que piensen la parte social. Lo que voy a decir lo dije hace 15 años en mi cooperativa y hace cinco años en la Cooperativa Satipo. Cuando ves a un mendigo hambriento, sientes pena por él; si tienes pan en el bolsillo, lo das, pero si no lo tienes, no puedes hacer nada. Primero tenemos que ordenar la casa, hacer que la empresa funcione bien, luego podemos ofrecer servicios a sus miembros.

Conversando com Cesar, logo após sua fala nesse encontro, ele comentou a respeito de uma diferença “fundamental”, entre a La Florida e a Central Piurana de Cafeicultores (CEPICAFE). A primeira teria atingido um “nível mais alto de competitividade”, na medida em que seus custos administrativos seriam custeados com as vendas de café. A CEPICAFE, por sua vez, “ainda dependeria” de doações estrangeiras para custear sua assistência técnica. Se, de um lado, a Cooperativa La Florida vendia 60% de seus cafés através do comércio justo, de outro, os 40% restantes seriam exportados como convencionais. Como disse o representante da CEPICAFE nesse mesmo evento destinado aos jovens cafeicultores: “o comércio justo nos deu estabilidade para conquistar o produtor, para ele ter fé na organização, mas o desafio é como competir no mercado convencional”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo procurou mostrar como o posicionamento das organizações de cafeicultores frente às políticas de ordenação do mercado de café pode ser pensado através da relação entre as disposições sociais de seus líderes e esse campo econômico enquanto um universo cuja constituição tem no Estado um agente central. A mudança na posição do movimento cafeicultor, frente ao ideal do livre mercado, como uma forma de estruturar o comércio de café, mostra que a “aceitação” dessa ideologia, enquanto uma *doxa* ou senso comum, não é incompatível com a história desse movimento, isto é, com sua oposição secular às empresas privadas que compram e vendem o produto. Mas tornar as cooperativas competitivas frente à essas entidades foi colocado pelos seus gerentes como uma estratégia que tem como horizonte uma suposta objetividade da economia, e não apenas um imaginário de contraposição dessas organizações diante do setor privado.

O ponto aqui levantado é o de que essa pretensa objetividade envolve um discurso que naturaliza a ordenação do mercado conduzida pelo Estado. O tempo iria dizer se as estratégias dos gerentes levariam ao desenvolvimento dos produtores. Mas a história do movimento das cooperativas peruanas de cafeicultores nos mostra que a ordenação de um mercado é uma construção social que acaba por mostrar o seu caráter contingente, por mais que possa parecer como algo natural, objetivo ou previsível durante um tempo, conferindo aos discursos dos que se veem adaptados a ela a legitimidade de ver a “realidade”. Em suma, este artigo assinala que devemos olhar para o posicionalmente das organizações de produtores frente às políticas econômicas como sendo social e historicamente condicionados.

REFERÊNCIAS

- Bourdieu, P. (2005). O campo econômico. *Política e Sociedade* (6).
- Castillo, L. (2006). Café peruano: entre aromas, olvidos y retos. In: *Pobreza y desarrollo en el Perú*. Lima: Oxfam.
- Contreras, Contreras. & Cueto, M. (2004). *Historia del Perú Contemporáneo*. Lima: IEP.
- Durand, F. (2004). *El poder incierto: trayectoria económica del empresariado peruano*. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Hidalgo, R.. (2005). *El capitalismo está colapsando*. In: *Dakar*. UITA. Montevideo.

- Luetchford, P. (2008). *Fair trade and a global commodity - Coffee in Costa Rica*. London: Pluto Press.
- Matos Mar, J. (2004). *Desborde popular y crisis del Estado: veinte años después*. Fondo Editorial del Congreso del Perú. Lima.
- Neto, E. (2007). “Por dentro da nova onda”. Ver em www.coffeetraveler.net. Acessado em 07/10/2011.
- Rivas, C. (2009). *Entrevista a César Rivas Peña*. In: *Revista Agraria*. (103).
- Sheahan, J. (2001). *La economía peruana desde 1950: buscando una sociedad mejor*. Lima: IEP.
- Simatovic, M. I. (2007). *Cafetaleros empresarios: Dinamismo asociativo para el desarrollo en el Perú*. Oxfam/IEP. Lima