

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA**

**A construção social do mercado olerícola na ótica da
Nova Sociologia Econômica. Estudo de caso em Urubici –
Santa Catarina.**

Dissertação de mestrado

Marcia da Silva Mazon

**Prof^a. Dr^a. Cécile Hélène Jeanne Raud Mattedi
Orientadora**

Florianópolis, 10 de dezembro de 2005



Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Campus Universitário - Trindade
Caixa Postal 476
Cep: 88040-900 - Florianópolis - SC - Brasil
E-mail: ppgsp@cfh.ufsc.br

A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO OLERÍCOLA. ESTUDO DE CASO EM URUBICI – SANTA CATARINA.

MARCIA DA SILVA MAZON

Esta Dissertação foi julgada e aprovada em sua forma final pela Orientadora e Membros da Banca Examinadora, composta pelos Professores:

Prof.ª. Dr.ª. Cécile Hélène Jeanne Raud Mattedi
Orientadora

Prof.º. Dr.º. Ary César Minella
Membro

Prof.º. Dr.º. Wilson Schmidt
Membro

Prof.ª. Dr.ª. Tamara Benakouche
Coordenadora

FLORIANÓPOLIS, (SC), DEZEMBRO DE 2005.

**A construção social do mercado olerícola na ótica da
Nova Sociologia Econômica. Estudo de caso em Urubici –
Santa Catarina.**

**Dissertação apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Sociologia Política do Centro de
Filosofia e Ciências Humanas da Universidade
Federal de Santa Catarina – UFSC, para obtenção do
grau de Mestre sob a orientação da Professora Dr^a.
Cécile Hélène Jeanne Raud Mattedi.**

Agradecimentos

Agradeço em primeiro lugar os agricultores de Urubici, entrevistados ou não, que lutam pelo seu espaço no mercado.

Na UFSC, o contato com as diferentes orientações teóricas do PPGSP e a ‘crise de paradigmas’ à qual nos reportamos constantemente me colocaram, num primeiro momento em dúvida com relação ao próprio tema da pesquisa e o recorte teórico e num seguinte, o encontro mui prazeroso com a Nova Sociologia Econômica, me proporcionaram as reflexões que estão colocadas no texto que segue.

À Maria Ignez Silveira Paulilo agradeço duas vezes: a primeira pela orientação em si e suas sugestões fundamentais no encaminhamento do trabalho temperado com sua familiaridade tanto com o tema da agricultura quanto com os autores da área. Na segunda, pela forma respeitosa de olhar o meu trabalho em andamento e entender a minha ‘visão de mundo’, sempre com um lápis e uma borracha dizendo da possibilidade do apagar e começar de novo.

A Cecile Raud Mattedi – minha orientadora – meu sincero agradecimento pela apresentação da Nova Sociologia Econômica a qual deu o rumo teórico desta pesquisa; seu apoio foi fundamental para que este trabalho fosse concluído.

Ao CNPQ, a bolsa de estudos.

Ao Kahio Tibério Mazon, meu companheiro, por me apresentar o mundo da agricultura familiar e sua carinhosa disponibilidade para os diálogos com a sociologia e com meu tema de pesquisa.

Minha filha Sofia que teve que conviver com minha falta de tempo; espero que ela tenha boas lembranças deste momento quando ela me dizia que também tinha um ‘projeto’.

À profa. dra. Rosemeire Scopinho da UFSCar, uma amizade de 20 anos, pela porta aberta na Sociologia e pela leitura paciente de vários de meus anteprojetos e capítulos da dissertação. Pela sua sábia e divertida visão das incertezas do mundo acadêmico e científico e dos bons momentos acompanhados de cerveja.

Ao meu cunhado Puli – agricultor e produtor de hortaliças - e meus sogros Chica e Braulino - o ‘prudente patriarca’, pelas longas conversas ao lado do fogão a lenha e pinhão na chapa, que versavam sobre a agricultura, os agricultores e os problemas de ‘mercado’; com eles eu compartilhei minhas dúvidas e agora compartilho esta dissertação.

À Letícia de Faria Ferreira pelo diálogo pessoal e científico; suas sugestões contribuíram no rumo do meu trabalho.

Aos meus amigos de trabalho no escritório regional da Klimes/São Carlos -SP - Gessimar, Ted, Morgana, Laerte, José, Osmar e Marcio - que tínhamos que pensar todos os dias do nosso cotidiano sobre os ‘problemas’ do mercado e como resolvê-los; aqui está uma outra visão dele.

Resumo

Analisamos os aspectos do mercado olerícola a partir dos pressupostos do mercado como construção social, em oposição aos autores da economia neoclássica. Optamos pela abordagem política da NSE, em particular os autores Neil Fligstein e Pierre Bourdieu, para analisar o caso da montagem do Mercado do Produtor no município de Urubici – SC. Estes autores contemplam as relações de poder no mercado e teorizam acerca da atuação da esfera político-jurídica. A pesquisa focou atores políticos e econômicos que participaram do processo de industrialização da agricultura e da montagem da CEASA em Santa Catarina. A NSE nos ajuda a vislumbrar os agricultores e atacadistas como atores desiguais no campo do mercado olerícola. Concluimos que o desafio para os agricultores é sua participação ativa na construção do mercado. Se as políticas públicas do setor não se voltarem ao mercado, estes agricultores correm o risco do ‘desaparecimento’ material e simbólico, não da agricultura, mas do mercado.

Palavras chave: mercado, agricultura familiar, Nova Sociologia Econômica, Estado, poder.

Abstract

We analyze olericulture market's phenomenon and We argue that the market is socially built by different actors in opposition to the economist. We aim to understand this construction and the elements which comprise it, the interaction between political and the economic field. The theoretical reference is the political cultural approach to market institutions from New Economic Sociology. The period is from the local market's construction in 1978 to the present date; the backdrop are agriculture modernization process's occurrences and the several Brazilian agriculture public policies approaches. We show that the farmer's participation in the construction of market is their very challenge and if the public policies to the farm sector's do not take into account the market, these farmers may 'vanish' – material and symbolically – not from agriculture but from the market.

Key words: family farming, New Economic Sociology, State, market, economic actors.

SIGLAS

ABCAR - Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural
ACARESC - Associação de Crédito e Assistência Rural de Santa Catarina
AID - Agencia de Desenvolvimento Internacional
ALCA – Área de Livre Comercio das Américas
AMURES - Associação dos Municípios da Região Serrana
ARENA – Aliança Renovadora Nacional
BADESC – Banco do Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina
BESC – Banco do Estado de Santa Catarina
BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento
BIC - Banco da Industria e do Comercio de Santa Catarina S/A
BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social*
CEASA- SC - Centrais de Abastecimento do Estado de Santa Catarina S. A
CEPA - Comissão estadual de planejamento agrícola
CEAGESP - Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais do Estado de São Paulo
CEDERURAL - Conselho Estadual de Desenvolvimento Rural
COBAL - Companhia Brasileira de Alimentos
COBEC – Companhia Brasileira de Entrepostos e Comercio
CONTAG – Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura
COOPERVALE – Cooperativa Regional do Vale do Canoas Ltda
CIDASC – Companhia Integrada de Desenvolvimento de Santa Catarina
EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMBRATER - Empresa Brasileira de Assistência Técnica
EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMPASC – Empresa Catarinense de Pesquisa Agropecuária
EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e de Extensão Rural de Santa Catarina S/A
ETA - Escritório Técnico de Planejamento
FAO – Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação
GATT – Acordo Geral de Tarifas e Comércio Mundial
GEDEV – Gerencia de Defesa Sanitária
IASC – Instituto de Apicultura de Santa Catarina
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRA - Instituto Brasileiro de Reforma Agrária
ICEPA/SC – Instituto de Economia e Planejamento Agrícola de Santa Catarina
IDE - Investimentos Diretos Estrangeiros
IN – Instrução Normativa
INDA - Instituto Nacional de Desenvolvimento Agrícola
INCRA - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
LADESC – Liga de Apoio ao Desenvolvimento Social Catarinense
MERCOSUL – Mercado Comum do Sul
MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDB – Movimento Democrático Brasileiro
MST – Movimento dos Trabalhadores Sem Terra
OCESC – Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina
OECD – Organization for Economic Cooperation and Development
OIT – Organização Internacional do Trabalho
OMC – Organização Mundial do Comércio (WTO – World Trade Organization)

PFL – Partido da Frente Liberal
PGPM – Programa Geral de Preços Mínimos
POE - Plano Obras e Equipamentos
PROFIT – Programa de Fruticultura de Clima Temperado
PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SUPLAN Sistema Nacional de Planejamento Agrícola
SIBRATER - Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural
SINAC – Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento
SNCR – Sistema Nacional de Crédito Rural
SARC - Secretaria de Apoio Rural e Cooperativismo
SESCOOP – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo
SR – Superintendente Regional
TELESC – Organização e Método das Telecomunicações de Santa Catarina
TIC - Tecnologias da Informação e da Comunicação
UDN – União Democrática Nacional
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

Sumário

Resumo
Abstract
Siglas

Introdução 05

Capítulo 1

De que mercado falamos?

1.1 Teoria Social e globalização do sistema agro-alimentar 21
1.2 Os agricultores e a mundialização dos mercados 22
1.3 O mercado: da ordem divina à construção social 24
1.4 Os mercados como campo de lutas..... 34

Capítulo 2

Arquitetura de um mercado: a construção do Estado como construtora de mercado

2.1. Histórico do tomate de mesa 50
2.2. Modernização da agricultura e o mercado olerícola 57
 2.2.1 Estado, C & T e Agricultura 59
 2.2.2. Tomates e a esfera da circulação 68
 2.2.3 Centrais de Abastecimento 72
2.3 A arena do mercado de produtos olerícolas e o momento atual..... 85
 2.3. 1.Olerícolas e supermercados 87
 2.3. 2 Compra institucional: poder público e compra de alimentos..... 93

Capítulo 3

Construtores do mercado olerícola 99

 .1. Urubici, Santa Catarina – uma história de luta 100
 2. Urubici, Santa Catarina e agricultura familiar: outra luta .. 103
 3. O cativo da serra 108

Conclusões 132

Referências 137

Anexos

Introdução

Esta pesquisa discute o conceito de mercado e a construção do mercado de produtos olerícolas a partir do estudo de caso do município de Urubici, região serrana do Estado de Santa Catarina. Este município tem sua economia baseada na agricultura familiar: são agricultores policultores de olerícolas e entre elas está o tomate.

Parte-se do pressuposto de que o mercado é socialmente construído pelos diferentes atores que dele participam com diferentes forças, organização e lógicas diversas. O objetivo é entender esta construção com base no estudo dos atores que dela participaram, em particular técnicos, intermediários grupos supermercadistas e agricultores do município. Urubici foi eleito pela sua peculiaridade no processo de modernização do estado de Santa Catarina: foi o primeiro município a receber uma unidade do CEASA-SC - Centrais de Abastecimento do Estado de Santa Catarina S. A - depois da construção da unidade principal em São José; o primeiro denominado ‘Mercado do Produtor’ foi construído em Urubici.

O recorte temporal é a partir do ano de montagem deste mercado, 1978, até o momento atual. O referido período perpassa os acontecimentos da industrialização da agricultura, os diferentes enfoques das políticas públicas no Brasil para a agricultura e a constelação política catarinense que participou deste processo no estado.

Para iniciar este trabalho é mister situar brevemente de que modo agricultura e mundo rural foram contemplados no debate acadêmico.

Os referenciais teóricos sobre mundo rural e a agricultura

Ao nos voltarmos ao debate acadêmico, cabe lembrar que as duas correntes que mais se dedicaram ao rural e à agricultura familiar no Brasil e América Latina foram o

funcionalismo e o marxismo (SCHNEIDER, 2003); a segunda com uma visão fatalista do pequeno agricultor.

Vem da década de 90, no Brasil, um franco questionamento da idéia de desenvolvimento como associado ao desaparecimento do rural. Com relação à agricultura familiar no Brasil, entre os esforços teóricos deste momento que dão voz a este questionamento estão os trabalhos de Abramovay (1998), Paulilo (1990), Veiga (1997), Wanderley (1996) e Schneider (1999), entre outros. A agricultura familiar era considerada, até então, como algo temporário e com fim próximo ou mesmo sua existência como sendo subordinada à grande propriedade; com esta idéia também se realizava o debate científico (WANDERLEY, 2003). Abramovay ressalta que, por razões de natureza teórica, o paradigma que fundamentava o desenvolvimento do capitalismo impunha uma visão fatalista mesmo com a existência de informações que desmentissem este fatalismo. Ele propõe, então, observar a experiência dos países de capitalismo avançado e constata que lá a agricultura familiar exerceu papel preponderante no modelo de desenvolvimento (ABRAMOVAY, 1998).

Os países capitalistas, donos dos melhores indicadores de desenvolvimento, apresentam um traço comum: a presença da agricultura familiar em suas economias. Segundo Abramovay:

- . As unidades familiares – de caráter familiar não só da propriedade, mas da direção - mostraram-se mais aptas do que as grandes para produzir alguns tipos de produtos alimentares e matérias-primas a custos inferiores.

- . A sustentação das unidades familiares com a intervenção do Estado capitalista - que foi determinante na moldagem do atual capitalismo agrário das nações centrais - constituiu pré-condição da expansão industrial baseada no consumo de massas promovendo economias mais dinâmicas e sociedades mais democráticas e equitativas.

- . Houve um processo importante de transferência de renda da agricultura para o resto da sociedade através de mecanismos de preços e, sem a intervenção maciça do Estado, a própria violência das oscilações de preços comprometeria a abundância alimentar e a possibilidade de regulação institucional tanto da renda agrícola como dos preços alimentares.

A segunda autora, Paulilo, fazendo coro ao questionamento da visão fatalista do pequeno agricultor como mero proprietário formal da terra¹ ou trabalhador para o capital², mostra que os agricultores integrados à agroindústria no sul de Santa Catarina - embora numa relação de assimetria de poder – possuem um espaço no qual podem ‘jogar’. A estrutura policultora extrapola os limites do mero apoio ao produto integrado: sua análise conclui que a policultura associada ao produto integrado não pode ser analisada apenas em termos de funcionalidade à agroindústria, principalmente porque a matéria prima produzida de forma integrada nem sempre é o produto mais importante (PAULILO, 1990: 173-174).

O anúncio da inexorabilidade do movimento histórico que empurraria os pequenos agricultores ou camponeses (resíduos do feudalismo³) rumo à diferenciação – para tornarem-se capitalistas ou mais provavelmente proletários – já foi suficientemente questionado e abre caminho para novas reflexões teóricas que possam apontar alternativas, mais do que para a agricultura, para os agricultores; aqueles que, no Brasil, respondem por 4,2 milhões de propriedades, empregam 13,8 milhões de pessoas assumindo 77% do emprego agrícola; responsáveis por 38% do valor bruto da produção nacional e 50% dos itens que compõem a cesta básica (CONAB, 2004) e que, longe do desaparecimento, se apresentam como alternativa de emprego e renda no século que se inicia: os agricultores familiares.

¹ Expressão utilizada por Graziano para, numa visão kautskista, dizer que o pequeno agricultor era explorado tanto quanto o proletário urbano, embora indiretamente. O autor observa uma debilidade relativa das transformações capitalistas na agricultura brasileira em início da década de 70, “(...) o que significava que o capital não tinha conseguido realizar a expropriação completa do trabalhador rural, nem revolucionar o processo de produção propriamente dito, de maneira ampla e dinâmica” (GRAZIANO, 1986:127). Falando das unidades familiares que ainda se mantêm no campo, um tipo de unidade que não é absolutamente fechado e que tem seu grau de participação no mercado “(...) é nessa vinculação crescente ao mercado, à circulação capitalista de mercadorias que se materializam as formas concretas de extração do excedente ou sobretrabalho desses camponeses” (op. cit.: 127).

² Graziano da Silva fala da debilidade das transformações capitalistas na agricultura brasileira que se prendem à sua subordinação ao capital comercial. Busca a causa na história econômica: não havia aqui uma classe produtora independente previamente constituída e passível de ser expropriada e as necessidades de força de trabalho foram supridas, primeiro, com trabalho escravo e, num segundo momento, com imigrantes italianos; no regime de colonato em São Paulo. “Além destes dois momentos por que passa a gênese e constituição do mercado de trabalho no Brasil, há outro elemento fundamental (...) embora aparentemente se apresente bastante diversificado – nas figuras do morador, do agregado, do colono, do posseiro, do meeiro, do pequeno arrendatário, do rendeiro, do sitiante etc – mostra um elemento comum a todos: são ‘trabalhadores para o capital’ este, representado pela grande lavoura de exportação, pela agroindústria ou pelo próprio comércio. Nenhum destes trabalhadores perdeu completamente a posse do principal meio de produção, no caso a terra” (WANDERLEY 1979 apud GRAZIANO, 1986: 128).

³ Expressão usada por Alberto Passos Guimarães em Quatro Séculos de Latifúndio.

A idéia a ser perseguida ao longo deste trabalho é que, após o processo de modernização da agricultura com técnicas de produção e insumos industriais é a esfera de circulação dos produtos que pode trazer, senão respostas, novas perguntas para compreensão do momento presente. Cabe ressaltar que a esfera da circulação coloca em questão o modelo da industrialização da agricultura.

Falar deste momento, do mercado ou da economia de mercado pode trazer respostas procuradas em várias áreas do conhecimento. Propõe-se, nesta pesquisa, que as respostas devem ser igualmente perseguidas no mercado quando o assunto é produção e comercialização agrícola, política de escoamento ou comercialização da produção. Cabe considerar que, quando se fala de produtos *in natura*, alimentos, o tema nos remete diretamente à segurança alimentar e dos alimentos colocando em cena um segundo ator chave: o Estado e as políticas públicas que contemplam a agricultura e, complementarmente, as políticas que não contemplam a agricultura e como nela rebatem. Aqui podemos mencionar o terceiro ator: a rede supermercadista de grande porte que entra no Brasil a partir, mais efetivamente, da década de 90.

O trabalho se inscreve num esforço de compreender e desmistificar o mercado ou a construção do mercado olerícola analisando seus construtores e as lutas simbólicas que fazem parte da mesma.

O campo empírico é o município de Urubici, região serrana de Santa Catarina onde estão os agricultores policultores que são também produtores de tomate. O tomate salada ou de mesa está entre os produtos consumidos *in natura*: diferente do tipo rasteiro destinado à indústria de transformação. Este trabalho trata, ao contemplar os agricultores produtores de tomate de Urubici e atores participantes na construção social do mercado de produtos *in natura*, de uma luta⁴, no sentido proposto por Weber, como atividade orientada ‘*pelo propósito de impor a própria vontade contra a resistência do ou dos parceiros*’ (WEBER,1991:23). Não luta de classes e sim de atores, grupos, instituições não do movimento inexorável de transformação capitalista do campo, mas sim, do movimento com várias nuances, várias batalhas e, se houve perdas, se não se pode negar o processo de expulsão de parte dos pequenos agricultores, o processo de exclusão em vários momentos

⁴ A noção de luta traz com ela a noção de poder, que introduz a dimensão política no coração de um fenômeno econômico, segundo RAUD-MATTEDI (2005).

históricos e particularmente no Brasil, também não se pode negar a presença marcante dos que ficaram, dos que conseguiram permanecer no campo, embora os números mostrem a alta concentração de terras no Brasil. Quando se deixa distante o mercado a partir da sua produção material e se opera um deslocamento de eixo para a produção simbólica, é possível compreender o mesmo como campo de forças; vislumbra-se um novo papel no campo simbólico para atuação destes agricultores. O mercado aparece como um espaço marcado por conflitos num campo onde há distribuição desigual de diferentes tipos de capital: econômico, político, simbólico e outros (BOURDIEU, 2000). Argumenta-se que esta luta que vislumbramos na construção do mercado olerícola não se inicia com seu surgimento.

Quando alguns autores observam que a industrialização do sistema agroalimentar tem sido historicamente *sui generis* pela “*especificidade das limitações impostas pela irreduzibilidade dos processos biológicos às transformações industriais*” (WILKINSON, 2002: 4), essa observação ganha cores mais fortes quando se fala de produtos *in natura*.

Os produtos *in natura* pelas suas limitações para produção em escala, têm como marca característica a demanda de mão-de-obra intensiva e estão historicamente associados à agricultura familiar. Analisar o mercado de produtos *in natura* pode, portanto, apontar alternativas para os agricultores familiares⁵.

Wilkinson (2002) observa que diferentes setores industriais emergiram de tendências gerais mais amplas, seja de apropriar-se dos processos agrícolas, seja de substituir os produtos agrícolas. Embora este processo de substituição esteja em marcha, o autor observa que a persistência da cozinha caseira tem reforçado os valores superiores da produção do alimento artesanal. Belik (2005) observa ainda a importância estratégica de produtos *in natura* para estimular a entrada dos consumidores nos supermercados, o que faz com que todo supermercado organize o abastecimento regular dos mesmos. Segundo Pereira (2001), o tomate é a hortaliça de maior volume comercializado nos entrepostos atacadistas brasileiros. Embora análises do setor na década de 80 sugerissem a substituição completa do produto *in natura* pelo processado (MARTINKOVSKI, 1986), o momento atual traz, como tendência, a diminuição de consumo do tomate processado e o aumento do

⁵ Cabe observar que, no meio rural, mais de 50 milhões de brasileiros vivem em mais de 4.000 municípios pequenos e médios e para essas localidades, a agricultura familiar é fundamental para o desenvolvimento econômico (ALY Jr. e GOMES Jr, 2003).

consumo *in natura* (PEREIRA, 2001). O estudo da cadeia de tomate se apresenta, então, fundamental para entender os atuais arranjos do mercado *in natura*.

Constitui-se também um desafio situar uma região e referir-se a um Estado quando estudamos fenômenos que são ‘globais’. Neste ponto, olhar os fenômenos pelas características das cadeias alimentares e suas formas de ação (CAVALCANTI e BENDINI, 1999), apresenta-se como alternativa para entender estes processos; estudar os vínculos do que é global com a produção local de alimentos é tema de relevância.

Cabe ressaltar também a relevância teórica desta pesquisa: ela trata de um tema, o mercado de olerícolas, ainda pouco explorado pela Nova Sociologia Econômica.

Referencial teórico: a (Nova) Sociologia Econômica - NSE

O ponto de partida e que dá identidade à Nova Sociologia Econômica é o questionamento do *homo economicus*, da busca da riqueza como sendo inerente à natureza humana. No capítulo teórico apresentamos uma breve história das doutrinas econômicas para, em seguida, apresentarmos o debate proposto pela Sociologia Econômica, em particular a crítica feita por Weber e Durkheim à economia neoclássica, enquanto esta pressupõe o mercado como esfera autônoma. Eles defendem que o mercado é socialmente construído e que precisa de instituições para funcionar – o direito, as normas, a tradição. Também apresentamos as idéias de Polanyi o primeiro autor a criticar tese formalista rejeitando a pretensão universalista de que em todas as sociedades o indivíduo tenha sido maximizador de lucros. Ele propõe restringir as categorias da economia clássica às sociedades modernas, defendendo que as mesmas não podem ser generalizadas; Polanyi sustenta a existência de uma diversidade de sistemas econômicos.

Apresentamos em seguida o autor mais conhecido da Nova Sociologia Econômica (doravante denominada NSE), Mark Granovetter que retoma Polanyi e que cunha a expressão Nova Sociologia Econômica. Granovetter vê o mercado como constituído por redes interpessoais.

Granovetter propõe o caminho do meio (STEINER, 2002) afirmando, num diálogo de um lado, com o neoinstitucionalismo e sociologia parsoniana e, de outro, com a economia neoclássica:

“O nível de enraizamento do comportamento econômico é menor em sociedades não reguladas pelo mercado que o afirmado pelos substantivistas e esse nível mudou menos com o processo de modernização que o defendido por estes autores, porém este nível foi e continua a ser mais substancial que o considerado pelos formalistas e economistas” (GRANOVETTER, 2003: 70).

Nesta afirmação ele rompe com substantivistas e formalistas defendendo que todas as formas de interação econômica estão contidas nas relações sociais: a inserção social dos mercados (GRANOVETTER, 2003).

A obra de Granovetter é alvo de críticas, entre elas a ausência de teorização sobre a esfera político-jurídica e o não rompimento com o ator maximizador de oportunidades. Entre os críticos, Neil Fligstein e Pierre Bourdieu, representantes da abordagem político-cultural no referencial da NSE que tratam de ambas as críticas. Fligstein argumenta que o problema no sentido de desenvolver uma sociologia dos mercados é apresentar teoricamente as condições necessárias como precondições para a existência de tais mercados. Ele propõe criar uma visão sociológica do mercado a partir do recurso da metáfora do mercado como política desenvolvendo uma visão conceitual das instituições que constituem o mercado, a saber, os direitos de propriedade, as regras e as concepções de controle. Apresenta um modelo de ação propondo que os participantes do mercado tentam criar mundos estáveis e onde os atores econômicos buscam soluções sociais para a concorrência. Observa que a chave explicativa para entender a emergência de mercados estáveis passa pelo entendimento das relações internas e externas às empresas e suas relações formais com o Estado. O que se aproxima da proposta elaborada por Bourdieu (2005) que fala da constituição do campo econômico em termos da relação entre dominados e dominantes. Bourdieu elabora críticas tanto a Granovetter como ao conceito de *homo economicus* afirmando que a aptidão para a conduta econômica não é natural, é mister analisar as condições que permitem a emergência e o reforço desta forma de ação racional com vista a um fim. Ele propõe a noção de *habitus* para substituir a construção escolástica do *homo economicus*; a forma de ação dos atores econômicos vai estar informada por sua posição no campo econômico e esta ação é contemplada pela noção de *habitus*. Bourdieu (1963) ao estudar a economia cabila, mostra a dificuldade dos

camponeses para se adaptar à lógica do lucro. Mostramos, neste trabalho, como os agricultores familiares de Urubici enfrentam esta dificuldade.

Estes autores defendem a necessidade de iluminar as relações entre o campo político e o campo econômico e o jogo de forças em ação. A metáfora do mercado como política, se constitui em duas dimensões: na primeira dimensão, trata da relação das empresas com o Estado; sua proposta teórica para a esfera político-jurídica. Na segunda dimensão - em que ele utiliza a metáfora de movimento social - trata da relação das empresas entre si e constrói uma teoria da ação, afirmando que o ambiente que os atores econômicos habitam é obscuro e incerto; daí a impossibilidade da maximização de oportunidades por parte destes. As empresas ao invés da luta de preço, da guerra de mercado como previsto no modelo da economia, buscam criar uma ambiente estável de competição (FLIGSTEIN, 2001). Argumenta que os processos internos aos mercados refletem dois tipos de projetos políticos: o primeiro tipo - onde retoma a idéia de White (1992) – há lutas de poder no interior das empresas e entre as empresas objetivando o controle do mercado. As lutas internas mostram quem controlará a organização, como esta se organizará e como as situações serão analisadas e resolvidas. Os vencedores das lutas de poder serão os que possuírem uma visão convincente de como fazer as empresa funcionar internamente e como interagir com os principais concorrentes (FLIGSTEIN, 2001:27-28). Com base na abordagem político cultural de NSE partimos do pressuposto de que os mercados são socialmente construídos e que os agricultores estudados são atores legítimos em disputa por um espaço neste mercado.

Urubici e o tomate

Ao nos referirmos ao município de Urubici, o primeiro fato que chama atenção é a montagem no final da década de 70, neste município, do primeiro ‘Mercado do Produtor’ de Santa Catarina; previsto na segunda fase de consolidação dos CEASAS.

Segundo Belik (2005), o governo militar, que no Brasil exercia o poder de forma centralizada, tinha planos para distribuição de alimentos *in natura*. Haveria uma distribuição de papéis em que o atacado cuidaria da formação de preços e estabilização da oferta. A criação das Centrais de Abastecimentos em cada estado brasileiro é projeto e

realização deste momento. Os entrepostos e armazéns, companhias de capital misto, eram controlados pelo Estado. A primeira fase de consolidação das CEASAs foi caracterizada pela montagem das Centrais de Abastecimento nas capitais e, na segunda fase, seriam montados os ‘Mercadores dos Produtores’ nas regiões de produção para melhorar o poder de negociação dos agricultores.

Urubici é um município participante do processo de industrialização da agricultura, pois, desde o início da década de 1970 utiliza insumos industriais na produção de olerícolas. No início deste processo, o produto que rapidamente se destacou foi o tomate⁶. No ano da montagem do Mercado do Produtor, Urubici produzia quase um terço de todo o tomate no estado e esta produção era escoada via atacadistas para a Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais do Estado de São Paulo – CEAGESP – na cidade de São Paulo. A Secretaria de Estado da Agricultura de Santa Catarina, atendendo a uma demanda da Companhia Brasileira de Alimentos – COBAL, levanta quatro municípios – Ituporanga (onde o carro chefe era a cebola), Jacinto Machado (com a banana), Videira (uva e pêssego) e Urubici (com hortaliças) com capacidade de atender a janelas de mercado da agricultura (momento em que há ausência de frutohortícolas em outras regiões por limitações climáticas). Segundo os técnicos da EPAGRI entrevistados, o sentido de colocar outras unidades de apoio nas regiões produtoras era o de fomentar os mercados locais e diminuir as assimetrias de informação que privilegiavam os atacadistas; Urubici foi o município eleito.

Outro investimento do início da década de 80 foram as câmaras frias e máquinas classificadoras. A compra destes equipamentos, segundo técnico entrevistado (RB, 2005) foi viabilizada com a verba disponibilizada pelo PRÓ-INFRA I do governo federal para as secretarias de agricultura dos Estados. Os tomates eram classificados por tamanho e qualidade no Mercado do Produtor e enviados em caixas fechadas para o CEAGESP. Anos depois da montagem do Mercado do Produtor de Urubici, dentro do Mercado é criada uma cooperativa⁷ - a COOPERVALE – Cooperativa Regional do Vale do Canoas Ltda e, segundo os entrevistados, o produto começa a ser recusado pelo CEAGESP pela falta de

⁶ O tomate está historicamente associado a Urubici no estado de Santa Catarina. Seu cultivo é testado no município no ano de 1954 e comercialmente foram plantados ali 1000 pés em 1964. Já neste ano o tomateiro era a principal cultura do município (REBELO et al, 2000).

⁷ Como será exposto no capítulo três, embora houvesse a estrutura de uma cooperativa, não foi isso o observado na prática.

qualidade e a não classificação do produto. O ano de 1982 (dois anos depois da montagem da cooperativa) é descrito pelos moradores como o ‘ano do entupimento do Canoas’, quando praticamente toda a produção de tomate foi rejeitada por este mercado comprador e o tomate foi descartado no rio Canoas. No momento atual, é outro município de Santa Catarina que abastece o CEAGESP, Caçador, nos mesmos moldes de Urubici: produto previamente classificado em caixas fechadas. O produto é enviado, via atacadistas, ao CEAGESP e também produz um terço do tomate do Estado (ICEPA, 2005). O município em estudo participa hoje com 4,83% da produção de Santa Catarina (ICEPA, Informe Conjuntural março/2004). A resistência dos ‘colonos’ em atender à demanda do mercado de classificação do produto assim como sua dificuldade em se organizar como cooperados é que aparece como explicação do ‘fracasso’, para falar da ‘perda’ desta oportunidade inicial. Esta afirmação está presente tanto na fala dos técnicos da CEASA e da EPAGRI e como na dos agricultores entrevistados.

As questões que colocamos nesta pesquisa são:

Porque Urubici perdeu esta condição de mercado inicial?

O que pensar destes agricultores ?

Delgado (1985) fala em dois movimentos distintos no processo de modernização: o primeiro movimento de estímulo e o posterior de recessão. No primeiro, o agricultor que não participava do projeto modernizador é considerado ‘atrasado’ e a EMATER - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural, ao formar os agricultores, distribui prêmios de produtividade àqueles que adotam o pacote tecnológico (SEIFFERT, 1990). No período da recessão, quando – segundo este autor - o Estado ‘se retira’⁸, o agricultor é acusado de dependente do crédito que o próprio Estado o havia estimulado a aceitar. Clark e Lowe (1992), observam estas variações na imagem que se constrói do agricultor. O agricultor, que na visão difusionista⁹ foi visto como passivo e arrastado pelo rolo compressor do processo de penetração do capitalismo no campo, na perspectiva das *commodities* foi visto

⁸ Vamos discutir a atuação do Estado a partir do referencial teórico de Neil Fligstein.

⁹ Difusionismo é definido como a corrente antropológica que procurava explicar a mudança social através do processo de difusão de elementos culturais inovadores (SEIFFERT, 1990:14). Enquanto teoria de mudança, o difusionismo destaca o papel das inovações na geração de maior eficiência produtiva. Encurtar o tempo entre o lançamento de uma inovação pelos centros de pesquisa e sua adoção generalizada pelos agricultores, era um dos objetivos de extensão rural. Nesse contexto, os elementos fundamentais do difusionismo aplicado pela extensão rural seriam o sistema social e os líderes de opinião (SEIFFERT, idem). A contribuição de grupos instrumentais foi fundamental: Clube das Mães, Clube 4S baseado na idéia dos 4 H nos EUA – Saúde, Servir, Saber, Sentir (PAULILO, 1990^a).

como empreendedor ou homem de negócios racional (onde as práticas da agricultura respondem às demandas de mercado). Este mesmo agricultor passa agora, na visão ambientalista, a ser considerado ora como passivo ora como oportunista em face dos impactos atribuídos ao uso da tecnologia degradadora do meio ambiente reforçando estes impactos (CLARK e LOWE, 1992); julgamento presente inclusive na produção dos boletins técnicos da EPAGRI (REBELO et. al., 2000).

Quando nos referimos ao mercado, é a perspectiva presente na visão de *commodities* que predomina na elaboração do discurso sobre agricultura e processo decisório dos agricultores. Esta visão está baseada na abordagem utilitarista, da economia neoclássica, que pressupõe o ator econômico agindo segundo seus interesses pessoais na busca de lucro e que afirma a busca da riqueza como inerente à natureza humana: o *homo economicus*.

Se nos detivéssemos na abordagem utilitarista, a explicação viria quase ‘automática’ como aparece nas falas dos técnicos e entrevistados do município: houve um ciclo virtuoso do mercado olerícola e os agricultores, contradizendo a moda schumpeteriana de empresários oportunistas e em busca de reconhecimento, perderam esta oportunidade de mercado.

Propomo-nos aqui a uma leitura que questiona esta explicação da teoria neoclássica e que pode fornecer explicações outras, distantes da idéia de fracasso na relação com o mercado. Pelo contrário, o mercado aparece, no referencial teórico proposto, não como algo dado e abstrato, mas como construído pelos diferentes atores que dele participam.

A história de Urubici pode ser contada como uma epopéia, uma história de feitos heróicos - aqui nos inspiramos na metáfora do mercado como política de Fligstein. Porém, no lugar do divino, do inexplicável ou da ‘mão invisível’ do mercado¹⁰, nos propomos a uma análise do visível, do real: o mercado.

Pensar a globalização ou a mundialização dos mercados e de maneira particular a globalização do sistema agroalimentar, é a discussão que dá início ao **capítulo 1**. O

¹⁰ As três premissas do liberalismo econômico são: o indivíduo como maximizador de lucros, os atores econômicos se relacionando por intermédio de um mercado como mecanismo de ajuste da oferta à demanda, a busca do interesse pessoal como contribuinte do interesse geral ou ‘mão invisível do mercado’. As conseqüências destas premissas para a política econômica são: a visão da intervenção do Estado tão somente para proteção da nação contra o inimigo para fora e, para dentro, a proteção dos indivíduos contra ameaças pessoais ou aos bens. A intervenção do Estado nos mecanismos espontâneos do mercado é considerada nefasta (HEIMAN, 1976).

mercado no sistema agroalimentar globalizado é um ambiente dinâmico, em constante mutação e dominado pelo ator chave neste processo: o consumidor; ou melhor dizendo, dominado pelo ator que detém as informações sobre o comportamento dos consumidores, os supermercados de grande porte. Apresentamos, na segunda parte deste capítulo, o enfoque da teoria social ao se debruçar sobre este fenômeno e procuramos compreender de que forma a concentração nos canais de distribuição – que são os supermercados - podem ajudar a compreender a conformação atual do ambiente da agricultura e, em especial, da agricultura familiar.

No **capítulo 2**, partindo da primeira dimensão da metáfora de Fligstein (2001), a de que os Estados ao se construir constroem mercados mostramos como a atuação do Estado, além de retirar os subsídios da agricultura cria um ambiente institucional favorável à entrada das grandes redes supermercadistas no Brasil, o que faz com que o país acompanhe o fenômeno do momento atual do sistema agroalimentar denominado de ‘concentração nos canais de distribuição’. Dados disponíveis mostram que apenas cinco redes de varejo dominam 65% de todo o mercado mundial (BELIK, 2005).

Neste capítulo apresentamos a arquitetura do mercado *in natura* que se inicia com a conformação dos fruto-hortícolas em produtos comercializáveis. Seguimos, em particular, a cadeia do tomate. No Brasil, o início do processo de comercialização se dá com base nas centrais de abastecimento que é o modelo planejado pelo Estado brasileiro na década de 70. Comparamos o funcionamento das Centrais de Abastecimento com o caso estudado por Garcia-Parpet (2003) na região de Fontaines-em-Sologne. A partir da década de 90 os grupos supermercadistas começam a atuar mais fortemente no Brasil. Analisamos a construção deste mercado privilegiando dois atores fundamentais: o Estado materializado na figura das instituições criadas para intermediar o processo de modernização da agricultura no Brasil num primeiro momento e que, num segundo momento, criam o ambiente institucional favorável para a entrada das grandes redes de supermercados no Brasil.

No **capítulo 3** analisamos o histórico de Urubici e os agricultores familiares que são elemento chave (pela peculiaridade do trabalho familiar) quando se fala de produtos que se servem de trabalho intensivo, no caso estudado, os produtos *in natura*, as olerícolas.

Como afirma Fligstein (2002) a ordenação do mercado é governada por um conjunto geral de regras. *Estas regras são o entendimento comum e as leis que ajudam as empresas capitalistas a existir. Idéias gerais de ordens de mercado são enraizadas dentro de uma sociedade particular e governos refletem a historia peculiar desta sociedade* (id, ibid:16). Faremos, por isso, uma reconstituição histórica do estado de Santa Catarina e do município de Urubici para compreender como os atores da agricultura participam deste mercado.

Na segunda parte do **capítulo 3**, mostramos como a noção de campo e a teoria da ação de Fligstein e o conceito de *habitus* de Bourdieu podem explicar o comportamento dos agricultores ao longo do processo de modernização. Apresentamos em seguida um breve histórico do estado de Santa Catarina e de Urubici como uma historia de lutas. Para compreender os fenômenos do processo de industrialização da agricultura, em particular em Urubici, vamos nos referir ao estudo de caso realizado por Garcia-Parpet (2003) na região de Sologne – França, onde são produzidos morangos de mesa. A autora mostra, ao analisar este caso, como as condições de um mercado de concorrência perfeita foram construídas pelos atores envolvidos. Mostraremos o quanto Urubici se aproximou nas condições materiais e se afastou deste caso no campo simbólico.

Argumenta-se que as transformações importantes do momento atual se dão na esfera do mercado e, se as políticas públicas para agricultura não levarem em conta a capacidade de negociação dos agricultores e sua posição enquanto atores econômicos no mercado, corre-se o risco de serem inócuas, ou ainda de favorecerem a rede supermercadista entre outros intermediários em detrimento do pequeno agricultor.

Metodologia

Para recompor as narrativas históricas, a pesquisa de campo se deu em duas direções: uma, entrevistas com informantes-chave e outra, o levantamento de documentos do período de modernização da agricultura no estado de Santa Catarina.

A análise documental foi realizada nas instituições ICEPA, EPAGRI, CEASA e Secretaria da Agricultura analisando informes conjunturais, boletins técnicos, folders, apostila de aula do curso de Agronomia, relatórios, regulamentos, estatutos, entre outros. Tanto do estado como de Urubici - onde Secretaria da Agricultura e EPAGRI atuam juntas.

Como o intuito das entrevistas era o resgate histórico deste período, foram realizadas entrevistas semi-abertas com informantes-chave tanto das instituições que participaram do processo de montagem do Mercado do Produtor em Urubici; como com agricultores que: 1. São produtores de tomate entre outras hortaliças e se relacionam com o mercado via intermediários em Urubici e 2. Frequentadores do CEASA e são de Urubici.

4. Informantes-chave do ICEPA, EPAGRI, CEASA, Secretaria da Agricultura

5. Outros informantes-chave que comercializam hortaliças: um gerente de loja de grupo supermercadista que atua em Santa Catarina e um pequeno mercado de bairro.

6. Organismos fiscalizadores: técnicos da CIDASC e técnicos da Vigilância Sanitária.

Goode e Hatt (1976) apresentam três possibilidades de amostra: 1.a aleatória, 2. estratificada e 3. intencional (também denominada proposital). Optamos pela última alternativa que é adequada ao objetivo desta pesquisa de reconstituição histórica da modernização da agricultura em Santa Catarina na perspectiva do mercado.

Babbie (1999) nomina esta última como amostragem intencional ou por julgamento: *Ocasionalmente pode-se selecionar a amostra baseado no próprio conhecimento da população e dos seus elementos, e da natureza das metas de pesquisa (BABBIE, 1999:153).*

Este autor considera a amostra assim definida como possível de coletar dados suficientes para os propósitos do pesquisador (*BABBIE, op. cit.*).

Como o propósito era a reconstituição histórica do processo de modernização e em particular os acontecimentos que se relacionam com o município de Urubici para compreensão do jogo de forças envolvido optamos pela amostra intencional. Os grupos levantados são relativamente homogêneos – tanto o grupo de agricultores como o de técnicos; entrevistando alguns técnicos e alguns agricultores consideramos suficiente para reconstituir o momento estudado. Buscamos, numa primeira etapa, levantar os atores que representassem o momento de construção do Mercado do Produtor em Urubici. Nesta primeira etapa exploratória entrevistamos o técnico agrícola da EPAGRI em Urubici e um agricultor que nos ajudaram a encontrar quem eram os informantes-chave representativos do período.

O processo de escolha dos informantes seguiu, conforme o critério do entrevistador, a importância dos mesmos como informantes-chave deste período, quer no Estado de Santa Catarina quer no município de Urubici.

O conteúdo das entrevistas trazem não só a informação do período em questão e acontecimentos estudados, mas, principalmente, a visão de mundo destes atores e, a fala que privilegamos, a visão do que é o mercado para estes entrevistados e como eles entendem sua participação neste, quer como agricultores quer como técnicos de instituições que foram criadas para atuar como mediadoras do processo de modernização.

O terceiro ator que constrói este mercado e que emerge mais recentemente é a rede supermercadista. As entrevistas foram realizadas nos mesmos moldes, porém, o foco é o período de 1990 até o momento atual, buscando levantar com estas a visão de mercado dos entrevistados, como eles vêem os agricultores.

Foram realizadas ainda observações não sistemáticas de campo no CEASA para analisar o momento de abertura, de que forma se realizam as negociações e quem delas participa desde sua abertura às 5 horas da manhã até às 10 horas, quando o processo de compra e venda é suspenso.

Nas entrevistas com agricultores em Urubici, tivemos o cuidado de fazer entradas diferentes: a primeira foi com o técnico agrícola que trabalha na EPAGRI/Casa da Agricultura em Urubici, em seguida uma indicação de agricultores conhecidos, a terceira foi através do contato no CEASA em Florianópolis e a última, buscamos diretamente os agricultores pelo contato telefônico. Estas diferentes entradas tinham o objetivo de não se identificar a pesquisadora com o jogo de interesses local. O procedimento foi importante no sentido da obtenção de certas informações e a visão crítica que os agricultores têm do processo de modernização e que muito provavelmente não afluíam se chegassemos pelo poder público local. As entrevistas com os agricultores em suas casas, muitas vezes foram acompanhadas de outros membros da família o que tornou mais ricas as informações.

Cabe ressaltar que a pesquisa de campo nunca é puramente empírica. Como pondera Garcia Jr. (1989), as perguntas feitas durante o trabalho de campo estão iluminadas pelo referencial teórico que lê estas observações e busca por respostas.

Deixamos claro que a análise proposta nesta pesquisa é uma entre várias possibilidades. Estamos cientes também de que se trata de um fenômeno histórico, nos

dizeres de Weber, significativo na sua singularidade e que o nosso entendimento é sempre parcial.

Capítulo 1 DE QUE MERCADO FALAMOS?

- 1.1 Teoria Social e globalização do sistema agro-alimentar
- 1.2 Os agricultores e a mundialização dos mercados
- 1.3 O mercado: da ordem divina à construção social
- 1.4 Os mercados como campo de lutas

1.1 Teoria Social e globalização do sistema agroalimentar

A referência ao tema da agricultura no Brasil traz com ela o resultado positivo da balança comercial nos últimos anos graças ao desempenho principalmente do volume exportado de soja. Enquanto desenvolvemos esta pesquisa, o Brasil participa de três acordos multilaterais: a rodada Doha no âmbito da OMC - Organização Mundial do Comércio, envolvendo 148 países, a discussão sobre a ALCA - Área de Livre Comércio das Américas, que conta com 34 países e a nova negociação entre Mercosul e União Européia para criação de uma zona de livre comércio entre duas regiões separadas pelo Atlântico (ROSSI, 2004). Nestes acordos estão em negociação, entre outras, a comercialização de produtos agrícolas. A importância estratégica da agricultura se confirma com a criação do G 20: grupo de países em desenvolvimento que luta pela abertura agrícola dos países de capitalismo avançado, o que significa diminuição de subsídios, quebra de barreiras alfandegárias aos produtos dos países em desenvolvimento etc. Jank (2003) afirma que a agricultura se destaca como um dos mais controversos temas de comércio internacional¹¹.

Bendini (1999) observa que no momento em que o aumento da integração vertical e horizontal facilita a concentração e garante níveis de competitividade, são as corporações

¹¹ Até o final do século XIX, a agricultura latino-americana teve seu envolvimento com o capital estrangeiro através dos capitalistas mercantis que financiavam os agricultores locais e controlavam o comércio de exportação. Este mercantilismo deu lugar a uma nova fase de imperialismo: o controle direto das *plantations*, minas e fábricas sob responsabilidade do capital estrangeiro no Brasil. A participação no comércio internacional permanece, só que de outra forma: com multinacionais e frigoríficos que construíram fábricas fora dos EUA, assumindo diretamente o controle da comercialização internacional. Ao longo do século XX, bancos norte-americanos envolveram-se no comércio internacional. As multinacionais permaneceram como força dominante no comércio tanto do café como do açúcar. Ao longo do processo de modernização da agricultura brasileira, o capital norte-americano, multinacionais (Cargill Continental Grain entre outras) que atuaram financiando os produtores agrícolas e bancos (exemplo do Chase Manhattan) também participaram no crescimento das exportações de soja brasileira (BURBACH E FLYNN, 1982).

que controlam os mercados de bens alimentares e que inibem controles nacionais e transferem resistências (geradas por suas próprias estratégias) para o nível local (BENDINI, 1999:98).

Falar do nível local, neste pesquisa, nos remete aos agricultores familiares. Quando acrescentamos o adjetivo ‘familiar’ à agricultura, é como se nos referíssemos a outro tema. É possível tanto concordar quanto discordar que a agricultura familiar seja um tema diferente.

Concordar, já que o pano de fundo no qual se tece a discussão sobre agricultura familiar é a questão agrária¹². Como pondera Sorj (1998) o grande desafio para o desenvolvimento rural é a necessidade do Estado promover cidadania política e jurídica na área rural no Brasil.

Discordar, já que nas condições em que os mercados são concebidos dentro do modelo neoliberal¹³, o agricultor familiar (seja ele grande ou pequeno) é constrangido às regras deste campo econômico sendo envolvido nas cadeias alimentares e sofre a vulnerabilidade de sua condição de pequeno, de pouco organizado e está envolvido numa relação de assimetria de poder em que ele é o mais vulnerável num país que participa de acordos multilaterais com países que empreendem uma política protecionista para sua agricultura (RUBIO, 2002).

1.2 - Os agricultores e a mundialização dos mercados

No Brasil, os juros altos, a elevada carga tributária e a baixa competitividade de seus produtos no mercado são fatores que comprometem a reprodução dos agricultores

¹² Questão agrária aqui entendida como expressão de conflitos, conforme Abramovay (2002). Este autor observa que cada época produz certa visão do que é questão agrária e defende que tão importante quanto conhecer o grau de desenvolvimento técnico e a maneira como se relaciona a agricultura com o restante da economia num determinado período é conhecer o contexto intelectual no qual se formulam os temas. Sobre este assunto ver Schneider (2002).

¹³ Fiori observa que, embora haja permanências entre este liberalismo do final do século XX e o apregoado por Adam Smith e Mill, há diferenças fundamentais que precisam ser explicitadas: a primeira é o fato de que o individualismo liberal se apresente com a pretensão de se formalizar enquanto ‘individualismo metodológico’, pretensão de cientificidade que antes não havia, buscando níveis cada vez mais elevados de sofisticação do ponto de vista formal e matemático (teoria dos jogos, expectativas racionais, escolha publica). Outra diferença é o fato da derrota comunista que tem dado ao pensamento neoliberal condições sem precedentes que jamais o liberalismo gozou (FIORI, 1997: 213-215).

familiares, segundo Corrêa e Gerardi (2002), estes que foram historicamente marginalizados das políticas públicas.

Queremos nesta pesquisa questionar esta impessoalidade com que a literatura se refere à atuação do Estado: as políticas públicas são gestadas por atores políticos que partilham crenças e idéias com determinados grupos e foram formados dentro de uma concepção de mercado. Esta idéia será retomada no **capítulo 2**.

No entanto, atermo-nos apenas à diferença de capacidade de negociação entre países fracos e fortes, seria simplificar um fenômeno que toma novos contornos desde a década de 80 e que possui um lugar específico de discussão dentro da sociologia. Para falar das cadeias alimentares no mundo globalizado, são vários os caminhos e enfoques que numa relação de interinfluência com a teoria social têm trazido à tona conceitos e propostas de debate: sociologia ambiental, sociologia da agricultura, a própria sociologia rural e Buttel, citado por Cavalcanti (2004), fala da constituição, a partir dos anos 80, de uma economia e sociologia políticas dos sistemas agroalimentares globais. Esta abordagem já na década de 90 definia um novo campo de investigação em teoria da globalização dos negócios agrícolas. Propomos neste trabalho, um novo enfoque, o da Nova Sociologia Econômica, para compreender os acontecimentos que se referem à agricultura e a maneira como esta se conecta com as transformações do sistema agroalimentar.

Colocando-nos na perspectiva dos agricultores é possível afirmar que, se o processo de modernização da agricultura permitiu dominar as técnicas produtivas, a partir da década de 90 o grande desafio é o de comercialização destes produtos; a mudança da demanda por parte dos consumidores que não responde mais a um padrão regular, exige que o agricultor responda a esta variabilidade.

Quando nos referimos às olerícolas, é possível sugerir que esta é uma arena de disputas e que clama por uma análise das relações entre o sistema econômico e o sistema político; tema contemplado pela abordagem político-cultural da Nova Sociologia Econômica. Essa constatação nos faz pensar nas lutas¹⁴ que perpassam a construção social deste mercado e considerar a trajetória dos agricultores de Urubici-SC como uma epopéia de atores econômicos em busca do seu lugar no mercado.

¹⁴ Compreender as relações de agroindústria e agricultores integrados como um campo de forças na visão weberiana já foi tema contemplado pelo trabalho de Paulilo (1990)

Cabe ressaltar que, no caso do tomate, há duas modalidades do produto, o tomate rasteiro que é destinado ao processamento industrial e o tomate de mesa ou salada, consumido *in natura*: na cadeia do produto este último se articula com a indústria a montante na aquisição de insumos, mas, não à juzante como o rasteiro. O tomate salada é comercializado pelo produtor com a rede atacadista, com intermediários ou ainda diretamente com a rede supermercadista.

Como pensar os mercados? Quais as perspectivas dos agricultores familiares nos mercados?

Esta pesquisa propõe pensar uma perspectiva de mercado que questiona a visão neoclássica, num primeiro nível e num segundo, iluminar o campo simbólico no qual se operam as lutas deste mercado. Para tanto faremos uma breve apresentação do quadro da economia gestada nos séculos XVIII e XIX, e, a seguir, a crítica empreendida pela Sociologia Econômica que surge no final do século XIX – elegemos aqui Weber e Durkheim e algumas das categorias de análise do mercado propostas por ambos. O questionamento da pretensão universalista do *homo economicus* empreendido por Karl Polanyi dá seqüência ao quadro teórico. É o caminho do meio proposto por Granovetter que se posiciona entre formalistas e substantivistas ao propor a inserção social dos mercados que inaugura a Nova Sociologia Econômica (NSE). Ao final, apresentamos os pressupostos da abordagem político-cultural da NSE nas considerações de Neil Fligstein e Pierre Bourdieu que irão compor nosso referencial teórico.

1.3 - O mercado: da ordem divina à construção social

O momento de emancipação da Ciência Econômica no século XVIII é o momento de institucionalização do que Polanyi chama ‘troca de mercado’.

Foi quando o homem ocidental se empenhou em destruir a autoridade divina o momento em que a ordem econômica tornou-se premente. O período imediatamente precedente à teoria econômica concebia o mundo e a história como sujeitos ao controle de intervenção sobrenatural: a estrutura hierárquica da sociedade ‘*era ordenada pela Divina Providência*’ (HEIMAN, 1976:25). Pensar uma ordem que já existisse ‘naturalmente’, foi a solução logicamente possível que afastava a imposição artificial da ordem pela autoridade

divina. A ciência econômica foi inspirada, inicialmente, pelo modelo biológico na concepção dos fisiocratas que acreditavam no mundo como autogovernado automaticamente; o pensamento que se refere à ciência natural é concreto e se desenvolve *em termos de causa e efeito* (id, *ibid*:25). Quesnay concebia a sociedade de maneira semelhante à natureza, como ordem desejada por Deus; as leis econômicas eram pensadas como modeladas nas leis que governam o organismo biológico (id, *ibid*).

Depois, pela inspiração da física, Adam Smith¹⁵ propõe a ‘concorrência’ como instituição providencial para reconciliar interesses públicos e privados. No sistema concorrencial, os altos e baixos dos preços de mercado, que refletem flutuações da procura das mercadorias, estimulam uma correspondente expansão/contração da produção. Afirmar o indivíduo como maximizador de lucros, os atores econômicos se relacionando por intermédio de um mercado como mecanismo de ajuste da oferta à demanda, a busca do interesse pessoal como contribuinte do interesse geral ou ‘mão invisível do mercado’ são as três premissas do liberalismo econômico (HEIMAN, 1976).

As conseqüências destas premissas para a política econômica são: a intervenção do Estado é benéfica tão somente para proteção da nação contra o inimigo para fora e, para dentro, a proteção dos indivíduos contra ameaças pessoais ou aos bens. A intervenção do Estado nos mecanismos espontâneos do mercado é considerada nefasta (id, *ibid*). O protecionismo das indústrias nacionais e as práticas monopolistas das companhias comerciais presentes na política mercantilista são condenados por Smith. Ele preconiza o livre-câmbio, a não intervenção do Estado na economia, eternizado na expressão *laissez-faire, laissez passer*. Este autor explica o crescimento econômico e, portanto, o aumento da riqueza de uma nação, pela divisão do trabalho:

Este considerável aumento da produção que, devido à divisão do trabalho, o mesmo número de pessoas é capaz de realizar, é resultante de três circunstâncias diferentes: primeiro, ao aumento da destreza de cada trabalhador; segundo à economia de tempo, que antes era perdido ao passar de uma operação para outra; terceiro, à invenção de um grande número de máquinas que facilitam o trabalho e reduzem o tempo indispensável

¹⁵ Como observa Trigilia (2002) neste momento em que a economia começa a se firmar como disciplina, em particular com Adam Smith, ‘o estudo dos fenômenos econômicos ainda não é isolado do contexto social. É no decorrer de sua evolução, em particular com a revolução marginalista dos anos de 1870, que a ciência econômica se libera das referências aos aspectos culturais e institucionais (id, *ibid*).

para o realizar, permitindo a um só homem fazer o trabalho de muitos (ADAM SMITH, 1984:9)

Stuart Mill (1806-1873) foi um autor que marcou a segunda metade do século XIX na Inglaterra. Foi o primeiro autor a dar um papel central ao *homo economicus* na economia política. Filho do filósofo utilitarista James Mill, ele declarava ser discípulo de Jeremy Bentham, segundo o qual a felicidade geral pode ser entendida como resultado de um cálculo hedonístico: soma de prazeres e dores dos indivíduos.

O desejo de riqueza como causa maior do comportamento humano num âmbito particular é reconhecido pela economia política, conforme Stuart Mill: “*Não existe, talvez, na vida de um homem nenhuma ação na qual ele não esteja sob influência imediata ou sob influência remota de algum impulso que não seja o simples desejo de riqueza*” (STUART MILL, 1979:307). A ciência econômica procede “*sob a suposição de que o homem é um ser que é determinado, pela necessidade de sua natureza, a preferir uma maior porção de riqueza a uma menor*” (STUART MILL, 1979: 306).

Explicitando a natureza hipotético-dedutiva da Ciência Econômica, afirma também que a economia política não trata da conduta global do homem em sociedade, mas diz respeito ao homem enquanto “*um ser que deseja possuir riqueza e que é capaz de julgar a eficácia comparativa dos meios para obter aquele fim. Prediz unicamente aqueles fenômenos do estado social que ocorrem em consequência da busca da riqueza*”. Para tanto, faz total abstração de qualquer outra paixão ou motivo humano - dimensões morais, éticas, religiosas, políticas - a figura do *homo economicus* (STUART-MILL, 1979:306). Assim, para Mill, a economia política não analisa a realidade tal qual ela é, mas *considera a humanidade enquanto ocupada unicamente em adquirir e consumir riqueza* (STUART-MILL, 1979:306). Mill não acreditava que isto caracterizasse a natureza humana; ponto em que discordava do utilitarismo puro. Ele defendia que a maioria das pessoas, cujas personalidades fossem moldadas por uma cultura capitalista, agiriam com base no interesse próprio.

É no final do século XIX que surge a Sociologia Econômica¹⁶ em reação aos pressupostos teóricos e à metodologia da economia neoclássica. Durkheim, Weber, Simmel e Veblen estão entre os teóricos que vão se colocar numa postura crítica em relação à

¹⁶ Swedberg (2004) sugere como definição para Sociologia Econômica a aplicação de idéias, conceitos e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos – mercados, empresas, lojas, sindicatos e assim por diante.

economia e aplicam seu próprio modelo analítico ao estudo dos fenômenos econômicos. O ponto comum entre eles é a tentativa de elaboração de um modelo de ação econômica alternativa ao conceito de *homo economicus*. Após a década de 30, a Sociologia Econômica entra em decadência e se estabelece uma divisão de trabalho entre sociologia e economia.

É na década de 70¹⁷ do século XX, que os pressupostos da Economia Neoclássica são novamente questionados, conforme Wanderley (2002), dando abertura para um novo marco analítico.

À exceção de algumas escolas, os centros de pensamento econômico contemporâneo são monopolizados pelo estudo dos mercados, suas divergências teóricas limitam-se ao espaço que o mercado deve ocupar na organização econômica e social, da nação ou do planeta (JURUÁ, 2000). No quadro do questionamento da divisão de trabalho que permaneceu relativamente consensual durante uma grande parte do século XX, estes centros têm invadindo temas tradicionalmente reservados à sociologia e à ciência política, como o casamento e o voto, no que passou a ser denominado ‘imperialismo econômico’, por um lado. Por outro, cada vez mais sociólogos estão empenhados em analisar os fatos econômicos de maneira alternativa às teorias econômicas (RAUD-MATTEDI, 2005^a).

Mas o que é, afinal, o mercado ou os mercados do ponto de vista sociológico, ou ainda, como sociologizar os mercados?

O conceito de mercado, conforme discute Wanderley (2002), presente na teoria neoclássica afirma este como um mecanismo abstrato de determinação de preço que é interpretado como resultado de demandas de eficiência. Na sociologia, o mercado é entendido como estruturas sociais concretas e processos associados resultantes da prática de um conjunto de ações. O ponto comum entre as duas perspectivas seria a visão do mercado como mecanismo de coordenação em que vendedores transferem direitos de propriedade aos compradores. Porém, se na visão da economia este mecanismo é singular e resultado de um tipo de comportamento universal, na sociologia o mesmo aparece no plural, como estruturas sociais que são construídas por interações em contextos institucionais específicos (WANDERLEY, 2002: 16).

¹⁷ Raud-Mattedi (2005^a) argumenta que é o estudo sociológico do mercado empreendido por Durkheim e Weber em termos de construção social que contribui diretamente para a emergência da NSE nos anos 70.

Estudiosos têm demonstrado que os processos econômicos são desenhados por estruturas sociais. Porém Fligstein (2002) alerta que os sociólogos têm feito pouco para gerar uma teoria sistemática sobre o que a sociologia quer dizer por estrutura e como, porquê e quais estruturas são conseqüentes para a organização de mercado.

Isto acontece porque falta às abordagens sociológicas uma estrutura organizada mais ampla para entender processos econômicos como processos sociais genéricos operando numa situação institucional particular, quer dizer, a construção dos mercados (FLIGSTEIN, 2002:8).

Fligstein observa a necessidade de ‘clareza teórica’ por parte da sociologia de mercado (id, *ibid*:9). Propomo-nos nesta pesquisa, tendo em vista a reconstituição histórica do mercado feita em Urubici, empregar as categorias analíticas da Sociologia Econômica. Estas categorias foram inicialmente elaboradas por Durkheim e Weber e posteriormente desenvolvidas por Polanyi, Granovetter, Fligstein e Bourdieu entre outros. Intentamos, com isso, apresentar um quadro explicativo alternativo ao da econômica neoclássica.

Os sociólogos clássicos se empenharam em uma reflexão sobre o comportamento do ator econômico para dar conta da questão do funcionamento do mercado de forma a se posicionar em relação à ciência econômica (RAUD-MATTEDI, 2005^a).

Apresentamos a seguir os pilares da Sociologia Econômica iniciando com o questionamento do *homo economicus* empreendido por Weber e Durkheim e sua proposição a respeito da construção social do mercado: ambos apontaram para a importância do papel das instituições na regulação da esfera econômica. Estes autores clássicos trazem reflexões que podem contribuir na tarefa teórica apontada por Fligstein e que nos auxilia na compreensão da construção do mercado *in natura*. Raud-Mattedi (*op.cit.*) observa que, dentro da sociologia econômica de Durkheim e Weber, *é possível encontrar uma análise sociológica do mercado*¹⁸. O empenho destes foi no sentido de elaborar uma teoria pluralista da ação. Embora Durkheim e Weber reconheçam a possibilidade do ator econômico buscar seu interesse, ambos defendem que esta não é a

¹⁸ Trigilia (2002) observa que embora as posições epistemológicas de Weber e Durkheim acarretem abordagens diferenciadas do fenômeno econômico não se deve superestimar a diferença entre individualismo metodológico e institucionalismo metodológico. Aron, na sua análise das ‘etapas do pensamento sociológico’ coloca Weber e Durkheim junto com Pareto na geração da passagem do século e defende como ponto comum entre eles a relação entre religião e ciência. Os três chegaram à idéia de Comte de que as sociedades só podem manter sua coerência por meio de crenças comuns e constataram que as crenças legadas pela tradição foram abaladas pelo desenvolvimento científico (ARON, 2003).

única razão que explica seu comportamento: a tradição, o direito e a moral também são levados em conta. Além disto, os interesses nada têm de natural, pois, são socialmente definidos.

Sociologia do mercado em Weber

A definição de Weber do mercado é sucinta; ele fala do fenômeno específico do mercado como sendo ‘regateio’: “*Falamos de mercado quando pelo menos por um lado há uma pluralidade de interessados que competem por oportunidades de troca*” (WEBER, 1991:419). Seriam duas formas de interação que, para Weber, resultariam no mercado: a troca – “*efêmera, por extinguir-se na entrega dos bens de troca, a não ser que já tenha sido estabelecida uma ordem que impõe a cada qual em relação à parte contrária a garantia da aquisição legítima do bem de troca*” (id, ibid: 419) orientada ao mesmo tempo para o parceiro e para os concorrentes¹⁹, e a competição – lutas com relação aos preços entre concorrentes, vendedores e entre estes e os clientes. Aqui aparece a noção de luta e de poder, idéia fundamental em relação à visão econômica do mercado (RAUD-MATTEDI, 2005^a:129).

Weber propõe uma visão pluralista do ator econômico que busque os significados que o ator atribui à sua ação e, ao lidar com o significado subjetivo, mostra como a esfera econômica se define pela subjetividade. Este significado reside no desejo de utilidade, conforme Weber, o fato básico de que dependem todos os fenômenos que denominamos sócio-econômicos, no sentido mais amplo, é o de que nossa existência física tal como a satisfação de nossas necessidades mais ideais, deparam-se por todo lado com a limitação quantitativa e a insuficiência qualitativa dos meios externos que lhes são indispensáveis. O que faz com que consideremos um acontecimento um fenômeno sócio-econômico não é um atributo que lhe seja inerente de forma objetiva, *pelo contrário está condicionado pelo interesse de nosso conhecimento, tal como resulta da importância cultural específica que conferimos em cada caso, ao acontecimento em questão* (WEBER, 1975:34).

¹⁹ Idéia retomada por Fligstein (2001) na sua metáfora do mercado como política.

Ele toma como tarefa, ao falar d'Os Arquivos para Ciência e Política Sociais, um estudo científico progressivo para *curar a perspectiva econômica da parcialidade*²⁰ (WEBER, *op cit.*: 40) e mostra que se a teoria econômica trata somente da ação econômica racional, a sociologia econômica *trata da ação econômica social, ou seja, a ação econômica que leva em conta o comportamento de terceiros. Neste sentido a ação econômica social sofre a influência das expectativas relativas ao comportamento dos outros membros da sociedade* (RAUD-MATTEDI, 2005^a:127).

Weber (1975) afirma que a Sociologia Econômica estuda tanto o setor econômico da sociedade - fenômenos econômicos - como a maneira pela qual esses fenômenos influenciam o resto da sociedade - fenômenos economicamente condicionados - e o modo pelo qual o restante da sociedade os influencia - fenômenos economicamente relevantes. Na sociologia econômica weberiana a relação mercantil é uma relação social na medida em que os atores devem levar em conta não somente o comportamento dos outros atores econômicos, mas, também o contexto sócio-político. São os interesses próprios que orientam a atividade econômica e também a ação futura e previsível de terceiros e '*ordens*' que o agente conhece como leis e convenções '*em vigor*' (WEBER, 1991:20). O sociólogo teria então como tarefa analisar as interações entre a economia e os fenômenos não econômicos, já que o ator econômico orienta seu comportamento, não somente para um cliente potencial, mas, também em função da ordem legal, política e religiosa (RAUD-MATTEDI, 2005^a). Os atores estão submetidos a sanções negativas e positivas (conforme a formalidade da regra contemplada), em função de sua conformidade às expectativas sociais, por um lado e, de outro, esta observação representa uma crítica ao postulado econômico segundo o qual os fins dos indivíduos se formam independentemente uns dos outros (id, *ibid*).

A respeito da regulação do mercado, Weber (1991) constrói uma tipologia que contempla os temas da tradição, regras morais e das regras jurídicas:

- . Modo tradicional: assimilação de limitações ou condições tradicionais de troca;
- . Modo convencional: pela desaprovação social da mercabilidade de determinadas utilidades e da livre luta de preços e de concorrência;

²⁰ Embora Weber reconheça o papel fundamental do *homo economicus* como tipo ideal, porém, o que para o sociólogo é uma variável para o economista é um pressuposto (RAUD-MATTEDI, 2005^a).

. Modo jurídico: pela efetiva limitação jurídica da troca ou da liberdade na luta de preços e de concorrência;

. Modo voluntário: pela situação de interesses; regulação material e ao mesmo tempo liberdade formal do mercado. Esta situação pode surgir quando determinados interessados na troca estão em condições de influir sobre a situação de mercado (exemplo de monopólios voluntários e cartéis de preços) (WEBER, 1991:50).

Em particular Weber (1991) insiste na importância do direito como pré-requisito da emergência do capitalismo e no seu papel fundamental até os dias de hoje. A coação é o que caracteriza a reprovação para toda violação da regra constatada no caso da convenção. Esta coação (física ou psíquica) é exercida por determinado quadro de pessoas (juizes, procuradores, funcionários administrativos, etc) cuja função consiste em forçar a observação desta ordem ou punição no caso da violação (id, ibid). As relações mercantis são regulamentadas pela efetiva limitação jurídica da troca ou da liberdade na luta de preços e de concorrência (WEBER, 1991:50-51).

Sociologia do mercado em Durkheim

A crítica de Durkheim à teoria econômica é a de que a mesma parte de pré-noções ou noções vulgares; fenômenos econômicos que não foram definidos cientificamente. Durkheim faz uma crítica a Stuart Mill e sua idéia da busca de riqueza como inerente à natureza humana:

“Nada, portanto, nos assegura de antemão que haja uma esfera de atividade social em que o desejo de riqueza desempenhe este papel preponderante. Logo, a matéria da economia política assim compreendida é feita não de realidades (...) mas de simples possíveis (...) fatos que o economista ‘concebe’ como referindo-se ao fim considerado e tais como ele os concebe” (DURKHEIM, 1978:49).

O problema com estas noções estabelecidas dedutivamente, conforme Durkheim, é que elas nunca são submetidas a uma outra verificação, tomando assim o lugar dos fatos e constituem de maneira errônea a matéria da ciência (id, ibid: 51). De fato, nas suas reflexões metodológicas, Durkheim sugere que o sociólogo, tanto no momento em que determina o objeto de sua pesquisa como no decorrer das investigações, *“se abstenha resolutamente de empregar estes conceitos formados fora da ciência”* (id, ibid: 55).

Embora Durkheim não defina o mercado, ele não deixa de considerar este fenômeno econômico como instituição, referindo-se ao mercado como uma das instituições relativas à troca. Raud-Mattedi (*op. cit*), ao analisar a obra de Durkheim, parte do pressuposto de que a sociologia durkheimiana do mercado pode ser deduzida de sua análise do contrato na sociedade moderna. Ele afirma a sociedade moderna como sendo uma sociedade de mercado, ou seja, contratual: ‘ *a cada instante e não raro inesperadamente, sucede-nos contrair estes vínculos, seja ao comprarmos, seja ao vendermos (...) (DURKHEIM, 1995:201).*

Raud Mattedi (2005^a) sugere como a obra de Durkheim pode ajudar a pensar a especificidade sociológica da relação mercantil, qual seja, sua dimensão socializadora, pois esta relaciona pessoas obrigadas a entrar no mercado para trocar bens e serviços indispensáveis à sua sobrevivência. O que não ocorre espontaneamente e não é resultado da busca egoísta de interesses pessoais, como pretendem os economistas. Para que haja cooperação, é necessário que as condições para a mesma ‘sejam estabelecidas para toda a duração de suas relações’, o que pode ocorrer através de regras formais (jurídicas) e/ou informais (tradição, normas) (DURKHEIM, 1995: 200). Portanto, a estabilidade do sistema de troca que constitui a sociedade moderna, depende do respeito às regras pré-estabelecidas (RAUD-MATTEDI, 2005^a:130), o que Durkheim chama as “cláusulas não contratuais do contrato”.

Além disso, um princípio de justiça é difundido pelas regras morais, o que orienta a vida econômica de maneira geral e influencia o estabelecimento de contratos e preços (*id, ibid*). O contrato *é nulo quando uma das partes só deu seu consentimento sob pressão de violência manifesta. A sociedade se recusa a sancionar uma declaração de vontade só obtida pela ameaça (DURKHEIM, 1983:190).* Durkheim fala no ‘contrato injusto’: nós reprovamos todo contrato leonino e julgamos, então, que a sociedade não está obrigada a respeitá-lo (*id, ibid:192-193*).

Porém destaca que não apenas as injustiças impostas pela violência são possíveis nas relações contratuais. Astúcia, habilidade, utilização manhosa das situações desfavoráveis *podem levar a trocas perfeitamente injustas (id, ibid:191).* O respeito ao indivíduo, norma social típica da sociedade moderna está expressa nos sentimentos de simpatia que os seres humanos sentem um em relação ao outro. Este respeito fundamenta a

condenação coletiva da injustiça e é nesse contexto que a consciência social rebela-se contra o contrato injusto (RAUD-MATTEDI, 2005^a:134).

No **capítulo 3** discutimos o momento atual e a forma como os agricultores relacionam-se com atacadistas e intermediários. O não pagamento aos agricultores - fato citado no início da operação do Mercado do Produtor e presente nos dias de hoje - argumentamos em nossa análise, se trata de um contrato injusto; há uma parte mais forte que a outra e bens e serviços não são trocados de maneira justa, de acordo com seu valor. Os agricultores, por sua vez, ‘rebelam-se’ no sentido dado por Durkheim, entregando seus produtos fora da norma especificada (no caso das olerícolas - frutos feios escondidos embaixo dos bons nas caixas, galhos, etc). Esta dimensão é retomada por Bourdieu (2005) que argumenta que os atores dentro do campo econômico se posicionam como dominantes ou como dominados conforme o seu capital econômico, político, educacional e simbólico.

Outra dimensão discutida por Durkheim (*op. cit*) é o contrato anterior à sociedade moderna. Ao apresentar as situações antes do contrato moderno, ele fala do regime de contrato real na sua ‘forma primitiva’ e do contrato solene correspondente a um estágio da evolução social em que ‘o direito dos indivíduos ainda não era senão fracamente respeitado’ e onde os direitos individuais eram ‘fracamente protegidos’ (id,1983:180). Cita os exemplos da China, Japão e do velho direito hindu. Na Índia, a prática do *dhârma*: o credor, para obrigar o devedor a pagar, vem instalar-se na porta de sua casa e ameaça aí permanecer até a morte (id, *ibid*:181). O que constitui um meio de vingança, do qual os fracos podem lançar mão contra os fortes em face da crença comum de temor aos mortos. Neste momento, o *laço presente no contrato não possuía caráter moral muito pronunciado* (id, *ibid*:182) e só veio a adquiri-lo no contrato consensual, tornando-se o contrato consensual contrato de boa fé. Neste contrato as conseqüências jurídicas devem ser determinadas segundo a intenção das partes (id, *ibid*).

Seguindo este raciocínio podemos ainda sugerir que os agricultores não são tomados, nas relações de mercado, como indivíduos com direitos, como cidadãos e que esta manifestação primitiva do contrato é um fenômeno que ainda hoje permanece na esfera do mercado olerícola entre os agricultores entrevistados.

1.4 - Os mercados como campos de lutas

Ninguém pôde nem poderá saber em que situações estarão, um dia depois, nosso exército e o inimigo, e ninguém pode saber qual o potencial de tal ou tal destacamento. Quando não existe um poltrão na frente para gritar: estamos cortados! e fugir, mas em seu lugar um homem valente alegre exclamando: hurra! Um destacamento de cinco mil homens pode valer por outro de trinta mil, como Shoengraben e, às vezes, cinqüenta mil homens fogem de oito mil como em Austerlitz. Que ciência pode existir num assunto onde, como em todo o assunto prático, nada pode ser definido, onde tudo depende de inúmeras condições que só se precisam em momentos que ninguém pode prever?

Leon Tolstói (Guerra e Paz)

Como pondera Fligstein (2001) as principais contribuições da sociologia do mercado estruturam-se em reação às visões econômicas neoclássicas sobre o mesmo. White (1992) é o autor que, contrariando o pressuposto da visão neoclássica que defende a necessidade do anonimato dos atores para o bom funcionamento do mercado, sugeriu que os mercados de produção estáveis só eram possíveis se os atores levassem em conta os comportamentos uns dos outros. Granovetter (2003) estendeu este argumento sugerindo que todas as formas de interação econômica estão centradas nas relações sociais. Este autor propõe o modelo das relações em rede como o constructo mais importante: as ações dos atores são condicionadas pelo pertencimento a redes sociais. O mercado não é o livre jogo de forças abstratas (oferta/procura) entre atores atomizados e sim um conjunto de relações imbricadas em redes concretas²¹ de relações sociais (WANDERLEY, 2002). De acordo com a classificação de Steiner (1998) citado por Raud-Mattedi (2005^b), ele é um autor do pólo teórico da Sociologia Econômica, que propõe acrescentar elementos da sociologia à teoria econômica (RAUD-MATTEDI, 2005^a), junto com Weber enquanto Durkheim – autor do pólo crítico – propõe substituir a teoria econômica pela Sociologia Econômica.

Granovetter (2003) considera a tradição utilitarista, incluindo a economia clássica e neoclássica que supõe o comportamento como necessariamente racional e autocentrado, uma visão idealista. No outro extremo se coloca a proposta do enraizamento: os comportamentos só podem ser entendidos enquanto condicionados pelas relações sociais.

²¹ Granovetter mostra como a adequação do indivíduo ao emprego não se realiza pelo mecanismo de preço, não é impessoal. A informação não é veiculada pelos indicadores monetários ‘mas transmitida como subproduto das relações sociais (WANDERLEY, 2002).

O comportamento econômico nas sociedades pré-mercantis foi visto, durante muito tempo, como profundamente enraizado nas relações sociais e esta era a visão dominante entre sociólogos e outros cientistas sociais (GRANOVETTER, *op. cit.*). Nesta visão a economia moderna aparece como esfera diferenciada e o comportamento econômico visto como gradativamente autonomizado com a emergência da modernização. Assim, as transações econômicas se afastam das obrigações sociais ou familiares dos agentes envolvidos e *'passam a explicar-se pelos cálculos racionais do lucro individual'* (id, *ibid*:70). Esta defesa chega, às vezes, até ao ponto de afirmar que a situação tradicional foi invertida, ao invés da vida econômica estar submersa nas relações sociais, são estas que se tornaram um fenômeno paralelo ao mercado. Esta perspectiva do enraizamento surge na antropologia associada à escola “substantivista” - onde a economia é entendida como atividade social visando a sobrevivência dos indivíduos, representada principalmente por Karl Polanyi.

Segundo Polanyi (2000), a sociedade de mercado não emerge naturalmente, ela é construída pelos indivíduos. Esta idéia será recuperada por Fligstein (2001, 2002) e Bourdieu (2005), autores que afirmam que os mercados são campos, arenas e que há uma estrutura cognitiva na qual os indivíduos entram em interação. Já os economistas não se preocupam em definir o mercado, este aparece como algo natural, dado; ver os indivíduos maximizando oportunidades é suficiente para entender o mesmo. Segundo Polanyi (2000), o sistema capitalista exige a presença de condições institucionais específicas, como a propriedade privada dos meios de produção (capital, terra, trabalho). Somente no âmbito do capitalismo é que se pode pensar nas motivações utilitaristas da ação econômica, que não são naturais, mas resultado de instituições particulares. Para emergir a economia de mercado houve um esforço do Estado para criar estas instituições que permitem o seu funcionamento (id, *ibid*). Este é o segundo ponto retomado por Fligstein na sua metáfora do mercado como política, como veremos adiante. Fligstein (2001) afirma que o Estado ao se construir constrói mercados. Bourdieu (2005), ao analisar o mercado de casas próprias mostra como este é resultado de dupla construção social, onde o Estado constrói a oferta e a demanda.

Esta idéia do declínio do enraizamento provocado pela modernização, entretanto, não foi aceita por muitos economistas. O enraizamento, como defendem estes, encontrado

nas sociedades arcaicas não era muito maior do que os *‘baixos níveis encontrados nos mercados modernos’*(GRANOVETTER, 2003:70). Esta proposição ganha peso com a defesa de Adam Smith da propensão natural do ser humano para trocas e negócios, conforme já apresentado na sessão anterior. São antropólogos que a partir dos anos 20, adotando posição idêntica a esta, passam a ser denominados de “formalistas”: a escolha entre meios raros tendo em vista determinados fins. Na tese formalista, mesmo nas sociedades tribais o comportamento econômico era suficientemente independente das relações sociais²².

Mark Granovetter (2003), autor que retoma Polanyi posicionando-se entre substantivistas e formalistas, fornece o referencial teórico para um movimento de questionamento de paradigmas na Sociologia Econômica. Ele é o autor que cunha a expressão Nova Sociologia Econômica (doravante usaremos a sigla NSE) – e é o melhor representante do enfoque estrutural do mercado, este visto como constituído por redes interpessoais.

Granovetter propõe o caminho do meio (STEINER, 2002), já mencionado, afirmando que o nível de enraizamento do comportamento econômico é menor em sociedades não reguladas pelo mercado do que querem os substantivistas e este nível mudou menos com o processo de modernização do que o defendido por estes autores. Porém este nível foi e continua a ser mais substancial do que o defendido por formalistas e economistas. Ele contradiz formalistas e substantivistas sugerindo que relações econômicas na sociedade moderna continuam inseridas nas relações sociais – a chamada inserção social dos mercados.

Na sua análise, ele faz duas proposições para o entendimento da ação econômica. A primeira proposição observa que a ação econômica é uma forma de ação social, ou seja, além dos objetivos econômicos o ator econômico persegue também objetivos sociais (sociabilidade, reconhecimento, estatuto e poder). Na segunda proposição afirma que a ação econômica é socialmente situada, o que significa que os indivíduos não agem de maneira autônoma, mas, que sua ação está imbricada em sistemas concretos de redes sociais que é a

²² Esta posição recebe novo estímulo no momento atual, tendo surgido um novo interesse pela análise econômica das instituições sociais, sobretudo na chamada ‘Nova Economia Institucional’. Autores desta corrente defendem que comportamentos e instituições anteriormente considerados enraizados seja nas sociedades arcaicas, seja na atual, “*podem ser melhor compreendidos como resultado da prosecução de interesses próprios por indivíduos racionais, mais ou menos atomizados*” (GRANOVETTER, 2003: 70).

sua tese da imbricação - *embeddedness* - ou enraizamento social dos sistemas econômicos (GRANOVETER, 2003).

Granovetter se refere às duas orientações: à da teoria neoclássica como sub-socializada e à do neoinstitucionalismo e visão parsoniana como sobre-socializada: o ator econômico não é um átomo no contexto social nem tampouco escravo do mesmo, como na segunda visão. Para explicar seu comportamento é preciso levar em conta as redes sociais nas quais está inserido.

Segundo Wanderley (2002) é o questionamento do *homo economicus* ou ator racional - o qual dispensa a análise da estrutura social - e o rompimento com o pacto parsoniano de separação da economia e sociologia econômica que dá corpo à primeira fase da NSE.

Os pontos comuns e que dão identidade à NSE são: 1.A esfera econômica está socialmente construída; 2.As estruturas sociais e instituições são importantes para a ação econômica; 3.A racionalidade é um tipo de comportamento entre outros (WANDERLEY, 2002:26).

O movimento de questionamento da teoria aceita desde que Stuart Mill deu um papel central ao *homo economicus* na economia política até nossos dias não é uma tarefa fácil. Questionar a idéia do indivíduo maximizador de lucros, a ‘busca natural de riqueza como movimento da humanidade’ traz junto o desafio de pensarmos os hábitos de pensamento/instituições que, embora construídas socialmente, se nos apresentam como ‘naturais’.

Como ponderam Wanderley (2002) e Fligstein (2001) o corpo teórico que elabora este questionamento já está delineado e o perigo para o momento atual é o de não avançar além deste questionamento.

A reflexão proposta por Granovetter - representante da abordagem estrutural - é alvo de críticas, o que dá corpo às demais abordagens. A abordagem das redes também não apresenta uma maneira de conceituar como os atores constroem seus mundos: “*As redes estão no cerne do mercado até o ponto em que refletem relações sociais entre atores. A principal limitação das abordagens baseadas no conceito de redes é que elas são estruturas sociais esparsas, sendo difícil perceber como podem dar conta do que observamos nos mercados*” (FLIGSTEIN, 2001:28).

Swedberg (2004) pondera que, embora o projeto de enraizamento tenha sido bem sucedido, se observa um intento generalizado em superar o ‘enraizamento’ e substituí-lo por um novo enfoque em Sociologia Econômica. Desafio lançado por Bourdieu (2005), que criticou tal enfoque²³ por sua incapacidade em lidar com fatores estruturais; este autor propõe empregar o conceito de campo, que permite lidar com o impacto da estrutura e que também contempla as relações de poder e de dominação. Outro autor que constrói uma abordagem alternativa dos mercados apontando críticas ao *homo economicus* e a Granovetter é Neil Fligstein.

Fligstein e Bourdieu são autores que retomam a dimensão política do mercado no quadro da NSE baseados na reflexão de Weber e Durkheim. Além desta reflexão sobre o poder, a reflexão de ambos vai no sentido de explicitar os aspectos sóciopolíticos que caracterizam e permitem o funcionamento do mercado.

Fligstein aponta dois tipos de instabilidade nos mercados: . a tendência das empresas de competir entre si, reduzindo os preços; . o problema de manter a empresa unida como uma coalizão política. Para garantir sua sobrevivência, os atores do mercado tentam controlar as duas fontes de instabilidade.

Fligstein (2002) se propõe a estruturar uma nova abordagem defendendo que as estruturas sociais dos mercados e a organização interna das empresas podem ser melhor apreendidas quando tomadas como tentativas de atenuar os efeitos da concorrência com outras empresas (FLIGSTEIN, 2001:27).

Ele propõe criar uma visão sociológica do mercado a partir da metáfora do mercado como política em duas dimensões. Na primeira dimensão este autor se refere à relação do Estado com o mercado: a formação do mercado faz parte da formação do Estado, idéia desenvolvida na próxima sessão.

Este autor propõe apresentar as condições sociais necessárias como pré-condições para a existência dos mercados. São instituições que *referem-se a regras compartilhadas, leis ou entendimentos coletivos, mantidos pelo costume, por um acordo explícito ou implícito*. Estas instituições podem ser chamadas de direitos de propriedade (relações

²³ Para Bourdieu (2005), Granovetter pensa que se descola da visão benthamiana e do individualismo metodológico, mas acaba caindo na visão interacionista que ignora a pressão estrutural do campo voltando-se apenas para o efeito da antecipação calculada que cada agente teria dos efeitos de sua ação (id, ibid: 12).

sociais que definem quem pode reivindicar os lucros), estruturas de governança (estabelecem as normas legais e ilegais de como as empresas podem controlar a concorrência, apresentado-se na forma de leis e práticas institucionais informais), regras de troca (define quem negocia com quem e as condições) e as concepções de controle (entendimentos que estruturam as percepções de como funciona um mercado). As concepções de controle são também visões de mundo que permite aos atores interpretar as ações dos outros e um reflexo da forma como o mercado está estruturado. Estas instituições permitem que os atores no mercado se organizem para competir, cooperar e trocar. **“O Estado deve ajudar a criar, ratificar ou no mínimo não se opor às concepções de controle (FLIGSTEIN, 2001: 29-30).** Retomaremos esta idéia no capítulo 2 ao apresentar a arquitetura do mercado oléícola e a participação do Estado na construção do mesmo.

Fligstein (2001) faz uma crítica à economia neoclássica questionando o pressuposto do ator racional. Na sua concepção de mercado ele afirma haver suficiente incerteza de maneira que nenhum ator pode determinar quais comportamentos maximizarão seus lucros, tal como o personagem de Tolstói constata ao observar os movimentos da guerra: *os atores do mercado habitam um mundo obscuro em que nunca está claro quais ações terão quais conseqüências. No entanto, eles devem dar conta do mundo de forma a interpretar esta obscuridade, motivando e determinando os rumos da ação, justificando-a. Nos mercados o objetivo da ação é assegurar a sobrevivência da empresa. (...) A ação é, portanto, direcionada no sentido da criação de mundos estáveis (FLIGSTEIN, 2001:31).*

A partir desta crítica, este autor rompe com a idéia de concorrência e defende que as empresas querem, antes de maximizar seus lucros, montar um mundo estável onde as regras objetivam evitar uma guerra aberta. Nesta observação, o autor propõe um modelo sociológico de ação - a segunda dimensão da metáfora do mercado como política - defendendo que cada empresa, ao invés de agir para maximizar o lucro, age para estabilizar o mercado fazendo um acordo de não-agressão com as outras empresas: estas observam menos a demanda e mais as outras empresas, procurando manter-se em seu nicho de mercado. Mesmo assim, há lutas de poder entre as empresas objetivando o controle do mercado.

As táticas observadas nos negócios são orientadas no sentido de produzir relações sociais estáveis, particularmente entre competidores. Estes relacionamentos definem campos. Isto feito, as empresas sinalizam uma para outra sobre seu preço e suas táticas de

comercialização. Os relacionamentos definem como os mercados trabalham, qual o lugar de uma determinada empresa, e como os atores devem interpretar as ações uns dos outros. Firms estabilizadas usam o poder de sua posição para empreender estratégias que reforçam aquela posição. Para sobreviver, empresas desafiadoras precisam encontrar um lugar no conjunto existente de relacionamentos sociais. Os mercados produzem *culturas locais* que definem quem é um estabilizado e quem é um desafiador (i.é, eles definem a estrutura social). “*Eles prescrevem como a competição vai operar em um dado mercado. Eles também fornecem aos atores estruturas cognitivas para interpretar a ação das outras organizações*”. Este entendimento local é o que Fligstein chama concepções de controle (FLIGSTEIN, 2002:15). As firmas contam com governos e cidadãos para produzir mercados. A habilidade deles para produzir mundos estáveis depende, em grande parte, destes relacionamentos, segundo Fligstein (2002).

Já Bourdieu (2005) se refere à construção do *homo economicus* como uma visão etnocêntrica, uma aproximação errônea do ator econômico da sociedade capitalista e que não pode ser generalizada. Afirma que a aptidão para a conduta econômica não é algo natural, é necessário analisar as condições que permitem a emergência e o reforço desta forma de ação econômica racional em finalidade. Dessa maneira ele retoma Weber (1975) que mostra a importância dos ‘fenômenos economicamente relevantes’ como já comentado, no estudo da ética protestante a qual entra numa relação de afinidade com o espírito do capitalismo (WEBER, 2001). Para Bourdieu (2005) não é possível compreender a ação do ator econômico se não houver a explicitação da sua posição no campo econômico.

Outra crítica é à idéia da filosofia individualista, a teoria das escolhas individuais operadas por agentes ‘intercambiáveis e livres de qualquer pressão estrutural’, ou átomos no contexto social como já exposto na discussão de Granovetter (2003). Bourdieu afirma o mercado como ‘campo de lutas’, o que o aproxima da proposição de Fligstein. Bourdieu (2005) analisa o mercado de casas próprias na França e mostra, com esta pesquisa, como o mercado é produto de uma dupla construção social, tanto do lado da oferta como da demanda. Ele observa que as empresas dominantes têm margem maior de liberdade e que não se pode ignorar as posições que os diversos atores têm no campo, pois as pressões não vão ser as mesmas dependendo desta posição. A forma de ação informada pela posição está

contemplada pela noção de *habitus*²⁴ que são as predisposições para agir incorporadas ao longo da vida. No caso do mercado de casas próprias, Bourdieu (2005) concebe a família – coletivo que decide pela compra da casa – como funcionando ‘à maneira’ de um campo’. Ele afirma que a decisão de compra está informada pelo *habitus*, profundamente enraizada 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 que visam perpetuar* (id, ibid:17). Estendemos este raciocínio às estratégias dos agricultores familiares estudados nesta pesquisa e no âmbito em que há ausência de estratégias: nossa hipótese é a de que a sua forma de participação no mercado é explicada pelo seu *habitus*.

Outra crítica se refere à ‘falácia escolástica’ do *homo economicus* - prático com cabeça de teórico - pela qual o cientista coloca na cabeça dos agentes que estuda, “*as considerações e construções teóricas que teve que elaborar para dar conta de suas práticas*” (id, ibid: 24).

Bourdieu é outro autor do pólo crítico, como Durkheim, que propõe substituir a Ciência Econômica pela Sociologia Econômica a partir dos conceitos de campo e *habitus*. Bourdieu (2005) afirma que os atores criam o espaço, *isto é, o campo econômico, que só existe pelos agentes que se encontram nele e que deformam o espaço na sua vizinhança, conferindo-lhe uma certa estrutura* (id, ibid: 20). A noção de campo coincide com a emergência de subsistemas independentes, esferas independentes²⁵ e pode ser definido como subcampo ou espaço onde se estruturam as posições.

²⁴ Bourdieu (1996) observa que os sujeitos são de fato agentes que atuam e que sabem, dotados de um senso prático, de um sistema adquirido de preferências, de princípios de visão e de divisão, de estruturas cognitivas duradouras (que são incorporação de estruturas objetivas) e de esquemas de ação que orientam a percepção da situação e a resposta adequada. O *habitus* é essa espécie de senso prático do que se deve fazer em determinada situação (BOURDIEU, 1996:42). Ao falar do campo econômico, Bourdieu (2005) observa que estas disposições *são adquiridas em e por meio de uma experiência precoce e prolongada das necessidades do campo* (id, ibid:19).

²⁵ O que caracteriza a modernidade é a divisão do trabalho e as esferas sociais relativamente autônomas: esfera econômica, política, religiosa. *Foi somente muito progressivamente que a esfera das trocas de mercado se separou dos outros âmbitos da existência (...) e que o cálculo dos lucros individuais impôs-se como princípio de visão dominante*(id, 2005:17). Se Marx mostra o capital econômico como fundamental na sociedade capitalista, Bourdieu generaliza dizendo que cada campo tem um capital específico (BOURDIEU, 2000).

Bourdieu (op. cit) alerta que o capital, sob suas diferentes espécies, varia conforme a particularidade, a história de cada subcampo, seu estado de desenvolvimento; a força ligada a um agente depende de seus diferentes recursos (do volume e da estrutura do capital que ele possui) que são os fatores diferenciais de sucesso. Estes fatores vão lhe dar uma vantagem na concorrência. Suas formas são: .o capital financeiro - domínio direto ou indireto de recursos financeiros, condição principal da acumulação -; . o capital tecnológico - portfólio de recursos científicos; o capital comercial – controle das redes de distribuição e serviços de marketing e pós-venda; o capital simbólico: controle de recursos simbólicos baseado sobre o conhecimento e reconhecimento, supõe a confiança dos que lhe estão submetidos e dispostos a atribuir crédito. A estrutura e distribuição do capital, conforme Bourdieu (op. cit) *comanda o direito de entrada e a distribuição das chances de lucro* (id, ibid: 21).

Bourdieu e Fligstein trabalham com a idéia de atores desiguais nas relações de poder e enfatizam a importância do Estado no mercado. Uma lacuna na reflexão de Fligstein é que o mesmo não explora as motivações do ator econômico. No quadro teórico desta pesquisa nos baseamos na reflexão proposta por Bourdieu para explicar a ação dos agricultores de nosso estudo de caso.

Neste sentido, Bourdieu (1963), ao referir-se ao processo de adaptação da sociedade kabila à economia capitalista no passado recente, observa a importância de se pensar o funcionamento de um sistema econômico em referência à existência de um sistema de atitudes com relação ao mundo e particularmente com relação ao tempo (id, ibid: 24-25). Para pensar estas sociedades – a argeliana em particular e as sociedades em via de desenvolvimento em geral - onde um sistema pré-existe às atitudes que exige o sistema capitalista, “*a consciência econômica concreta deve ser o objeto primeiro de análise*” (id, ibid:25). Bourdieu (1979) lembra que aqueles que interrogam quais ‘obstáculos culturais’ se colocam ao desenvolvimento econômico somente se interessam pela racionalização das condutas econômicas (descrevendo os que não se adaptam como resistentes, sendo essa resistência imputada pela herança cultural), sem se perguntar o que é este modelo abstrato da ‘racionalidade’ (id, ibid:11).

Bourdieu (2005) convida a uma observação das situações nas quais agentes dotados de disposições ajustadas à uma ordem pré-capitalista (muitas vezes em situações coloniais)

são arremessados brutalmente num mundo capitalista, o que lhe permite afirmar que as disposições exigidas pelo campo econômico nada têm de natural ou universal e sim são produto da história coletiva.

Qual o ponto de partida para o entendimento da ação dos agricultores familiares? Pretendemos iluminar a disputa do mercado olerícola que envolve os agricultores de Urubici tomando Durkheim, Weber, Bourdieu e Fligstein como referências teóricas.

Regulação do mercado

Seguimos aqui as perguntas sugeridas por Fligstein (2002): Quais as relações sociais que são necessárias para prover os aspectos não contratuais do contrato, lembrando Durkheim, que torna os mercados possíveis? Como a construção do Estado e a construção do mercado se interconectam e por quê? Quais são as relações entre elites políticas e econômicas e como elas operam para dar sentido à construção de mercado?

Este autor retoma a idéia dos clássicos de que a sociedade de mercado tem produzido muito mais resultados, riquezas, objetos e serviços do que qualquer outra forma de organização social humana. A criação destas riquezas, para a maioria dos observadores, se deve à tecnologia e à competição, conforme o modelo proposto por Schumpeter: empreendedores oportunistas encontram um novo mercado para alguns produtos e serviços, o qual resulta de uma inovação tecnológica. Outros enxergam a oportunidade de entrar neste mercado. Isto cria a competição, a qual força os produtores a criar produtos mais eficientes e com custos mais baixos.

Embora os bem sucedidos também enfrentem a obsolescência, alguns seguem um caminho diferente e criam novos produtos que simplesmente transformam o mercado. Os quais podem, mesmo que não intencionalmente, reconfigurar grande parte da economia pela criação inteiramente nova de oportunidades para produzir riqueza.

Então, rodovias, eletricidade, telefone, automóveis, produtos farmacêuticos e computadores têm transformado a economia pela abertura de possibilidades para as pessoas criarem novos mercados (FLIGSTEIN, 2002:3).

Esta narrativa explica, de maneira simples, algo importante sobre o dinamismo da moderna sociedade de mercado. O problema com esta narrativa é que ela é parcial. Olhar para os mercados reais nos leva à constatação de que sem um profundo envolvimento de

empreendedores, gerenciadores, trabalhadores, firmas e governos, nada deste dinamismo é possível. Conceituar oportunidades, apontar caminhos que as explorem e motivar outros para ajudar a atingir estes fins é tarefa dos que trabalham nas firmas assim como mobilizar recursos e garantir matéria-prima. *Eles precisam encontrar caminhos para estabilizar suas interações vis-à-vis seus principais competidores. Finalmente, o conflito entre proprietários e estes que trabalham para eles é fruto de constante negociação* (FLIGSTEIN, *op.cit*:3).

Os novos produtos, fruto de novas tecnologias, devem se tornar comercializáveis – há necessidade do convencimento das pessoas de que novos objetos são confiáveis e podem ser comprados por preços que permitam sua produção. Como observa Fligstein, ‘fazer novos produtos é fazer novos mercados’; organizações sociais amplas têm que vir junto com esta existência (FLIGSTEIN, *op.cit*:4). No próximo capítulo, seguindo a cadeia do tomate - mostramos como as olerícolas ganham um aspecto de mercabilidade²⁶ no sentido dado por Weber (1991), como objetos que podem ser aceitos na esfera das trocas do mercado.

De maneira semelhante, a competição produz respostas sócio-organizacionais. As firmas tentam controlar da melhor maneira os aspectos da competição de forma a continuar a existir. No mesmo sentido se coloca Bourdieu (2005), quando afirma que para além da sua luta, os atores econômicos procuram manter o campo onde atuam. Fundamental nos projetos de construção de mercados é encontrar caminhos para estabilizar e rotinizar a competição (FLIGSTEIN, 2002).

Este autor (*op. cit*) observa que a chave explicativa da abordagem político-cultural é considerar que a ação social toma lugar em arenas, as quais podem ser chamadas de campos, domínios, setores ou espaços sociais organizados. Tanto Fligstein (2002) como Bourdieu (2005) observam que os campos contêm atores coletivos que tentam produzir um sistema de dominação naquele espaço. Esta dominação depende da produção de uma cultura local que define relações sociais entre os atores. *Estas culturas locais possuem elementos cognitivos (i.é., eles são estruturas interpretativas para estes atores), definem relacionamentos sociais e ajudam as pessoas a interpretar sua própria posição num conjunto de relacionamentos sociais* (FLIGSTEIN, *op.cit*:15).

²⁶ Mercabilidade mostra o grau de regularidade com que um objeto costuma tornar-se objeto de troca, dentro da luta de preços e concorrência (WEBER, 1991:50).

São as sanções essencialmente brutais, segundo Bourdieu (2005), que distinguem o campo econômico dos outros campos assim como as condutas que podem se atribuir publicamente como fim à busca aberta da maximização do lucro material individual. Porém, no próprio campo econômico as trocas nunca são completamente reduzidas a sua dimensão econômica (contratos têm aspectos não contratuais como afirmava Durkheim), pois a lógica do mercado nunca conseguiu suplantar os fatores não econômicos da produção ou no consumo. Bourdieu (2005) se contrapõe à distinção canônica de fins e meios argumentando que as disposições econômicas mais fundamentais (necessidades, preferências, propensões – ao trabalho, à poupança, ao investimento) “*não são exógenas, isto é, dependentes de uma natureza humana universal, mas endógenas e dependentes de uma história, aquela mesma do cosmos econômico onde elas são exigidas e recompensadas*” (id, *ibid*:19).

Fligstein (2002) observa que as estruturas interpretativas ajudam os atores a dar significado às ações dos outros com os quais eles estabelecem um relacionamento social periódico. Os atores coletivos que se beneficiam da maior parte dos arranjos podem ser chamados de estabilizados – “*os que têm uma visão convincente de como fazer a empresa funcionar internamente e interagir com os concorrentes*” (FLIGSTEIN, 2001: 28) – os que se beneficiam menos de desafiadores. Bourdieu (2005) observa que quem determina a estrutura do campo são as empresas - que estão posicionadas segundo seu volume e estrutura do capital específico. Esta estrutura também comanda o direito de entrada no campo e a distribuição das chances de lucro. *É por meio do peso que detém nesta estrutura, mais do que pelas intervenções diretas que podem operar* que as firmas dominantes exercem sua pressão sobre as dominadas e sobre suas estratégias; sua posição na estrutura faz com que elas definam regularidades e às vezes, a regra do jogo e os limites do mesmo (BOURDIEU, 2005: 8). Fligstein e Bourdieu afirmam que as interações nos campos se transformam em jogos - onde os grupos que têm mais poder usam regras culturais aceitáveis para reproduzir o seu poder, para Fligstein -, ou onde se afrontam agentes dotados de recursos diferentes, para Bourdieu. Este processo é ‘*constantemente conflituoso*’ e ‘*inerentemente político*’ (FLIGSTEIN, 2002:15). Esta teoria do campo mostra como se abre um novo campo, como ele se mantém e como se transforma.

Esta reflexão de Fligstein e Bourdieu nos ajuda a construir a primeira hipótese desta pesquisa. Argumentamos que os agricultores de Urubici agiram no sentido de garantir que o mercado continuasse a existir – eles tinham interesse em manter o campo - muito embora sua ação tenha sido no sentido de ‘desestabilizar’ suas relações com os atacadistas do CEAGESP. Este tema será debatido no **capítulo 3**.

Estado e Mercado

O cerne das críticas a Granovetter²⁷ se refere, entre outros, ao seu não rompimento com o pressuposto do ator racional da Ciência Econômica conforme as críticas formuladas por Fligstein e Bourdieu - e à ausência da dimensão político-jurídica. Além de Pierre Bourdieu, Neil Fligstein (2001) abre uma alternativa no campo da NSE ao criticar a abordagem estrutural de Granovetter ressaltando esta ausência do contexto político-jurídico mais amplo no qual as redes estão inseridas. Ele observa que lhes falta um ‘modelo de política’ e que também não iluminam as pré-condições sociais para as instituições econômicas.

A primeira dimensão da metáfora do mercado como política se refere à relação do Estado com o mercado: a formação do mercado, segundo Fligstein (2001), faz parte da formação do Estado:

“Os Estados modernos de economia capitalista criaram as condições institucionais para que os mercados se tornassem estáveis. Identifico quais instituições estão em jogo e vejo sua construção como projetos políticos empreendidos por atores poderosos. Grandes crises societárias como guerras, depressões ou a entrada de uma nação no desenvolvimento moderno são determinantes para entender o progresso econômico de uma sociedade”. (FLIGSTEIN, 2001:27).

O Estado é um dos atores preferenciais na construção e manutenção dos arranjos institucionais; criando as leis e regulamentações relativas à política fiscal, ao capital financeiro, à concorrência, às relações salariais, às patentes e direitos de propriedade; promove compras públicas; financia a pesquisa e a construção de infraestruturas; participação no capital de empresas (água, eletricidade); garante juridicamente a aplicação

²⁷ Sobre as críticas ver Raud-Mattedi (2005^b).

dos contratos e tem ainda as funções de assistência social (como creches para que as mulheres trabalhem) e redistribuição.

O cenário no qual as firmas operam é construído por entendimentos comuns, regras e leis. Estes são mais frequentemente supridos pelos governos. Bourdieu (2005) pondera que o Estado não é somente regulador encarregado de manter a ordem e a confiança, como no exemplo do mercado de casas próprias onde ele contribui de maneira decisiva na construção da demanda através da produção de disposições individuais (o sistema de preferências individuais que poderia priorizar a locação ou a propriedade e foi estimulado com relação à segunda) canalizando os recursos necessários, o apoio estatal à construção de casas – através de leis e regulamentações - e a construção da oferta com o crédito aos construtores. *Ambas as formas de intervenção operando sob a influência direta ou indireta das partes interessadas* (id, ibid: 19-20).

Igualmente, Paulilo (2002) observa a construção do mercado de ‘leite de caixinha’ no Brasil, como o Estado cria o ambiente institucional favorável à entrada de multinacionais. Este momento foi inaugurado pelo fim do tabelamento do preço do leite em 1991. Esta autora mostra a atuação da indústria de beneficiamento e órgãos públicos (pelos mecanismos legais da legislação sanitária) de um lado defendendo a importância da especialização dos produtores (modelo que atendia aos interesses dos produtores em escala em detrimento dos pequenos) e de outro a propaganda feita pelas empresas do Leite Longa Vida como vantajoso do ponto de vista de custos para padarias e supermercados e ‘prático’ do ponto de vista do consumidor; fenômenos que acabam por tornar este produto – ‘leite de caixinha’ – generalizado no Brasil.

Para falar do Estado na construção do mercado, Fligstein observa que as empresas estabelecem relacionamentos estáveis com seus fornecedores, trabalhadores e principais competidores para que consigam garantir vantagens das novas tecnologias. Afirma que estes relacionamentos são dependentes da construção de instituições estáveis tais como governo e leis. Tanto governos, como firmas e trabalhadores têm resolvido seus problemas coletivos produzindo regras para ajudar a estabilizar suas interações. Estas soluções têm variado historicamente e através das sociedades e dependem em grande parte do poder relativo de diferentes grupos para produzir o Estado moderno.

Bourdieu (2005) destaca que entre todas as trocas com o exterior do campo, as mais importantes são as trocas que se estabelecem com o Estado e que a competição entre as empresas assume a forma de competição *para o poder sobre o poder do Estado* (id, *ibid:19*). As empresas tentam influenciar o Estado para que tome decisões de acordo com seus interesses.

A construção do Estado como construtora de mercados e, em particular, a atuação do Estado na agricultura brasileira é tema trabalhado no **capítulo 2**, onde argumentamos que o Estado brasileiro além de retirar os subsídios da agricultura também cria o ambiente favorável à entrada dos grandes grupos supermercadistas no país que concentram grande parte da comercialização de alimentos; fenômeno observado não só no Brasil, mas também ao nível mundial. Elucidar a entrada dos grupos supermercadistas pode contribuir na compreensão do momento atual do mercado olerícola.

Fligstein (2001), ao discutir os direitos de propriedade, argumenta que estes definem uma relação entre uma elite econômica e um Estado e estas elites lutam para que o Estado não seja um Estado empresário. Porém, todos os Estados restringem a competição de alguma forma. *Uma importante dimensão do envolvimento do Estado nos mercados é capturada pela distinção entre intervenção direta e regulação* (id, *ibid: 34*).

Cabe ressaltar aqui que o abastecimento de hortifrutigranjeiros – com relação aos direitos de propriedade - seguiu um modelo intervencionista. O Estado é detentor das companhias de capital misto, as Centrais de Abastecimento, no Brasil. Fligstein (2001) ressalta que os Estados intervencionistas se envolvem na tomada de decisões substantivas em vários mercados, a exemplo da França, com posse de empresas ou direcionando os investimentos. No modelo de atuação regulacionista, os Estados criam agências para fazer cumprir as regras gerais nos mercados, mas não decidem quem pode possuir o que e como os investimentos são feitos, a exemplo dos Estados Unidos. Fligstein defende que os Estados podem modificar o *status quo* de um dado mercado ao mudar as regras.

Vimos neste capítulo como se opera o questionamento da visão neoclássica do mercado e como a abordagem político-cultural da NSE permite iluminar o campo simbólico no qual se operam as lutas deste mercado, este entendido como uma arena, um campo. Apresentamos o quadro da economia gestada nos séculos XVIII e XIX, as premissas do

liberalismo e a proposição do *homo economicus*. Em seguida apresentamos a crítica empreendida pela Sociologia Econômica que surge no final do século XIX – as obras de Weber e Durkheim, a crítica ao *homo economicus* empreendida por ambos e algumas das categorias de análise do mercado propostas por eles; Weber concebe o mercado como uma arena de lutas. É o caminho do meio proposto por Granovetter que se posiciona entre formalistas e substantivistas ao propor a inserção social dos mercados que inaugura a Nova Sociologia Econômica (NSE). Vimos, por último, os pressupostos da abordagem político-cultural da NSE nas considerações de Neil Fligstein e Pierre Bourdieu, autores que retomam as categorias de análise de Durkheim e Weber. A proposta teórica de Fligstein e Bourdieu está fundada na noção do mercado como campo econômico, como arena de disputas, tal como proposto por Weber. Fligstein constrói uma visão sociológica do mercado propondo a metáfora do mercado como política em duas dimensões: na primeira afirma que o Estado ao se construir constrói mercados e na segunda propõe uma teoria da ação no mercado afirmando que as empresas buscam estabilizar o mercado evitando a guerra aberta com seus concorrentes. Bourdieu propõe os conceitos de campo e de *habitus* para substituir o *homo economicus*.

No **capítulo 2** veremos o papel do Estado na modernização da agricultura. Neste próximo capítulo apresenta-se a arquitetura do mercado *in natura* que começa com a conformação dos fruto-hortícolas em produtos comercializáveis. No Brasil, acompanharemos os acontecimentos relacionados à industrialização da agricultura, o início da comercialização de hortifrutigranjeiros com o modelo planejado pelo Estado brasileiro na forma de centrais de abastecimento no início da década de 70 e a entrada dos grupos supermercadistas a partir da década de 90. Comparamos o funcionamento do mercado dentro da CEASA/SC com o caso estudado por Garcia-Parpet (2003) do mercado computadorizado em Fontaines-em-Sologne na França; esta autora analisa como as condições de modelo de concorrência perfeita foram socialmente construídas.

Capítulo 2 – Arquitetura de um mercado. ‘A construção do Estado como construtora de mercados’.

2.1. Histórico do tomate de mesa

2.2. Modernização da agricultura, atuação das instituições e das centrais

de abastecimento no Brasil.

2.2.1. Estado, C & T e Agricultura

2.2.2. Tomates e a esfera da circulação

2.2.3 Centrais de Abastecimento

2.3. Arena do mercado olerícola e o momento atual

2.3. 1. Olerícolas e supermercados

2.3. 3. Compra institucional: poder público e a compra de alimentos

Nos propomos aqui, conforme o referencial da abordagem político-cultural, a questionar a idéia de que as sociedades de mercado sejam simplesmente resultado de inovação tecnológica e competição, entre atores racionais. Conforme Fligstein, ao olharmos para os mercados reais observamos que sem os acordos entre empresários, gerenciadores, fornecedores, trabalhadores e governos, os mercados das sociedades modernas não existiriam.

Como vimos no capítulo anterior, o Estado é um dos atores preferenciais na construção e manutenção dos arranjos institucionais; criando as leis e regulamentações relativas à política fiscal, ao capital financeiro, à concorrência, etc.

Como compreender a constituição do mercado olerícola? Qual a trajetória da relação mercado e Estado para este segmento? Como se conforma o mercado de grandes redes supermercadistas e que ambiente institucional promoveu este fenômeno?

Busca-se estas respostas primeiro no histórico do processo de industrialização da agricultura no Brasil patrocinado pelo Estado e, numa fase seguinte, na construção do ambiente institucional favorável – via mudanças na legislação - à entrada da rede supermercadista. O tráfego dos produtos no mercado mundializado está pautado pelas disputas em torno da qualidade.

Cavalcanti (2004) observa que se as análises das décadas de 60 a 80 enfatizaram as conseqüências das mudanças tecnológicas para os produtores que se modernizaram, no início do século XXI os estudos passam a enfatizar como os processos de circulação tendem a influenciar a produção orientada pela demanda, os mercados, as imagens e símbolos que lhes são agregados, os quais contribuem para valorizar os espaços produtivos²⁸.

Como pondera Garcia-Parpet (2003), ao analisar o caso dos produtores de morango de mesa na região de Fontaines-en-Sologne, conquistar novos mercados ou produzir para vender melhor equivalia para estes agricultores estudados a realizar uma *operação equivalente à que seus pais tiveram que fazer na juventude quando mecanizaram as explorações agrícolas: modernizar a exploração agrícola para poder reter os filhos na terra* (GARCIA-PARPET, 2003:19).

Passamos agora a apontar alguns dos pilares da arquitetura do mercado olerícola e os atores políticos e econômicos envolvidos na mesma. Este mercado começa com a conformação dos fruto-hortícolas (seguimos em particular a cadeia do tomate) em produtos comercializáveis. No Brasil, o início do processo de comercialização é baseado no modelo centralizado planejado pelo Estado na forma de centrais de abastecimento²⁹. Fenômeno do início da década de 70 que acompanha a modernização da agricultura. A partir da década de 90, a entrada dos grupos supermercadistas que mostra a conformação atual dos produtos olerícolas no sistema agroalimentar globalizado.

²⁸ A produção de queijo e vinho na França é exemplo dos movimentos de valorização das regiões da origem dos alimentos nos casos que se realçaram o vínculo entre regiões e produtos (CAVALCANTI, 2004). A mesma autora cita a criação do selo 'Products of the Sun Francisco Valley' (idem, 1999). O investimento na criação deste vínculo também está presente nos agricultores da região serrana: ao nos dirigirmos a Urubici são vários os exemplos de mídia exterior anunciando Rancho Queimado 'capital catarinense do morango; o município de Urubici, 'terra das hortaliças', etc.

²⁹ No momento de elaboração desta dissertação foram poucas as referências encontradas sobre as centrais de abastecimento. Nos apoiamos nos relatos dos entrevistados e dissertações e teses encontradas.

As hortaliças são produtos de alta perecibilidade, porém, de rápido ciclo de maturação, o que facilita as práticas de cultivo. Elas são sensíveis ao transporte e passíveis de conservação em ambiente natural. Estas características definem os alimentos que são consumidos *in natura* (ISRAEL, 1991).

2.1 Histórico do tomate³⁰ de mesa

O ‘*tomatl*’ sai da América para a Europa (PEREIRA, 2001) e se encaixa perfeitamente no mundo industrializado alguns séculos mais tarde. Originário do planalto peruano-equatoriano-boliviano, ele foi domesticado no México. Quando os espanhóis lá chegaram, ele já era utilizado no México e em vários outros locais da América Central e do Sul (PEREIRA, 2001).

O cultivo do tomate na Europa começa no início do século XVI, mas, somente no século XIX se torna objeto de importância culinária, quando seu consumo é difundido e ampliado (REBELO ET AL., 2000). Codron (1995), autor que situa uma periodização da evolução tecnológica do tomate na Europa, observa que numa primeira fase ele foi temido pela crença de que fosse um produto tóxico, depois foi adotado pelas elites e democratizado durante a Revolução Francesa. O tomate foi consumido em polpa e depois na forma de salada; usado só no verão como produto sazonal e depois progressivamente durante o ano todo. Hoje é considerado um dos principais produtos de consumo humano, a segunda hortaliça de maior volume consumida no mundo depois da batata.

Codron (*op. cit*) observa que a cadeia do tomate passou por diversos modelos e diversos sistemas produtivos e distributivos, os quais são construídos dentro de uma relação de estreita ligação: ele argumenta que a sobreposição destes modelos e sistemas produtivos e distributivos associados explicam o funcionamento da cadeia do produto. Afirma ainda que a história técnica da cadeia do tomate na Europa é exemplar pela diversidade de modelos e do refinamento de técnicas hoje utilizadas, o que nos sugere acompanhá-la e comparar com a história da cadeia do tomate no Brasil. O que nos interessa nesta análise é mostrar esta conformação da cadeia e o momento em que o produto começa a trafegar no

³⁰ Seguimos a conformação da cadeia do tomate por ser o produto de destaque em Urubici no final da década de 70, ponto de partida deste trabalho e, também, pela literatura disponível do mesmo.

mercado – quando ganha o aspecto de mercabilidade, conforme Weber e quais os atores envolvidos.

O jogo de forças entre o campo econômico e o campo político que fez com que o modelo de estufa holandês - embora tenha surgido na década de 1920/30 como alternativa pela insuficiência climática ou pelas dificuldades de importação - triunfasse pela força de influência de determinados grupos na Europa diversamente do modelo norteamericano. Para substituir a visão parcial de que tecnologias sejam apenas resultado da manipulação científica da realidade, Fligstein (2002) defende que tecnologias envolvem a possibilidade de fazer objetos e serviços que vão ser comercializados e que é necessário conquistar a confiança dos pares e de futuros compradores para que estes produtos possam ser produzidos.

Codron (*op. cit*) mostra como a cultura do tomate está hoje generalizada sem qualquer diferenciação sazonal, de variedades e dentro de um modelo organizacional da grande distribuição. Momento este em que nos voltamos para o fenômeno no Brasil para levantar quais são atores mais potentes neste campo, qual o modelo predominante no Brasil.

A primeira fase de introdução do tomate, conforme Codron (1995), que vai do século XVI até a metade do XIX é também de lenta acomodação culinária. Espanha e Itália – nações de prosperidade e nobreza intelectual – o adotam rapidamente em sua alimentação, fenômeno favorecido pelo clima destes países. A fase de observação, que dura dois séculos, se caracteriza por uma ausência de modelo tecnológico. Na Renascença, o desenvolvimento dos jardins em torno dos castelos e monastérios, faz com que os frutos sejam introduzidos no consumo alimentar. Na fase do consumo reservado à elite, ele é beneficiado por toda sorte de progresso tecnológico. O modelo da produção continuada e produção diferenciada já está presente naquela época, três séculos atrás.

De início, a comercialização se dá em circuitos³¹ que já estão operando quando da entrada do tomate; os circuitos são diretos, dada a proximidade entre produção e consumo: eles permitem ao produtor levar ele mesmo seu produto ao mercados urbanos confiando-os a um revendedor que o faça sem a necessidade de uma organização social mais complexa.

³¹ Estes foram elaborados progressivamente no decorrer do século XVIII.

O mercado urbano é o mercado público que está em plena expansão. Eles são regulados pelos poderes públicos, mas, a organização social da cadeia se mantém simples e conta com meios de transporte ainda limitados e perecibilidade do produto: o espaço de concorrência não vai além do cinturão verde.

Na Europa setentrional o tomate foi de início consumido como acompanhamento de pratos e transformado depois como condimento. As latitudes temperadas não permitiam a obtenção de frutos com qualidade suficiente para que ele fosse consumido *in natura*.

A segunda fase – 1850 a 1950 - é a do desenvolvimento do tomate como fruto. A construção das estradas de ferro na metade do século XIX marca o desenvolvimento da produção do tomate nesta fase, abrindo novas possibilidades e introduzindo massivamente o consumo *in natura*. O essencial da inovação é de ordem organizacional: ela consiste nas bacias especializadas e nos circuitos de expedição em torno das grandes cidades. Os novos atores econômicos surgem junto com a colocação do tomate no mercado e com a expedição do produto. A confrontação da oferta e da demanda é facilitada pela criação de canais de troca – mercado atacadista, agrupamento de produtores (cooperativas), sistema de informação (serviço de notícias de mercado).

Algumas décadas mais tarde a melhoria do transporte e o desenvolvimento de vias pluviais dão lugar a um primeiro esboço de circuito comercial, mas, ainda refém de pequenos volumes. Após a chegada da estrada de ferro, o transporte rodoviário depois de 1920, acelera este processo e fundamenta uma nova organização social que se coloca em torno do produto sazonal. A produção continua a funcionar sobre a base de pequenas operações de policultura de hortaliças, como no cinturão verde. O tomate é cultivado no sistema de rotação. No final do século XIX iniciam as pesquisas genéticas com sementes de hortaliças e surgem as primeiras armas contra os parasitas (CODRON, 1995:190).

A distribuição é de caráter nacional e depois estendido às colônias. O consumo fora da estação se desenvolve de maneira limitada; o tomate permanece caro e de qualidade medíocre devido à longa distância a percorrer. Nos países mais setentrionais a estufa se desenvolve entre os anos 20 e 30 face à insuficiência climática ou às dificuldades de importação. Ela é em parte responsável pelas escolhas que foram feitas depois pela Comunidade Européia na produção do tomate.

A lógica de produção permanece uma lógica de cultura para consumo sazonal. O tomate só foi introduzido décadas mais tarde na alimentação popular e inicialmente na forma de molho, pela insuficiência de oferta que só será solucionada no período seguinte. Os clientes se tornam mais exigentes e pesquisas de novas variedades estão em pleno crescimento graças às técnicas de hibridação: os países do Norte são os primeiros a desenvolver técnicas de estufa e as variedades mais produtivas. A abertura de fronteiras contribui para divulgar as variedades rugosas e lisas, há um razoável sucesso dos atacadistas associado a uma boa qualidade dos frutos, do transporte e a uma apresentação uniforme.

A terceira fase, que Codron (*op cit*) chama de banalização do produto, se estende do fim da segunda Guerra Mundial ao fim dos anos 80. O tomate perde sua característica de produto sazonal para se transformar em produto contínuo, presente no mercado o ano todo. As diferenças de preços sazonais acabam. É um produto típico dos países desenvolvidos e que “*se instala progressivamente com o desenvolvimento das trocas e aumento das receitas, a urbanização da sociedade e modificação dos modos de vida, a modernização dos circuitos de distribuição e as transformações de práticas alimentares*” (CODRON, *op cit*:191).

Na Europa, a passagem de produto sazonal ao estatuto de produto banalizado é acompanhada de uma transformação do paradigma tecnológico. Há uma passagem da “*lógica de produção especializada e complementar, produzindo num curto período conforme as possibilidades naturais a uma lógica de produção contínua, totalmente artificializada, onde os diferentes locais de produção estão à todo momento em concorrência*” (CODRON, *op cit*:191).

O protótipo deste último modelo é a estufa holandesa: ela permite artificializar totalmente o meio fazendo variar os diferentes parâmetros de temperatura, iluminação, humidade, acréscimo de gás carbônico no ar, etc. Todos os elementos naturais são modificados ou descartados.

A mudança de modelo que se produz na Europa não é inevitável, como pondera Codron (*op. cit*). Nos Estados Unidos, aonde o produto se banaliza quase no mesmo período, a produção de estufa permanece marginal e a produção sazonal continua a orientar as escolhas técnicas e organizacionais. A ausência de barreiras aduaneiras entre Estados, a

variedade climática disponível e o desenvolvimento precoce de transportes modernos favoreceram o modelo de produto sazonal e a eficácia de uma organização em bases especializadas e complementares.

A explicação, segundo Codron (*op. cit.*), para a imposição do paradigma de estufa na Europa é a eficiente atividade de *lobby* por parte das comunidades de produtores de estufa. Antes da criação da Comunidade Europeia, ainda que as trocas se efetuassem dentro de um quadro nacional, qualquer país da Europa do Norte (em particular os Países Baixos e Grã-Bretanha) já produziam sob estufa, mas, dentro de uma lógica de produto sazonal (principalmente no verão). Pelo fato de serem privados do clima meridional, somente a solução de estufa poderia garantir o abastecimento. A abertura de fronteiras e a concorrência com regiões climaticamente melhor situadas, pode substituir a rentabilidade da estufa.

Para prosseguir com a produção de estufa, os países do Norte tinham a necessidade de protecionismo. Eles o conseguiram, conforme Codron (*op. cit.*), após o primeiro choque do petróleo - em 1973 - que ameaçava devolver vantagens aos países do Sul que contavam com melhores custos de energia. *Os resultados obtidos por esta proteção e os avanços adquiridos sobre o plano técnico, comercial e organizacional dos produtores de estufa comunitários se engajam nesta aventura da estufa em produção contínua* (CODRON, 1995:192).

Como observa Codron (*op. cit.*), a organização social engendrada pelo sistema de estufa é radicalmente diferente daquela da produção sazonal. Na lógica de base especializada, a organização é relativamente ampla e se faz, sobretudo, horizontalmente, entre produtores da mesma região, reunidos pela mesma vontade de consolidar uma produção com uma certa parceria. Na lógica de estufa, o principal objetivo é o crescimento do rendimento, ela reúne verticalmente todo o conjunto técnico e comercial da cadeia. A busca da produtividade é o principal cimento desta organização social; a coesão é reforçada pela continuidade do processo de produção. O estreitamento do mercado e a fragilidade econômica e institucional do setor conduz a uma concentração de meios de pesquisa e experimentação e a uma convergência de trajetórias tecnológicas(CODRON, 1995:192).

Um novo estado de diferenciação do produto emerge no início dos anos 90, sujeito à diversificação e segmentação de mercados. Grandes ondas de inovação marcaram a história

da cultura do tomate na Europa: elas estão na origem da transformação do seu status alimentar e social (CODRON, id, ibid).

2.2 Industrialização da agricultura, atuação das instituições e das centrais de abastecimento no Brasil.

Delgado (1985) fala em dois movimentos distintos no processo de modernização: o primeiro movimento de estímulo e o posterior de recessão. No primeiro, o agricultor que não participava do projeto modernizador é considerado ‘atrasado’ e a EMATER - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural, ao formar os agricultores, distribui prêmios de produtividade àqueles que adotam o pacote tecnológico (SEIFFERT, 1990). No período da recessão, quando – segundo este autor - o Estado ‘se retira’³², o agricultor é acusado de dependente do crédito que o próprio Estado o havia estimulado a aceitar.

Falar do período pós-guerra, da crise alimentar mundial e a necessidade de garantir a autosuficiência agrícola que levou muitos países, incluindo o Brasil, a importar os métodos americanos de produção, a chamada Revolução Verde (COSTA NETO, 2001) é tema recorrente na literatura.

O que é importante destacar é que as instituições de extensão rural brasileiras, inspiradas e incentivadas pela influência dos Estados Unidos da América - EUA³³ no Ocidente, foram projetadas para levar não apenas o conhecimento técnico, mas também a lógica dos mercados ao mundo rural, tecnificando os processos produtivos (SEIFFERT, 1990; CAPORAL e COSTA BEBER 1994; MOREIRA, 2003) e este ponto é essencial para compreendermos a atuação do poder público: o conjunto de instrumentos de intervenção - leis, regulamentos, programas e instituições - que passaram a favorecer a expansão e

³² Vamos discutir a atuação do Estado a partir do referencial teórico de Neil Fligstein.

³³ No início da década de 60, as companhias de fertilizantes e implementos agrícolas fizeram seus primeiros investimentos na América Latina, além de se constituir numa saída de divisas cambiais, o uso de insumos agrícolas importados sujeitou os agricultores aos ciclos econômicos destas indústrias. Com a crise de superprodução do início de década de 60, o governo dos EUA interveio para ajudar as companhias estendendo os créditos da Agência de Desenvolvimento Internacional (AID) para financiar as exportações de fertilizantes para os então chamados Países do Terceiro Mundo. Chile e Brasil são países vistos como importantes para o mercado de fertilizantes norte-americano. Face à crise de superprodução, algumas empresas petrolíferas abandonaram o setor de fertilizantes e nos anos de 73-74 os preços dos fertilizantes mais que duplicaram. A FAO calcula que a perda disso, nos 43 países mais pobres, face a redução de importação de fertilizantes foi igual a 2,7 milhões de toneladas de cereais; o que representa o limite entre a subsistência e a fome para muitos países (BURBACH E FLYNN, 1982).

consolidação do processo modernizador no terreno técnico-científico e regular as relações sociais e os conflitos resultantes das mudanças na organização social e técnica da produção agrícola (COSTA NETO, 2001:304) são projeto de um determinado modelo de Estado e foram materializados com a atuação de técnicos contratados. A forma de atuação destes, em particular em Santa Catarina, é o recorte que nos interessa nesta pesquisa, tratado na próxima sessão.

Embora os Complexos Agroindustriais - CAIs sejam considerados como a forma contemporânea de expansão do capitalismo no campo (BECKER e EGLER, 1993) e a maior parte dos alimentos básicos tenha sido permanecido intocada pelas inovações tecnológicas³⁴ (BURBACH E FLYNN, 1982), este quadro se transforma nas décadas seguintes. No momento atual, não são apenas estes que comportam desafios para o entendimento da agricultura, mas, também a produção dos *in natura*.

Conforme os técnicos entrevistados do ICEPA, a tomaticultura não foi contemplada com um programa específico, embora a olericultura tenha sido contemplada pelo Pró-Horti, não encontramos material disponível sobre este programa. Como observado na próxima sessão, ao longo do processo de industrialização da agricultura em Santa Catarina, em que determinados produtos foram privilegiados – milho, suínos e na fruticultura a maçã com o PROFIT, outras culturas ficaram em segundo plano, tanto nos investimentos de produção como de comercialização. Mesmo assim, cabe ressaltar que os índices de produtividade da olericultura brasileira – números apresentados na próxima sessão - se destacam no Brasil e que o estado de Santa Catarina está entre os estados de maior produtividade.

2.2.1 - Estado, C & T e agricultura no Brasil

É importante ressaltar que o Brasil se distingue de outros países em desenvolvimento (entre eles a maioria dos latino-americanos), pelo fato destes não terem instituído uma rede própria de transmissão de conhecimento de alto nível e de desenvolvimento da ciência. O Brasil privilegiou um sistema próprio de formação de

³⁴ Na maioria dos países latino-americanos, neste momento, a produção de alimentos básicos estagnou em relação ao crescimento populacional, o que constituiu a crise social da América Latina (BURBACH E FLYNN, 1982)

pessoal e de fomento à pesquisa (FIGUEREDO, 1998:8). Este fato remonta à história brasileira no século XVI com a atuação dos jesuítas na institucionalização e propagação do ensino superior e com a vinda da família real e transferência da corte no século XIX. As instituições de ensino superior como Escolas Médico-cirúrgicas do Rio de Janeiro e Salvador, Escola Naval, Academia Real Militar e de pesquisa como Jardim botânico, Observatório e Museu Imperial contribuem para o fomento das possibilidades de produção de conhecimento no Brasil. É no século XIX que se assiste à criação de várias escolas superiores, institutos e faculdades que formarão as bases do sistema de Ciência e Tecnologia atual, que começa a se estabelecer a partir dos anos 40 do século XX (id, ibid).

Como mostra Figueiredo (*op. cit*), o Estado foi ator fundamental neste processo, já que o governo federal constituiu a mais importante fonte de recursos para tal projeto de Ciência & Tecnologia, o que ainda acontece no momento atual. Como atores fundamentais, esta autora destaca as lideranças intelectuais brasileiras “*tanto elaborando políticas de C & T como ocupando cargos no governo, como influenciando nas decisões como indivíduos ou através das sociedades representativas*” (id, ibid: 9), nas quais a autora destaca as sociedades científicas³⁵.

Em 1920 é criada a Universidade Federal do Rio de Janeiro; em 1934 a USP. Em 1973 é criada a EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, que passa a centralizar e coordenar as atividades do setor público no ramo de pesquisa agrícola. A empresa e sua competência são internacionalmente reconhecidas, bem como seu papel fundamental na modernização da agricultura brasileira. Um desafio para o momento atual, como pondera Figueiredo (*op. cit*) é a distribuição regional de agentes e de instituições do sistema de C & T no Brasil (FIGUEIREDO, 1998:12).

É possível observar que o estado de Santa Catarina foi um dos estados com boa distribuição de recursos em C & T, pelo menos no que toca à agricultura.

Em Santa Catarina, é do ano de 1955 a constatação da deficiência agropecuária apontada por pesquisadores da área. Neste ano é criado o Plano de Obras e Equipamentos –

³⁵ Observando o papel fundamental dos cientistas na institucionalização do sistema de C & T, Figueiredo (1998) situa a origem da Academia Brasileira de Ciências em 1916 – referência básica na elaboração, na implementação e no acompanhamento da política científica no país. Em 1948 a criação da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência – SBPC e nos anos 70 a criação de sociedades científicas por área – as associações nacionais de pesquisa e pós-graduação (em economia, administração, ciências sociais, educação, psicologia), que vieram somar às demais como frente político-institucionais da comunidade científica (id, ibid).

POE³⁶ pela lei 1.365. O documento foi elaborado na gestão do governador Irineu Bornhausen e foi o primeiro documento de ação governamental com características de plano de governo (id, *ibid*:67); a proposta é que os métodos tradicionais sejam substituídos pela modernização agrícola (SEIFFERT, 1992).

Seiffert (*op. cit*) destaca a articulação política do associativismo rural deste momento. Foi organizado o movimento de Associações rurais pelas classes patronais rurais formadas por organizações de agricultores ligadas ao Ministério da Agricultura. Em 1946 é fundada a FARESC – Federação das Associações do Estado de Santa Catarina pelo decreto-lei 8.127 com o objetivo de congregar a classe rural (id, *ibid*). As ações desta entidade contribuíram para o desdobramento da Secretaria de Obras Públicas com a criação da Secretaria da Agricultura. Segundo Seiffert (1990), este órgão liderava a política agrícola; esta entidade articulou-se para introduzir no estado de Santa Catarina o modelo extensionista norte-americano.

Em 1955, o Escritório Técnico de Planejamento – ETA³⁷, que representa o governo norte-americano no Brasil, manifesta interesse em estender seu programa de ajuda ao Estado de Santa Catarina. Em 1956 foi oficializado o convênio da Secretaria da Agricultura e associações rurais com o ETA – Projeto 17. Ao mesmo tempo foi criada a Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural - ABCAR, quando todos os serviços estaduais de extensão rural³⁸ são homogeneizados e coordenados por ela. Em consequência da criação da ABCAR, o projeto ETA 17 é transformado em 1957 na ACARESC – Associação de Crédito e Assistência Rural de Santa Catarina (SEIFFERT, 1990). Esta autora, que entrevistou extensionistas que atuavam naquele momento, constata que o modelo de extensão rural de Santa Catarina explicava-se pelo desenvolvimentismo da época de Juscelino Kubitschek, de ‘um clima de desenvolvimento e de modernização da agricultura’ (id, *ibid*:77).

³⁶ As bases do POE estadual foram fornecidas pelo Plano Federal de Obras e Equipamentos e o Plano Salte (SEIFFERT, 1990).

³⁷ O ETA, com sede no Rio de Janeiro, surgiu com o propósito de coordenar e desenvolver as atividades do programa da Cooperação Técnica dos Estados Unidos. Atuava com projetos de duração limitada e mantinha um departamento técnico e outro administrativo dirigidos por representantes do governo dos Estados Unidos e do Brasil (id, *ibid*:70).

³⁸ Segundo esta autora, o serviço de extensão rural de Santa Catarina mantém-se até 1960 como serviço para estatal, estando ideológica, financeira e administrativamente vinculado aos EUA.

No final da década de 60 (momento da revolução cubana) há uma nova proposta de ajuda americana viabilizada pelo acordo MEC-USAID. É deste momento o esforço na efetivação de um amplo diagnóstico do meio rural catarinense; o qual mostrava a necessidade de melhorar a produtividade do agricultor. Com estes dados disponíveis, aliado à força política de suas lideranças, que estes dados foram absorvidos pelo Plano de Metas do governador Celso Ramos – PLAMEG I (1961-65). Segundo Seiffert (1990), deste período até o ano de 1975 a extensão rural constituiu-se no principal instrumento de intervenção do Estado na economia agrícola.

Para que Santa Catarina participasse do modelo desenvolvimentista do governo Kubistchek, segundo Seiffert (*op. cit*) era necessária a compatibilização da política agrícola à política industrial e a agricultura foi considerada como fonte para o abastecimento das populações urbanas que aumentavam rapidamente com o desenvolvimento industrial. O crédito rural que antes era ‘supervisionado’ passa a ser ‘orientado’ o que permite o consumo mais intenso de insumos e acelera o processo de modernização³⁹ (SEIFFERT, 1990: 87).

Em 1962, com a criação do Banco de Desenvolvimento – BDE – previsto pelo PLAMEG I, o governo estadual praticamente triplicou o número de empréstimos aos produtores rurais. O crédito rural foi institucionalizado pela lei 4.829 de 1965 e regulamentado pelo decreto 58.380 de 1966.

O Estatuto da Terra - lei 4.505 de 1964 - traz a discussão da reforma agrária nas várias instâncias do governo militar. Embora o número de desapropriações nunca tenha passado do irrisório, a promulgação da legislação agrária do Estatuto da Terra deu margem a conflitos no interior do governo. Em 1967, realizou-se em Brasília o I Congresso Nacional de Agropecuária com a participação de técnicos governamentais e líderes da burguesia agrária - Federações e Confederações da Agricultura – do qual o documento final ficou conhecido como CARTA DE BRASÍLIA (SEIFFERT, 1990). Este documento estabelece clara opção pela modernização chamada depois de ‘conservadora’, que consistiu

39

Cabe notar que num momento mais recente houve uma tentativa de se retomar o controle do uso de agrotóxicos com a proposta do Receituário Agrônomo. João Alves Filho (2002) constata a total falta de controle do uso dos mesmos; prática respaldada pela figura do Receituário Agrônomo aplicado de forma burocratizada pelos agrônomos e totalmente distante da sua proposta inicial de controle e acompanhamento.

em modernizar os meios de produção sem modificar a estrutura fundiária concentrada do Brasil. O governo priorizou a tal ponto a modernização da extensão rural nas ações do Programa de Ação Econômico que se comprometeu com a ampliação dos escritórios regionais que passariam de 951 em 1967 para 1.410 em 1970, com o objetivo de aumentar a participação da extensão rural nos programas de crédito agrícola.

As soluções estabelecidas para a questão agrária no nível nacional são incorporadas à política agrícola catarinense no documento: ‘Agricultura: diagnóstico e prioridades’. A partir do governo Colombo Salles (1971-1974), o projeto de desenvolvimento catarinense alinha-se ao I PND, no plano nacional. Todos os planos diretores deste momento são alinhados ao diagnóstico da realidade rural. O fato de a ACARESC ter escritórios locais na maioria dos municípios permitia que os técnicos extensionistas tivessem contato direto nos locais, o que favorecia a coleta e o processamento de dados atualizados (id, *ibid*).

A partir de 1975, o apoio ao desenvolvimento agrícola adquire nova configuração baseada na implantação do Sistema Nacional de Planejamento Agrícola – SUPLAN e suas comissões estaduais de planejamento agrícola, as CEPAS, somadas ao Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural – SIBRATER, constituído pela EMBRAPA – 1973 e Empresa Brasileira de Assistência Técnica – EMBRATER e suas associações estaduais – EMATER em 1974 e em Santa Catarina a Empresa Catarinense de Pesquisa Agropecuária - EMPASC (criada em 1975, no governo de Antonio Carlos Konder Reis). Segundo Seiffert (*idem*), este conjunto de instituições somadas ao Centro de Ciências Agrárias inaugurado em 1975 e da Companhia de desenvolvimento redirecionam o serviço de extensão rural.

Com a instalação da EMBRAPA e EMATER um novo padrão de geração e transferência de tecnologia se implanta na agricultura brasileira. Um grande esforço foi exigido dos técnicos estaduais para a adaptação ao novo modelo de transferência de tecnologia de outras regiões e de instituições internacionais. Como decorrência do modelo nacional de modernização da agricultura se difunde a tecnologia voltada para a produção agroindustrial – milho, suíno, maçã (SEIFFERT, *op. cit.*).

A CEPA de Santa Catarina foi criada em 1975 e tinha como objetivo “*assessorar os governos estaduais no planejamento, sugerir propostas alternativas para o desenvolvimento agrícola e manter atualizadas estatísticas sobre a evolução da*

agropecuária estadual” (SEIFFERT, 1990:98). Esta função se mantém na CEPA – (transformada em ICEPA) até o momento atual.

A partir daí a CEPA lidera o processo de formulação da política agropecuária do estado e atua como órgão de elaboração no governo Jorge Bornhausen (1979-1983) e Esperidião Amin Helou (1983-1987). Com a abertura política do governo Figueiredo, um novo espaço político começa a ser vislumbrado. As diretrizes da política agrícola nacional definidas no III PND (1980-1985) estão contempladas no plano estadual pelo Plano de Ação do governo Jorge Bornhausen e a carta dos Catarinenses do governo Esperidião Amin. Com a crescente demanda de serviços específicos, como controle de produção de sementes e mudas, classificação de produtos de origem vegetal, revenda de insumos e bens de produção ligados ao poder público, implementa-se a CIDASC – Companhia Integrada do Desenvolvimento Agropecuário de Santa Catarina vinculada à Secretaria da Agricultura.

No final dos anos 70 e início dos 80, se iniciam as denúncias do caráter concentrador e excludente do modelo de modernização. Na primeira metade da década de 80, a falta de crédito que definiu a política agrícola teve efeito sobre médios e grandes produtores; os que produziam para o mercado interno foram menos afetados devido a uma política de preços mínimos (BRUMER, 2004). Na segunda metade da década novas políticas agrícolas levaram à desregulamentação do setor o que foi agravado pela abertura comercial com o favorecimento de importações de produtos agrícolas subsidiados nos países de origem.

O Plano Real, a partir de 1994, teve resultados positivos para os produtos destinados ao mercado interno: a contenção da inflação teve como consequência o aumento da capacidade de consumo da população. Porém, a abertura às importações e a falta de recursos públicos para o financiamento da produção permaneceram com impacto sobre a área cultivada e sobre a renda da atividade agrícola; esta sofreu redução de 40% em comparação com a primeira metade da década de 80, segundo os dados de Graziano da Silva et. al. (1997) citados por Brumer (2004). Paulilo (2002) lembra as dificuldades enfrentadas pelos agricultores com o baixo preço dos produtos alimentares durante o Plano Real. Esta autora cita o manifesto ‘Alerta da Agricultura à Nação’ divulgado pela imprensa em julho de 1995 e assinado pelas Federações da Agricultura de cinco estados (incluindo Santa Catarina), Sindicatos Rurais e Associações de Produtores. O documento declarava

que os preços agrícolas teriam sofrido queda de 30% desde o início do Plano Real em julho de 1994 (id, *ibid*:49).

Quatro décadas após o início do projeto modernizador, um diagnóstico atual expõe mais uma face perversa do mesmo: os ‘estragos do progresso’ como problemas ambientais, de segurança sanitária, poluição agrícola entre outros. Embora tenha havido um aumento na oferta de alimentos, a segurança sanitária destes já não pode ser garantida (COSTA NETO, 2001). As crises ambiental, econômica e social colocam em xeque essa noção progressiva e generalizadora do ‘progresso’ (ALMEIDA, 2001).

Paulilo (1990) comenta a noção de dualismo estrutural que pensava o Brasil como um país com uma estrutura atrasada (agricultura de subsistência que precisava ser desenvolvida) e uma adiantada (setor industrial dinâmico). Essa idéia predominou no Brasil nas análises sobre o rural, o que advinha, segundo Abramovay (1998), de um problema epistemológico (fruto das visões kautskista e leninista que predominavam nas análises) e não pela falta de exemplos da realidade que desmentissem tal visão. A partir da década de 90, fruto da atuação do movimento sindical dos trabalhadores organizados pela CONTAG (Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura), é que a agricultura familiar começa a ser considerada como alternativa de emprego e renda. A CONTAG foi criada em 1963 e o Estatuto da Terra no ano seguinte como já comentado. Este último estabeleceu as condições institucionais para desapropriação por interesses sociais como alternativa para eliminar o conflito no campo. Porém, esta possibilidade de Reforma Agrária baseada na desapropriação foi posta de lado no rearranjo das forças políticas que se seguiu ao golpe de 64 quando entra em cena a modernização tecnológica das grandes propriedades (MEDEIROS, 2003). Embora, como ressalta D’Incao (1984), a CONTAG tivesse no seu projeto político uma estrutura sindical homogeneizadora das diferentes formas de relações sociais de produção no meio rural, agregando no mesmo sindicato pequenos proprietários até trabalhadores assalariados temporários, é importante ressaltar que foi esta entidade a responsável por ‘adequar a linguagem’ do Estatuto da Terra ao fazer uma leitura ‘desapropriacionista’ desta legislação mostrando os direitos aos trabalhadores e encaminhando os conflitos às instâncias estatais para os pedidos de desapropriação (MEDEIROS, *op. cit*). Podemos sugerir que este fato da estrutura sindical homogeneizadora, que reúne indistintamente assalariados e pequenos proprietários pode ser

um entrave na capacidade organizativa, no capital político - conforme Bourdieu - destes grupos.

O Estado reconhece a importância do debate com a criação do PRONAF - Programa Nacional de Apoio à Agricultura Familiar, em 1996. Iniciam-se os estudos sobre as potencialidades do rural como espaço para reformas societárias de cunho integrativo e como base para se repensar a qualidade de vida na contemporaneidade (FERREIRA, 2002).

No estado de Santa Catarina, a EPAGRI foi criada em 1991, no bojo de uma reforma administrativa promovida pelo governo estadual no Serviço Público Agrícola, que fundiu e incorporou numa só instituição os serviços de pesquisa agropecuária até então desenvolvidos pela Empasc – Empresa Catarinense de Pesquisa Agropecuária S.A., de extensão rural pela Acaresc, de extensão pesqueira pela Acarpesc - Associação de Crédito e Assistência Pesqueira de Santa Catarina, além do serviço de fomento apícola, à cargo do IASC – Instituto de Apicultura de Santa Catarina.

O objetivo da fusão-incorporação, segundo seus idealizadores, foi racionalizar os recursos e atividades, aproximando mais os trabalhos de pesquisadores e extensionistas, em busca de resultados para o produtor rural (EPAGRI, 2005). Porém a leitura que se faz desta fusão é o início do desmonte do serviço público estadual materializado na Reforma Administrativa. Os servidores públicos estaduais de diversas categorias se organizaram no Fórum dos Servidores (2005) para denunciar a atuação do governo estadual no desmonte dos serviços públicos com as privatizações e terceirizações viabilizadas com a aprovação da Reforma Administrativa em fevereiro de 2005. Em julho de 2005, conforme nossos entrevistados, também o ICEPA foi incorporado à EPAGRI.

Chamamos a atenção para esta intensificação de uso de insumos químicos – que se inicia com o procedimento de liberação do crédito rural na década de 70. O crédito que passa de ‘supervisionado’ a ‘orientado’ como já exposto. Os impactos da intensificação do uso de insumos na saúde dos agricultores não são detectados pela vigilância sanitária quer na notificação dos óbitos ou quer nos atendimentos médicos, conforme a informação de técnicos da CIDASC entrevistados. Porém, a ameaça à saúde tanto dos agricultores como dos consumidores está posta.

Cabe ressaltar com relação às diretrizes da pesquisa para o setor agrícola que uma notícia que chama a atenção é a destituição do presidente da EMBRAPA - Clayton

Campanhola – no início de 2005. O mesmo se dizia surpreendido pela notícia que foi anunciada pelo Ministro da Agricultura, Roberto Rodrigues. Segundo o repórter que divulgou a notícia, havia divergências entre Campanhola e o Ministro, pois, o primeiro priorizava a agricultura familiar. Rodrigues é fervoroso defensor do agronegócio e um dos novos diretores empossados afirmava *“vamos continuar dando ênfase à agricultura familiar, de modo a inclui-la no agronegócio”* (WESTIN, 2005: b,6). O presidente da UDR, Luiz A. Nabhan Garcia declarou: *“Depois de tanta turbulência, a EMBRAPA volta a ter caráter técnico”* (id, ibid: b, 6).

2.2.2 - Tomates e a esfera da circulação

Quando falamos de um mercado que está globalizado, da economia de escala onde os produtos obedecem a padrões rigorosos de apresentação, embalagem e conteúdo, a expectativa criada para produtos in natura é que estes tenham, no mínimo, uma apresentação uniforme. Quando se observa o tomate, o que define o padrão de qualidade é a classificação e homogeneidade encontradas no momento do consumo, sendo o mais vendido *in natura* o Extra AA. Esta exigência é feita aos produtores que devem entregar os caixotes de tomate já previamente classificados.

O mercado consumidor é representado pelos maiores centros urbanos. A produção de hortaliças direciona-se para o abastecimento destes centros, notadamente as grandes metrópoles. No Brasil, num primeiro momento, em torno do mercado consumidor que são as grandes cidades desenvolveu-se um cinturão verde com a finalidade de abastecer a população urbana de hortaliças, as quais exigem transporte rápido em razão de sua perecibilidade (ISRAEL, 1991). Com o desenvolvimento das comunicações e técnicas de transporte, conservação e embalagem, somado ao crescimento urbano, estas cidades foram buscar mais longe o que precisavam, transformando também regiões distantes em mercado abastecedor de produtos hortifrutícolas. Transformação próxima a que foi observada por Codron (1995) na cadeia do tomate na Europa.

A cidade de São Paulo converteu-se em centro de complexa engrenagem comercial, pois, devido às próprias características de seu desenvolvimento urbano é ao mesmo tempo receptora e distribuidora de alimentos que se destinam não somente à população do seu estado, mas, também Rio de Janeiro e Belo Horizonte

e, em se tratando de hortifrutigranjeiros, Brasília, Curitiba, Porto Alegre e Salvador (La Corte, 1985:11 apud Israel, 1991:89).

Urubici, com condições favoráveis ao desenvolvimento da horticultura com estrutura agrária de pequena propriedade familiar aliada às características de clima e solo, se destaca em Santa Catarina pela expansão da produção de hortaliças. Israel (1991) cita Nadal et alii (*op. cit*) como autor que afirmava a potencialidade do Estado de Santa Catarina para se transformar em produtor e exportador de hortaliças. O município revela potencialidade para produção de hortaliças na década de 70 do século XX (ISRAEL, 1991).

O cultivo do tomate envolve o maior investimento para o plantio, porém é o de melhor retorno de produtividade (índices do ICEPA) e comercialização em relação às outras hortaliças. Cabe ressaltar que o tomate sofre uma grande variação de preço (ICEPA 2002, 2003 e 2004) tanto semestral, mensal e semanal. Como se trata de um produto altamente perecível, dependendo do momento da colheita, o agricultor pode ter um excelente retorno ou prejuízo. Conforme técnico entrevistado da EPAGRI, o tomate é produto que comanda a variação de preço das outras hortaliças por ser procurada com mais frequência pelo consumidor.

Em Santa Catarina (que tem no município de Caçador 30% da produção estadual, expressiva produção de verão comercializada em âmbito nacional). O tomate se destaca como um das principais atividades hortícolas.

Um aspecto importante do cultivo do tomate em Santa Catarina é a produção em todos os meses do ano, possível segundo Della Giustina (2005) pela existência de regiões distintas em relação ao clima, ainda que a oferta se concentre nos meses de janeiro a março (56%). Santa Catarina é o oitavo produtor nacional. Em Urubici, que compõe a região dos municípios de clima frio (Bom Retiro, Alfredo Wagner e a parte alta de Angelina), a colheita ocorre da segunda quinzena de dezembro até o início de abril (id, ibid). Uma pequena parte da produção dessa região é comercializada na CEASA/SC de São José. Esta CEASA, para abastecer a grande Florianópolis em 2003, recebeu tomate de outras regiões do estado, de São Paulo (2.398 t), Espírito Santo (2.049 t.), Minas Gerais (224 t), do Rio de Janeiro (197 t), do Paraná (171 t), do Rio Grande do Sul (32 t) e de Goiás (15 t) (id, ibid). Ainda segundo Della Giustina (2005), dada a proximidade, a comercialização sofre grande influência do mercado de Curitiba que regula os preços do produto na região. O mercado paranaense é comprador no período de safra e vendedor na entressafra, quando complementa o abastecimento da região (id, ibid: 127).

Camargo Filho e Mazzei (1996) citados por Pereira (2001) ponderam que o mercado atacadista do tomate é obsoleto e ineficiente, com estrutura de padronização e classificação pequena e afirmam ainda que a comercialização não é transparente, o que torna os ganhos do produtor muito pequenos; estes recebem apenas 30% do total pago pelo consumidor. Aqui podemos sugerir, segundo o referencial teórico de Fligstein (2001), que as concepções de controle não estão claramente estabelecidas entre estes atores econômicos do mercado atacadista. Camargo Filho e Mazzei observam ainda que houve diminuição no consumo do tomate processado e aumento do consumo do fruto *in natura*.

Conforme orientação presente em AGRIANUAL (2001) citada por Pereira (*op. cit*), para o sucesso da tomaticultura de mesa é necessário que o produtor coloque sua produção em momento oportuno, quando os preços valorizam o produto, assim como a qualidade é um item essencial. Aqui uma outra pergunta: é possível que o agricultor eleja sozinho o momento oportuno de se colocar no mercado? Seguindo a proposição de Fligstein (2001) do mercado como ‘ambiente obscuro’ onde os atores tomam suas decisões argumentamos que, sem a intervenção do Estado no sentido de regular a colocação do produto, conforme já é executado com os grãos, fica difícil para o agricultor eleger momentos oportunos; assunto debatido **no capítulo 3**.

Explicada pela exigência dos consumidores, segundo Pereira (2001), a seleção, classificação e embalagem são preocupação crescente dos produtores de tomate de mesa. Esta autora observa como tendência que os produtores estejam sendo pressionados a investir nas etapas do processo de comercialização, com importação de máquinas especiais de seleção e classificação, na montagem de *packing houses* e estão se tornando verdadeiros atacadistas/distribuidores dos produtos ao processarem também a produção de terceiros. A demanda pelo menor uso de agrotóxicos também se materializa no desejo do consumidor e estimula a produção de orgânicos, produtos indicados como mais saudáveis ao consumo humano (PEREIRA, 2001). Pereira (2001) citando AGRIANUAL (2001) afirma que o tomate é produto que apresenta demanda crescente por qualidade superior. É importante considerar que, na análise de Codron (1995), foram os agricultores do modelo de estufa que, organizados, conseguiram manter o protecionismo para seu produto e garantir o modelo da estufa como modelo para a Comunidade Européia. Podemos sugerir para o caso brasileiro que há uma ausência de organização dos agricultores e uma ausência da esfera

estatal que favoreça esta organização. Conforme propõe Bourdieu (2005), embora haja capital tecnológico, com a ausência de capital financeiro, comercial e simbólico, o primeiro é capturado pelas grandes multinacionais de sementes que comandam a velocidade das inovações.

Um terceiro questionamento: de onde vem a exigência dos consumidores por classificação e embalagem? Esta é uma exigência de consumidores ou da rede supermercadista que demanda produtos mais padronizados no sentido de diminuir os custos e as frequências de negociação? A resposta será desenvolvida na sessão em que abordamos a ação dos grupos supermercadistas e no **capítulo 3** quando nos referimos ao município de Urubici.

2.2.3 Centrais de Abastecimento

Se na sessão anterior vimos em que ambiente institucional a agricultura se moderniza, ao final da década de 60, o fruto deste empreendimento, a disponibilidade de grande volume de produtos, em particular dos hortifrutigranjeiros exige, a regulamentação desta distribuição.

Neste momento, o governo federal identificou um grande estrangulamento no sistema de comercialização de hortigranjeiros no país. Conforme os dados da CEASA/RS (2005), a comercialização era realizada nas ruas – na forma de feiras - sem fiscalização, sem higiene, sem a devida transparência dos preços e com embalagens inadequadas. Além de o produtor sentir-se desestimulado face às perdas, havia ainda o lixo produzido e o engarrafamento no trânsito.

O Governo Federal busca apoio da FAO e na experiência de outros países neste setor em técnicas de planejamento, construção e operação de mercados atacadistas. Com a parceria dos governos estaduais e municipais foram construídas as CEASAS nas principais capitais do país, como solução para o abastecimento de hortifrutigranjeiros (CEASA – PA, 2005). O CEASA/SC foi construído em 1976.

Ao abordarmos as relações de poder nas CEASAS constata-se que este campo se estrutura de tal forma que são os atacadistas que têm uma posição de atores dominantes e isto lhes está assegurado pelo Regulamento do Mercado (1990), analisado a seguir. Quando

as CEASAS foram montadas na década de 70, os atacadistas que já operavam nos Mercados Públicos foram convidados a atuar dentro das CEASAS. Como isto aconteceu antes da Constituição de 1988 (quando ainda não era exigida a concorrência pública) foram favores políticos que comandaram a regra de ocupação das CEASAS, conforme um de nossos entrevistados. Cabe destacar que os atacadistas são os intermediários que dominam a forma de distribuição dos produtos olerícolas, o que Bourdieu (2005) denomina de capital comercial. Isto lhes dá vantagens com relação aos outros atores econômicos: em particular os agricultores - e lhes permite acumular outros capitais deste campo econômico: capital financeiro e capital simbólico. São eles que possuem, então, as ‘chances diferenciais de sucesso’ e esta estrutura e distribuição do capital, conforme Bourdieu (*op. cit*) comanda o direito de entrada no campo e a distribuição das chances de lucro. Com relação ao capital tecnológico, o estudo de Pereira (2001) já comentado fala do modelo de distribuição das centrais como obsoleto e ineficiente somado a uma estrutura de padronização e classificação pequena. Se estes são atores que não detêm capital tecnológico é na década de 90 que chegam ao Brasil atores econômicos que reunirão os quatro capitais apontados por Bourdieu (*op. cit*): os grupos supermercadistas.

Segundo técnico da EPAGRI, as CEASAS foram constituídas na década de 70⁴⁰, inspiradas no modelo espanhol: empresa privada de capital misto onde o espaço físico é cedido aos permissionários através de concessões. O Estado concedia os espaços (algo diverso de locação) e estes contratos foram baseados na Lei de Concessões. Varia a distribuição de concessões de um Estado a outro: em Minas Gerais preservou-se o espaço da PEDRA⁴¹ exclusivamente para os agricultores; em São Paulo a pedra é ocupada por um boxista/lojista que a utiliza. A CEASA – SC também reserva o espaço da pedra para o agricultor, conforme técnico entrevistado.

Com a montagem das CEASAS nas principais capitais brasileiras e grandes cidades, os estados passam a centralizar a intermediação de todos os hortigranjeiros. O projeto dos

⁴⁰ Antes das demais centrais, em 1968, foi criada a CEAGESP, e toda comercialização de hortigranjeiros passou a ser realizada no Entrepasto Terminal do Estado de São Paulo – ETSP (PEREIRA, 1999).

⁴¹ ‘Pedra’ é o nome dado aos grandes Pavilhões - grandes barracões cobertos e que possuem uma área elevada com rampas – onde o expositor que usa o espaço estaciona o veículo próximo a elas para descarregar e expor seus produtos.

CEASAS estava calcado na contribuição para a eficiência da cadeia de distribuição destes produtos agrícolas.

Segundo técnico da CEASA, em 1985, o governo federal doou as CEASAS para os estados e estes depois os venderam de volta em troca de dívidas (AR,CEASA-MG). O governo federal tem 95% das ações e recebe rendimentos na maioria dos estados. Com os governos de cada estado assumindo a função de ocupar os cargos nas CEASAS, conforme técnico entrevistado (AR-MG), estas indicações passam de técnicas a políticas. O que ele explica da seguinte maneira:

É importante lembrar que o funcionamento das Centrais de Abastecimentos se dá antes da Constituição de 1988 e não era necessária a licitação. O boxista comprava o seu espaço e isto dependia de favores políticos. As Centrais foram constituídas para se tornar um sistema, o SINAC- Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento. Quando elas foram estadualizadas perderam sua função orgânica. Este projeto está sendo retomado agora com o intuito de reunir informações das centrais e integrar uma base de dados estatísticos e técnicos. Em alguns estados se preservou a infraestrutura, porém, as indicações são feitas para acomodações políticas e não mais a função técnica. Quando elas se estadualizam perdeu a função técnica. O governador coloca uma diretriz e a Central/[de abastecimento] deve acompanhá-la (AR/MG, 2005).

Passamos a seguir a analisar o regulamento de mercado das CEASAS e o cotidiano de negociações da CEASA/SC que fica na cidade de São José. Tomamos como referência para comparação o estudo de caso feito por Garcia-Parpet (2003) com os morangos de mesa na região de Fontaines-en-Sologne – França. Garcia-Parpet (2003) analisa como as condições da concorrência perfeita foram construídas para equilibrar as forças entre agricultores e expedidores graças à organização, às condições materiais e ao capital político e educacional dos primeiros. A ausência destas mesmas condições, mais o ambiente legal-institucional hostil, fizeram com que tanto nas CEASA/SC como no Mercado do Produtor de Urubici, as condições são de concorrência imperfeita na medida em que há assimetria de informações.

As reflexões a respeito do mercado em Weber (1991) e Durkheim (1983) fundamentam a discussão. Weber conceitua mercado como regateio como já apresentado no referencial teórico. O que destacamos nesta definição é sua possibilidade de contemplar a dimensão política deste fenômeno econômico: em que medida o caso estudado por Garcia-Parpet abriu possibilidades para um equilíbrio de forças entre os atacadistas (compradores) e os agricultores (vendedores) na construção de um campo econômico em

que os dois grupos tiveram que se organizar e, também, o quanto a instalação do painel de preços eletrônico reduziu a assimetria de informações⁴² entre os dois grupos, o que difere da conformação tanto do CEASA como do Mercado do Produtor de Urubici. No caso de Fontaines, com a instalação do painel assim como a ocupação do espaço de maneira previamente determinada, faz com que os dois grupos, vendedores e compradores, se encontrem e se vejam de seus respectivos lugares, de forma que os compradores sabem do volume e preço pedidos – anunciados no painel – e os vendedores sabem do número interessados e do valor que estão dispostos a pagar, conforme o leilão se desenvolve.

Como argumenta Garcia-Parpet (2003), a operação de montagem do mercado computadorizado não visava substituir os comerciantes que trabalhavam na região. Ou seja, nos dizeres de Bourdieu (2005) aos agricultores interessava manter o campo. O intuito era *inserir-los em outra correlação de forças na qual o jogo da concorrência pudesse operar mais livremente, de modo que os preços resultassem mais do jogo da oferta e da demanda do que da imposição dos expedidores ou corretores* (GARCIA-PARPET, 2003: 22).

Ao analisarmos o regulamento de mercado da CEASA - oriundo da lei que cria as CEASAS - é possível constatar de que forma os agricultores se relacionam com intermediários por meio de um ‘contrato injusto’ – expressão de Durkheim (1983). Este autor afirma que trocas injustas podem ser explicadas por astúcia, habilidade, utilização manhosa das situações desfavoráveis, o que faz com que a consciência social se contraponha ao contrato injusto. Este fenômeno que se repete nos constantes calotes aos agricultores que comercializam localmente em Urubici (com atacadistas e outros intermediários) sua produção: o que foi relatado por um técnico entrevistado que fala dos acontecimentos do final da década de 70 é também preocupação hoje - quase 30 anos depois. Também observado no relato do diretor técnico do CEASA-SC no ano de 2005; o não pagamento ao agricultor é uma constante do mercado e ela atravessa o tempo. A forma de oposição dos agricultores está expressa no preenchimento das caixas de tomate com galhos, frutos ruins, etc, como veremos adiante.

⁴² Flexor (2005) cita o prêmio nobel da economia Stiglitz (1987) como autor que aponta o problema das assimetrias informacionais na economia de mercado. A Economia Neoinstitucional e a Economia dos Contratos discutem as assimetrias de informação como situações críticas que abrem espaço para comportamentos oportunistas (id,ibid: 6), como nosso caso, o comportamento dos atacadistas.

Um mercado francês e um mercado brasileiro

No caso do Mercado de Fontaines Garcia Parpet (2003) mostra como as condições de um mercado de concorrência perfeita foram produto da construção social dos atores envolvidos. A autora observa a orquestração de interesses de agricultores produtores de morangos de mesa em Fontaines-en-Sologne - região classificada como zona desfavorecida até então - que, orientados por um assessor econômico (com capital escolar superior a de seus colegas) da Câmara Regional de Agricultura com conhecimento da teoria neoclássica (que nela inspirou sua ação), possibilitou a criação em 1981 de um mercado de leilão via painel eletrônico. O mesmo permitiu a garantia de que as transações deste mercado funcionassem nos moldes da concorrência perfeita⁴³ previsto na teoria neoclássica, porém, longe da “*aparição espontânea de um mecanismo liberador de energias econômicas*”(GARCIA-PARPET, 2003: 24) como quer a teoria neoclássica, as condições do mercado de concorrência perfeita foram ‘puro resultado de uma construção econômica e social’.

Se as práticas possuem semelhança com o previsto pela teoria econômica, é porque a própria teoria serviu como quadro de referência para as instituir. Esta nova conformação do mercado provocou melhorias materiais e simbólicas: aumento das cotações dos frutos de Fontaines e melhoria da qualidade de produção, de um lado, e, de outro, o reconhecimento da região como referência na produção de morangos, o que modificou a estrutura deste campo econômico - o campo das redes de comercialização⁴⁴.

A autora mostra as condições sociais de realização e funcionamento deste mercado. A cultura do morango tornou-se mais rentável e se observou um aumento nas áreas cultivadas e a institucionalização de novas formas de comercialização; isto modificou o *status* desse produto – que adquiriu uma marca de qualidade e reconhecimento regional - e dos próprios produtores.

⁴³ O modelo da concorrência perfeita pressupõe quatro condições: cada agente age como se os preços fossem dados (nem o comprador nem o vendedor exerce influência sobre os preços); o produto é homogêneo; o mercado é fluído: a entrada e saída de trocadores é livre; o mercado é transparente pois os agentes econômicos dispõem de um conhecimento perfeito de quantidades, qualidades e preços dos produtos ofertados (GARCIA-PARPET, 2003)

⁴⁴ O sistema computadorizado atingiu circuitos tradicionais, pois, sua criação modificou o campo das redes de comercialização criando um ponto de referência para agricultores da região que puderam tomar conhecimento dos preços praticados no mercado (GARCIA-PARPET, 2003:27).

Esta autora busca responder quais foram os capitais necessários, os agentes que contribuíram materialmente e as características econômicas e sociais de seus utilizadores, vendedores e compradores e como se deu a rede comercial. Seguimos estas perguntas acrescentando mais uma: qual o ambiente institucional-legal conforma o mercado olerícola detalhado a seguir?

O caso observado por Garcia-Parpet (2003) conta a trajetória de um arranjo comercial que foi de iniciativa dos agricultores que “*não estavam satisfeitos com as redes de comercialização da região*” e queriam criar um pequeno ‘Rungis’ (parecido com um CEASA ou CEAGESP no Brasil) em Fontaines (id, *ibid*:16). Há uma relação formal previamente acordada (os expedidores devem depositar uma caução para garantir sua entrada no mercado computadorizado e ocupam um espaço previamente definido neste mercado) entre compradores-atacadistas (35) e vendedores-agricultores (10) e eles se relacionam no que os agricultores chamam de ‘compra firme’⁴⁵: há o depósito da caução como garantia e os preços são estabelecidos e negociados ao longo do leilão e não combinados *a posteriori*, como acontecia no momento anterior ao mercado. Não há confronto pessoal⁴⁶ entre eles – apenas a negociação ‘sem palavras’ do leilão, conforme esta autora.

O galpão onde acontecem as negociações possui um espaço definido – um hall onde os agricultores expõem seus morangos embalados e etiquetados para serem examinados pelos compradores - e uma sala de venda na qual se processa o leilão. O ‘vendedor’ foi um técnico agrícola contratado pelos agricultores.

O painel eletrônico identifica os lotes a serem vendidos e os preços em ordem decrescente até que o comprador se manifeste. Quando isto acontece o agricultor faz um gesto com a mão assinalando sua concordância ou recusa. No caso da recusa, seu lote retorna novamente após a primeira rodada⁴⁷. Os compradores chegam por volta das 13 horas e, em meia hora, o ‘vendedor’ soa uma campainha anunciando o início das transações

⁴⁵ Num período anterior a este do leilão, as compras eram não firmes: o produtor não conhecia o preço pelo qual seria vendido o seu produto, só depois de 15 dias e o pagamento demanda mais tempo ainda.

⁴⁶ O comprador senta-se num mesa com um mecanismo eletrônico graças ao qual ele pode parar o movimento descendente de preços no painel e tornar-se o comprador.

⁴⁷ Caso o agricultor não aceite as ofertas de preço pelo seu lote, ele tem as seguintes alternativas: estocar o produto em câmaras frigoríficas até o dia seguinte na expectativa da flutuação favorável, reembalar e vender à indústria ou ainda ligar do mercado para casa e ordenar a interrupção da colheita, pois segundo os agricultores a mão-de-obra da colheita representa 30% dos custos da produção (GARCIA-PARPET, 2003:10-11).

e todos se preparam para as operações de compra e venda. O vendedor anuncia as categorias de morango que serão ofertadas e programa o computador com preços mínimos e máximos.

CEASA – SC e a compra ‘não firme’

O funcionamento da CEASA, conforme analisado a seguir, é algo bastante diverso. O Regulamento Interno, documento que nos foi fornecido pela CEASA-SC é datado de junho de 1990. É interessante observar que, embora nas entrevistas o espaço destinado aos usuários não permanentes (chamado de ‘pedra’) seja declarado como destinado aos agricultores, no regulamento ele aparece como podendo ser ocupado ‘de forma especial’ pelos agricultores. Mas no artigo 18º. do capítulo IV, que fala dos vendedores, podem habilitar-se como usuários da Central: cooperativas agrícolas, sindicatos rurais, sociedade ou grupos de produtores agrícolas, produtores individuais e sociedades civis ou comerciais especializadas. A estas últimas, basta apenas apresentar o contrato social, especificação do produto e declaração de idoneidade e são consideradas aptas a atuar na CEASA (Artigo 19º., *op cit*). Com relação ao espaço dos boxistas, estes têm contratos firmados com o CEASA. O agricultor recebe a denominação de usuário não permanente, enquanto o boxista é um usuário que domina este espaço, a ponto como veremos adiante de barrar a mudança de horário de funcionamento do CEASA que foi proposto pela diretoria atual.

São dois tipos de usuários que podem freqüentar a CEASA. Os usuários do setor permanente (Box) – aqueles que conforme as normas e os regulamentos da Central, são permissionários por permissão remunerada de uso - TRPU e ocupam o local de forma permanente, são os chamados boxistas (Artigo 65º, REGULAMENTO DE MERCADO). O usuário do setor não permanente (pedra) ocupa os pavilhões reservados ao Mercado não Permanente; “*onde terão lugar de forma especial, os produtores rurais e suas organizações*” (Artigo 70º, parágrafo 1º, *op. cit*). Cada um tendo direito a atuação exclusiva em apenas um dos setores.

Por se tratar de um segmento de mercado aberto, as CEASAS têm ‘liberdade de entrada e saída’ (conforme o modelo da economia neoclássica), com a entrada de produtos obedecendo apenas à conveniência de compradores e vendedores, em negociações que seguem, segundo os técnicos da CEASA, o Regulamento de Mercado. Porém, esta

conveniência pode ser questionada como favorecendo largamente os atacadistas: como qualquer pessoa tem permissão de entrada no CEASA, o que ocorre é que o mesmo é freqüentado pelos chamados intermediários. Estes compram os produtos dos próprios produtores e os revendem minutos mais tarde dentro do próprio CEASA para outros clientes em geral donos de quitandas, pequenos mercados, restaurantes, entre outros; este procedimento não é alvo de punição pelo regulamento e fragmenta ainda mais a condição de negociação do agricultor. Conforme fala do técnico da CEASA entrevistado:

Porque às vezes até o produtor que chega aqui, tem um especulador trabalhando aqui dentro. Ele pode chegar com uma carga de tomate e vem [o especulador] e pode colocar na cabeça dele [produtor] que o tomate tá a R\$10,00, 15 ou R\$20,00 e o tomate tá no mercado a R\$30,00. E aí ele vem aqui dentro vender este tomate que ele comprou do produtor. Não paga nada pela nossa estrutura e ganha dinheiro. E o colono, o agricultor perde dinheiro. Então esta é uma colocação que a gente tem que ter (JH-CEASA).

Diferentemente do caso estudado por Garcia-Parpet (2003), a própria distribuição do espaço é desfavorável aos agricultores: eles estão dispostos linearmente dentro de três grandes pavilhões. Situam-se um ao lado do outro e não podem observar as negociações - exceto de seu vizinho do lado. Conforme o tempo passa e eles permanecem na sua pedra, enquanto que os que entram para ‘negociar’ (intermediários) podem circular e observar os movimentos nos galpões, a insegurança face a possibilidade de não vender aumenta (dado fornecido por um dos entrevistados - NG, 2005). Caso não tenha vendido seus produtos a tendência é que o preço caia, ou seja, que ele aceite uma oferta menor por acreditar que está sem opção. Os freqüentadores ‘fortes’ da CEASA-SC, conforme técnico entrevistado, são as centrais de compra⁴⁸ dos grandes supermercados; estes também negociam com os atacadistas dentro da CEASA. Eles também entram e negociam com os agricultores como qualquer outro comprador, chegando mesmo a operar como os intermediários anteriormente mencionados.

Conforme situação relatada por um técnico entrevistado da CEASA o coordenador de uma das centrais de compra dos supermercados chegava logo às 5 horas da manhã, junto com os agricultores e comprava o produto que ele sabia que estaria em falta no mercado a um preço inferior. Passado algum tempo revendia dentro da própria CEASA, num preço

⁴⁸ Segundo Belik (2005) os supermercados a partir da década de 90 começaram a organizar suas próprias centrais de abastecimento de hortifrutigranjeiros e são estas que negociam com os CEASAS.

muito superior. Fato que levou a uma advertência verbal da diretoria, porém nenhum tipo de punição cabia, conforme o Regulamento de Mercado.

No caso analisado por Garcia-Parpet, tanto agricultores como compradores têm o seu espaço definido, de onde uns visualizam os outros e os espaços são claramente separados. Isto impede a entrada de outros intermediários: há um hall e salas, para que a negociação se inicie. No CEASA/SC, como descreve o técnico entrevistado, até poucos anos atrás sequer o espaço dos pavilhões era ocupado pelos agricultores de maneira organizada (cada espaço, onde o caminhão do agricultor estaciona, tem uma numeração que o identifica).

Bom só para você ter uma idéia (...) as pessoas se acotovelavam na portaria da entrada. Agora não se encontra ninguém, se acotovelavam caminhões ali na frente deste pavilhão [primeiro pavilhão] e ao redor desta ponta aqui [a curva onde começa o prédio de administração da CEASA], ficava um amontoado, um tumulto. Começamos a limpar aqui, depois limpamos o pátio, limpamos o pavilhão, a frente do Pavilhão era uma disputa a tapa. Ninguém mais fica fora, tem o Pavilhão. Era organizar melhor, então estas condições foram se construindo ao longo do tempo. Houve muita pressão, tem muita pressão aqui. A pedra, por exemplo, a agricultor entrava aqui à meio dia do dia anterior para garantir o seu espaço. Porque eles disputavam a tapa. Eles não tinham garantia; eles tinham acesso, ele não tinha aonde ele ia ficar. Hoje não, hoje as pedras são numeradas, pro mês que vem. E porque que não era numerada? Por desorganização administrativa (JH, 2005).

O agricultor entrevistado de Urubici que frequenta o CEASA confirma esta informação e acrescenta que, agora, a posição da pedra que ele ocupa permanece a mesma ao longo do tempo. Ele negocia o valor a ser pago pela locação que é mensal e assim garante o seu ‘número da pedra’ que permanece sempre o mesmo.

Na CEASA-SC o que constatamos nas entrevistas e na observação do mesmo são relações informais entre vendedores e compradores, chamadas pelos técnicos entrevistados de ‘negociações livres’. Há um modo de negociar que sofre variações conforme a oferta e demanda de determinados produtos, porém o conhecimento da oferta por parte dos agricultores para que possam negociar seus produtos é bastante precário.

Atacadistas vêm das CEASAs de Blumenau e Joinville para negociar com agricultores dentro do CEASA de São José. Nos domingos, como a CEASA São José não abre, os agricultores negociam do lado de fora da CEASA com estes atacadistas. Um dos técnicos entrevistados nos relata que nestas negociações do domingo, os preços não são

computados para o início das negociações da segunda. Se houve alguma alta importante, os agricultores perdem a informação no início das negociações da segunda-feira.

Observamos e constatamos nas entrevistas assim como Barbosa (2004) no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, que o que faz iniciar as negociações é a caminhada dos produtores ao longo do Pavilhão, antes da abertura dos mesmos às cinco horas da manhã (horário em que ainda não há luz do dia). O fato da ausência de luz dificulta a visualização dos produtos, conforme nossos entrevistados.

No caso de Fontaines, conforme Garcia-Parpet (*op. cit*), o mercado funciona a partir das 13 horas, o mesmo horário observado no Brasil nos CEASA/RS e CEASA/MG, entre outros. Conforme técnico entrevistado da CEASA-SC, a central se organizou para a mudança de horário no início de agosto, porém houve um movimento de protesto por parte dos boxistas e um abaixo assinado que fez com que a diretoria adiasse a decisão da mudança para outro momento após uma ‘negociação com os interessados’.

Os agricultores, então, no início do dia, examinam o que os seus vizinhos trazem de produtos e quais as quantidades: para os de maior volume negocia-se um preço menor, para os produtos em menor quantidade, o primeiro preço sugerido é superior ao do dia anterior e, em algumas situações de escassez de produto, este pode subir e multiplicar-se em minutos, alcançando patamares que podem chegar a três ou quatro vezes o preço da abertura das negociações. Embora exista o trabalho de divulgação dos preços realizado pelo ICEPA e a divulgação nas rádios no início do dia, os agricultores declaram que não existe uma forma de divulgar as cotações do dia anterior que não seja o mecanismo do ‘boca a boca’. O diretor técnico nos informou que o sistema computadorizado com vários painéis de cotação de preços está previsto para um futuro próximo, mas não soube precisar para quando.

Quando perguntados sobre qual é a forma de negociação, alguns técnicos da CEASA respondem que ela segue o Manual de Mercado, outros técnicos e todos os agricultores entrevistados nos respondem ‘porque sempre foi assim’, mostrando a presença de uma ação tradicional – sem informações - que foi demarcada pelo regulamento das centrais.

É importante observar que o capítulo 1 do Manual de Regulamento de Mercado (1990) fala da finalidade da CEASA ‘*de realizar operações comerciais preferentemente a*

nível de atacado, visa o atendimento da demanda'. No capítulo VII, que fala do sistema de comercialização, são apresentadas as exigências da forma de disposição das mercadorias, a forma de ocupação da área, formas de pagamento (mediante contatos diretos livremente estabelecidos entre compradores e vendedores), enquanto outras modalidades, como leilões, *'formarão matéria de regulamento específico'* (Artigo 36^o, parágrafo 1^o, *op cit*).

O leilão, lembrando a definição de Weber (1991), que seria a maneira do melhor encontro entre os vendedores e compradores, não é privilegiado e sequer é item do regimento de mercado. Embora seja solicitado dos usuários da CEASA um atestado de idoneidade (referências bancárias, os últimos dois lugares onde comercializou), são freqüentes nas falas dos agricultores os calotes, atrasos ou não pagamentos pelos seus produtos.

Na CEASA/MG onde funciona um painel eletrônico com a cotação dos preços de produtos, um técnico fala da importância do mesmo para os agricultores:

O Painel [eletrônico] informa quantas caixas de tomate, qual o valor, 'quando o painel não funciona, eles piram' (AR/MG, 2005).

Quando perguntamos se ele acredita que o painel diminuiu a assimetria de informações que antes ele havia citado, ele declara:

Sim, sem dúvida. Considero que a assimetria de informações diminuiu muito. Importante ressaltar que é proibido que ele comece a funcionar antes das 5 horas da manhã – o que diminui a vantagem de alguns agentes. Às 5:15 h. o painel é ligado(AR/MG, 2005).

Este entrevistado ainda acrescenta que, no momento atual, existe uma preocupação - cita o IPEA e Ministério da Agricultura - de que as Centrais produzam informações estratégicas e contribuam para as condições de comercialização.

A CEASA, no seu Manual de Mercado, impõe severas penalidades aos boxistas e agricultores que não saldarem suas dívidas com a CEASA (multas, suspensão, chegando até ao cancelamento da TRPU e expulsão). No entanto, nenhum tipo de punição é especificada para aqueles que não pagam os agricultores. Neste assunto, face aos atos de compra e venda e pagamento direto entre usuários e fregueses, cabe à CEASA/SC⁴⁹ tão somente o papel de

⁴⁹ Nas outras CEASAS, mantém-se o mesmo modelo de Regulamento de Mercado, o qual segue as especificações da Lei 5.727 de novembro de 1971 e complementada pelo decreto 70.502/72.

'simples espectadora' (Artigo 36º, parágrafo 2º), o que, argumentamos, vulnerabiliza a condição do agricultor. Há aqui a ausência da coação prevista por Weber (1991).

Sobre a forma como se realizam as negociações dentro dos CEASAS, sugerimos a observação etnográfica de Barbosa (2004) que pesquisou o Mercado do Produtor de Juazeiro/BA. Esta autora observa o cotidiano de relações entre comerciantes (nem agricultores nem boxistas) estabelecidos no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA e mostra como os indivíduos se articulam na estruturação de vínculos mercantis. Os comerciantes, que poderíamos aqui considerar como os intermediários entre agricultores e compradores, se relacionam informalmente na compra e venda de produtos e “a base do negócio é a confiança” - expressão de um comerciante entrevistado por Barbosa (2004) e que dá título a sua dissertação.

Aqui, mais uma vez se constata a ausência de normas e regras que possam proporcionar qualquer tipo de garantia nas transações comerciais e em particular para os agricultores. A ‘confiança’ faz parte da trama de negociações onde não há nenhum outro tipo de alternativa e onde o não pagamento é constante. Não há a ‘coação’ de que fala Weber (1991) e mesmo que o entrevistado de Barbosa fale na confiança, não pode haver confiança num ambiente em que o pagamento é incerto. Aqui poderíamos sugerir o constructo das redes proposto por Granovetter (2003). Nelas, os atores econômicos se relacionam limitando o oportunismo e evitam recorrer à justiça. Para estes atores há uma ausência de relações sociais em redes, ausência dos laços fracos (em que há pouca proximidade entre os atores) em oposição aos laços fortes (de grande proximidade); Granovetter fala da força dos laços fracos (WANDERLEY, 2002).

Os agricultores analisados por Garcia-Parpet (2003) exigem de seus compradores a ‘compra firme’, não somente a caução já comentada como também que os preços e pagamentos sejam definidos na própria negociação do dia. A relação de compra e venda realizada na CEASA é aquela observada por Garcia-Parpet (2003) como ‘compra não firme’: os vendedores/agricultores, muitas vezes fecham um preço com os compradores, porém estes só vão pagá-lo dali a 15 dias. Na data de pagamento, muitas vezes, o preço acaba sendo rebaixado, pois, o comprador alega ‘dificuldade em vender aquele produto’, conforme relato dos agricultores entrevistados. Vemos este fenômeno se repetir em Urubici nas compras locais no momento atual; os prazos chegando a 30 e 60 dias da entrega do

produto. Os agricultores entrevistados que freqüentam a CEASA entregam muitas vezes suas mercadorias sem preço estabelecido, como acontecia no período anterior ao do mercado computadorizado com os agricultores de Fontaines. Eles chamavam este tipo de negociação de ‘compra não firme’. Esta informação do prazo e do não acerto de preços é confirmada pelos técnicos entrevistados da CEASA/SC. Quando perguntados sobre a causa desta falta de garantias, os agricultores nos respondem que *‘todo mundo é assim. Se a gente não faz, outros fazem e, como diz o outro, a compra vai embora (JG, agricultora)’*.

Este fenômeno se repete nas negociações em Urubici, conforme será apresentado no próximo capítulo. Os agricultores se relacionam num ambiente em que não possuem nenhuma força de negociação face às normas do Regulamento de Mercado e face à distribuição do espaço. A CEASA construiu um Pavilhão que ficou com o nome de Pavilhão da Agricultura Familiar. Uma agricultora entrevistada conta que, quando eles foram encaminhados para este pavilhão (sem uma prévia consulta a eles sobre a mudança), protestaram e depois de alguns meses sem ter conseguido realizar negócios lá, reivindicaram o retorno ao antigo pavilhão da entrada, onde circulam mais compradores. Para tanto, ela declara que assim se dirigiu ao diretor de mercado:

Se a gente não volta para lá [pavilhão antigo], vou procurar meus direitos (NG, 2005)

Quando perguntado sobre o problema o diretor do CEASA/SC assim declara:

É, este pavilhão por estar mais ao fundo, o pessoal diz que tem dificuldade de comercializar. Então o que nós fizemos para viabilizar este pavilhão? Para o pessoal ir para lá? Nós fizemos o espaço mensal e não o diário. Ele paga mensalmente e reserva o seu numero, tem um ponto fixo na pedra. Mas ele está um pouco prejudicado ainda. Então lá eles se destinam mais ao produtor comercial na verdade. Só que como lá ainda não tem um movimento ao redor, não tem pista asfáltica – que é o que nós estamos licitando agora – e vai ser feito um novo anel viário, uma nova portaria, daí aquele pavilhão vai ficar na frente, vai ser muito bom este espaço, ponto de saída e ponto de entrada. Porque abre com o Pavilhão da agricultura. Só que por enquanto, realmente, porque as pessoas estão acostumadas a chegar ali [pavilhão antigo], né? (JH, 2005).

Tanto o ambiente institucional-legal como o relato presente nas falas quer de técnicos quer dos agricultores é que o espaço das CEASAS é o espaço dominado por interesses e pressões e onde os agricultores são atores com menos força, menor organização e que ocupam este campo econômico de maneira vulnerável. O modelo de concorrência perfeita está contemplado no regulamento de mercado e na fala dos técnicos, porém não está contemplado na prática. O modelo serve aos interesses dos atacadistas e boxistas que estão no CEASA e não há concorrência perfeita.

O que se pode observar, conforme o relato do técnico da CEASA/MG é que as Centrais iniciam suas operações antes da Constituição de 1988, momento em que há um ambiente de não exigência de licitações, o que favoreceu a ocupação das Centrais por interesses políticos. Ao longo deste período de existência, outros interesses tomam lugar, como dos grupos supermercadistas, momento analisado a seguir. Encontramos, portanto, confirmadas análises teóricas de Fligstein e Bourdieu.

2.3 A arena do mercado olerícola e o momento atual

A análise da cadeia olerícola passa pela atuação de quatro atores: 1. agricultores, 2. consumidores e seus intermediários, 3. as centrais de abastecimento e 4. os canais de distribuição: supermercados e em menor número feiras, sacolões, pequenos mercados, entre outros.

Como coloca Fligstein, os mercados são enraizados na sociedade e precisam de instituições para funcionar. Para tocar na atuação do Estado no Brasil e sua relação com o mercado de olerícolas é necessário considerar seus dois momentos: O primeiro momento de viabilizar e garantir a produção e comercialização de olerícolas e a modernização da agricultura como descrita nas sessões anteriores. O segundo momento é o da criação de regulamentos, leis e instituições que viabilizaram a entrada de grandes grupos supermercadistas no Brasil.

Num primeiro momento, atacadistas são atores econômicos privilegiados no campo econômico que conforma o mercado de produtos olerícolas. Num segundo momento, que se inicia na década de 90 é o movimento dos grandes grupos supermercadistas que começam a agir no sentido de ocupar espaço neste campo. Este campo econômico foi

modificado por uma ambiente institucional favorável aos grupos supermercados o que foi orquestrado pelo Estado brasileiro na forma de leis. Como veremos a seguir, os supermercados começam a montar suas próprias centrais de abastecimento que podem negociar com os atacadistas nas CEASAS ou ainda diretamente com agricultores, exemplo do grupo Pão de Açúcar (BELIK, 2005).

Após as primeiras décadas do início do processo de modernização, embora alguns autores afirmem que o papel diferenciado da intervenção do Estado, principalmente até a década de 80, entrou em colapso abrindo caminho para capitais globais mais amplos: financeiros, corporativos e manufatureiros (MARSDEN, 2002: 29), é possível contestar esta afirmação observando que o Estado tem uma forma de atuar, a qual pode aparecer como ausência. Como pondera Fligstein (2002), os oficiais de Estado são educados pela lógica de mercado e a teoria econômica contribui para a evolução da organização econômica: o que é ensinado nas universidades tende a ser racionalizado. Estes profissionais, ao atuar, vão agir de acordo com a teoria econômica, o que tende a homogeneizar a forma como as empresas vão se comportar e assim também isto se estende para a esfera pública: ministérios, secretarias e órgãos públicos em geral. Não há necessidade de impor algo ao Estado, as pessoas que formam o Estado têm a mesma formação dos empresários, atores tanto do sistema econômico como do político passam pelo mesmo processo de formação.

Aqui nos referimos a um dos estudos de Fligstein (2001) sobre a Silicon Valley: se as análises correntes deste mercado mostravam-no como efeito espontâneo da ação de empresários schumpeterianos, Fligstein considera esta visão como um mito a ser desconstruído desvendando o papel fundamental da atuação do Estado⁵⁰.

Embora pudéssemos afirmar que a atuação do Estado na agricultura no Brasil privilegiando setores pudesse explicar os atuais arranjos de mercado - análise corrente na literatura desta área - nos propomos aqui a uma mudança no enfoque. No lugar de olhar para a produção agrícola, nos voltamos para o mercado e para a construção dos canais de distribuição da produção agrícola nas últimas décadas.

⁵⁰ A imagem de uma região que se desenvolve de maneira espontânea com pequenas empresas em concorrência perfeita se desmonta com a constatação de concentração elevada, onde cada empresa controla até 60% dos mercados onde atuam. O Estado atuou de maneira geral: nas leis de propriedade que favoreceram os detentores de patentes; nas regras de concorrência que favoreceram as companhias de telefone e cabo; leis sobre imigração para garantir o abastecimento de engenheiros (drenagem de cérebros, conforme Hemingway).

Na sessão anterior falamos das Centrais de Abastecimento, onde os atacadistas são os atores econômicos com mais chances de sucesso, devido ao capital comercial e também capital financeiro e simbólico, conforme Bourdieu (2005). Veremos na próxima sessão como os grupos supermercadistas que além destes capitais, se posicionam neste campo econômico, beneficiados também pelo acréscimo do capital tecnológico.

2.3.1 Olerícolas e supermercados

É no final do século XIX que se inicia a expansão da produção em massa nos Estados Unidos; produção essa que dependia do acesso aos mercados⁵¹ (BELIK, 2005). Nóbrega (1996) lembra que o marketing surgiu nos EUA e que o consumo sempre foi estimulado entre os americanos e que neste país sempre foi legítimo querer ter coisas. Isto traz a reflexão de Veblein (WEILBRONER, 1996) sobre a classe ociosa: ele afirma que o homem moderno é a sombra dos seus antepassados bárbaros; a classe ociosa mudou de ocupação e refinou os métodos mas o objetivo predatório de tomar bens sem trabalho tornaram-se a contrapartida moderna dos escalpos pendurados em tendas. O consumo conspícuo é que mostra esta proeza predatória: *os motivos do comportamento econômico podem ser melhor compreendidos em termos de irracionalidades enterradas fundo do que nos termos do embelezamento do comportamento do século XIX que os transformam em conseqüência da razão e bom sendo* (WEILBRONER, 1996:217).

É também através das táticas de publicidade que os países da América Latina são estimulados a consumir produtos de baixo valor energético fornecidos pelas empresas norte-americanas (oferecem calorias no lugar de proteínas e carboidratos): ketchup,

⁵¹ Embora tenhamos destacado a ação das empresas de fertilizantes no capítulo 2, é importante ressaltar que as multinacionais do EUA de beneficiamento de alimentos foram muito mais atuantes que estas em seus investimentos no exterior. Marcas como Quaker Oats, Del Monte e Pillsbury nomes conhecidos nos EUA, Europa Ocidental e países em desenvolvimento. Nos períodos de 45 a 60, as Companhias Norte-americanas de alimentos introduziram seus alimentos de preparo rápido na América Latina: Quaker –trigo e aveia no Brasil e Colômbia, Kellogg – cereais para café da manhã no México e Nabisco – biscoitos na Venezuela. Coca-cola e Pepsi deram autorização para engarrafadoras locais em vários países. O surto de beneficiamento se intensifica na década de 60. com o mercado do EUA saturado de produtos a maioria das empresas de beneficiamento voltaram seus olhos para outros países incluindo a região da América Latina, com um surto de investimentos entre 60 e 75. A indústria de enlatados, por exemplo, construiu fábricas em vários países; cresce também a produção de alimentos de preparo rápido, os junk foods. Na década de 70, os mercados florescentes estavam na Venezuela e Brasil. No nosso país, o governo oferece estímulos especiais à agroindústria e mantém rigoroso controle da força de trabalho o que estimula a indústria de beneficiamento (BURBACH E FLYNN, 1982).

biscoitos, refrigerantes⁵² (BURBACH E FLYNN, 1982). Aqui, observa-se a idéia da força do capital comercial (BOURDIEU, 2005) destas empresas que detém controle da rede de distribuição e os serviços de marketing que estimulam o consumo.

No Brasil se mantém, até a década de 80, essa dinâmica de expansão da produção e distribuição de alimentos. Por outro lado, a rápida taxa de urbanização, a introdução do automóvel como bem de consumo e as mudanças no mercado de trabalho com o crescimento da participação da mulher colaboravam para este crescimento. Esse padrão entra em crise e os ajustes econômicos reduziram o poder de consumo da população ao mesmo tempo em que a renda se concentrou., (BELIK, 2005) Foram introduzidas inovações na oferta de produtos e na produção e distribuição de alimentos⁵³, graças ao acesso à informática e telecomunicações, dando maior competitividade à indústria de alimentos e aos distribuidores:

“Analisando-se os dados brasileiros do período se observa uma intensa concentração nos principais ramos da indústria e do varejo. Essa concentração foi intensificada pela entrada de novos players no mercado em decorrência da expansão de investimentos das multinacionais para a América Latina” (BELIK, 2005: 2).

Esse processo de concentração e internacionalização das cadeias de supermercados se intensificou nos últimos dez anos, segundo Belik (2005). Essas cadeias passaram a promover um sistema de distribuição segmentado para produtos diferenciados com eficiência e economia de custos. Na área de frutas, legumes e verduras, os FLV, o supermercado compete com quitandas e feiras livres. Como forma diferenciada de competir com estes distribuidores, a rede supermercadista se volta à cadeia curta do FLV e desenvolve programas de qualidade junto aos agricultores familiares (BELIK, *op. cit.*). Começa também a organizar suas próprias centrais abastecimento de FLV, fenômeno observado também em Santa Catarina, segundo a informação de técnicos entrevistados (CEASA/SC e EPAGRI).

⁵² Para milhares de pessoas com rendas de subsistência, todo centavo gastos nestes produtos leva a uma maior deterioração de suas dietas já reduzidas (BURBACH E FLYNN, 1982).

⁵³ No final da década de 70, o predomínio do capital estrangeiro é generalizado na América Latina. O Brasil é neste momento o maior exportador agrícola depois dos EUA, porém os empresários nacionais desempenham papel marginal no comércio mundial. Para exemplo, a Anderson Clayton é grande exportador do algodão brasileiro, uma subsidiária da Coca-cola comercializa suco de laranja brasileiro no exterior, a Cargill é exportadora de óleo e de soja brasileiros e a General Foods compra grande parte do café produzido no Brasil (BURBACH E FLYNN, 1982).

Cabe lembrar que o sistema de produção em massa está estreitamente ligado ao desenvolvimento do varejo moderno. A história da cadeia de varejo passa por etapas semelhantes às observadas por Codron (1995) na cadeia do tomate.

Como ressalta Nóbrega (1996) citando Tedlow (1990), o surgimento do mercado de massa no EUA se deu em três fases. No final do século XIX, os mercados eram fragmentados e só haviam marcas locais e vendas em pequeno volume. Na segunda fase, os mercados se desenvolvem a partir da implementação da rede nacional de estradas de ferro e do telégrafo no final do XIX.

O escoamento da produção se dá por esta rede e o lucro vem da grande quantidade vendida com margem pequena. Segundo Nóbrega (*op. cit.*), na primeira fase só era possível satisfazer desejos locais e as empresas forneciam ‘o que os consumidores desejavam’, Nesta fase as empresas passam a ter o poder de ‘*educar as pessoas e acostamá-las a algo novo e fazê-las comprar o que está sendo oferecido*’ (NÓBREGA, 1996:65). A última fase é a da segmentação, a qual podemos associar com as reflexões sobre a mundialização do sistema agroalimentar. Nichos de mercado são as características desta fase, onde se desvincula o preço do custo de produção: o preço tem relação com o valor que o consumidor atribui ao produto mais do que com seu custo de fabricação (*op. cit.*). Aqui de novo aparece a qualidade, no caso a ‘percebida pelo consumidor’, como linguagem fundamental.

Os primeiros supermercados surgem nos EUA nos anos 30; sob as condições observadas acima por Tedlow (1990). O modelo atinge primeiro a Europa e, em seguida, demais nações inclusive o Brasil, somente ao final da década de 50, momento do pós-guerra (BELIK, 2005).

No Brasil, a estrutura departamentalizada, o auto-serviço, a organização e gestão de recursos humanos e a fórmula bem-sucedida da baixa margem e alta rotação de estoques são elementos da gestão supermercadista que influenciam diretamente no mercado de alimentos que começa a ser implementado.

Legislação e setor supermercadista

Voltando a Fligstein, duas questões institucionais são relevantes até a década de 50, no Brasil; a modificação delas torna o ambiente institucional favorável às grandes redes supermercadista que chegam nos anos 90. A primeira delas é a legislação de regulamentação do comércio de alimentos. Segundo Belik (2005), era uma legislação antiquada e obsoleta em praticamente todas as cidades do Brasil. As lojas de secos & molhados trabalhavam aos sábados e domingos até 20 horas e os primeiros supermercados deveriam se adequar a estes horários. As administrações de empórios e armazéns eram familiares: isto eliminava problemas trabalhistas e atendia as preferências dos clientes. Essa conformação do mercado impunha obstáculos à instalação de estabelecimentos comerciais de varejo de alimentos (*op. cit.*).

A segunda questão institucional se referia à carga tributária imposta à venda de alimentos. Os impostos em cascata permaneceram até 1966, sendo aplicados em todas as fases de produção e distribuição de uma determinada mercadoria, o que tornava seu preço elevado até chegar à ponta da cadeia, o consumidor. Segundo Belik (2005), se nas pequenas empresas era viável a prática de sonegação de impostos, o mesmo não se dava com o supermercado que trabalhava com estrutura profissional. Cyrillo (1987) citado por Belik (*op. cit.*) observa que este fenômeno elevava os custos de operação.

A entrada na chamada era desenvolvimentista da década de 70, as tendências dos novos hábitos que acompanham a televisão, a motorização da classe média e difusão do *american way of life* chegam junto com este novo conceito de hábitos de consumo trazido pelos supermercados e, segundo Belik (1997), o mesmo seduziu o consumidor brasileiro.

É no ano de 1968 que os supermercados conquistam uma incidência tributária à parte, regulamentando a atividade de supermercado e autoserviço. A carga tributária é aliviada devido as mudanças fiscais; o Estado promove incentivos creditícios à expansão dos supermercados com taxas de juros reduzidas. Neste momento a rede supermercadista é reconhecida como categoria diferenciada de varejo (BELIK, 2005). É deste ano também a criação da Associação Brasileira de Supermercados – ABRAS (2005).

Segundo Rojo (1998) o setor de supermercados, apesar da estabilidade econômica na década de 90, passou por transformações na busca de, segundo este autor, mais qualidade, eficiência e produtividade. Os dados de Nielsen citados por Rojo (*op. cit.*)

mostram que a partir dos anos 70, a participação dos supermercados na distribuição de alimentos cresceu de 26% para 85% em 1996.

Anos depois, com a abertura da economia, com o crescimento do poder da rede varejista financiada pelo Estado e reestruturação da indústria de alimentos em base flexíveis se esgotam as formas de intervenção do Estado no setor de abastecimento. No final dos anos 80, os benefícios desta intervenção começam a ser questionados (BELIK, *op. cit.*). Aqui poderíamos perguntar: quem questiona esta intervenção e este questionamento contempla quais interesses ele?

A emergência de um novo ambiente competitivo que substitui a produção em massa, como já discutido, se dá ao mesmo tempo em que se inicia a revolução tecnológica proporcionada pela informática e as telecomunicações; estes fenômenos estão na base do varejo flexível (BELIK, 2005). Aqui entra o capital tecnológico de que fala Bourdieu (2005) que começa a deformar este campo das olerícolas. Estas transformações proporcionam mudanças no comércio de alimentos ao mesmo tempo em que permitem mudanças nas relações entre produtores, processadores e distribuidores. Esta tendência se liga ao fenômeno da mudança do comportamento do consumidor e à emergência de nichos de mercado associada a uma preocupação maior com informação e qualidade (id, *ibid*). Isto traz desafios para os produtores do mercado olerícola.

Dada a especificidade das olerícolas, as quais são perecíveis, isto traz problemas como armazenagem e manipulação do mesmo até chegar ao consumidor final. Conforme técnico da COBAL observa, o Estado possui uma Política Geral de Preços Mínimos – PGPM – apenas para grãos e fibras e os *in natura*, como perecíveis, têm limites como armazenagem e a necessidade de refrigeração, não sendo contemplados pela mesma.

A forma de comercialização tradicional foi reformulada pela emergência das Centrais de Compra e Centrais de Distribuição, permitindo como no caso dos produtos homogêneos commoditizados, relações que prescindem da presença dos negociadores para tal. Segundo Belik (*op. cit.*) não há necessidade de grandes arranjos institucionais para a promoção de transações. Porém, para os produtos com ofertas irregulares (os *in natura*, que são sazonais por exemplo) há um maior volume de custos de transação e estes custos são mais elevados. Pondé (1993) citado por Belik (*op. cit.*) fala da necessidade de administrar uma “contínua barganha” para produtos *in natura*, o que, para Belik (*op. cit.*), leva a

acordos institucionais de mais longa duração: a compra dos FLV é feita por loja, pela necessidade dos produtos frescos. Este fenômeno da necessidade da barganha foi observado por um gerente de supermercado em entrevista (Comper, 2005).

Belik (op. cit) observa como vantagem dos supermercados em relação aos demais agentes da cadeia, o fato de estarem em contato com os consumidores, o que lhes dá condição privilegiada na coordenação da cadeia produtiva.

Esta mudança no ambiente competitivo patrocinada pelo Estado é acontecimento do mesmo momento em que pequenos varejistas tradicionais do ramo de alimentos saem rapidamente do mercado (aqui vemos o desaparecimento das quitandas que agricultores de Urubici entrevistados apontavam como canais de comercialização no passado). Este ambiente, conforme Belik (op. cit), torna igualmente difícil a manutenção dos supermercados não integrados em rede.

Segundo este autor, até o ano de 1995, o Brasil tinha apenas uma rede de supermercados de capital estrangeiro, o Carrefour. Este fica por 20 anos como única rede estrangeira no país. Ela inicia a compra de pequenas redes locais e o Brasil passa a fazer parte da tendência mundial de concentração nos canais de distribuição. Entre 1995 e 2000, grandes aquisições foram realizadas pelo Carrefour assim como chegaram no país o Wall Mart (norte-americano), Sonae e Jerônimo Martins (portugueses), Casino, Promodès e Comptoirs Modernes (franceses) Royal Ahold (holandês). Hoje entre as cinco maiores empresas brasileiras, nenhuma é de capital totalmente nacional (ABRAS, 2005).

Este cenário é também observado na América Latina, onde 65% das vendas do setor se concentram nas mãos dos cinco maiores grupos e o fenômeno é semelhante para o resto do mundo. Este crescimento foi acelerado pela entrada maciça, a partir de 1997, do capital estrangeiro no ramo de distribuição.

Por último, Belik sugere o que chama de ‘pouca resistência dos capitais locais’ tendo em vista sua fraqueza e baixa eficiência (id, ibid:7). Argumenta-se que esta fraqueza foi patrocinada pelo Estado brasileiro e a respeito da baixa eficiência faz-se a pergunta: eficiência para quê e para quem? Podemos argumentar que a própria eficiência, dentro do referencial teórico proposto, é ela mesma socialmente construída, vai depender dos acordos cognitivos, conforme Fligstein (2001) entre os atores deste campo econômico, os quais constituem as concepções de controle que convencem os demais atores do campo o que se

aproxima da idéia do capital simbólico dos atores dominantes, proposto por Bourdieu (2005). Chama atenção ainda, embora se observe a vulnerabilidade dos agricultores na negociação com os supermercados (como dizia nosso entrevistado que se percebia sem alternativas, *‘não há muito o quê negociar, é pegar ou largar’*), os dados obtidos por Belik (*op cit*) na entrevista com executivos de redes supermercadistas: ao contrário do que se observava no passado, a margem de lucro na venda de FLV é elevada e a qualidade e a diversidade destes garantem frequência e fidelidade dos clientes. Em pesquisa recente da ACATS – Associação Catarinense de Supermercados, os dados mostram que os setor de FLV cresceu em média 10% nos últimos 5 anos e que estes passam a ocupar um lugar privilegiado nos supermercados, mais à frente da loja (ACATS, 2005).

Sugerimos aqui que as olerícolas passam por diversas linguagens ao trafegar no mercado: ela sai das propriedade como algo que deve ser vendido rapidamente ao contrário se perde e chega aos supermercados como produtos valorizados e que têm importância fundamental para que os consumidores frequentem os mesmos.

Esta análise aponta para o fato de que, no momento atual, os grupos supermercadistas estão substituindo as Centrais de Abastecimento na forma de organizar o mercado olerícola, na organização de suas próprias centrais e iniciativas junto a agricultores. Se num primeiro momento os agricultores se encontravam numa relação desigual com os atacadistas, o momento atual permanece a desigualdade e apenas outro ator econômico se coloca neste campo e muda a relação de forças (BOURDIEU, 2005). Porém, novamente são agricultores que, numa conformação de mercado patrocinada pelo Estado, permanecem vulnerabilizados.

2.3.2. Compra institucional: poder público e a compra de alimentos

Apresentamos a seguir alguns elementos acerca da compra institucional de alimentos. Como observa Fligstein (2002), o Estado enquanto ator preferencial na construção dos mercados elabora e mantém arranjos institucionais. Cria as leis e regulamentações e, entre outras ações, promove compras públicas. Faremos uma breve análise de como o ambiente institucional-legal deste setor não contempla os agricultores familiares ou pelo menos dificulta sua entrada nele, com o exemplo da compra institucional de alimentos para merenda escolar.

Quando o assunto é grãos, sementes e fibras, a CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento, mantém uma política geral de preços mínimos, a PGPM; como já comentado. São produtos que se prestam à estocagem de longo prazo, a chamada estocagem reguladora ou estratégica, como já comentado. A PGPM não abrange a estocagem de produtos hortifrutigranjeiros por serem de alta perecibilidade, demandando consumo rápido ou armazenagem frigorificada, o que aumentaria muito o custo da armazenagem. No caso de grãos, sementes e fibras, a CONAB cumpre o objetivo institucional de manter a regularidade do suprimento de produtos agrícolas básicos e de dar sustentação aos preços pagos aos agricultores. Ela é encarregada do acompanhamento e da análise da conjuntura do mercado agrícola. Segundo o superintendente regional, dentre suas funções ela fundamenta propostas técnicas que são submetidas à Secretaria de Planejamento Agrícola e ao Tesouro Nacional “*objetivando a oportunidade e a conveniência de aquisições, remoções, importações, internalizações e vendas*” para grãos (SR/ CONAB- SC; SL, 2005).

Quando Fligstein argumenta que o Estado deve ratificar ou ajudar a criar as concepções de controle, vemos que no caso dos grãos, o Estado intervém diretamente. Ele define quem pode negociar e condições das negociações; bem como define as regras de troca. E de que forma as olerícolas se relacionam às compras públicas?

Uma forma de compra pública na qual aparece o reconhecimento pelo Estado da importância da agricultura familiar é a merenda escolar. Quando se fala da demanda por alimentos pelo poder público, o principal elemento é a merenda escolar. No Brasil, este tipo de compra atende 8,1 milhões de crianças e movimenta perto de R\$680 milhões ao ano (R\$0,32 per capita), segundo os dados do Projeto Fome Zero – PFZ (2001). Há ainda outra parcela de compras institucionais para hospitais, creches, presídios e outras atividades públicas. A compra de alimentos para várias atividades segundo o PFZ (2001), poderia servir como incentivo à produção agrícola – em particular da agricultura familiar - e ao estímulo de hábitos de consumo. Aqui, como observam Fligstein (2002) e Bourdieu(2005) aparece o estado a construir uma demanda e organizar a sua oferta.

Criado pela lei 8.666 de 1993, uma das iniciativas neste sentido é o governo eletrônico na administração de recursos destinados a compras institucionais que está em seu início: o sistema funciona através de ordens de compra padronizadas, contratos

padronizados e regras de arbitragem acordadas entre todos os concorrentes (FOME ZERO, 2001:68). Segundo seus elaboradores, permite agilidade e transparência às disposições colocadas pela licitação. Segundo o PFZ, traz confiabilidade ao que está sendo adquirido e economia de recursos.

No entanto, há problemas na destinação de verbas para a alimentação escolar. No Brasil, estima-se que 40% das denúncias que chegam à Corregedoria Geral da União, órgão que fiscaliza o uso de recursos federais pelos municípios, tratam de corrupção e desvio de recursos destinados à alimentação escolar. A Apoio Fome Zero⁵⁴ elaborou uma cartilha convidando a população a fiscalizar a merenda escolar, numa forma de luta contra a corrupção eleitoral.

Cabe destacar que todas as políticas sociais sob responsabilidade do Estado são permeadas pela segurança alimentar, pela abrangência de seu conteúdo no sentido de assegurar a cidadania (ALY JR., GOMES JR *et. al.*, 2003).

Os programas de alimentação envolvem a mobilização de recursos - quer seja na esfera central do governo, regional ou local - frente a uma demanda que se expande a um ritmo acelerado, segundo estes autores. Para os municípios, a operação de programas, em especial os destinados à política institucional de alimentação, se viram obrigados a compatibilizar a limitada disponibilidade de recursos transferidos da esfera federal e estadual com a expansão de demandas locais (ALY JR., GOMES JR *et. al.* op.cit.). Estes autores observam uma assincronia entre a disponibilidade de recursos, os preços e as necessidades a serem atendidas, sendo observada a presença de agentes de comercialização especializados em concorrências públicas, regidas pela Lei Federal 8666, de 21/06/93 e alterações posteriores. Mesmo considerando “*vantagens de preços oferecidas por estes agentes, cria-se no processo, uma indesejável dependência em relação a estes tipos de fornecedores*” (ALY JR., GOMES JR *et. al.*, op. cit: 139). Ao mesmo tempo em que os produtores agrícolas de base local e agroindustriais têm dificuldades para colocar sua produção no mercado institucional, estes autores, ao observar os cadastros das empresas

⁵⁴ Apoio Fome Zero é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) formada por empresas e entidades sociais unidas para apoiar projetos e ações que promovam a segurança alimentar e nutricional da população brasileira. Ela propõe fiscalizar e processar na justiça antes que se reapresentem para reeleição, prefeitos e vereadores corruptos que estejam roubando recursos destinados à merenda escolar na rede pública de ensino.

credenciadas nas prefeituras, constataam que são praticamente as mesmas firmas que participam das concorrências para merenda escolar em todo o país. Isto tem como reflexo inevitável, segundo Aly Jr. e Gomes Jr, o comprometimento da geração de emprego e renda, o que em última instância acaba refletindo negativamente na economia do município.

Estes autores sugerem o redirecionamento da compra institucional de forma a criar condições para a participação de agentes econômicos locais. Isto poderia abrir, no âmbito regional, possibilidades para a produção agrícola de base familiar. Porém, acrescentam os autores, há a necessidade de criação de programas de comercialização de maneira que se viabilize que a produção de base familiar se torne fornecedora da demanda institucional. Aly Jr. e Gomes Jr (*op. cit*) sugerem o PRONAF como instrumento importante de estímulo de tais iniciativas locais de comercialização direcionadas à produção de base familiar; eles sugerem ainda a criação de equipamentos públicos denominados Central de Compras ou Supervisão de Compras. O que é possível observar é que os atores que acabam sendo privilegiados nas comprar públicas de alimentos são os especialistas em concorrência e não os agricultores.

Vimos neste capítulo, acompanhando a história da cadeia do tomate, como o mesmo se torna um produto comercializável e ganha um aspecto de mercabilidade pautado pela qualidade. Codron mostra os diversos modelos e diversos sistemas produtivos e distributivos que contemplaram a cadeia do tomate e identifica os momentos em que o aporte tecnológico privilegiou quer a produção e quer a distribuição. Vimos ainda como atores potentes na Comunidade Européia conseguiram fazer com que o modelo de estufa fosse adotado para toda Europa. No Brasil, observamos como a modernização tecnológica privilegiou durante longo período a produção, ficando a distribuição em segundo plano. É a entrada dos grupos supermercadistas que introduzirá o capital tecnológico à distribuição.

Mostramos como o Brasil tem um diferencial em relação à América Latina no que se refere à montagem de um sistema de Ciência e Tecnologia potente e como os diversos atores político e sociais organizados em associações científicas nas diversas áreas formaram um campo privilegiado para o desenvolvimento tecnológico no país. Isto se dá de maneira particular no campo dos produtos agrícolas, sendo o país apontado como um dos grandes fornecedores mundiais de alimentos e fibras a médio e longo prazo. Porém, se a

mobilização de capital tecnológico foi intensa para a produção agrícola, ela se manteve incipiente para a esfera da circulação. Somente numa fase atual é que recursos tecnológicos foram mobilizados para a circulação de produtos com a chegada de grupos supermercadistas.

Vimos também a atuação da elite política catarinense que se organizou através de associações e de federações para manter ou modificar as condições de jogo neste campo econômico garantindo seus interesses - na disputa por subsídios e os itens da agricultura que foram contemplados pelas políticas públicas; foram as concepções ditadas por eles que foram ‘convincentes’ para os demais atores deste campo econômico, conforme Fligstein.

Na análise comparativa do estudo de caso do Mercado francês e a Central de Abastecimento de Santa Catarina vimos como os casos se aproximam nas condições materiais e se afastam no que se refere ao capital simbólico, educacional e político dos atores que participam. Seguindo as pistas de Bourdieu (2005) sobre o campo econômico vimos como os atacadistas são detentores do capital comercial, financeiro e simbólico e garantem suas chances de sucesso dentro das CEASAS e como as condições de concorrência são imperfeitas. Falta, para estes atores econômicos, capital tecnológico que será incorporado ao campo com a entrada da rede supermercadista a partir da década de 90. Esta entrada é possível graças ao ambiente institucional favorável, conforme Fligstein (2001), provido pelo Estado brasileiro.

Tomando a reflexão de Fligstein (2001), com relação às estruturas de governança, vimos como a lei que cria as Centrais de Abastecimento na forma de regulamentação expressa no Regulamento de Mercado(1990) favorece a atuação dos atacadistas e como as práticas informais nos movimentos de compra e venda os agricultores não têm nenhuma segurança e não se organizam para lutar por ela. Sobre os direitos de propriedade, vimos como o envolvimento do Estado se dá pelo modelo interventor. No caso das olerícolas, o modelo intervencionista, fundado nas Centrais de Abastecimento promove uma condição de mercado que privilegia os atacadistas em detrimento dos agricultores.

Acompanhando a reflexão proposta por Fligstein pudemos mostrar com este trabalho que a oposição freqüentemente invocada entre governos e atores de mercado (onde os governos são vistos como intrusos e ineficientes e empresas como eficientes produtoras de riquezas) é um equívoco. Pudemos observar, à luz da proposta de Fligstein, no estudo de

caso de Urubici como as formas dos campos criados pelos Estados para intervir nos mercados redesenham estes campos que são os mercados, ou seja, a construção do Estado e a construção do mercado andam lado a lado.

No próximo capítulo vamos analisar o caso da montagem do Mercado do Produtor, segunda fase de consolidação das Ceasas no município de Urubici. Vamos acompanhar o histórico do município e da forma do como se estabelece agricultura familiar neste local e mostramos como as ações dos agricultores estão pautadas pelo *habitus*, conforme Bourdieu (2005) e como, de maneira semelhante à CEASA, o Mercado do produtor se aproxima e se afasta do caso francês e a concorrência observado neste mercado é imperfeita, pois há assimetria de informações.

Capítulo 3 **Construtores do mercado olerícola**

1.Urubici, Santa Catarina – uma história de luta

2.Urubici, Santa Catarina e agricultura familiar: outra luta

3.O cativo da serra

“Conta-se a história desse velho cabila, que tendo alcançado pela primeira vez o topo do desfiladeiro que limitava o horizonte de sua aldeia, exclamou: ‘Oh, Deus ! Como teu mundo é grande!’”

Desencantamento do Mundo – Pierre Bourdieu

A história do velho cabila citada por Bourdieu mostra o momento em que ele ultrapassa o horizonte de sua aldeia e se espanta; além do horizonte do presente o mundo imaginário que não pode ser ligado ao universo da experiência e onde reina uma outra lógica. Discutiremos neste capítulo o histórico do município e da construção do mercado olerícola com base em documentos e nas informações dos entrevistados tanto agricultores como técnicos da CEASA, EPAGRI e ICEPA com o objetivo de entender em que arena a ação social dos agricultores toma lugar constituindo o campo do mercado olerícola. O agricultor, este que domina as técnicas produtivas e sabe do plantar como se fosse sua própria pele, extensão de seu corpo nos dizeres de Marx. Desde o início do processo de modernização até o momento atual, como ele se coloca no mercado? Será a lógica do lucro ainda uma cena de ‘espanto’?

Bourdieu (1963) enfatiza, ao voltar-se para entrada da economia capitalista em sociedades em vias de desenvolvimento, a necessidade de estudar o processo de adaptação dos indivíduos ao sistema capitalista e a assimilação de categorias que lhes são solidárias, de forma a se resguardar da ignorância de que estes fenômenos “*não se colocam sem o sentido que lhes dá referência a este sistema*” (*id, ibid:26*), o qual refere à especificidade de

considerar a relação de dominação que se impôs ao colonizado: “*adotar a lei do colonizador, quer se trate da economia ou faça referência a um estilo de vida*” (id, ibid:26). Ressalta também que os saberes empíricos (transmitidos pela educação específica ou difusa) estão na base de uma adaptação à ordem econômica e social. É um saber fazer e suas implicações são solidários a um *ethos*, ‘*aquisições que permitem ao indivíduo agir de maneira razoável e com chance de sucesso no interior de sua própria sociedade*’ (id, ibid: 26).

Para compreender a ação dos agricultores durante o período de modernização da agricultura e sua entrada no mercado olerícola, Pierre Bourdieu e Neil Fligstein orientarão nossa reflexão. Bourdieu nos ajuda a vislumbrar as dificuldades da passagem das sociedades tradicionais pelo processo de modernização. Bourdieu e Fligstein nos ajudam a vislumbrar os agricultores e atacadistas como atores desiguais num primeiro momento e num segundo, agricultores e supermercados como atores desiguais nas relações de poder e, em ambos, quais os capitais estão em jogo e a participação do Estado na construção do mercado olerícola.

Para que se consiga uma definição realista da racionalidade econômica como encontro entre “*disposições socialmente construídas e as estruturas*”, Bourdieu (2005) nos convida a buscar a historicidade constitutiva dos agentes e de seu espaço numa visão racionalista ampliada (id, ibid:6). Esforço apontado na reconstituição histórica, do estado e de Urubici, que apresentamos a seguir.

1.Urubici, Santa Catarina – uma história de luta

Segundo Paulilo (1996), a história de Santa Catarina está marcada pelo binômio exploração e exclusão na especificidade do seu processo de ocupação: a colonização europeia não ibérica, a guerra de fronteira e a preação da população indígena.

Urubici não foge à regra. Muito antes da emancipação do município em 1957, a região foi habitada por índios ao longo dos vales dos rios Canoas, Urubici e dos Bugres. Rodrigues (s/d) ao falar da ocupação do município pelos brancos, destaca a figura de Veríssimo ‘bugreiro’: o homem que domava índios, estes vistos como ‘animais’. O

município traz a marca dos índios em seu nome, Urubici (em uma das versões da origem do nome, significa ‘pássaro brilhante’ na língua indígena) (RODRIGUES, s/d). Porém, confrontos entre fazendeiros e índios foram comuns nas terras também conhecidas como “Sertão dos Bugres Brabos” (BONILHA, 1999). Os índios foram dizimados com a chegada da população branca que começa a se instalar entre o final do século XIX e início do século XX (*op. cit.*). O que resta da presença indígena são ferramentas de pedra e uma das atrações turísticas em Urubici é a visita às ‘cavernas’ dos índios nos morros. Como observa Paulilo (1996), as terras de índios e caboclos eram consideradas devolutas pelo Estado, neste momento.

A região do planalto serrano era praticamente inexplorada pelos brancos até o final do século XIX. As primeiras famílias⁵⁵ de luso-brasileiros, depois imigrantes italianos, alemães, letões chegaram em Urubici atraídas pela fama de bom solo e as histórias de tesouros na região (BONILHA, 1999). Os mais antigos moradores contam histórias sobre baús, panelas, potes com barras de ouro e prata enterrados entre as montanhas dos Aparados da Serra Geral. Uma das histórias refere-se ao tesouro dos jesuítas⁵⁶. Essas lendas deram origem a relatos de fortunas enterradas por ricos fazendeiros em suas propriedades (*id, ibid*). As primeiras expedições ao município de Urubici datam de 1878 e depois, em 1889 e 1890. No início da República, os revolucionários adeptos do federalismo – chamados de ‘maragatos’ – do Partido Libertador chegaram ao lugar. Eles saíram de Tubarão rumo ao local onde hoje está o município de Urubici; ‘fugiram’, conforme Rodrigues (s/d) de desavenças políticas com os republicanos - os ‘pica-paus’. Em 1894, uma nova expedição parte de Arvoredo e assim chegam as primeiras famílias que tomarão posse e que vão dar início à vila, ocupando as margens do rio Canoas e afluentes (RODRIGUES, s/d).

⁵⁵ Em conversa com os habitantes mais antigos de Urubici, constatamos tal como Bloemer (2000) em Lages, nas trajetórias familiares, migrações sucessivas. Nas falas também está presente a ideologia heróica que, segundo Pereira (1974) citado por Bloemer (2000), cumpre a função de ajustar o colono à nova realidade, fornecendo clichês aos imigrantes para reagir às situações novas, valorizando êxitos e justificando e tolerando fracassos. A saga da migração aparece como uma ‘batalha vencida’ na conquista de garantir uma ‘vida melhor’ e ‘futuro para os filhos’ (BLOEMER, *op. cit.*, 65).

⁵⁶ Os jesuítas teriam enterrado parte do tesouro das igrejas nas estâncias dos Campos de Cima da Serra quando foram expulsos do Brasil no século XVIII por ordem do Marques de Pombal. João Leonir Dall’Alba, no livro *O Tesouro do Morro da Igreja* fala de “*tropilhas de mulas tangidas por índios guaranis, carregadas de bruacas de vasos sagrados, imagens, dobrões de ouro, o tesouro da Republica comunitaria Guarani*” (BONILHA, 1999:27).

É importante observar com relação à ocupação das terras brasileiras, que com o abuso de outorgas de sesmarias, em 1822, não havia mais terras para doação e a prática da posse tornou-se legítima. As primeiras expedições que chegam ao lugar, onde se estabelece o município de Urubici, tomam posse das terras (RODRIGUES, s/d).

A colonização, no Brasil, se inicia com a abertura dos portos às nações amigas em 1808, em continuação às primeiras medidas tomadas pelo governo de D. João VI. Segundo Prado Junior (1975), abertura às nações amigas, queria dizer à Inglaterra. Este autor vê na transferência da corte portuguesa para o Brasil a raiz desta política de povoamento com imigrantes não portugueses: a necessidade de segurança da corte e seu séquito com numerosos fidalgos e funcionários. A massa de escravos, libertos e similares formavam o corpo da população do país, entre os quais, ‘na falta de outros’ tinha que se recrutar as forças armadas e a polícia. Uma das primeiras colônias é Nova Friburgo, surgida em 1820 na capitania do Rio de Janeiro. Após a Independência, em 1824 foi fundada a Colônia de São Leopoldo no Rio Grande do Sul (PELUZO Jr, 1980).

Em Santa Catarina, é em 1829 que se estabelece a Colônia de São Pedro de Alcântara, no caminho de Desterro até Lages, com imigrantes alemães despachados do Rio de Janeiro para esse fim pelo inspetor da colonização estrangeira⁵⁷ (id, ibid). O caminho para a serra catarinense traça o caminho da busca para marcar a presença da corte portuguesa e defender seus limites contra as invasões castelhanas. As terras da região eram a possibilidade de fixar a população e assim guarnecer as fronteiras.

Com o início da construção da estrada de ferro São Paulo-Rio Grande, em 1912, os posseiros começam a ser expulsos. Há um conflito de coronéis no estado que se soma à disputa entre Paraná e Santa Catarina pelo Campo de Palmas, a Guerra do Contestado⁵⁸. O conflito, que vai de 1914 a 1923, envolveu 50% das terras do estado e deixou mais de 20 mil mortos entre civis e soldados (THOMÉ, 2004).

⁵⁷ Lages, próximo a Urubici, também foi fundada com o objetivo de colocar em posição estratégica um núcleo de população que, ‘além de marcar a ocupação portuguesa, constituísse, quando necessário, um ponto de dissuasão ou de resistência a uma possível tentativa castelhana de invasão do território, que Lisboa considerava de sua propriedade’ (COSTA, 1982:19 apud BLOEMER, 2000:49).

⁵⁸ Como não houve uma motivação única a Guerra do Contestado foi considerada uma guerra civil: rebelião de fanáticos, para os religiosos; movimento messiânico para os antropólogos; tentativa de desestabilização das oligarquias para ciência política e para os historiadores regionais tudo isso ao mesmo tempo. A disputa pelos limites de fronteira remonta à formação do Império. Em 1853, com a criação da província do Paraná, abriu-se o debate sobre a linha limítrofe e a discussão se intensifica após a proclamação da República. A disputa envolvia o Território do Contestado (THOMÉ, 2004:77).

A fuga dos combatentes leva alguns ao ponto mais alto da Serra Geral: Urubici. O município tem sua história contada por lutas desde sempre: ataque aos índios, luta⁵⁹ com a floresta de araucárias para tornar possível a agricultura, os sobreviventes do Contestado que chegam com sua história carregada pelo combate.

2 Urubici, Santa Catarina e agricultura familiar: outra luta

A gênese da agricultura familiar em Santa Catarina está relacionada com a colonização feita por italianos e alemães principalmente (PAULILO, 1990) e também por grupos de outras regiões do Brasil - em particular Rio Grande do Sul: eram filhos de imigrantes que vinham das colônias deste estado, já superlotadas (PAULILO, 1996).

Quem parte de Florianópolis rumo a Urubici pela BR 282 assiste a passagem de todas as cenas que caracterizam o cotidiano da agricultura neste pedaço do país. Ela se apresenta pela peculiaridade do relevo em declive acentuado que convida o olhar à distância. Há pequenas barracas com produtos da região ao longo do acostamento. Nelas, tudo de mais sortido e pitoresco, numa disposição que desafia a parada. Aparecem, aos poucos, verduras no pé da serra, as pequenas propriedades de cebola de Alfredo Wagner. O povoamento é disperso e identificado pela presença da cultura italiana ou alemã: distribuição da roça, a organização dos mangueiros, paióis em série, a arquitetura típica das casas. Em cima da serra, o topo da altitude e beleza do lugar exposta à uma vista completa. Depois da descida de aventura da serra do Panelão, avista-se o vale do rio Canoas: misto de beleza e verde avisa que chegamos a Urubici.

O ‘traçado’ - avenida principal asfaltada que corta a cidade e que foi batizada de Avenida Adolfo Konder - se definem as sociabilidades do município. Num extremo está a ‘praça’, onde foi construída a primeira igreja católica do lugar em 14 de dezembro de 1915, quando o povoado se tornou vila (RODRIGUES, S/D). Local habitado e partilhado pelos lusobrasileiros e onde está a Prefeitura Municipal, espaço político dominado por estes⁶⁰. No outro extremo, está a esquina – assim chamada porque é o encontro das várias estradas que

⁵⁹ Arlene Renk, que num trabalho etonográfico, mostra como descendentes de italianos e alemães se referem ao trabalho como ‘luta’; esta expressão também observamos em Urubici (RENK, 1995).

⁶⁰ Os últimos 5 prefeitos do município, à exceção de um, são descendentes dos Costa, família lusobrasileira tradicional do lugar.

cortam o município – local da segunda igreja católica; habitado e freqüentado pelos italianos e alemães e também letos e letões. Os agricultores chamados de ‘colonos’ – são os descendentes de italianos e alemães - donos das roças de hortaliças e os ‘camponeses’ – são descendentes de lusobrasileiros – proprietários das chácaras de maçã.

De início, o plantio era de milho, feijão e trigo; o arado chega em 1917. No ano de 1964, o cultivo do tomate com sementes melhoradas estava generalizado no município (REBELLO et. al; 2000). Se considerarmos o início da década de 70 como o começo do processo de modernização da agricultura, é possível afirmar que os agricultores de Urubici se adiantaram ao processo de modernização; fato que os coloca distante da idéia de ‘atrasados’ ou ‘rudes’.

Como observa Paulilo (1990), o estado de Santa Catarina tem sido historicamente local de destaque da agricultura familiar. Não só a agricultura, mas a promoção do pequeno produtor em geral materializada no ‘modelo catarinense de desenvolvimento’, conforme Sachs (2002), é reconhecido nacionalmente e Urubici não é exceção a esta regra.

A história de Urubici se encontra com a história de ocupação do planalto serrano: região de divisa do estado, onde as águas dos rios deixam de seguir para o mar e voltam-se para a bacia do rio Canoas que se une ao Pelotas para formar a bacia do rio Uruguai. Os limites do município estão marcados pelas escarpas da Serra Geral. Por este motivo, os residentes da Serra Geral são reconhecidos como os de ‘serra acima’ em oposição aos de ‘serra abaixo’ residentes nas áreas de faixa litorânea (BLOEMER, 2000: 45).

Se o assombro face às gigantescas araucárias foi a primeira impressão dos chegados ao vale do Canoas, talvez, o segunda, o fascínio da paisagem, foi o que deu força à decisão: ficar e viver lugar.

Assim começa a história (dos brancos) em Urubici. Anos de corte de araucárias entremeados pelo arado puxado por bois e limpas à base de enxada viram nascer um povoado diverso. No altiplano, lusobrasileiros soltavam o gado à passiva pastagem contemplando o tempo e a temperatura. No vale, italianos e alemães, seguidos de letos e letões, começam o povoado à beira do fértil rio Canoas e contam, uma a uma, cada nova cova que recebe sementes, cada novo broto despontando que iria frutificar a tempo da primeira missa, da primeira escola.

O tempo; este contado até à vista da geada que avisa o adormecer das macieiras e coloca seus moradores no mesmo ritmo; tamanha a força do frio nos ossos. O povoado que forma a vila, a vila se torna cidade de Urubici. Forma-se e transforma-se a cada estação, no contar-se e recontar-se dos pins carregados de maçãs que seguem ao porto, das caixas de beterraba, cenoura, tomate. O município que se cobre da lã do carneiro quando o minuano avisa a chegada da geada e raras vezes da neve que convida mais lenha para o fogão e pinhão na chapa. O convite deixou de ser privado e é anunciado nos meios de comunicação, convidando turistas ao frio da serra catarinense; o destino invariavelmente inclui as belezas de Urubici.

O rio, ponto de fixação de múltiplas atividades geradoras de contatos sociais foi testemunha da primeira igreja acompanhada depois de muitas outras capelas católicas ou batistas marcando o nascimento de cada povoado: Santo Antonio, Santa Tereza, São Pedro, Águas Brancas, Vacas Gordas.

A gigantesca floresta que no início constituiu obstáculo ao plantio e, sua derrubada, essencial para o surgimento dos campos de cultivo, na década de 60 e 70, passa a ser fonte de renda. A velocidade do corte se acelera na promessa de renda e emprego que deixa a paisagem devassada⁶¹.

No modo de vida dos agricultores de Urubici estão em associação o produzir com o reproduzir. Se a fusão de herança portuguesa com habitantes indígenas definiu o povoamento paulista combinando traços culturais portugueses e indígenas (CANDIDO, 1964), fenômeno diverso se deu no Sul do Brasil. A mistura de raças se restringiu aos próprios imigrantes europeus não ibéricos de um lado e lusobrasileiros de outro.

Se as lendas das minas jesuíticas atraem os ‘aventureiros’ a Urubici, estes descobrem no lugar um tesouro, mas que não está nas minas: a fertilidade abundante às margens do vale do rio Canoas e afluentes.

Na próxima sessão apresentaremos dados sócio-econômicos de Urubici no momento atual. Na sessão seguinte analisaremos a montagem do Mercado de Produtor em Urubici buscando compreender os fenômenos que perpassam a história econômica do município

⁶¹ O que vemos nos últimos anos é que os proprietários que deixaram pequenas concentrações de árvores nativas, por apreço, conseguem na coleta de pinhão o valor de R\$40,00 a saca. Bloemer (2002) observa que o processo de exploração da madeira aumenta a partir da década de 40 em razão da abertura de estradas na região. Esta autora comenta que só o município de Lages chegou a ter 500 serrarias.

dentro da abordagem político-cultural da NSE. Com o referencial teórico de Bourdieu e, a partir do processo histórico de constituição do município, buscamos compreender as motivações dos agricultores e como suas ações estão informadas pelas ‘disposições razoáveis’, o *habitus* na construção do mercado olerícola.

Conforme pondera Fligstein (2002) a abordagem político-cultural permite a análise de fenômenos nacionais, regionais ou ainda locais, como o caso de Urubici.

Urubici no momento atual

Com 10.251 habitantes, o município de Urubici está inserido no planalto serrano e pertence a mesorregião serrana. Clima e condições hídricas confirmam a riqueza de cultivo da região (SEBRAE/PRODER, 1998).

Entre as 29 regiões da Secretaria de Desenvolvimento Regional, Urubici está situado na região de São Joaquim atendendo, segundo informação da Secretaria de Planejamento e Gestão, aos ‘objetivos da descentralização’ (SDR/ICEPA, 2003).

Os dados do município apontam para uma desconcentração fundiária no município no período 1975-1995. Os dados disponíveis de Urubici mostram que o município passou de 150 estabelecimentos em 1975 para 456⁶² com menos de 10 ha no total de 1.119 estabelecimentos em 1995. O número de proprietários de 833 em 1975 passou para 753 em 1995. Em 1995 são 106 de arrendatários, 113 de parceiros e 147 de ocupantes.

A área plantada de tomate saltou de 96 ha em 1998 para 120 ha em 2002 e a produção saltou de 1920 toneladas em 1998 para 7.200 em 2002 e 8.000 em 2005.

Água e esgoto estão disponíveis para 61,1% da população e o recolhimento do lixo está disponível para 60,9% no ano de 2000. Com relação à longevidade da população, ela subiu de 74 anos em 1991 para 83 anos em 2000. A renda *per capita* saltou de R\$158,51 para R\$219, 42, num aumento de 38,43%. No IDH, Urubici ocupa a 183^a. posição em relação aos 293 municípios do estado e a 921^a. em relação aos 5.561 municípios brasileiros. Chama atenção o alto coeficiente de mortalidade infantil, porém o mesmo caiu de 42,5 em 1998 (a cada mil crianças) para 32,7 em 2002.

⁶² Cabe ressaltar que no início da década de 90 Rio Rufino foi desmembrado do município de Urubici.

Urubici e a produção de tomate

Ao observarmos os dados relativos à produção de tomate no município, comparando os dados de Urubici à produção total do estado como um todo ns série histórica de 1980 a 2004, observa-se que ele acompanha as tendências – em volume e em área – da produção estadual. Conforme os dados disponíveis de ICEPA (2005), a produção de Urubici decaiu em relação ao estado como um todo entre 1982 e 1986. O ano de 1982 é o ano que os atacadistas da CEAGESP começam a recusar o produto. O que aparece na fala dos entrevistados, como o ano do ‘entupimento do Canoas’: os agricultores despejaram praticamente toda sua produção de tomate da safra de 1982 nos rios.

Considerando-se a área cultivada do estado, a produção de tomate de Urubici aumentou significativamente a partir de 95. Acrescentado a isso, destaca-se a presença das outras hortaliças como beterraba, cenoura, cebola, pimentão, repolho e feijão de vagem e maçã que complementam-se com a produção de tomate formando o que é chamado pelos técnicos entrevistados como a ‘cesta completa’ de Urubici: o grande atrativo de Urubici é que ele pode fornecer, no período do ano em que há ausência em outras regiões, uma cesta completa que pode ser direcionada diretamente às quitandas e atacadistas. Isto ocorria no final da década de 70 e ainda hoje a entrega aos intermediários que vão à Urubici é de um cesta completa. Conforme um entrevistado que fala da produção de Urubici no final da década de 70 e início da década de 80 e comenta o excelente preço da maçã urubiciense:

O comprador que compra em qualquer outro lugar, compra só maçã. O comprador que ia para Urubici ele comprava maçã, tomate, feijão de vara, cenoura, couve-flor, pimentão. E quando ele fazia isso? Em dezembro, janeiro, fevereiro e descia para o litoral; quando a população de Santa Catarina dobra de tamanho (RB, 2005).

Com destaque, atualmente, na produção de maçã (19.000 t.), e beterraba 15.000t, o município está entre os produtores de hortaliça do estado: .repolho 15000t., cenoura 9.800 t. e o tomate 8000 t - dados da safra 2003/2004 (EPAGRI, 2005). É um município sem dúvida participante do processo de industrialização: a mecanização e o recurso ao crédito e uso tanto de sementes melhoradas como fertilizantes, herbicidas e fungicidas são generalizados.

3. O cativo da serra

No capítulo anterior, mostramos quais relações de poder perpassam a constituição do mercado olerícola na forma como emergiram as centrais de abastecimento no modelo centralizado e de que forma os atacadistas foram atores privilegiados tanto na disposição espacial, na regra de ocupação prevista pelo Regulamento de Mercado (1990), como nas regras de negociação e seus respectivos capitais (conforme Bourdieu, 2005). Neste capítulo, estenderemos a análise para a montagem do Mercado do Produtor de Urubici, que faz parte da segunda etapa de montagem dos CEASAS. O Mercado do Produtor foi construído, segundo os técnicos entrevistados, para diminuir as assimetrias de informação entre agricultores e atacadistas acompanhando o objetivo das CEASAS.

Fligstein (2001), na sua crítica ao pressuposto do ator racional pela presença de incertezas no ‘mundo obscuro do mercado’ que impede os atores de determinar quais comportamentos maximizarão seus lucros, propõe a segunda dimensão da metáfora do mercado como política dentro da abordagem político-cultural afirmando que os atores econômicos agem no sentido de estabilizar o mercado, observando mais a ação das outras empresas do que a busca de lucro.

Analisaremos a montagem do Mercado do Produtor que teve como projeto, segundo a fala dos técnicos, a estabilização do mercado no sentido de diminuir as assimetrias de informação. O Mercado do Produtor, como já comentado, é projeto do governo militar no Brasil e toda sua trajetória é acompanhada por técnicos, ora da CEASA, ICEPA e, num momento mais recente, a EPAGRI. Comparamos o caso de Urubici com o caso de Fontaines estudado por Garcia-Parpet (2003).

No mercado de morangos, havia regras e concepções de controle acordadas entre os agricultores, o que fez com que eles conseguissem inverter uma relação de dominação, porém mantendo o campo econômico deste mercado, passando da ‘compra não firme’ para a ‘compra firme’ com relação aos compradores e mostra também que estes agricultores tinham concepções de controle comuns que foram suficientes para ‘transformar o mercado’, no sentido colocado por Fligstein (2002).

No caso de Urubici, veremos de que forma os atacadistas, num primeiro momento, mantiveram o domínio deste campo mesmo com a existência do Mercado do Produtor e

permaneceu a concepção de controle dos mesmos. No segundo momento, os agricultores modificam esta relação, ou seja, transformam o mercado, numa ação de desestabilização dos atacadistas com a entrega das caixas de tomate que estavam ‘fora dos padrões’⁶³ acordados. Na próxima sessão veremos que, no momento atual, são os grupos supermercadistas os atores de maior peso neste campo.

Como já exposto, é Bourdieu (1963) o autor que se propõe a analisar as mentalidades econômicas, em particular das sociedades em vias de desenvolvimento e sua entrada na economia de mercado. Sobre as decisões dos agricultores, argumentamos que elas estão pautadas no *habitus*. Ao discutir a decisão da compra da casa, Bourdieu (2005) argumenta que ela não tem nada da ‘pura consciência sem passado’ da teoria econômica e que esta decisão não é tomada por um agente econômico isolado, mas, por um coletivo, grupo ou família que funcionaria ‘à maneira de um campo’. São decisões enraizadas no passado sob a forma de disposições ou rotinas; as estratégias econômicas são integradas num sistema complexo de estratégias de reprodução, estando ‘*plenas da história de tudo o que visam perpetuar*’ (BOURDIEU, 2005:3). Nesta mesma perspectiva analisamos as estratégias dos agricultores.

A trajetória de Urubici se conecta à trajetória do estado de Santa Catarina que foi palco do controle dos recursos públicos feito por poucos. A trajetória das famílias que estiveram no poder em Santa Catarina, em especial Bornhausen, Konder e Amin (sobre o histórico desta atuação, ver **quadro 2**), mostra como o campo econômico e o campo político estiveram entrelaçados na própria prática; os mesmos atores ocupam o espaço econômico (ocupando a diretoria de bancos, por exemplo) e o espaço político no plano estadual e federal. No capítulo anterior, mostramos qual a atuação de cada um dos governadores e o entrelaçamento dos acontecimentos do plano federal e plano estadual seguindo o trabalho feito por Seiffert (1990) e depois o de Brumer (2004). Vimos também os momentos em que o capital internacional jogou um papel importante quer na definição de somas vultuosas para a agricultura no Estado, quer na retirada dos incentivos e na vulnerabilização da situação dos agricultores (id,ibid).

⁶³ Os entrevistados, tanto técnicos como agricultores, relatam que dentro das caixas iam desde galhos, frutos fora dos padrões de tamanho e qualidade combinados até latas preenchidas com pedras que eram colocadas no centro da caixa.

O caso estudado por Garcia-Parpet (2003) já exposto no capítulo anterior num primeiro momento nos parece que se assemelha a Urubici; pelo menos no que se refere às condições materiais que dão início às mudanças na região de Fontaines. Porque os casos primeiro se aproximam e depois se afastam?

Como já apresentado na sessão anterior, a história do município está relacionada à história do sucesso das hortaliças no Estado de Santa Catarina. Assim que o município se destaca como produtor de tomate, ele é procurado pelos atacadistas do CEAGESP. Com a criação do primeiro Mercado do Produtor do estado, um galpão para que eles expusessem os produtos já no ano de 1978 foi construído. Assim relata o coordenador de horticultura do estado na época:

“Em São Paulo o clima é excessivamente quente [e] precisa muito veneno para matar as pragas e doenças fúngicas. Urubici foi um sucesso. Eles conseguiam plantar na entressafra de São Paulo e com muito pouco veneno, clima excelente para esta cultura, pois a baixa temperatura elimina as pragas”.

E mais adiante:

“Os japoneses [atacadistas do CEAGESP] ficaram sabendo desta possibilidade de produzir tomate em pleno verão. Os japoneses foram para Urubici e incentivavam os agricultores a plantar o tomate que eles comprariam toda produção. E aí começou o sucesso de Urubici” (RB, 2005).

Aqui os casos se aproximam: como em Urubici, na região de Fontaines, os vendedores/expedidores das ‘halles’ (um tipo Mercado Público) de Paris se instalaram na região, entre 1900 e 1930 e estimularam os agricultores a produzir morangos⁶⁴ em seguida à produção de aspargos, porque o cultivo de morango permitia aumentar o volume de transações (GARCIA-PARPET, 2003:13).

Assim como o morango, o tomate salada também é um produto que sofre variações de preço ao longo do ano. Suas variações são comprovadas na observação da CEASA – SC; variações ao longo do funcionamento de um dia do CEASA. Em Urubici, conforme declaram os agricultores entrevistados que vendem sua produção para intermediários que vão ao município comprar esta produção, há flutuações importantes de preço. O tomate,

⁶⁴ A técnica produtiva segue o modelo de estufa holandês conforme apresentado no capítulo 2.

como o morango de mesa (GARCIA-PARPET, 2005) também tem um período de safra (novembro a maio, em geral) e um de entresafra.

O mercado de Fontaines funciona no campo num galpão como já exposto. Um vendedor recrutado pelos agricultores procede ao leilão colocando em funcionamento o painel eletrônico - este identifica os lotes a serem comercializados e os preços em ordem decrescente até que um comprador se manifeste. Há uma relação formal-legal – já que os expedidores têm que ser credenciados previamente e há a exigência do depósito da caução - que se estabelece como condição de início das negociações, como já observamos na comparação com o CEASA-SC.

Aqui, observa-se a primeira diferença: o mercado de Fontaines foi iniciativa e organização dos próprios agricultores que não estavam satisfeitos com a relação que mantinham com os expedidores e eles contrataram um vendedor para o leilão. Em Urubici se manteve a ação dos atacadistas do CEAGESP que ‘incentivavam’ os agricultores a plantar o tomate que eles viriam buscar a um preço que nunca era acertado previamente e sim depois pago ‘conforme o que houvesse sido vendido’. Esta negociação se assemelha a uma das características do que os agricultores de Fontaines chamaram de ‘compra não firme’. Na ‘compra firme’, como já comentado no capítulo anterior, os preços são previamente definidos.

O painel de Fontaines exhibe também os preços dos lotes vendidos e o nome do comprador. As transações “*se fazem sem palavras*” (GARCIA-PARPET, 2003:9), somente se anuncia o lote e as categorias vendidas. Os produtos devem atender a exigência de estarem frescos e terem boa aparência externa, o que os compradores têm chance de verificar antes do início do leilão. Os morangos são classificados por critérios independentes da identidade dos produtores: marca de origem, variedade e qualidade certificada pelo Comitê Econômico do Val-de-Loire.

O segundo investimento também aproxima os dois casos: as câmaras frias e máquinas classificadoras adquiridas no início da década de 80 com o dinheiro do Pro-Infra I do governo do estado de Santa Catarina. O técnico entrevistado nos relata que os agricultores, ao ver o resultado da câmara fria instalada no Mercado do Produtor na negociação, resolveram se associar para colocar câmaras frias menores em suas propriedades. Associavam-se dois ou três produtores para colocar uma câmara fria menor.

O técnico entrevistado, fala da importância das câmaras frias:

Então o comprador chega lá na propriedade e o agricultor está lá com cenoura, pimentão, tomate e maçã. Eu só pago tanto. O agricultor dizia, então coloco na câmara fria. O comerciante, para poder comprar porque ele precisava do produto fresquinho, ele tinha que pagar o preço. Quem tem condição de armazenar o produto, não fica na dependência do comerciante' (RB, 2005).

Os tomates de Urubici eram então comercializados em caixas fechadas já previamente classificados como os morangos do caso francês. Embora não houvesse nesta época um painel em Urubici, o entrevistado relata que os preços eram passados aos agricultores para que se iniciasse a comercialização do dia. Assim ele relata:

A comercialização era feita sem celular, nem nada. Eles se comunicavam pelo rádio amador. Então aqui no CEASA [em São José] nós passávamos o preço para Urubici; nós nos informávamos dos preços que estavam sendo praticados em São Paulo, pra ter uma idéia, eles escreviam numa tábua os preços que estavam sendo praticados em São Paulo. Isso a gente começou a fazer e os compradores de..., a japonesa de São Paulo, se o agricultor não tivesse idéia do preço, eles ficavam na mão dos japoneses. Eles faziam de tudo (RB, 2005).

Um dos técnicos entrevistados do escritório regional da EPAGRI de Urubici nos relata como eram as negociações dentro do Mercado do Produtor. Os atacadistas chegavam e os produtores estavam com sua produção toda já nas caixas dentro do Mercado, o que colocava os atacadistas numa posição de privilégio de conhecer o volume de produção que estava disponível, sem que os agricultores pudessem se informar de qual era o interesse de compra por parte dos atacadistas. Assim declara este técnico entrevistado:

Na época não havia organização do produtor para fazer a comercialização. Com a montagem do CEASA em Urubici [o Mercado do Produtor] o comprador ficava dentro do CEASA e ele não ia na propriedade. Eles eram intermediários que vinham – não havia ligação direta produtor/ atacadista [boxista que fica dentro do CEAGESP em São Paulo]. Antes do CEASA havia um pedido, vinha um comprador e dizia levo tanto segunda e buscarei mais tanto na quinta. Nem todos os produtores tinham um esquema de comercialização. Com a montagem do CEASA e colocação das câmaras frias, o produtor trouxe muita produção pra dentro do CEASA. Foram, ao contrário, os intermediários que se organizaram. Eles ficavam o dia todo lá dentro do CEASA, tomando um café, conversando e esperando que os produtores aceitassem sua negociação. Quando tinha escassez do produto, até que o preço era melhor. Quando os agricultores traziam muita produção para dentro do CEASA, os intermediários estavam lá dentro, vendo o quanto os

produtores tinham para vender. Eles forçavam para baixar o preço. O produtor, conforme o tempo passava, ficava com medo de não vender e acabava entregando no preço que o comprador colocava (MDC, 2005).

No caso de Fontaines, os compradores tinham uma sala onde cada um se instalava numa mesa com um dispositivo para anunciar quando ele se interessasse por um lote; em Urubici o encontro das duas partes era desorganizado, os compradores ficavam dentro ou em torno do Mercado do Produtor e esperavam até o momento em que o agricultor, individualmente, cedia às negociações. As transações de Fontaines eram ‘sem palavras’ e em Urubici os compradores tinham o dia todo para ‘pressionar os agricultores’.

À primeira vista, poderíamos pensar que Urubici satisfaz o critério de transparência (onde os agentes conhecem as quantidades, qualidades e preço) como no caso de Fontaines que é um dos critérios do mercado de concorrência perfeita. O que se questiona em relação ao que observamos em Urubici é que, ao invés de um equilíbrio, neste caso os compradores estão numa posição de maior força no campo e exercem seu poder sobre os preços e sobre a confiança dos agricultores que temem não vender seus produtos conforme o dia avança. Há o efeito psicológico observado por Garcia-Parpet (2003), só que no caso de Urubici é um efeito negativo sobre os produtores.

No caso de Fontaines, a prática da venda por lotes fragmenta a oferta e a demanda, o que evita que um preço atinja toda a produção do dia e estabelece uma condição de concorrência entre os compradores sempre que os lotes são ofertados. No caso de Urubici, não havia a formalidade da oferta das caixas de tomate separadas por lotes, o que nos leva a supor que as negociações se dessem em bloco⁶⁵ e também neste quesito os agricultores estavam em condição de desigualdade, pois entregavam toda a produção num único preço.

Ainda no caso de Fontaines, no tocante à fluidez (outra condição do modelo de concorrência perfeita), se o preço proposto fosse inconveniente aos produtores, eles poderiam recusa-lo e adiar sua decisão para o fim das negociações do dia; esperar uma segunda e ainda terceira rodada de negociações do seu lote. Existia ainda a possibilidade de estocar o produto em câmaras (já que ele sofre flutuações de preço com o tomate) ou ainda reembalá-lo e vendê-lo à indústria. Outra possibilidade seria parar a colheita dos

⁶⁵ Esta informação não nos foi detalhada pelos técnicos que presenciaram a montagem do Mercado do Produtor.

morangos⁶⁶. Assim como do lado da demanda, os compradores têm liberdade de comprar ou não. Em Urubici, embora a liberdade dos compradores estivesse sempre preservada, a dos agricultores era atingida pela ausência de qualquer outra alternativa do que fazer com seu produto, o que fazia também com que eles entrassem em concorrência entre si para entregar o produto aos compradores que pagavam melhor preço, conforme informação dos entrevistados. Veremos como no momento mais recente, um agricultor de Urubici o qual montou um entreposto no município, além de comercializar seus produtos, busca alternativas (embora individualmente) do que fazer com o produto além da entrega aos intermediários.

Outro técnico entrevistado declara sobre a relação dos agricultores com estes intermediários na época no Mercado do Produtor:

“Eles davam algum incentivo aos agricultores, semente e depois vinham buscar para vender no CEAGESP. Levavam em consignação e pagavam depois para o agricultor aquilo que eles conseguiam vender. Era assim, vamos dizer, uma condição muito escrava.”

E mais adiante o mesmo técnico acrescenta:

Mas eles também não tinham como ir vender lá, né? (RB, 2005)

Esta expressão, duvidando da capacidade dos agricultores de assumirem a comercialização de seus produtos, nos traz a expressão de José Américo de Almeida no romance *A Bagaceira* utilizada por Garcia Junior (1989) para falar dos pequenos agricultores *sujeitos* na *plantation* no Nordeste: ‘homens de geografia mínima’. É exatamente por serem definidos por alguém que nunca saiu do lugar que se constrói a expectativa de que eles nunca sairão do lugar – os ‘*cativos da terra*’ -, naquilo que Garcia denomina uma relação de violência simbólica (BOURDIEU, 2000).

Bourdieu afirma os sistemas simbólicos como instrumentos de conhecimento e de comunicação que exercem um poder estruturante porque são estruturados. O poder simbólico é um poder de construção da realidade. Não só as relações de comunicação são relações de poder que dependem na forma e no conteúdo do poder material e simbólico acumulado pelos agentes como, os sistemas simbólicos, enquanto instrumentos estruturados

⁶⁶ Segundo os agricultores, a mão-de-obra de colheita representa 30% dos custos de produção (GARCIA-PARPET, 2003).

e estruturantes, *cumprem a função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação* (id, ibid:11).

Essa idéia da ‘limitação’ dos agricultores ecoa até os dias de hoje e a fala do entrevistado expressa esta violência simbólica que também se reflete nas políticas públicas: os agricultores podem produzir, mas não podem ‘sair do lugar’, ou seja, a circulação do produto é pensada como esfera de outros.

Observa-se que os agricultores – enquanto desafiadores - começam a se relacionar com o mercado com a chegada dos atacadistas que são os estabilizados, conforme a proposição de Fligstein (2002). Os que já conhecem as regras, são os ‘japoneses’ do CEAGESP, (conforme um dos entrevistados) com quem tinham negociações rápidas, a quem entregavam sem nenhuma exigência a soma de todo o investimento de uma safra em troca de uma ‘promessa’ de pagamento. Esta podia se efetivar ou não. O fato da entrega não ser intermediada por nenhum tipo de acordo comercial mais formal, qual seja um contrato, nota promissória ou mesmo nota fiscal, algo que tenha implícito uma garantia, mostra sem dúvida, por um lado, a extrema vulnerabilidade dos agricultores na entrega da safra. Por outro, a vantagem desta negociação para os intermediários e atacadistas que não ficam com uma obrigação de ‘pagar’ aos seus fornecedores. A situação, conforme expressão relatada por Garcia-Parpet, de uma ‘compra não firme’. Voltaremos ao não pagamento adiante.

Agricultores entrevistados que relatam sua experiência no momento atual têm problemas semelhantes a este. Para os agricultores a sua produção aparece representada como algo que *‘se ficar na roça, vai perder mesmo (LGC, 2005)’* ou que *‘nós não botamos o preço (LCB)’*. Como são outros que circularão suas mercadorias, eles precisam *‘dar um destino (AB, 2005)’* a elas rapidamente.

O capital político dos outros

Quanto às cooperativas, Garcia-Parpet (2003) observa que estas constituíam um circuito comercial importante na França até os anos 60, mas na década de 80 entram em declínio. Considera também o papel do sindicato, embora o mesmo não participasse do circuito de comercialização, o sindicato significou um lugar de encontro e concentração

entre produtores e expedidores/compradores. Este encontro permitiu o começo da criação de uma imagem de marca para os morangos da região.

Com relação à Urubici, o Mercado do Produtor se torna o endereço oficial da COOPERVALE. Esta cooperativa entra em funcionamento em 30/08/1980, conforme registro levantado na OCESC - Organização das Cooperativas de Santa Catarina. O espaço do Mercado foi cedido pela CEASA à Coopervale num contrato de comodato, segundo um técnico da CEASA/SC entrevistado.

Assim nos relata um dos técnicos entrevistados, que trabalha na EPAGRI de Urubici desde o ano da fundação da cooperativa:

O nome era Coopervale. Foi o tempo da montagem do CEASA: os produtores tinham a mercadoria e não tinham para onde vender. Urubici tinha como forte as hortaliças em geral, na safra verão. A montagem da cooperativa não partiu do produtor, foi uma decisão política (...). O CEASA não resolveu, ele foi extinto. Foi montada uma cooperativa montada pelo senhor Â. H. Foi ele quem organizou a cooperativa e tinha influência política. Era tio da Ângela Amin. Juntou-se ao ER que era diretor do Ceasa aqui e a cooperativa vendia. Eram eles três que organizavam tudo: ER, PF e A H. A cooperativa tinha mais de 300 sócios. Mas a decisão principal ficava com esta diretoria, os três. O Seu Ângelo ficou 12 anos com a cooperativa, como presidente. Eles forneciam para o OLHA O PEIXE, ele era primo da Ângela e conseguiu colocar o produto lá. Não tinha o 'espírito de produtor', a cooperativa fornecia para o CEASA e atacadistas. A cooperativa era mais fiel ao atacadista do que aos cooperados. O agricultor, por sua vez, quando estava com muita produção na roça sem vender, ele queria que a cooperativa vendesse para ele (MDC, 2005).

E. R, nosso entrevistado, foi o primeiro diretor da CEASA/SC e, assim que se constrói o Mercado do Produtor em Urubici em 1978, ele assume a diretoria do Mercado do Produtor no município e permanece lá por dois anos. Quando perguntado sobre a Coopervale, ele nos relata que os agricultores colocavam 'galhos' nas caixas e que 'os atacadistas não aceitaram este tipo de coisa por muito tempo' (ER, 2005). Quando perguntado sobre algum problema na Coopervale, ele muda o assunto da entrevista. Este entrevistado declara que, no momento atual, após a alternância de partidos no poder do

estado, ele foi afastado da diretoria da CEASA-SC e responde apenas por uma função técnica na ‘parte de baixo’. ‘*Me tiraram lá de cima*’⁶⁷.

Com relação à afirmação do entrevistado MDC, a informação fornecida por ele confere. Nos registros da OCESC, o nome de A H está em todos os registros do Cadastro Básico das Cooperativas Catarinenses na ‘Composição da diretoria e gerência’ da Coopervale onde ele aparece como presidente da Cooperativa nos mandatos de 81 a 85 e de 85 a 87. O entrevistado da OCESC confirma que AH esteve à frente da cooperativa até início da década de 90, sem nos precisar o ano.

Neste período é possível observar no **quadro 1** que Ângela Heizen Amin atuou como presidenta do LADESC – Liga de Apoio ao Desenvolvimento Social Catarinense entre 83-87 e foi também membro do Conselho de Desenvolvimento Social do Estado no mesmo período. A Coopervale teve seu registro cancelado pela OCESC no ano de 1999, quando deixou de enviar a atualização cadastral, exigida pela SESCOOP, segundo entrevistado M D da OCESC.

O outro nome citado por MDC já faleceu e ainda um terceiro membro atuante deste momento na Coopervale não pôde nos receber. Um agricultor (LCB) e uma agricultora (NG) entrevistados eram filhos de sócios da Coopervale e declararam que seus pais tiveram que assumir dívidas da cooperativa. Não souberam informar a origem da dívida nem o valor.

Aqui, novamente o caso de Urubici se afasta de Fontaines. Conforme a fala do entrevistado que opõe interesses ‘técnicos’ que não foram contemplados - se refere aos interesses dos agricultores - a interesses ‘políticos’ – interesses da elite política catarinense que usou a Coopervale como ‘fachada’. Em Fontaines os técnicos e assessores ligados a esse projeto tinham como objetivo estimular a produção de uma região que “*se igualava em qualidade e apresentação aquela das grandes regiões produtoras da França que dominavam o mercado*” (GARCIA-PARPET, 2003:15). Houve um acordo entre os produtores e, uma campanha dos ‘13 mandamentos do bom produtor de morango’, fez com que a região tivesse a marca de qualidade ‘macarron’ registrada em cartório pela direção

⁶⁷ A CEASA tem um prédio com dois andares: na parte superior - salas com secretarias, PABX e ar condicionado - fica a diretoria da CEASA (diretor geral, diretor técnico operacional entre outros). Na parte de baixo ficam os técnicos que têm mais contato com o público frequentador da CEASA e as instalações são mais simples.

nacional do sindicato de produtores de morango. Os ganhos se deram no plano econômico - aumento do preço da caixa - e também no plano simbólico - os morangos passam a ter sua marca de qualidade.

Cabe lembrar que no Brasil, o MAPA lançou uma instrução normativa (IN) em novembro de 2002. O intuito era o de regulamentar o acondicionamento, manuseio e comercialização de produtos hortícolas ‘*in natura*’ via Secretaria de Apoio Rural e Cooperativismo – SARC (IN 009/2002-MAPA). Esta instrução gerou uma Campanha de Qualificação da Produção Catarinense com um prazo para o produtor realizar a rotulagem especificando origem, tamanho e qualidade do produto (**anexo 1**). Este prazo venceu no ano de 2004 e a orientação, segundo técnicos e agricultores entrevistados, não gerou resultado. Os produtores entrevistados dizem que não acreditam que a campanha lhes traga algum tipo de retorno, fato confirmado na fala do técnico entrevistado:

“Sim, porque o agricultor não vê vantagem para ele. Por que o supermercado depois tira essa etiqueta [rotulagem]dentro do supermercado. Quem vai ganhar com esta exigência é o intermediário. É o que pode ganhar mais. Aqui há um produtor que tem o entreposto, ele passa na maquina classificadora. Eles é que serão identificados, quando o produto é transportado. Vai aparecer o produto como do seu Cláudio Salvador, do Seu Jacir Miguel [donos de entrepostos no município]. Ele[Ministério da Agricultura] é exigente com o produtor, a referência. A IN não teve efeito” (MDC, 2005).

Conforme dados do II Zoneamento Agroecológico e Sócio-Econômico do Estado de Santa Catarina, Urubici é um município que está dentro da região ‘recomendada’ para o plantio de tomates (SC-Agro 2000/ICEPA). Um dos técnicos da CIDASC nos relata que, se as regiões recomendadas fossem valorizadas e ganhassem incentivos à produção em oposição às regiões que são ‘toleradas’ (exemplo da grande Florianópolis, que tem uso intenso de agrotóxicos), a qualidade dos tomates produzidos seria superior assim como a saúde de agricultores⁶⁸ e consumidores seria poupada (JDM, 2005).

Capital tecnológico dos outros

⁶⁸ Um dos técnicos entrevistados da CIDASC nos relata que nem mesmo os óbitos que têm como causa os agrotóxicos são notificados pela vigilância sanitária. Uma comissão de vários órgãos – vigilância sanitária, CIDASC, secretaria da saúde, entre outros - do estado de Santa Catarina vai exigir este tipo de notificação dos hospitais.

Como afirma Bourdieu (2005) um dos quatro capitais que compõem o campo econômico é o capital tecnológico. Se na apresentação da cadeia do tomate Codron (1995) mostra como a atividade de *lobby* de um grupo de produtores fez com que o modelo de estufa se generalizasse, ou seja, mobilizaram o capital tecnológico a seu favor, no caso do tomate a constante inovação de sementes coloca a indústria de sementes como dominante em relação a este campo econômico.

Com relação ao uso de sementes e do problema colocado pelos agricultores da constante inovação da indústria de semente, o técnico entrevistado declara:

Sim, cada empresa sempre pesquisa novos cultivares, de um ano pra outro muda muito. O Carmen pro exemplo, virou uma miscelânea. O tomate longa vida a origem é uma só. Carmen, Fanny, Raisa, Netta e Majestade – este custam R\$40,00 a R\$50,00 a grama de semente e se gasta 8 a 10 sacas para adubar mil plantas. Enquanto que a grama do Santa Cruz custa R\$5 ou R\$6,00 e vai 3 sacas de adubo pra mil plantas. Quando vão[a indústria de sementes] lançar no mercado [nova variedade de semente], eles reúnem produtores com apoio da Casa da Agricultura. A SACATTA, antiga Agroflora, são todas multinacionais. Feltrin e Isa são as únicas nacionais. Eles vêm para os municípios e começam a divulgar. A semente começa a ser testada. Planta um pouquinho e testa. A tendência do mercado é vender por semente. O que antes se comprava por kilo (MDC, 2005).

Mais adiante, o mesmo entrevistado perguntado sobre a relação do consumidor com as mudanças técnicas, se o consumidor sabe diferenciar o Santa Cruz de qualquer um dos longa vida, ele nos responde:

O longa vida é bom para o atravessador. Santa Cruz é mais perecível, mas, o sabor é muito melhor. A tendência é ter mais o longa-vida, tanto pelo transporte como pela conservação na gôndola. No longa-vida o produtor não ganha muito. O investimento de semente, fertilizante, adubo, veneno. A pesquisa é feita para o atravessador, para aquele que vende o produto. O tomate longa-vida agüenta 15 dias armazenado. Então o atravessador, a rede de supermercado, para eles é interessante. Para as duas pontas é interessante. Eles estão em sintonia com tendências de mercado, tanto no Brasil como no mundo⁶⁹ (MDC, 2005).

Capital cultural e capital político dos outros

Para os economistas, a produção de riquezas aparece como resultado de competição e tecnologia. O que observamos é que a tecnificação crescente dos processos produtivos, ou

⁶⁹ Este mesmo entrevistado nos declara que a Monsanto entrou recentemente também na produção de sementes para hortaliças.

o anunciado aprofundamento tecnológico do processo produtivo, por não ser um ambiente dominado pelos agricultores (algo diverso do paradigma de estufa holandês na Europa), vulnerabiliza a condição do agricultor. Este é um campo dominado pelas multinacionais (de sementes e outros insumos agrícolas), que realizam a constante introdução de novos cultivares, em particular no caso do tomate. Isto faz com que os agricultores não tenham o controle da produção dos mesmos e estejam à mercê das concepções de controle de outros, o que dificulta sua organização.

Com relação às características sociais dos promotores do mercado de Fontaines, Garcia-Parpet (2003) destaca o capital escolar diferenciado do técnico contratado pela Câmara da Agricultura em relação aos seus colegas da Câmara, inclusive o próprio diretor. Embora tenha encontrado resistência ao projeto de montagem do mercado junto a seus pares, sua sugestão encontrou eco em um pequeno número de agricultores – seis deles, sendo cinco de Fontaines – que se interessaram pela idéia de um mercado computadorizado.

A autora destaca que a escolaridade deste grupo de agricultores era diferenciada, um deles detentor do Bepc (Brevê de estudos, com nove anos de estudo) e os demais com a frequência de escola agrícola especializada. Esta autora cita Maresca (1983) autor que estuda as organizações profissionais de Meurthe-et-Moselle e de Charente (duas regiões da França), onde os atores possuem características econômicas, sociais e culturais que os diferenciam dos camponeses da região: *“Aqueles que têm por função dar a representação dominante do campesinato são os menos conformes à realidade dominante do campesinato (MARESCA, 1983:49 apud GARCIA-PARPET, 2003:18).*

Garcia-Parpet (*op. cit*) destaca ainda que o que mais distingue estes agricultores é sua relação com o exterior da região. Estes agricultores podiam ‘sair do lugar’, diferentemente dos de Urubici. A relação se dá *“por meio das organizações profissionais ou através dos contatos regulares com cultivadores de outras áreas produtoras de morangos pelo fato de eles serem multiplicadores de mudas de pés de morangos” (id, ibid:19).* A autora também destaca que eles ocupavam uma posição de liderança local legitimada pela ‘excelência profissional’⁷⁰.

⁷⁰ Membros de conselho de administração nacional da associação, presidente do sindicato dos produtores de morango de Loir-et-Cher, membro do conselho de administração departamental do sindicato de produtores de morango e alguns deles participaram de ‘seminários nacionais de morango’ (id, ibid).

Como observado pelos entrevistados – técnicos e agricultores – em Urubici, quem dominou o processo de montagem bem como organizou a Coopervale, foram técnicos e pessoas próximas à elite política estadual (um primo de Ângela Amin). Os agricultores não estiveram presentes quer na tomada de decisões quer na condução do processo.

Com relação à política local, o que outro fato observado em Urubici e que aparece nas entrevistas é que em geral os prefeitos eleitos em Urubici são ‘chacareiros’, como já comentado os últimos cinco prefeitos à exceção de um, são de famílias lusobrasileiras. São dois tipos de famílias que vivem no município: lusobrasileiros (chacareiros, criadores de gado) e os colonos - descendentes italianos e alemães principalmente (agricultores, plantadores de hortaliça). Os chacareiros são também produtores de maçã. Eles são a elite econômica do lugar e aparecem na fala dos entrevistados em oposição aos ‘colonos’. Quando perguntamos aos entrevistados porque os colonos votam em chacareiros eles nos respondem que é pela falta de ‘alternativas’. Os lusobrasileiros estão entre as primeiras famílias que chegaram ao lugar. O local onde foi construído a primeira igreja é ‘lado’ da cidade de domínio dos lusobrasileiros e também onde se localiza a prefeitura municipal da cidade. Além de elite econômica eles se constituem na elite política de Urubici.

Perspectivas intergeracionais - a escola e a ‘roça’

A escolaridade dos agricultores entrevistados é baixa (no máximo quatro anos). O relato de um deles nos chama a atenção: ele nos conta que seu filho está abandonando os estudos aos 14 anos ‘porque quer ficar na agricultura’. Quando perguntado se não via problemas que seu filho não estudasse mais, ele declara:

Tô ajeitando para continuar os estudos. Não tem proposta! Tá com 14 anos, se forma na oitava. Ele não quer fazer o segundo grau (LCB, 2005).

Declara em seguida que o filho sabe fazer de tudo. *Faz três anos tô ensinando passar canteiro, subsolador. O que mandar ele faz, ele se vira (LCB, 2005).*

Sobre os investimentos, fala que o filho já participa nas decisões: *O ano passado fomo comprar esse lavador [máquina que lava cenouras e batatas]. Eu lavo para fora [faz o serviço para vizinhos mediante pagamento], dou o dinheiro da lavação para ele e ele comprou uma moto. Mas cansamos de lavar coisa de noite para entregar.*

Daí, o apuro. O cara que vem buscar [intermediário], querem neste lavador novo (LCB, 2005).

Outro agricultor declara:

O estudo, os filhos não querem mais. Eles trabalham. Talvez J. faça o curso de enfermagem, mas não agora (LGC, 2005).

Na família deste entrevistado de 04 filhos, as duas filhas são cozinheiras numa lanchonete e os filhos estão na agricultura com o pai. Três foram até a 7ª série do primeiro grau e uma das filhas completou o primeiro grau.

Aqui observa-se que pais e filhos não ‘vêm futuro’ nos estudos. Cabe lembrar aqui o estudo de Bourdieu sobre o processo de ensino na França. Bourdieu acusa o sistema escolar de reproduzir para a exclusão social e convida os alunos, ao invés de olhar seus dons, observar sua data e local de nascimento, a profissão dos pais e o histórico escolar dos mesmos para pensar sobre as perspectivas de futuro. Bourdieu pondera que a apropriação do capital cultural objetivado (tempo necessário para objetiva-lo) depende do capital cultural que foi incorporado pelo conjunto da família.

As diferenças no capital cultural possuído pela família implicam em diferenças: primeiramente, o quanto cedo vai se iniciar esta transmissão e acumulação deste capital e depois a capacidade para satisfazer as exigências culturais de um empreendimento de aquisição prolongado. Somado a isso *o tempo durante o qual determinado individuo pode prolongar seu empreendimento de aquisição depende do tempo livre que sua família pode lhe assegurar, ou seja, o tempo liberado da necessidade econômica que é a condição da acumulação inicial (tempo que pode ser avaliado como tempo em que se deixa de ganhar)* (BOURDIEU, 1998:76).

Os agricultores entrevistados da pesquisa estudaram até a terceira ou quarta série do primeiro grau. Ver os filhos terminar oito anos de estudo é superar sua própria condição. No caso de LCB não só o filho não quer nem negociar a continuidade dos estudos (‘não tem proposta’), mas, ele foi premiado ao ganhar a moto comprada com o próprio dinheiro do tempo trabalhado, conforme o relato, muitas vezes à noite. Não houve o tempo de investimento apontado por Bourdieu: ele já vê ganhos no trabalho da agricultura e não nos estudos. Como o filho de LCB já percebe seu tempo de trabalho como ganho imediato, não

querer estudar significa também ‘não querer deixar de ganhar’ conforme expressão de Bourdieu (op. cit).

Esta constatação nos faz pensar que as perspectivas para a próxima geração são a de estarem os filhos dos agricultores também submetidos à mesma lógica de dominação que estiveram os seus pais, dada esta não valorização da formação educacional por parte deles.

Fim do cativeiro ou capital comercial dos outros?

Um dos agricultores de Urubici, C.S., (filho de outro agricultor do lugar) que é bacharel em química pela UFSC, montou um entreposto município. O entreposto conta com um caminhão e duas máquinas lavadoras e classificadoras (para tomate uma e cenoura e beterraba). No entreposto há três funcionários que são assalariados e no período de safra há mão de obra temporária, em torno de 15 pessoas - de dezembro a março - quando o barracão funciona todos os dias (incluindo finais de semana) e à noite quando necessário. Antes de iniciarmos a entrevista ele mostra as instalações e fala da sua história. Está animado com o negócio e fala da possibilidade de investimentos. Me mostra as caixas de papelão, embalagens de tomate, já com o logotipo do entreposto impresso nelas e prontas para o preenchimento dos dados da IN, me explica que são as caixas que vão para o supermercado. Aqui vemos o início da construção do capital comercial que fala Bourdieu: CS detém a distribuição e começa a investir no marketing de seu empreendimento.

Ele declara com relação às razões de montar um entreposto:

Bom, eu ficava na mão de dois ou três intermediários. A intenção foi justamente esta [nós conversávamos sobre a importância da comercialização] a de poder comercializar. De início pensei em sociedade, cooperativa. Mas é difícil por na cabeça do agricultor... De início era uma sociedade com um amigo e depois eu comprei a parte dele. A idéia era diminuir a inadimplência, porque aqui [Urubici] isto é um problema sempre. Vem o comprador de fora, do Rio, Goiânia. [Se ele não paga] o agricultor ele não se dispõe a sair daqui e tentar cobrar quem não paga. Aqui na H.0 [nome do entreposto], eu faço o boleto bancário. Tem o cliente de plena confiança e tem o cliente novo. Este [o cliente novo] até a gente adquirir confiança é feito dessa forma, no boleto (CS, 2005).

Ele opõe, então, o cliente novo do cliente de confiança. Com o primeiro há necessidade da formalidade ‘como forma de evitar a inadimplência’ e de criar laços com o mesmo. Sobre a forma como cobra os seus clientes, ele declara:

Eu cobro pessoalmente. Quando é cliente novo, eu faço um cadastro, consulto o SPC [Serviço de Proteção ao Crédito] dentro do CDL [Clube dos Dirigentes Lojistas de Urubici]. Peço a referência pessoal, comercial, de bancos. Abro um limite para ele. Então ele carrega uma carga e para carregar a segunda tem que pagar a primeira (CS, 2005).

Interessante observar que ele busca criar relações formais num primeiro momento como forma de conter a possibilidade do calote e num segundo momento, quando o cliente passa de ‘novo’ para o plano do cliente ‘de confiança’, a cobrança da maneira informal faz parte dos ‘acordos cognitivos’, conforme Fligstein, deste campo econômico.

Quando perguntamos de que forma ele acerta o preço com os vizinhos com os quais negocia as hortaliças, ele responde:

O ano passado trabalhei com 120 mil volumes [em caixas de cenoura, beterraba e tomate ou sacos de cebola]. Eu tive um pouco de dificuldade, então para comercializar, eu pego a mercadoria bruta [não classificada e não lavada]. Sou eu mesmo que lavo e classifico cenoura e a beterraba. O tomate lava, seca e faz o polimento.

Sobre a forma de negociação com os outros agricultores, CS declara:

É assim: a mercadoria melhor é um preço melhor. A mercadoria pior, o preço é pior. Quando eu vou na roça e vejo que não está bom, a aparência ruim e tal, eu proponho comprar depois de pronta [depois que foi classificada pela máquina] Ele vem ver a máquina funcionar, o que for descarte ele pode levar se quiser, eu não pego (CS, 2005).

Nesta fala é possível constatar que ele repete a mesma lógica de negociação que os outros atravessadores/intermediários que freqüentam Urubici; ele repassa o risco aos agricultores. Porém, ao negociar com os supermercados, a mesma lógica de repassar o risco ao fornecedor está presente e ele reconhece esta forma de negociação como algo ‘não vantajoso’. Conforme declara CS:

Eles trabalham, os supermercados, com devolução. Então eles compram, por exemplo, cenoura – 200 caixas. Mas o comprador deles sabe que não vende tudo isso. Aí esta cenoura fica lá a semana inteira, rolando na banca. Então ele devolve, o prejuízo do que não vender é meu. Tem sempre uma perda de 8 a 10%; esta opção não é vantajosa (CS, 2005).

Aqui observa-se o que Bourdieu fala da importância do *peso dos atores na estrutura*. Ele afirma que conta mais este peso do que as intervenções diretas que podem operar firmas dominantes sobre as dominadas e sobre suas estratégias. É a posição destas firmas na estrutura - no caso, os supermercados - que faz com que elas definam regularidades e às vezes, a regra e limites do jogo.

Um agricultor entrevistado que já fez negociações com C.S. declara que ele não aceitou pagar o preço da lavagem, então eles não fecharam o negócio. Outros agricultores, quando perguntados sobre os freqüentadores do CEASA/SC comentam que o preço pago por eles também é muito ruim. *‘Só vale dar pros que vão fazer CEASA se for ficar na roça’* (LGC, 2005).

Em Urubici, quando atores econômicos locais adquirem melhor posição de comercialização (o dono de um entreposto ou os que freqüentam a CEASA) acabam por dominar os seus pares, os outros agricultores.

Ainda com relação à CS, interessante observar que ele busca alternativas para colocar o produto - próximo da condição dos agricultores estudados por Garcia-Parpet (2003) - que não seja apenas os seus clientes diretos, ele afirma que tem uma lista de mais de quarenta cliente e os principais são as CEASAs de Curitiba e Goiânia. Sobre as alternativas, ele declara:

A classificação da beterraba são quatro tamanhos e cenoura três. O descarte, eu tentei colocar na indústria. Beterraba, cenoura eu não consegui, mas o tomate tem a indústria de massa de tomate em Braço do Norte, a Áurea. A cebola, perdeu muito. Por isso que eu adquiri um Box lá no CEASA de Florianópolis, eu posso colocar este produto num preço mais baixo e lá dá saída (CS, 2005).

O que é interessante observar com relação à sua decisão do investimento no Box no CEASA é como ele associa a comercialização com a produção: para encontrar alternativas para sua produção há necessidade de estar dentro da comercialização como um boxista da CEASA/SC.

Nas entrevistas com os agricultores aparecem as dificuldades da negociação de sua produção, a ‘falta de alternativas’ e o não pagamento que toma lugar num ambiente institucional-legal que favorece este não pagamento. Este fenômeno ressalta as dificuldades de adaptação dos agricultores à lógica do mercado (BOURDIEU, 1963).

Essa informação confirma a ‘compra não firme’ em Urubici: os vendedores/agricultores, muitas vezes fecham um preço com os compradores, porém estes só vão paga-lo dali a 30/60 dias, como já comentado. Na data de pagamento, muitas vezes, o preço acaba sendo rebaixado, pois, o comprador alega ‘dificuldades em vender aquele produto’, conforme relato dos agricultores entrevistados, como já constatado na CEASA SC. Caso o pagamento não venha na data marcada eles não cobram juros: “*Do nosso jeito não tem como cobrar*” (AB, 2004).

É na fala destes agricultores que aparece a luta, o negociar, o entregar a sua produção e os ‘papéis’ mostrados por eles com anotações de quantidade de olerícolas entregues, valores e datas – eles chamam de ‘bloquinho’ - que foram entregues aos atacadistas ou atravessadores, mas que não têm nenhum valor jurídico com o qual eles possam cobrar estas dívidas. Os agricultores entrevistados declaram que vendem para intermediários de Florianópolis, Rio Fortuna e CEASA de Blumenau.

Sobre o não pagamento

Se na fala do técnico que nos traz o testemunho do acontecimento do final da década de 70 aparece a relação com os atacadistas como uma relação ‘escrava’, o fenômeno chama atenção no testemunho do diretor técnico do CEASA em 2005: o mesmo fato é relatado – calotes constantes aos agricultores – no momento atual, 30 anos depois.

Ao perguntarmos aos agricultores/agricultoras que vendem sua produção em Urubici como se acerta o preço com o intermediário, eles declaram:

A gente conversa [para saber o preço que ele vai pedir pelos seus produtos] com o vizinho, antes dele vim [o intermediário]. Ele liga e pergunta o preço. Nós não conseguimos botar preço, só quando a coisa tá muito boa, a gente bota o preço. Quando falta em outro lugar (LCB, 2005).

Quando perguntado se esta negociação sempre foi assim, ele declara:

Nós brigamos com o rapaz que leva maçã de P. Falei: eu não vou arrancar beterraba, tá chovendo. Mas eu arranquei. Quando veio me pagar o preço tava lá

embaixo. Eu enrigi [endureceu a negociação] se quer comprar, eu vendo pra vocês, mas tem que ter o bloco. Antes ele fazia só no caderno só, aí nunca dava certo (LCB, 2005).

O máximo de acordo que este agricultor conseguiu foi que se passasse de uma anotação num caderno para a entrega deste bloco de notas. Outros agricultores também nos mostraram o mesmo tipo de bloco. Um papel que não tem nenhum valor jurídico. Quando perguntados sobre a possibilidade de fazer a negociação mediante a entrega de uma nota fiscal ou nota promissória, que é possível ser protestada em cartório, os agricultores declaram não conhecer o procedimento ou declaram *não dá para cobrar isto do comprador (AB, 2005).*

Quatro dos agricultores entrevistados, declaram ter créditos de dívidas pendentes com P. do CEASA de Blumenau. Mesmo em face destas dívidas, até o ano passado eles continuaram vendendo a ele. Um agricultor declara:

O P. de Blumenau deu um golpe em todo mundo. Eu avisei que o P. tava falhado, a gente ia mordendo de vez em quando um pouquinho [exigindo uma pequena parte do pagamento atrasado no momento em que P. vinha buscar a produção]. Mesmo que ele não pague, eu continuo. Ou perde na mão do cara ou perde na roça. Plantar, colher, nós fazemos. Agora vender e receber, aí o bicho fica feio. Esse é o problema (LCB, 2005).

Vemos aqui o que Bourdieu (2005) fala acerca do interesse dos atores em manter o campo econômico. Mesmo não recebendo, o que os agricultores querem é ter para quem vender; melhorar as condições desta entrega é um desafio para eles. Como afirma Bourdieu (2005) são as sanções essencialmente brutais que distinguem o campo econômico dos outros campos. O que LCB teme é perder sua oportunidade de vender seus produtos.

Uns não pagam, outros não entregam; ação dos agricultores no passado e no presente

Quando conversamos com os técnicos que presenciaram o momento da montagem do Mercado do Produtor e início da cooperativa, um fato chama muito atenção nas entrevistas: a quantidade de informações que aparecem quando o assunto é o problema das caixas de tomate que eram entregues aos atacadistas. Alguns falaram em galhos, outros folhas, outros uma lata pequena com pedras dentro. O que se constata é que esta foi ação recorrente durante algum tempo.

Este mesmo fato aparece quando o diretor do CEASA/SC fala da resistência na mudança do horário e o que acontece na CEASA, hoje:

Por isto também o nosso trabalho de mudar o horário para quem? Para o horário comercial, pro cliente. Quem gosta do horário de madrugada? É para quem? Para picareta, bota uma camada de produto bonito e seis camadas de produto ruim. Ontem por exemplo, nós fizemos com que uma cliente fizesse por escrito. (...)E ela fez a declaração que o cara trouxe o produto de péssima qualidade, na parte de cima bonito e embaixo, podre.

Outra observação que nos chama atenção é a fala do dono de um pequeno mercado de bairro:

Eu antes achava que eu fazia bom negócio, se eu pagasse por exemplo 2,00 a menos. Hoje, não. Você vai pegando experiência e hoje eu sei que eu tenho que prezar a qualidade. Porque o pessoal da pedra, os agricultores eles são muito sacanas. Eles são muito sacanas. Eles têm uma mentalidade muito ultrapassada. Eles colocam as coisas boas por cima da caixa e por dentro sempre é uma incógnita. Você nunca sabe o que tem dentro da caixa. E quase todos eles fazem isso(MJH, 2005).

Mais adiante ele acrescenta, quando perguntado sobre a forma como negocia os preços na CEASA, com os agricultores da ‘pedra’:

Ele que define o preço diário. Porque ele já me conhece, ele não vai cobrar a mais de mim. Para me perder como cliente. Eu sou cliente bom para ele, eu não compro muito, mas eu compro todo dia três caixas. E EU PAGO, EU NUNCA DEIXEI DE PAGAR. QUASE SEMPRE A VISTA. Então ele não vai sacanear comigo (MJH, 2005).

Aqui observamos o oportunismo dos agricultores e a necessidade de redes pessoais que, segundo Granovetter (2003) podem assegurar o funcionamento do mercado. A formação das redes, para este autor, pode evitar este oportunismo que aparece declarado pelo entrevistado MJH dos agricultores.

Fligstein (2002) afirma que a construção dos mercados conta com o envolvimento de empresários, governos, trabalhadores, gerenciadores e fornecedores. As declarações que referem os fatos do período de montagem do Mercado do Produtor – com respeito a colocação de galhos e pedras nas caixas - mostra que os agricultores, muito embora desejassem manter este campo econômico, não estavam satisfeitos com a forma de negociação e agiram no sentido de desestabilizar os intermediários com quem negociavam. O seu desejo era o de transformar o campo, no sentido de um ‘movimento social’, conforme a metáfora do mercado como política, proposta por Fligstein (2001). Este mesmo

fato presente nos dias de hoje mostra como as concepções de controle deste campo ainda não foram demarcadas; não há um acordo cognitivo comum. A fala de MJH mostra o quanto é comum o não recebimento por parte dos agricultores, a ponto de ele colocar como uma ‘vantagem comercial’ o seu compromisso de pagamento. Aos agricultores, como resposta à falta de pagamento, cabe uma ação no sentido de protesto – a não entrega do produto dentro das especificações.

Aqui nos referimos a Durkheim para afirmar que esta relação de compradores e vendedores pode se referir a um contrato injusto; há uma parte mais forte que a outra e bens e serviços não são trocados de maneira justa, de acordo com seu valor. O contrato consensual que caracteriza as sociedades modernas, conforme Durkheim (1983) ainda não contempla os agricultores.

O *habitus* destes agricultores mostra as predisposições para as disputas de mercado; eles estão preparados para inovar e alterar as estratégias produtivas, diversificar os produtos. Explica também sua ausência de estratégias quando referimos sua não organização como coletivo para garantir melhores condições de negociação para o seu produto quando o mesmo vai entrar na esfera da circulação. Eles conseguem enxergar uma oportunidade de mercado, mas, não conseguem transformá-lo politicamente a seu favor.

Outro relato da entrevistas se refere às informações de mercado, o preço dos produtos, quais os mais procurados. Os agricultores não têm acesso às informações de mercado e também não se mobilizam para obtê-la: informações que podem estar disponíveis no sindicato, secretaria da agricultura etc.

As olerícolas: um produto, dois discursos

Na fala dos agricultores entrevistados está presente uma insegurança em relação à sua participação no mercado, traduzida por esta fala:

‘Ele chega [atravessador] e precisa carregar rápido pra depois vender lá embaixo [Florianópolis]. Demora quase o dia pra carregar o caminhão. Não tem muito o quê negociar, é pegar ou largar se não fica tudo na terra’(AB, agricultor).

Belik (*op. cit*) constata, baseado em dados da ABRAS, que 65% das vendas de alimentos concentram-se nos cinco maiores grupos supermercadistas. Embora o mercado

seja percebido por nossos agricultores entrevistados como uma grande quantidade de atravessadores e atacadistas que lá aparecem anualmente em busca de hortaliças e que os mesmos não tem outra alternativa que não seja entregar ao preço que lhes é oferecido, os produtos chegam ao consumidor final, predominantemente, por grupos supermercadistas e, dentro dos supermercados, cresce a cada ano a importância dos FLV como forma de levar os consumidores para dentro das lojas.

Na relação com os supermercados, podemos sugerir, que se repete a idéia do contrato injusto, presente na fala de CS. Por esta análise, conforme Durkheim (1983), observa-se que os direitos dos agricultores como indivíduos ainda permanecem ‘fracamente respeitados’. Seguindo este raciocínio podemos ainda sugerir que os agricultores não são tomados, nas relações de mercado, como indivíduos com direitos, como cidadãos e que esta manifestação primitiva do contrato é um fenômeno que ainda hoje permanece na esfera do mercado olerícola. Os agricultores rebelam-se, por sua vez, no sentido dado por Durkheim, entregando seus produtos fora da norma especificada (no caso das olerícolas): frutos feios escondidos embaixo dos bons nas caixas, galhos, etc.

Vimos neste capítulo a reconstituição da história econômica de Urubici e o *habitus* destes agricultores, suas predisposições para agir que os preparam para a esfera da produção e que também explicam sua ausência de estratégias e organização para a comercialização.

Retomando as instituições propostas por Fligstein (2001) para compreender o mercado, constata-se que:

Com relação às concepções de controle (que mostram as visões de mundo permitindo aos atores interpretar as ações uns dos outros e que são também um reflexo da forma como o campo está estruturado), o mercado olerícola no subcampo de Urubici - tanto no seu início como no momento atual – há um grande instabilidade nos acordos cognitivos destes atores e os agricultores são atores dominados, conforme Bourdieu (2005) que não conseguem transformar este campo a seu favor.

Nas regras de troca, que falam da garantia dos contratos, vimos como os agricultores encontram-se ainda numa condição primitiva de contrato e seus direitos não são garantidos.

Como afirma Fligstein (2001) os campos contém atores coletivos que tentam produzir um sistema de dominação naquele espaço. A dominação depende da produção de uma cultura local que define relações sociais entre os atores. As culturas possuem elementos cognitivos que ajudam as pessoas a interpretar sua própria posição no conjunto de relações sociais. Com relação ao histórico tanto da montagem do Mercado do Produtor como da forma como os agricultores negociam seus produtos aparece como elemento cognitivo comum a idéia do ‘fracasso’ dos agricultores na montagem da Coopervale assim como a idéia de que os agricultores são muito ambiciosos e querem ganhar muito nas negociações, motivo pelo qual colocam frutos ruins ou galhos nas caixas. Esta declaração é constante tanto entre agricultores como entre os técnicos entrevistados. Ao perguntarmos sobre a montagem de uma cooperativa, os agricultores nos respondem que já houve uma em Urubici e que a mesma não deu certo e que os agricultores são ‘rudes’. Políticas Públicas que promovam capital político e cultural para estes agricultores podem transformar relações deste campo a seu favor. É mister que o agricultor tenha condições não só de negociar os seus produtos (conhecendo os preços praticados), mas, também de dar um ‘outro destino’ a eles se o preço que oferecido não lhe convier. As alternativas de agroindustrialização de pequeno porte podem acompanhar as alternativas de comercialização no sentido de que o próprio agricultor possa decidir o destino de seu produto.

Conclusão

Nesta pesquisa, procuramos entender aspectos da construção social do mercado olerícola no Brasil através do estudo de caso do tomate em Urubici-SC, a partir do referencial político-cultural da NSE. Observamos essencialmente dois atores que constroem este mercado: os agricultores e o Estado, que num primeiro momento privilegia o processo de modernização da agricultura e num segundo momento cria o ambiente institucional favorável à entrada da rede supermercadista. Os supermercados entram em cena, em especial **na década de 90; este setor sofreu enorme concentração nos últimos dez anos.**

O questionamento das premissas do liberalismo empreendidas pela Sociologia Econômica e sua retomada pelos autores da NSE nos deu a oportunidade de vislumbrar uma alternativa de análise para o mercado olerícola. O primeiro capítulo tem como objetivo apresentar este questionamento: mostramos como a visão do mercado vai da crença na origem divina do mesmo à idéia de construção social. Apresentamos o quadro da economia gestada nos séculos XVIII e XIX, as premissas do liberalismo e a proposição do *homo economicus*. Como os autores clássicos da Sociologia Econômica, no final do século XIX, elaboram uma crítica à visão neoclássica do mercado e como a abordagem político-cultural da NSE permite iluminar o campo simbólico no qual se operam as lutas deste mercado, este entendido como uma arena, um campo. Ressaltamos em particular as obras de Weber – autor que propõe o mercado como regateio e alvo de disputas e Durkheim que toma a noção de contrato para falar do mercado e discute a noção do contrato injusto.

Vimos também os pressupostos da abordagem político-cultural da NSE nas considerações de Neil Fligstein e Pierre Bourdieu. A proposta teórica de Fligstein e Bourdieu está fundada na noção do mercado como campo econômico, como arena de disputas, tal como proposto por Weber. Fligstein constrói uma visão sociológica da ação no mercado propondo a metáfora do mercado como política em duas dimensões: na primeira afirma que o Estado ao se construir constrói mercados e na segunda dimensão propõe uma teoria da ação no mercado afirmando que as empresas – ao invés de competir - buscam estabilizar o mercado evitando a guerra aberta com seus concorrentes. Bourdieu propõe os conceitos de campo e de *habitus* para substituir o *homo economicus*.

No **capítulo 2**, que fala da arquitetura do mercado olerícola, acompanhamos a história da cadeia do tomate, como o mesmo se torna um produto comercializável e ganha um aspecto de mercabilidade. Assim como na Europa, no Brasil, diversos modelos e diversos sistemas produtivos e distributivos contemplaram a cadeia do tomate (momentos alternados em que o aporte tecnológico privilegiou quer a produção, quer a distribuição). No Brasil, a modernização tecnológica privilegiou durante longo período a produção, ficando a distribuição em segundo plano. É a entrada dos grupos supermercadistas que introduzirá o capital tecnológico à distribuição. No mercado olerícola brasileiro, o anunciado aprofundamento do padrão tecnológico dos processos produtivos, por não ser um ambiente dominado pelos agricultores (diverso do paradigma de estufa holandês na Europa) fragiliza a condição do agricultor. Este é um campo dominado pelas multinacionais (de sementes e outros insumos agrícolas), que realizam a constante introdução de novos cultivares, em particular no caso do tomate, na esfera da produção e na esfera da circulação, os grupos supermercadistas com a tecnologia da distribuição.

No histórico do processo de modernização, em particular em Santa Catarina, a mobilização da elite agrária mostra de que forma este campo econômico foi sendo construído ao longo das décadas e como os grupos dominantes do estado mobilizaram seus capitais para aumentar suas chances diferenciais de sucesso. Procuramos mostrar como, na primeira dimensão proposta por Fligstein (2001), o Estado na medida em que se construiu, em particular a partir do processo de modernização da agricultura, num primeiro momento privilegiou os grandes proprietários rurais não só na forma de liberar subsídios como também no modelo de extensionismo rural que vigorou no Brasil. Durante este período, quando a literatura sugere o Estado como ‘se retirando’ da agricultura, o que ocorre – este é o segundo momento - é a transferência de foco para a criação de um ambiente institucional favorável à entrada dos grandes grupos supermercadistas no Brasil, com os quais os agricultores se relacionam indiretamente via atacadistas ou diretamente com as centrais de compras dos supermercados e se encontram numa relação desigual. A vulnerabilidade da condição do agricultor ganha nova feição a partir da década de 90. Se num primeiro momento os agricultores se encontravam numa relação desigual com os atacadistas, no momento atual permanece a desigualdade; é apenas um outro ator econômico que se coloca neste campo e muda a relação de forças (BOURDIEU, 2005), os grupos supermercadistas.

Se os atacadistas detinham capital simbólico, comercial e financeiro, é a rede supermercadista que introduz neste campo o capital tecnológico e capital financeiro superior. Vale a pena ressaltar que ambos os momentos foram conformados pelo Estado.

No **capítulo 3**, vimos como o caso estudado por Garcia-Parpet (2003) se aproxima de Urubici (embora seja importante considerar a distancia dos casos –um francês e outro brasileiro) quer no plano material, quer nas condições iniciais dos mercados; a diferença fundamental entre eles está no plano simbólico, político e cultural. Os agricultores de Fontaines, com capital cultural e capital político suficiente, conseguiram tomar o controle das informações de mercado e da circulação de seus produtos se organizando para isto, conseguiram transformar o campo passando da compra não firme para a compra firme. Em Urubici, o capital cultural e político dominante foi o dos compradores assim como há uma ausência de políticas públicas que privilegiem a aquisição dos mesmos por parte dos agricultores. Garcia-Parpet (2003) analisa como as condições da concorrência perfeita foram construídas a favor dos agricultores graças à sua organização, condições materiais, capital econômico, político e educacional. A ausência destas mesmas condições, mais o ambiente legal-institucional hostil, impediram que se construíssem as condições de concorrência perfeita tanto na CEASA/SC como no Mercado do Produtor de Urubici; o que se constata é um mercado dominado pelos compradores; assimetria de poder e assimetria de informações. O não pagamento, problema relatado no período de criação do Mercado do Produtor, atravessa o tempo e se mantém no momento atual. Retomando a idéia de Durkheim de contrato ‘injusto’ mostramos como os agricultores se ‘rebelaram’ no sentido de transformar o mercado ao entregar um produto fora das normas aos atacadistas. O *habitus* destes agricultores os prepara para inovar e alterar as estratégias produtivas – eles conseguem diversificar os produtos, porém, não os prepara para a comercialização.

Embora a relação dos agricultores com o mercado não seja de fracasso (como aparece na fala dos entrevistados) e sim de participação legítima nesta construção, eles mantêm uma relação de dominação com outros atores econômicos que participam deste campo.

A ação dos agricultores mostra a sua dificuldade de adaptação à lógica do mercado. Sem dúvida que esta condição dá aos outros atores com quem se relacionam vantagens de

organização, vantagens de negociação entre outras. Nos dizeres da Garcia-Parpet (*op cit*) até os seus representantes são os menos conformes à sua própria realidade dominante.

Se os agricultores continuarem a ser considerados apenas como os que podem produzir – numa condição de dominados, como coloca Bourdieu - mas como não podendo ‘sair do lugar’, ou seja, a circulação do produto aparecendo como esfera reservada a outros, eles permanecerão numa condição frágil, material e simbólica, no mercado.

Quando falamos das negociações que envolvem a agricultura brasileira nos diversos acordos internacionais dentro da mundialização do sistema agroalimentar, as análises do setor sugerem um movimento que trata de algo ‘inexorável’ e homogêneo. Porém, dentro do referencial teórico proposto por Fligstein na primeira dimensão da metáfora do mercado como política – quando nos referimos ao ambiente institucional criado pelo Estado que favoreceu a entrada dos grupos supermercadistas no país - podemos sugerir que o que aparece como homogêneo e global trata de assuntos muito próximos como a atuação do Estado brasileiro.

Não nos foi possível no quadro do mestrado investigar as relações entre agricultores e atacadistas tanto quanto entre agricultores e supermercados. Outro tema que nossa análise é limitada é com relação à montagem da Cooperativa de Urubici, a Coopervale. Infelizmente não encontramos atores que participaram diretamente de sua montagem que estivesse disposto a ser entrevistado. De mesma maneira os dados com relação ao momento atual em Urubici poderiam ter sido mais ricos.

Outro dado importante é com relação ao município que ocupa o lugar outrora ocupado por Urubici como principal município produtor de tomate em Santa Catarina: Caçador. Ao longo da pesquisa fomos informados que o município foi alvo da ação do Ministério Público devido a uma denúncia da Delegacia Regional do Trabalho com relação à presença de trabalho escravo e trabalho infantil no município.

O material bibliográfico disponível sobre as Centrais de Abastecimento – e isto nós constatamos também com outros pesquisadores - é muito pequeno. Aqui se propõe uma sugestão de pesquisa: investigar o histórico de constituição das CEASAS dentro do referencial da NSE. Entender as estratégias dos atores dos grupos supermercadistas e como eles mobilizam o capital tecnológico a seu favor também é um tema relevante. É nossa intenção que o estudo destes dois atores econômicos seja objeto de nossa pesquisa futura.

Uma outra pista de pesquisa seria investigar as diferentes concepções de controle dentro das CEASAS em todo o Brasil. Um ponto de partida interessante pode ser a verificação de como a IN que refere as olerícolas, publicada em 2003 (exige a identificação dos produtos segundo a classificação e origem). Ela não foi adotada na CEASA/SC, mas, já é obrigatória na CEAGESP, por exemplo.

Outra pista sugerida é a do tema da qualidade: a mundialização dos mercados e a qualidade como elemento que autoriza o tráfego dos produtos neste mercado e compará-la com a qualidade enquanto percebida pelos diversos atores: consumidores, agricultores, intermediários e outros.

Tolstói, ao refletir no seu romance sobre os últimos acontecimentos da guerra franco-prussiana, afirma que a batalha ganha não é de forma nenhuma a conquista. Nesta pesquisa, foi nosso intento mostrar o momento presente da arena de lutas do mercado olerícola, quais as batalhas envolvem os agricultores. Ampliar os contornos dentro dos quais se inscreve a ação destes incluindo a esfera da comercialização e desta forma contribuir para o estabelecimento de novas referências para o próprio estudo da agricultura familiar foi nosso objetivo; esta é um entre muitos esforços para compreender este campo e os desafios que ele encerra.

Referências

- ABRAMOVAY, Ricardo, Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais, *Revista Tempo Social*, 16(2), 2004, pp 35-64.
- _____, Agricultura familiar e capitalismo no campo. In: *A questão agrária hoje*, Stédile, J. P. (org), 3ª.edição, Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, pp: 94- 104(2002).
- _____. *Paradigmas do capitalismo agrário em questão*. Editora Hucitec (1998).
- _____. Duas visões do comportamento camponês. *Estudos Econômicos*, SP, vol. 20(2), pp:305-322, maio-ago, 1990.
- ALMEIDA, Jalcione Da ideologia do progresso à idéia de desenvolvimento (rural) sustentável. In: ALMEIDA, Jalcione e NAVARRO, Zander (org.) *Reconstruindo a agricultura. Idéias e ideais na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável*, Editora da Universidade/ UFRGS, 2ª. edição, pp:33-55(2001).
- ALVES FILHO, João. Receituário Agrônomo: a construção de um instrumento de apoio à gestão dos agrotóxicos e suas controvérsias. In: Abramovay, R. (org.) *Construindo a ciência ambiental*. São Paulo:Annablume editora (2002).
- ALY JR, Osvaldo; GOMES JR, Newton Narciso; PIRES SILVA, Raimundo; STOREL JR, Antonio Oswaldo. Políticas Públicas de Segurança Alimentar e o combate à exclusão sócio-econômica: a importância da comercialização agrícola. In: BERGAMASCO, Sonia M. P. P. *Sistemas Agroalimentares: análises e perspectivas para a América Latina*. Campinas: Unicamp, pp: 139-156, 2003.
- ARON, Raymond. *As etapas do pensamento sociológico*. Trad. Sergio Bath, SP: Martins Fontes, 6ª edição, 2003.
- BABBIE, Earl. *Métodos e Pesquisas Survey*, trad. Guilherme Cezarino. Editora BH:UFMG, 1999.
- BARBOSA, Anna Christina Freire. *A base do negocio é a confiança: formação de sociabilidades e vínculos mercantis no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA*, mestrado, PPGS-UFPE, Recife, 127p, 2004.
- BECKER, Berta K. e EGLER, Claudio A. O legado da modernização conservadora e a reestruturação do território. In: *Brasil. Uma Nova Potencia Regional na Economia-Mundo*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, pp: 169-213(1993).

BELIK, Walter *Supermercados e produtores: limites, possibilidades e desafios*, Trabalho apresentado no GT Globalização dos Sistemas agroalimentares e agendas alternativas, XII SBS, Belo Horizonte – MG, 2005, 13 p, mimeo.

BENDINI, Mônica. Entre maçãs e pêras: globalização, competitividade e trabalho. In: CAVALCANTI, Josefa S. B. (org) *Globalização, Trabalho, Meio Ambiente. Mudanças sócio-econômicas em regiões frutícolas para exportação*, Recife: Editora universitária da UFPE, pp:97- 121(1999).

BLOEMER, Neusa Maria Sens. *Brava gente brasileira: migrantes italianos e caboclos nos campos de Lages*. Florianópolis: Cidade Futura, 2000.

BONANNO, Alessandro, MARSDEN, Terry K., GRAZIANO DA SILVA, José. Globalização e localização: elementos para entender a reestruturação dos espaços rurais. In: CAVALCANTI, Josefa S. B. (org) *Globalização, Trabalho, Meio Ambiente. Mudanças sócio-econômicas em regiões frutícolas para exportação*, Recife: Editora universitária da UFPE, pp:341-366(1999).

BONILHA, Maria Paula. A serra dos tesouros. Urubici. *Revista Mares do Sul*, Os Tesouros de Urubici. Ano 6 no. 28, ago/set, 1999.

BOURDIEU, Pierre. O campo econômico. *Revista Política e Sociedade*, vol. 6, Florianópolis: Cidade Futura, pp:15-57, 2005.

_____. Sobre o poder simbólico. In: *O poder simbólico*, 3ª edição, RJ:Bertrand Brasil, 2000, pp:7-16.

_____. Os três estados do capital cultural. IN: NOGUEIRA, MA e CATANI, *Escritos de Educação*, 3ª edição, Editora Vozes:Petrópolis, 2001, pp: 71-80.

_____. O novo capital, cap 2, pp: 35-52 in: *Razões Práticas*, tradução de Mariza Correa, Papirus Editorial, São Paulo, 1996.

_____. *O desencantamento do Mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais*. Trad. de Silvia Mazza. São Paulo: Editora Perspectiva, 1979.

_____. La société traditionnelle. Attitude à l'égard du temps et conduite économique. *Revue Sociologie du Travail*, 1963, pp : 24-44.

BRUMER, Anita, Gênero e Previdência Social Rural no Sul do Brasil, 2004, pp:

- BURBACH, Roger e FLYNN, Patricia. *Agroindústria nas Américas*, RJ: ZAHAR Editores, 1982.
- BUTTEL, Frederick *Agricultural change, rural society and the state in the late twentieth century. Some theoretical observations*. In: Symes, David e Jansen, Anton (eds.) *Agricultural restructuring and rural change in Europe*. Wageningen: Wageningen Agricultural University Press. Pp: 13-31(1994).
- CANDIDO, Antonio. *Parceiros do Rio Bonito. Estudos sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida*. Livraria José Olympio, RJ, 239p (1964).
- CAPORAL, Francisco R. e COSTA BEBER, José Antonio, Por uma nova extensão rural: fugindo da obsolescência. *Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária*, no. 3, vol. 24, set-dez, pp: 71-90 (1994).
- CAVALCANTI, Josefa S B., BENDINI, Mônica. Introdução. In: CAVALCANTI, Josefa S. B. (org) *Globalização, Trabalho, Meio Ambiente. Mudanças sócio-econômicas em regiões frutícolas para exportação*, Recife: Editora universitária da UFPE, pp:11-24 (1999).
- CAVALCANTI, Maria Josefa Salette. Globalização e Processos Sociais na Fruticultura de Exportação do Vale do São Francisco. In: CAVALCANTI, Josefa S. B. (org) *Globalização, Trabalho, Meio Ambiente. Mudanças sócio-econômicas em regiões frutícolas para exportação*, Recife: Editora universitária da UFPE, pp:123-170(1999).
- _____ Globalização e ruralidade. In: WANDERLEY, Maria de Nazareth B.(org.) *Globalização e desenvolvimento sustentável: dinâmicas sociais rurais no Nordeste brasileiro*. São Paulo: Polis; Campinas, SP: Ceres –Unicamp, pp 17-32(2004).
- CEASA SC – REGULAMENTO DE MERCADO, 1990.
- CLARK, Judy and LOWE, Philip *Cleaning up agriculture: environment, technology and social science*. In: *Sociologia Ruralis*, vol. XXX(1), pp:11-29(1992).
- CODRON, Jean-Marie, Inovation et Societés. Changement Technique e filière tomate. *Actes du XIV^{ème} Seminaire d'economie rurale*, 1993, Montpellier, France : INRA/CIRAD, pp : 187-196.
- CORRÊA, Valquiria Krüger e GERARDI, Lucia H. de O, A produção familiar e os desafios do mercado. *Revista de Ciências Humanas*, EDUFSC: Florianópolis, no. 31, Abril/2002, pp: 109-131.

- COSTA NETO, Canrobert. Agricultura sustentável, tecnologia e sociedade. In: Carvalho Costa, Luis F. de, Moreira, José Roberto e Bruno, Regina (orgs.) *Mundo rural e tempo presente*. Rio de Janeiro: MAUAD, pp: 301-321(2001).
- DELGADO, Guilherme, Caracterização geral do desenvolvimento recente da agricultura. In: *Capital financeiro e agricultura no Brasil: 1965-1985*, Editora Ícone/Unicamp. Campinas (1985).
- DELLA GIUSTINA, José Eláudio. *Síntese Anual da Agricultura de santa Catarina 2003-2004/Tomate*, 2004. Pp:121-128.
- D'INCAO, Maria Conceição, *Qual é a questão do bóia-fria*. São Paulo:Editora Brasiliense, 1984.
- DURAN, M. F., Levy, J. e Retaillé (1993) Le monde: Espace et Systèmes, PFNSP & Dalloz. In: FLEXOR, Georges. *Diferenciação e globalização do sistem agroalimentar: a questão da qualidade e os mercados alternativos*. Trabalho apresentado no GT Globalização dos Sistemas agroalimentares e agendas alternativas, XII SBS, Belo Horizonte – MG, 16 p, mimeo.
- DURKHEIM, Emile, *As regras do método sociológico*. Trad. Maria Isaura Pereira Queiroz, SP: Editora Nacional, 1978.
- _____, *Lições de Sociologia: a Moral, o Direito e o Estado*, SP: T. A. Queiroz e EDUSP, 1983, pp:156-201, (lições 15 a 18).
- EPAGRI, *Agroindicadores* – Indicadores para a agricultura catarinense, EPAGRI:Florianópolis, 2º. trimestre 2005.
- Fórum dos Servidores – *Informativo do Fórum dos Servidores Estaduais Unificados*, Ano 1 No. 1, Março, 2005.
- FERREIRA, Ângela D. D. Processos e sentidos sociais do rural na contemporaneidade: indagações sobre algumas especificidades brasileiras. *Revista Estudos Sociedade e Agricultura*, abril, no.18, pp: 29-46(2002) .
- FIGUEIREDO, Vilma. O Sistema de C&T no Brasil: institucionalização e desafios, *Cadernos de Ciência e Tecnologia*, Brasília, vol. 15, no. 2, pp: 7-25, 1998.
- FIORI, José Luís. Neoliberalismo e políticas públicas. In: _____ *Os moedeiros falsos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997, pp: 211-239.

FLEXOR, Georges *Diferenciação e globalização do sistema agroalimentar: a questão da qualidade e os mercados alternativos*. Trabalho apresentado no GT Globalização dos Sistemas agroalimentares e agendas alternativas, XII SBS, Belo Horizonte – MG, 16 p, mimeo.

_____. *Incertezas qualitativas e alimentos de qualidade específica: assimetrias informacionais e convenções*. GT 23: Sociologia Econômica, Reunião Anual da ANPOCS - Caxambu, 2005.

FLIGSTEIN, Neil. Mercado como política: uma abordagem político-cultural das instituições de mercado, Revista *Contemporaneidade e Educação*, ano VI, no.9, 1º. sem, 2001, pp: 26-55.

_____. *The Architecture of markets. An economic sociology of twenty-first-century capitalist societies*. Princeton Oxford: Princeton University Press, 2a. impressão, 2002.

GARCIA JR, Afranio. *Sul, o caminho do roçado*. SP: Marco Zero, 1989.

GARCIA-PARPET, Marie France. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-Sologne. *Estudos Sociedade e Agricultura*, numero 20, 2003, pp: 5-44.

_____. Mundialização do mercado de vinhos.

GRANOVETTER, Mark. Ação Econômica e Estrutura Social. O problema da incrustação. In: MARQUES, Rafael e PEIXOTO, João (org) *A nova sociologia econômica*. Oeiras: Celta(1985/2003).

GRAZIANO DA SILVA, José. A pequena produção e transformações da agricultura brasileira; cap 7. In: *A modernização dolorosa. Estrutura Agrária, fronteira agrícola e trabalhadores rurais no Brasil*, RJ: Zahar Editores, 1986,pp:126-141.

_____, BASALDI, Otavio V., DEL GROSSI, Mauro E., O emprego rural e a mercantilização do espaço agrário, São Paulo em Perspectiva, vol. 11, no. 2, 1997, pp: 50-64. In: BRUMER, Anita, Gênero e Previdência Social Rural no Sul do Brasil, 2004, pp:

GUANZIROLI, Carlos; ROMEIRO, Ademar. Desenvolvimento com equidade e agricultura familiar. In: *Agricultura Familiar e Reforma Agrária no século XXI*, Garamond, 2002, pp: 15-45.

HEIMAN, Eduard *Historia das doutrinas econômicas*. RJ: Zahar, 1976.

ICEPA/SC, *Síntese Anual da Agricultura de Santa Catarina 2003-2004*, FAESC/SENAR: Florianópolis, 2004.

ISRAEL, Celito José *Aspectos da organização agrária e produção familiar no município de Urubici: o caso das hortaliças*. Dissertação - Florianópolis:UFSC PGCN, 189p(1991).

JURUÁ, Ceci Vieira. *O vazio na economia: o deserto e as miragens*. Trabalho apresentado ao Circulo Psicanalítico do Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: http://ecopol.socioeco.org/documents/34ceci_p.htm, acesso em: 23/06/2005.

LA CORTE, Judith de, Contribuição ao estudo do abastecimento da cidade de São Paulo em produtos hortifrutícolas. São Paulo: USP (1985). In: ISRAEL, Celito José *Aspectos da organização agrária e produção familiar no município de Urubici: o caso das hortaliças*. Dissertação - Florianópolis:UFSC PGCN, 189p (1991).

MARESCA, S. *Les dirigeants paysans*. Paris : Editions de Minuit, 1983. In : GARCIA-PARPET, Marie France. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-Sologne. *Estudos Sociedade e Agricultura*, numero 20, 2003, pp: 5-44.

MARSDEN, Terry. Globalização e sustentabilidade: criando espaços para alimentos e natureza. In: CAVALCANTI, Josefa S. B. (org) *Globalização, Trabalho, Meio Ambiente. Mudanças sócio-econômicas em regiões frutícolas para exportação*, Recife: Editora universitária da UFPE, pp: 25-46 (1999).

MARTINKOWSKI, Paulo Machado. *Integração agricultura-indústria: a rentabilidade na produção de tomate para indústria*, ESALQ – USP, Piracicaba, Brasil, 1986, 94pp.

MARTINE, George A trajetória da modernização conservadora: a quem beneficia? *Revista Lua Nova*, no. 23, SP: CEDEC, Marco Zero. Pp: 7-38(1991).

MEDEIROS, Leonilde Sérvalo de. *Reforma Agrária no Brasil: história e atualidade da luta pela terra*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo(2003).

MIOR, Luiz Carlos, *Agricultores Familiares, Agroindústrias e Território: a dinâmica das redes de desenvolvimento rural no Oeste Catarinense*, Tese, Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas, UFSC: Florianópolis, 2003.

- MOREIRA, José Roberto. Cultura, política e o mundo rural na contemporaneidade. *Revista Estudos Sociedade e Agricultura*, abril, no.20. Rio de Janeiro: CPDA/MAUD, pp: 113-143 (2003).
- NADAL, Raul et alii *Olericultura em Santa Catarina: aspectos técnicos e econômicos*. Florianópolis: Empresa Catarinense de Pesquisa Agropecuária –EMPASC. In: ISRAEL, Celito José (1991) Aspectos da organização agrária e produção familiar no município de Urubici: o caso das hortaliças. Dissertação – Florianópolis:UFSC PGCN, 189p (1986).
- PAULILO, Maria Ignez Silveira. Leite: produção familiar, mercado e saúde pública. *Revista de Ciências Humanas*, no. 31, EDUFSC: Florianópolis, abril 2002, pp: 31-66.
- _____. *Produtor e agroindústria: consensos e dissensos, o caso de Santa Catarina*. Florianópolis: Ed. da UFSC: Secretaria de Estado da Cultura e do Esporte, 1990. 182p.
- _____. *O ser e o deveria ser no conceito da pequena produção*. XIV Encontro Anual da ANPOCS, Seminário Questão Agrária e Democracia, CAXAMBU, Minas Gerais (1990a).
- _____. *Terra à vista... e ao longe*. Florianópolis: EDUFSC, 1996.
- PELUZO JUNIOR, Victor Antonio. A colonização Alemã na área de fronteira à Ilha de Santa Catarina. Observações geográficas. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina*, no.2,IHGSC, Florianópolis,1980, pp:131-145.
- PEREIRA, Leda B. Oliveira. *Caracterização das unidades produtivas com tomate estaqueado na bacia do Rio das Pedras (Mogi-Guaçu/SP)*, Dissertação (mestrado)Unicamp-FEAG, Unicamp: Campinas, SP, 2001.
- PIAZZA, Walter (Org.). *Dicionário político catarinense*, Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, 2ª edição, 1994, 869 p.
- PRADO JUNIOR, Caio. *Evolução Política do Brasil.Colônia e Império*, 18ª ed., SP:Brasiliense, 1975.
- PREZOTTO, Leomar Luiz *A agroindústria rural de pequeno porte e o seu ambiente institucional relativo à legislação sanitária*, dissertação, PGA – CCA, UFSC, Florianópolis, 1999, 116p.
- RAUD-MATTEDI, Cecile A construção social do mercado em Durkheim e Weber. Análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. *Revista Brasileira de Ciências Sociais – RBCS*, vol: 20, no. 57, São Paulo:ANPOCS,2005ª, pp:127-142.

- _____. Análise Crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura de mercado em termos de rede e imbricação, *Política e Sociedade* (6), Florianópolis: Insular, 2005, pp59-82.
- REBELO, Angelo R., BRAUN, Roque L., MELO, Julio C., BOEING, Guido. *Cadeias Produtivas do Tomate em Santa Catarina: Tomate*, Boletim técnico no. 113, Florianópolis: EPAGRI, 2000, 67 p.
- RODRIGUES, José Gladenir. *Urubici e sua história. 1878-1981*, s/d.
- ROMEIRO, Ademar Ribeiro. Reforma agrária e distribuição de renda. In: *A questão agrária hoje*, Stédile, J. P. (org), 3ª.edição, Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, pp: 105-136, 2002.
- ROSSI, Clóvis Folha Dinheiro 2, *Folha de São Paulo*, Comércio Exterior, Pagina Especial B1, 23/10/ 2004.
- SEBRAE/PRODER - *Plano de Desenvolvimento Municipal* – URUBICI, 1998.
- SEIFFERT, Raquel Quadros. *Extensão Rural em Santa Catarina: impasses político- pedagógicos (1956-1985)*, Dissertação de Mestrado PPGSP – CFH – UFSC, 1990, 222p.
- SCHNEIDER, Lineu. *Comercialização e Abastecimento de Hortigranjeiros*, apostila de horticultura – mimeo, CCA-UFSC, 2005.
- SCHNEIDER, Sergio. O desenvolvimento agrícola e as transformações da estrutura agrária nos países de capitalismo avançado: a pluriatividade, *Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária*, no. 3, vol. 24, pg 107-127,1994.
- _____. Teoria social, capitalismo e agricultura familiar. In: *A pluriatividade na agricultura familiar*, Porto Alegre: Editora da UFRGS(2003).
- _____. *Dinâmicas territoriais da agricultura familiar: a diversificação das estratégias de reprodução social das famílias no espaço agrário*. Apresentação feita no XII Congresso Brasileiro de Sociologia - SBS - FAFICH- UFMG - Belo Horizonte, 2005, pp: 271-172.
- SMITH, Adam. Sobre as causas do aumento da produtividade do trabalho e sobre a ordem segundo a qual o produto deste trabalho é naturalmente distribuído pelos homens de diferentes condições sociais. In: _____/RICARDO, David. *Investigação sobre a natureza e as causas da riqueza das nações*. [Os pensadores], 3ª edição, SP: Abril Cultural, 1984, pp: 7-20.

SORJ, Bernard. Reforma Agrária em tempos de democracia e globalização, *Novos Estudos CEBRAP*, no. 50, março 1998, São Paulo, 1998.

_____, O complexo agroindustrial. In: *Estado e Classes Sociais na Agricultura Brasileira*, Editora Guanabara, 2ª edição, Rio de Janeiro, 1986.

STEINER, Philippe. Encastremets et sociologie économique. In: Huault, Isabelle. *La construction sociale de l'entreprise: autour de travaux de Mark Granovetter*, Ed. EMS: Colombelles, 2002.

_____. La nouvelle sociologie économique, l'analyse structurale et la théorie économique. Cahiers d'Economie Politique, 33 :107-135, 1998. In : _____ Análise Crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura de mercado em termos de rede e imbricação, *Política e Sociedade* (6), Florianópolis: Insular, 2005, pp59-82.

STIGLITZ. The causes and consequences of the dependence of quality on price, *Journal of economic literature*, 25 (43). In: FLEXOR, Jorge. Incertezas qualitativas e alimentos de qualidade específica: assimetrias informacionais e convenções. GT 23: Sociologia Econômica, Reunião Anual da ANPOCS – Caxambu, 2005.

STUART MILL, John Da definição de economia política e do método de investigação próprio a ela. In: *Stuart Mill, Bentham*. Coleção Os Pensadores, 2a ed. SP: Abril Cultural, 1979, pp: 293-319.

_____. *Da Liberdade*, trad. E. Jacy Monteiro, SP:IBRASA, 1963.

SWEDBERG, R. Sociologia Econômica: hoje e amanhã, *Tempo Social*, 16(2), pp: 7-34 (2004).

_____. Max Weber as an economist and as a sociologist. *American Journal of economics and Sociology*, 58(4), 1999, pp: 561-582.

_____. Economic Sociology: past and present. *Current Sociology*, 35(1), 1987. In: RAUD-MATTEDI, Cecile. A construção social do mercado em Durkheim e Weber. Uma análise do papel das instituições na Sociologia Econômica Clássica. *Revista Brasileira de Ciências Sociais – RBCS*, vol: 20, no. 57, São Paulo:ANPOCS,2005ª, pp:127-142

THOMÈ, Nilson. Contestado, Guerra Cabocla. *Revista Historia Viva*, ano 1, no. 12; SP: Duetto Editorial, out, 2004.

TRIGILIA, Carlo. Sociologie Economique. Paris: Armand Colin, 2002.

VEIGA, José Eli, *O padrão Binswanger da agricultura bem-sucedida*, IN: A face rural do desenvolvimento, Porto Alegre: Edit UFRGS, pp:87-90 (1997).

SACHS, Ignacy. Introdução. In: VIEIRA, Paulo Freire (org) *A pequena produção e o modelo catarinense de desenvolvimento*. Florianópolis: APED Editora, 312p (2002).

WANDERLEY, Fernanda. Avanços e desafios da Nova Sociologia Econômica. Notas sobre os estudos sociológicos de mercado. *Sociedade e Estado*. Nova Sociologia Econômica. Vol 17 (1), Brasília:UNB, pp:15-38, 2002.

WANDERLEY, Maria de Nazareth B. *Raízes históricas do campesinato brasileiro*, XX encontro anual da ANPOCS, G 17, Processos Sociais Agrários, Caxambu, MG, 1996.

_____. *'O camponês, um trabalhador para o capital'*. Campinas, Grupo de Estudos Agrários da Unicamp, 113p., versão preliminar, mimeo, 1979. In: GRAZIANO DA SILVA, José. A pequena produção e transformações da agricultura brasileira; cap 7. In: *A modernização dolorosa. Estrutura Agrária, fronteira agrícola e trabalhadores rurais no Brasil*, RJ: Zahar Editores, 1986,pp:126-141.

WEBER, Max. *Conceitos básicos de sociologia*, São Paulo: Centauro, 3ª edição, 2003.

_____. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, São Paulo: Centauro, 2001.

_____. *A objetividade do conhecimento nas ciências e na política sociais*. In: Sobre a Teoria das Ciências Sociais. Portugal, Brasil: Presença, Martins Fontes, 1975, pp: 7-80.

_____. *Economia e Sociedade*. Brasília: UNB, 1991, vol. I, parte I.

WEILBRONER, Robert. A sociedade selvagem de Torstein Veblen. In: *A História do Pensamento Econômico*. São Paulo: Nova Cultural, pp: 199-229,1996.

WESTIN, Ricardo. 'Demitido da EMBRAPA diz que foi surpreendido'. *FOLHA DE SÃO PAULO*, Caderno Dinheiro – Agronegócio, p. b, 6, 22/01/2005.

WHITE, Harrison. Where do Markets come from?, *American Journal of Sociology*, 87, pp: 517-547, 1992.

WILKINSON, John. Os gigantes da indústria alimentar entre a grande distribuição e os novos clusters a montante. *Estudo Sociedade e Agricultura*, vol 18, abril, pp: 147-174, 2002.

_____. A contribuição da teoria francesa das convenções para os estudos agroalimentares – algumas considerações iniciais, 1996. In: PREZOTTO, Leomar Luiz *A agroindústria rural de pequeno porte e o seu ambiente institucional relativo à legislação sanitária*, dissertação, PGA – CCA, UFSC, Florianópolis, 1999, 116p.

Woortmann, Ellen F, (1995) *Herdeiros, parentes e compadres. Colonos do sul e sítiantes do Nordeste*, Hucitec/Edunb, SP-Brasilia 336 pp.

Sítios e cd rom consultados

ABRAS. Associação Brasileira de Supermercados, disponível em www.abrasnet.com.br, acesso em 18/07/2005.

ABRACEN, Associação Brasileira de Centrais de Abastecimento, Histórico, disponível em www.abracen.org.br, acesso em 10/07/2005.

APOIO FOME ZERO, Cartilha, 2004, Disponível em: www.apoiofomezero.org.br

CEASA RS, *Quem somos*, disponível em www.ceasa.rs.gov.br, acesso em 10/07/2005.

CEASA RJ, *Institucional*, disponível em www.ceasa.rj.gov.br, acesso em 10/07/2005.

CONAB : www.conab.gov.br Acesso em 21/10/2004.

EPAGRI - Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina S/A, disponível em www.epagri.org.br, acesso em janeiro/2005.

ICEPA/SC – Santa Catarina: características e potenciais. Disponível em: www.icepa.com.br, acesso em 05/08/2004.

ICEPA/SC –Secretaria de Estado do Desenvolvimento Rural e da Agricultura, *SC-AGRO 2000/ Informações da Agricultura Catarinense* – Florianópolis (2000) – CD ROM

ICEPA – Agroindicadores IPR – Florianópolis – Secretaria de Estado da Agricultura e Política Rural, 2004, disponível em: www.icepa.com.br acesso em 05/08/2004.

ICEPA – Preços – Florianópolis – Secretaria de Estado da Agricultura e Política Rural, 2004, disponível em: www.icepa.com.br acesso em 05/08/2004.

ICEPA/SDR – Caracterização Regional/São Joaquim– Florianópolis – Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional (SDR), 2003, disponível em: www.icepa.com.br acesso em 05/08/2004.

PROJETO FOME ZERO, *Uma proposta de política de segurança alimentar para o Brasil*, Instituto Cidadania, Fundação Djalma Guimarães, São Paulo, SP, 2001, versão 3. Disponível em: www.cidadania.org.br, acesso em 05/07/2005.

ANEXOS

Nome	Formação	Cenário político	Cenário econômico	Outros
Irineu Bornhausen		vereador pelo partido republicano catarinense, Prefeito de Itajaí fundador da UDN – União Democrática Nacional em Santa Catarina, vice-presidente do diretório nacional da UDN/ GOVERNADOR 1951-1956. Senador da Republica em 59-67.	fundador do Banco da Industria e do Comercio de Santa Catarina S/A - BIC	despachante aduaneiro (1922-32) Pai de Jorge Konder Bornhausen
Jorge Konder Bornhausen (1937)	Direito PUC Rio	fundador da ARENA, vice presidente da ARENA 72-73, Vice-governador 67-71, GOVERNADOR – 79-82 Fundador do PDS em 1980 e seu vice-presidente 80-83 SENADOR 83-92 Co-fundador do PFL, nomeado para o Conselho da República, Presidente Nacional do PFL	Chefe do Departamento Jurídico do BIC SC 62-67, Presidente do BESC em 75	
Ângela R. Heizen Amin Helou		Presidenta do LADESC – Liga de Apoio ao Desenvolvimento Social Catarinense 83-87 Membro do conselho de Desenvolvimento Social do Estado 83-87, Presidente da Comissão Interinstitucional do Pró-Criança, Membro do Conselho Estadual de Educação de SC 83-89, Deputada Federal PDS 90-95, Prefeita de 86-2000 e 2001-2004	TÉCNICA Superior da CODESC, na coordenação financeira 76-79, Assessoria de Planejaneto do GAPLAN – 76-79 e 79-81	
Esperidião Amin Helou Filho (1947)	Direito UFSC	Deputado 79-82, ARENA Secretario Transporte e Obras – 79-82 GOVERNADOR – 83-86 pelo PDS	76 assessor da TELESC – Organização e Método das Telecomunicações em Santa Catarina, Diretor Financeiro do Banco de Desenvolvimento do Estado de SC, BADESC	
Pedro IVO FIGUEIREDO CAMPOS (1930)	Academia Militar Agulhas Negras.	Deputado Assembléia Constituinte, eleito pelo MDB, D 79-82, vice líder da banca do partido na Câmara dos Deputados 79-82, governador 86-90		Natural de Florianóp.

Nome	Formação	Cenário político	Cenário econômico	outros
Paulo Konder Bornhausen	Direito na PUC RJ	Deputado da AL do Est em 55-59; Presid da AL em 56 e vice governador como tal. Diretor do Jornal RESISTÊNCIA em 57, Líder da UDN na AL em 57, Secretário de Estado Interior e Justiça 58 Diretor da Radio Diário da Manhã, 1960. Presidente do Instituto Nacional do Pinho 60-62 (Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal) Presidente e fundador da COBEC – Companhia Brasileira de Entrepósitos e Comercio, criado pelo BB (73-77),	Diretor da Cia Carbonífera TREVISO, da Fábrica de Máquinas e Raimann 1959, Diretor da Carteira de Crédito Rural do BB – 64-68, 68-72 e para carteira de Crédito Geral e Crédito Industrial, Renunciou em 72. Vice-Presid do Grupo Atlântica Boa Vista de Seguros atual Bradesco Seguros (77) Fundador da Organização SADIA em 1944.	Nat do Rio, 1929,
Atilio Francisco Xavier Fontana	lavrador	secretário da Agricultura 61-62, vice-governador do Estado 75-79.		
Wilson Pedro Kleinübing	Engenharia Mecânica da Federal do RGS	Deputado estadual 83-86, Licencia-se para assumir a secretaria da agricultura e do abastecimento, 83- 86, Senador 95-2003.		
Antonio Carlos KONDER Reis 1925		GOVERNADOR 1975-1979 UDN Deputado 47, 51-55, Chefe do Gabinete do Ministro da Agricultura, João Cleofas, 52-54 Secretario de Estado da Reconstrução de 83-85, vice de Kleinubing, assumiu em 94, quando este vai para o SENADO		

Adolfo Konder	Engenheiro Mecânico pela Federal do RGS	Governador do Estado de 26-30 Senador, fundou a UDN em 1945, Diário da Tarde.Ministro do Estado dos Negócios da Viação e Obras Publicas em 1926 de Washington Luis	Academia Catarinense de Letras
Colombo Machado Sales 1926	Engenh Civil, UFPR	GOVERNADOR 1971- 1975 Secretario Executivo do II Plano de Metas de Santa Catarina – 1969	

Fonte: PIAZZA, Walter. Dicionário Político Catarinense

Tabela 2 – Composição da produção vegetal de Urubici

Cultura	Produtores (no.)	Área (ha)	Produtividade (t/ha)	Produção (t)
ameixa	35	71	11,97	850
maçã	97	690	27,53	19.000,0
pêssego	23	18	16,66	300,0
Pêra	6	9,5	14,7	120
Caqui	10	7,8	10,89	85
Quivi	6	8	18,75	150
Batata	180	250,0	10,00	2.500
feijão	350	225	1,20	270
Milho	1.200	1.610	0,243	3.920
Tomate	150	100	80	8.000
Pimentão	150	60	25	1.500
Cebola	25	15	20	300
Couve-flor	180	70	25	1.750
Feijão de vagem	110	30	20	600
Repolho	350	300	50	15.000
Cenoura	320	280	35	9.800
Abobrinha	65	12	10	120
Morranga	23	9	15	135
Beterraba	350	500	30	15.000
Pastagem anual	100	400	*	*
Pastagem perene	70	276	*	*

Fonte: EPAGRI (2005).

Tabela – Produção de tomate em Urubici em comparação ao estado de Santa Catarina

	URUBICI				Santa Catarina			
Produção Tomate/ano	área hectare	Volume Tonelada*	vol/ área Urubici	Urubici/ SC –% área	área SC	Volume Tonelada* SC	Vol/ Area SC	Observ.
1980	125	5,00	40	9,84%	1270	35,77	27,7%	
1981	138	4,92	35,6	9,83%	1.403	41,306	29,4	
1982	130	4,55	35	8,93%	1456	39,83	27,3	
1983	130	2,73	21	8,15%	1595	34,484	27,6	
1984	70	1,54	22	4,44%	1574	48,269	30,7	
1985	65	2,60	40	4,76%	1364	42,262	31,0	
1986	70	1,50	15	5,10%	1370	35,56	26,0	
1987	70	3,5	50	4,67%	1.500	52,50	35,0	
1988	60	3,0	50	3,64%	1.647	56,83	34,5	
1989	90	3,6	40	5,60%	1.605	63,165	39,6	
1990	90	2,8	31,1	5,27%	1.708	69,109	40,5	
1991	90	2,25	25	5,20%	1733	68,898	39,6	
1992	90	2,25	25	4,75%	1893	67,513	35,7	
1993	75	1,875	25	3,90%	1925	97,328	47,4	
1994	75	3,00	40	3,47%	2160	107,235	49,6	
1995	75	3,00	40	2,92%	2567	121,225	47,2	
1996	96	7,817	18,92	3,51%	2739	78,720	28,7	
1997	96	1,92	20	3,20%	2998	137,912	45,76	
1998	90	1,92	20	3,35%	2860	136,656	47,80	
1999	90	1,80	20	3,20%	2905	134,812	46,04	
2000	90	5,40	60	3,57%	2520	115,402	45,80	
2001	120	7,20	60	4,60%	2613	125,201	47,90	
2002	120	7,20	60	4,76%	2521	127,350	50,50	
2003	120	7,20	60	4,79%	2507	199,096	79,40	(?)
2004	120	7,20	60	5,02%	2390	129,057	54,00	
Fonte	ICEPA -	2005						
* volume:	x 10 ³							

Mestrado - Sociologia Política
Roteiro CEASA

1. Qual o objetivo das CEASAS? Que função elas desempenham na comercialização de hortifrutigranjeiros?
2. Como as centrais e agricultores se organizam para atender o consumidor?
3. Como o agricultor (policultor de hortaliças) tem acesso às condições de mercado para decidir o que plantar? Você acha que o preço é o melhor indicador de mercado?
4. Urubici tem um tipo de hortaliça especializada. Como este município se coloca no mercado?
5. Qual o período do ano que os agricultores de Urubici freqüentam a CEASA?
6. Há algum tipo de relação ou parceria dos CEASAS com os supermercados?
7. O preço que o agricultor recebe corresponde a qual porcentagem do que é pago pelo consumidor no varejo?
8. Você acha que a CEASA aproveita todas as informações que são geradas no processo de comercialização?
9. Como são as negociações dentro da CEASA?
10. Como funciona o setor permanente e o não permanente?
11. Qual a importância do tomate salada? Ele é um produto substituível?
12. Que fatores podem levar a manipulações de mercado? (ex da paralisação da balsa de S José até Rio Grande,RGS).
13. Quais são as condições de pagamento recebidas pelos agricultores? A vista, a prazo, em consignação
14. . Que fatores contribuem para diminuir a flutuação de preços? Informação? Reunião dos produtores?
15. Quando é realizada a coleta de preços diária e de que forma?
16. Quanto à linguagem de informação do produto: classe, tamanho, procedência. Qual o grau de exigência em relação a estes atributos?
Atributos quantitativos: tamanho, peso
Qualitativos: forma, turgidez, coloração, grau de coloração, sinais de danos mecânicos, fisiológicos ou pragas, resíduos ou presença de sujidades.
21. Sobre exigência de padronização da embalagem e sobre a Instrução Normativa do tomate? Qual o grau de exigência com relação a ela?
22. Existe leilão dentro da CEASA? Quando ele ocorre?
23. Há interesse de montagem de um painel eletrônico dentro da CEASA?

Mestrado – Sociologia Política

Roteiro agricultores

Perfil do entrevistado e familiares

- Idade
- Origem
- Grau de escolaridade
- Estado civil
- Quantas pessoas residem na casa?
- Quantos filhos? Grau de escolaridade dos filhos?
- Quer os filhos continuem a estudar?

Perfil das propriedades

- 7. Área Total
- 9. Área cultivada
- 10. Como adquiriu (herança ou compra e quando)?
- 11. Planta algo além do comercializa?
- 12. Tudo que é plantado é vendido?
- 13. Tem horta?
- 14. Animal de criação? Como adquiriu?

Histórico

- 15. Há quanto tempo está na agricultura?
- 16. Começou plantando o que?
- 17. Quando mudou para hortaliça e por que?
- 18. Há quanto tempo planta semente de tomate?
- 19. E as outras culturas?
- 20. O que mudou para o senhor depois que passou a plantar tomate?

Crédito e Insumos

- 21. Compra semente? Onde?
- 22. Como paga? À vista ou na safra?
- 23. Usa herbicida, fungicida ou outros?
- 24. Quem orienta para saber as quantidades? (técnico EPAGRI/ Casa da Agricultura)
- 25. Utiliza crédito (dinheiro do banco)? Qual (Pronaf ou outro)?
- 26. Onde empresta?
- 27. Empréstimo tudo o que precisa ou só uma parte?
- 28. Tem algum tipo de seguro? Já usou o Pró-agro?
- 29. Já teve problemas para pagar o empréstimo?
- 30. Como o senhor avalia o empréstimo? Acha que vale a pena emprestar o dinheiro?

IV – Planejamento do plantio e logística do aproveitamento da terra

- 31. O que você pensa em plantar este ano?
- 32. Qual o volume de cada hortaliça?

33. Quanto de área de cultivo vai para cada hortaliça?
34. Coloca algum item na entresafra?
35. O que o senhor acha de plantar tomate? O tomate possibilita mais ganho? É arriscado?
36. Como foi sua última safra de tomate?
37. Como o senhor escolhe o que vai plantar a cada safra?
38. Leva em consideração o resultado da última safra?
39. Quantas pessoas são necessárias no plantio? E na colheita?
40. Quando começa o plantio?
41. Quando o senhor decide quando vai começar a plantar?
42. Quantas pessoas trabalham?
43. Sobre as ETAPAS – limpeza, capina ou herbicida?
44. Do replantio à colheita qual a quantidade de herbicida/fungicida utilizada?
45. Qual o número de aplicações e por quê?
46. Quando começa a colheita e o quanto dura? DEZ/JAN/FEV/ MAR
47. Planta alguma coisa no cedo (setembro) ou só no tarde (nov/dez)
48. Onde mais precisa de gente? Plantio ou colheita?
49. Quantas pessoas da família trabalho na muda, plantio e na colheita?
50. Contrata mão de obra?
51. Como contrata?
52. Empreita, Por dia ou assalariado?
53. Arrenda terra?
54. Arrenda parte da sua terra para outros?
55. Planta sozinho ou em parceria?

V. Pós-colheita

56. Como classifica o tomate (qualidade, tamanho, cor)?
57. Quando colhe?
58. Como são os pedidos dos clientes? Colheita é semanal ou mais freqüente?
59. Qual o período mais intenso de saída do tomate?
60. O que acha da exigência (se conhece) de classificar o tomate e colocar o selo de origem na caixa?
61. Que tipo de caixa usa? Caixa K ou de plástico? Tem interesse em mudar para caixa de plástico? Tem algum procedimento para limpar a caixa quando ela retorna?

VI. Equipamento de trabalho

62. Tração mecânica
63. Trator (próprio ou alugado da prefeitura)?
64. Tobata, carpideira, roçadeira, pulverizador, irrigador, trilhadeira, arado, cultivador, rotativa, semeadeira
65. Tração animal

VII. Comercialização

66. Tem caminhão ou caminhonete?
67. Para quem vende?

68. Quando começa a vender?
69. Sabe o preço pago na CEASA de Florianópolis antes de vender?
70. Como negocia o preço?
71. O preço que foi acertado se mantém na hora de receber?
72. Já vendeu para os agricultores daqui que fazem CEASA? Foi boa a negociação?
73. Já vendeu para a Hortiouro? Foi boa a negociação?
74. Vendeu tudo? Recebeu todo valor vendido?
75. Como você faz para vender? Procura os intermediários ou eles lhe procuram?
76. O que você faz quando um cliente não lhe paga?
77. Como você controla o que já foi vendido?
78. Vende sempre para os mesmos compradores?
79. Se ele não lhe pagar você volta a vender?

VIII - Política

80. Em quem o senhor costuma votar nas eleições?
81. Tem algum partido de sua preferência?
82. Já foi ou é filiado a partido?
83. Quem são os prefeitos de Urubici? (chacareiros ou colonos)?
84. Por que os colonos votam nos chacareiros?
85. Como é a relação do poder público com a agricultura? Há incentivos?
86. O que você gostaria que os prefeitos daqui fizessem?
87. Se você pudesse escolher, qual o perfil de um bom prefeito?
88. Você vai as festas dos bairros?
89. Já foi a Festa das Hortaliças?

IX - Organização

90. Você participaria de uma cooperativa se fosse convidado?
91. E de uma associação de agricultores?
92. Conhece a Coopervale?
93. Já tomou crédito na cooperativa
94. Você conversa com os vizinhos antes de negociar a colheita?
95. Gostaria de vender sua produção em conjunto com outros agricultores?