

REPRESENTAÇÕES INTELLECTUAIS E
CIENTÍFICAS E PRÁTICAS MERCANTIS

*REPRESENTACIONES INTELLECTUALES Y
CIENTÍFICAS Y PRÁCTICAS MERCANTILES*

*INTELLECTUAL AND SCIENTIFIC
REPRESENTATIONS AND
COMMERCIAL PRACTICES*

*Marie-France GARCIA-PARPET**

RESUMO: No quadro do debate que anima as ciências sociais a respeito da relação entre economia, sociologia e história, a autora reflete a respeito do papel que exercem as representações sociais da economia, notadamente as representações intelectuais e científicas, e mostra que, longe de serem neutras e se limitando a constatar a realidade, elas têm um papel ativo na própria gênese e na transformação das instituições econômicas. Ela se funda em pesquisas feitas em diferentes contextos geográficos e históricos, na França e no Brasil, para analisar como, em configurações específicas, os modelos aplicados para entender as práticas dos diferentes agentes podem contribuir para a sua consagração ou, ao contrário, para seu descrédito.

PALAVRAS-CHAVE: Performatividade da economia. Modelos de mercado. Representações científicas.

RESUMEN: *En el marco del debate que anima a las ciencias sociales sobre la relación entre economía, sociología e historia, la autora reflexiona sobre el papel que desempeñan las representaciones sociales de la economía, especialmente las representaciones intelectuales y científicas. Muestra que, lejos de ser neutrales o de*

* *École des Hautes études en Sciences Sociales*, Paris, França. Doutora em Antropologia Social pelo Museu Nacional/ UFRJ e Pesquisadora vinculada ao Centro de Sociologia Europeia (CESSP-EHESS). Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5700-5783>. E-mail: garciaparpet@gmail.com.

limitarse a constatar la realidad, estas representaciones tienen un papel activo en la propia génesis y en la transformación de las instituciones económicas. Basándose en investigaciones realizadas en diversos contextos geográficos e históricos, en Francia y Brasil, analiza cómo, en configuraciones específicas, los modelos aplicados para entender las prácticas de diferentes agentes pueden contribuir a su consagración o, por el contrario, a su descrédito.

PALABRAS CLAVE: *Performatividad de la economía. Modelos de mercado. Representaciones científicas.*

ABSTRACT: *Within the framework of the ongoing debate in social sciences regarding the relationship between economics, sociology, and history, the author reflects on the role of social representations of the economy, particularly intellectual and scientific representations. She demonstrates that, far from being neutral or merely descriptive, these representations play an active role in the genesis and transformation of economic institutions. Drawing upon research conducted in diverse geographical and historical contexts, notably in France and Brazil, she analyzes how, in specific configurations, models used to understand the practices of various agents can either contribute to their legitimization or, conversely, lead to their discredit.*

KEYWORDS: *Performativity of the economy. Market models. Scientific representations.*

Introdução

No quadro do debate que anima as ciências sociais a respeito da relação entre economia, sociologia e história¹ temos a intenção de refletir sobre o papel que exercem as representações sociais da economia, notadamente as representações científicas, e de mostrar, que longe de serem neutras, elas exercem um papel

¹ Quanto aos adeptos da teoria neoclássica, podemos citar, por exemplo, os trabalhos de Gary Becker. Ele ocupa uma posição extrema, pois não se contenta em considerar a economia enquanto fundamentalmente autônoma e independente do resto da sociedade, utilizando os conceitos neoclássicos para explicar fenômenos tradicionalmente pensados a partir de conceitos sociológicos: *The economic approach to human behavior* (1976); *A treatise on the family* (1981). Para um rastreamento das concepções da economia que fazem parte do sistema social na literatura americana, cf. Richard Swedberg, *Une histoire de la sociologie économique* (1994) e Viviana Zelizer, *Repenser le marché: Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, (1992). Na literatura francesa, podemos citar a introdução ao número especial dedicado à economia das convenções, *Revue économique* (1989), e o artigo de Robert Boyer, *L'agriculture, terrain de choix pour les recherches en économie institutionnelle* (1993).

ativo na própria existência das instituições econômicas². De fato, constatamos, nas sociedades mais avançadas, a coexistência de diversas formas de mercados que não têm o mesmo estatuto e que estão numa relação de concorrência, e até mesmo de luta declarada, a exemplo das que resultam, de um lado, em preços estritamente controlados por administrações, e de outro, em preços flutuando livremente ao sabor de transações.

Os modelos de análise, a partir dos quais compreendemos a “realidade”, talvez constituam um dos elementos decisivos da evolução dessa competição; certos modelos podem reforçar a institucionalização de redes mercantis e marginalizar as formas concorrentes. De que modelos dispõem os diferentes agentes (homens políticos, conselheiros técnicos, empresários, etc.) para criar novos mercados? Que modelos inspiram a construção da infraestrutura necessária aos fluxos comerciais, à elaboração de dispositivos jurídicos, a atribuição de subvenções ou de financiamentos necessários à criação e ao funcionamento de novos circuitos comerciais?

Geralmente pensamos os modelos teóricos como sendo, no máximo, uma “fotografia da realidade”. Aqui, pretendemos, sobretudo, estudar seu lado performativo, sua contribuição na moldagem da “realidade social”³: como certas teorias podem facilitar a implementação de novas redes mercantis? Como essas mesmas teorias podem contribuir para a percepção de que certas redes existentes estão ultrapassadas? Essa questão surgiu, para mim, durante o estudo do mercado de leilões de contagem regressiva de Fontaines-em-Solognes (Garcia, 1986), região conhecida pelo seu “atraso econômico”: a criação de um mercado que utilizava uma tecnologia de ponta, a informática, e a rápida transformação subsequente dos produtores de morangos – camponeses desclassificados – em agricultores de sucesso dentro da cena econômica nacional e internacional, permitiram uma revalorização da Sologne enquanto região provida de uma agricultura moderna. Para explicar como essas novas formas apareceram (salientando a transparência das transações, a homogeneidade dos produtos, etc, tantos elementos constitutivos do modelo neoclássico), tive de considerar a ação decisiva de um técnico da “Câmara da Agricultura”, voltada para uma maior rentabilidade dos agricultores, e dos modelos que ele veiculava.

Por outro lado, durante precedentes pesquisas nos mercados periódicos do Nordeste do Brasil, pudemos observar que os camponeses consideravam seu recente acesso ao mercado como sendo uma conquista da liberdade, uma abertura para o

² Faço questão de agradecer a Marie-Françoise Badis e François Bonvin pela ajuda na redação desse artigo. Considero-me a única responsável pelo que nele escrevo.

³ Dentre os pesquisadores das ciências sociais, os historiadores são sem dúvida os que parecem ser mais sensíveis a esta problemática. Podemos citar, notadamente, a obra de Dominique Margairaz, *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, (1997), que estuda a relação entre a ideologia liberal nascente, a partir das últimas décadas do Antigo Regime, e a multiplicação de feiras e mercados considerados, na época, como um obstáculo à circulação das mercadorias.

mundo e que esse fato passava a exercer um papel central em suas estratégias de reprodução (Garcia, 1991; 1994). Paralelamente, constatamos uma ausência quase total de trabalhos científicos, assim como o silêncio das organizações políticas e sindicais a esse respeito. Essa ausência de discurso acadêmico contribuía a relegar essas redes à posição de formas obsoletas de trocas tradicionais, destinadas a desaparecer com a evolução da economia. Podíamos, a partir daí, supor a existência de diferentes modalidades de relação entre os modelos intelectuais e científicos e as redes mercantis: num caso a teoria parecia legitimar novas práticas, noutro, os modelos as desacreditavam. Essas diferentes experiências de pesquisas nos servirão de suporte para uma reflexão sobre o crédito ou o descrédito lançado pelos modelos intelectuais e científicos sobre as práticas mercantis.

Modelos de mercados e mercados modelos

Antes da criação do mercado com leilões de contagem regressiva dos preços, em 1981, os três quartos da produção da produção de “*fraise à bouche*” (morangos para degustação imediata) eram vendidos pelos produtores da Sologne para intermediários (pequenos comerciantes locais que trabalhavam à base de comissão escoando a produção em direção da central atacadista de Rungis em Paris e, muitas vezes, praticavam a agricultura junto com a colheita de produtos hortícolas ou mantinham uma mercearia ou um bar), para expedidores (comerciantes locais, de maior peso que os intermediários, que trabalhavam em parte com a comissão dos mandatários de Rungis mas cuja maior parte das transações eram feitas com seu próprio capital) e para mandatários (comerciantes instalados em Rungis). Em todos os casos, o produtor não sabia a qual preço seria vendido seu produto, ele só o descobria uma ou duas semanas depois da venda e recebia o pagamento ainda mais tarde, segundo os agricultores: vários meses após a venda. Em compensação, os comerciantes lhes davam, frequentemente, dinheiro adiantado. O comerciante não comprava apenas a produção de morangos, mas também toda a eventual produção de hortas cultivadas. O agricultor confiava no comerciante que o “liberava” de toda sua produção. As cooperativas comercializavam apenas um quarto da produção de “*fraise à bouche*”. Se, até os anos 1960, elas haviam constituído uma rede comercial importante, elas conheceram, nos anos 1970, uma fase de declínio importante. Suas políticas comerciais não lhes permitiam fazer concorrência aos intermediários e, muito menos, aos expedidores. Às vezes, até dependiam destes para a obtenção de certos mercados, sobretudo para a exportação. Essas diferentes modalidades de comercialização eram percebidas como um dos aspectos do atraso da Sologne.

Em outras regiões, essas relações pessoais entre expedidores e produtores haviam sido suplantadas há muito tempo por outras formas de institucionalização das relações mercantis. É o caso da Bretanha, notadamente em Saint-Pol de Léon onde a criação do mercado de leilões com contagem regressiva de preços, em 1961, foi ligada à amplitude, à violência e à complexidade de lutas políticas e a sua repercussão em nível nacional (Elegoët, 1984).

A questão da reorganização dos mercados estava presente, há muito tempo, dentro do debate político nacional e cada tendência política foi levada a se pronunciar a respeito⁴. Se podemos observar um consenso sobre a necessidade de estabelecer um bom conhecimento da oferta, de reduzir as desproporções – consideradas excessivas – entre os preços de produção de produtos agrícolas e os preços de consumo, de reduzir a imprecisão na definição da qualidade dos produtos; em compensação, as soluções pensadas pelos diferentes protagonistas (produtores, expedidores, diversas instâncias de poder e de organização profissional) foram as mais diversas: criação de “mercados de interesse nacional”, venda direta ao consumidor, simples instalação de balança pública, leilões, simples multiplicação e regulamentação de mercados locais, criação de uma sociedade de economia mista, etc. O modelo de leilões degressivos era uma das possibilidades apresentadas nos textos de Louis Malassis, então professor de economia rural na *École Nationale Supérieure d'agriculture* de Rennes: em suas críticas ao segundo e terceiro plano econômico da França, abrangendo as melhorias técnicas de venda, ele sugeriu, entre outros, o sistema de leilões a baixo preço, nos locais de produção. O modelo de leilões degressivos também esteve presente no pensamento do Reverendo Padre Henri de Farcy que participou, segundo Fanch Elegoët (1984), de jornadas de estudo da Federação regional dos sindicatos dos produtores agrícolas: seu livro *L'agriculteur à la conquête de son marché* (1958), amplamente lido pelos camponeses bretões, desenvolvia as condições necessárias para que um mercado seja competitivo no modelo do que ele pôde observar na Califórnia, durante seus estudos realizados nos Estados-Unidos. As vantagens dos leilões de contagem regressiva dos preços também eram divulgadas em escolas de agronomia, sobretudo em Paris. Mas é o desdobramento da luta política, na Bretanha e no resto do país, que propiciou a aproximação entre as diversas estruturas sindicais e as propostas de intelectuais críticos da evolução do mundo agrícola, assim como a sua implementação pelos poderes públicos. Essa luta prolongou-se por vários anos após a criação do mercado de leilão eletrônico de contagem regressiva dos preços,

⁴ Em 1967, Waldeck Rochet preocupa-se, na Câmara, com a organização dos mercados e propõe uma regulamentação dos cultivos de vegetais para fins alimentícios. O relatório do comitê Armand-Rueff, encarregado de examinar as situações de fato e de direito que constituem, de maneira injustificada, um obstáculo à expansão da economia, notadamente a organização imperfeita dos mercados agrícolas, chama a atenção para o insuficiente conhecimento da oferta de frutas e legumes: ele foi aprovado por De Gaulle.

o que mostra a diversidade de interesses políticos implicados na institucionalização dessa nova rede mercantil.

A criação, em 1981, do *Cadran de Sologne* que é, de certa forma, uma das consequências da criação do de Saint-Pol de Léon, ocorreu sob condições historicamente sensivelmente diferentes. A luta política que ela suscitou não teve o mesmo alcance, a mesma repercussão nacional, nem a audácia de gesto inaugural que caracterizou a mobilização dos produtores da Bretanha; no entanto, similitudes entre essas duas experiências são observáveis.

Mostramos, anteriormente, como esse mercado que representava, na época, o que havia de mais eficaz, foi paradoxalmente implementado numa região marginalizada em relação a circuitos econômicos mais florescentes. De fato, na época da criação desse mercado, a Sologne – já considerada, desde o século XIX, uma das regiões mais miseráveis da França e definida, em 1960, pelo relatório Mansholt, como sendo o pulmão de Paris considerando-se suas florestas – figura, a partir de 1976, entre as regiões classificadas de “zona desfavorecidas” pelo conselho dos ministros da Comunidade Europeia. Essas qualificações, devidas às instâncias de poder, que previam um futuro coletivo difícil, influenciaram na maneira em que os produtores percebiam a si mesmos. Seus efeitos são ainda reforçados por uma prática sindical e administrativa que – exercida num quadro regional em que os produtores da Sologne são confrontados a seus ricos “colegas” da região vizinha da Beauce – consolida a percepção que têm de si mesmos, como sendo inviáveis e socialmente desclassificados.

Em 1981, o cultivo do morango em Sologne, sobretudo em Fontaines, era praticado num grande número de plantações; tratava-se de um cultivo em grande escala, frequentemente destinado à indústria, cuja técnica de produção não evoluiu muito por uns vinte anos e que constituiu uma pequena contribuição para a tesouraria da exploração. Para um número relativamente restrito de agricultores, o cultivo do morango representava uma das rendas importantes da produção: eles são especializados na produção de “*fraise à bouche*” (cujo preço de venda é relativamente alto) usando técnicas modernas (utilização de estufas de plástico, instalação de plástico sobre o solo para evitar que os frutos fiquem impregnados de terra, escolha de plântulas selecionadas e rapidamente renovadas para aumentar a produtividade e manter a qualidade)⁵.

A criação do mercado de leilão eletrônico vai provocar mudanças radicais na maneira de realizar as transações e alterar as relações entre produtores e expedi-

⁵ Na França, em outras regiões produtoras de morango, notadamente o Sudoeste e a região do Rhône-Alpes, a produção também é realizada segundo técnicas modernas, bem adaptadas às exigências dos consumidores. Em compensação, os morangos do Loir-et-Cher onde se situa Fontaines– que eram prestigiados no Mercado *Les Halles*, nos anos 1950 – foram, vinte anos depois, desclassificados no mercado nacional e internacional, com poucas exceções.

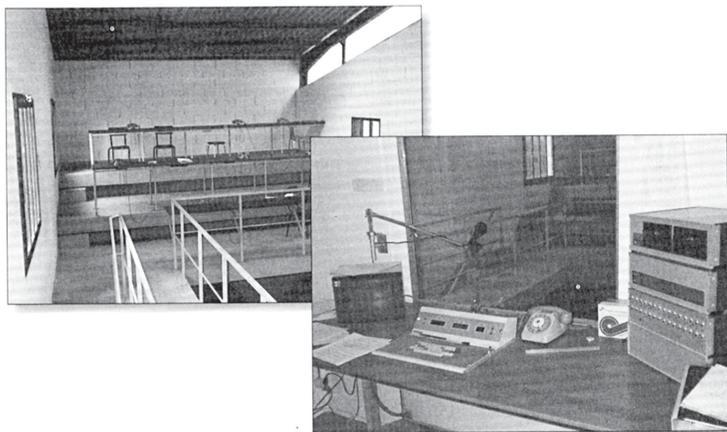
dores. As transações, doravante, são realizadas em hangar construído para isso: os produtores trazem, cotidianamente, sua produção diária, devidamente embalada em bandejas, que são expostas em lotes num pavilhão. A cada lote é dada uma ficha que é imediatamente entregue ao “vendedor” que introduz seus dados num computador e estabelece, em alguns minutos, um catálogo para distribuir aos compradores; depois da apreciação dos lotes pelos compradores, produtores e expedidores se dirigem à sala das vendas. A sala de vendas é construída de tal maneira que uns são separados dos outros, ao mesmo tempo que cada categoria social pode ver apenas o painel eletrônico e os vendedores (ver as ilustrações). As operações são realizadas segundo o princípio dos leilões com contagem regressiva dos preços, o computador sendo programado para recusar os valores do preço por kg no sentido decrescente até que um comprador se declare. O produtor vendedor do lote deve assinalar, com um gesto da mão, seu consentimento ou sua recusa. Se ele não concorda, seu lote será oferecido novamente no final das vendas. Se o preço é considerado ainda insuficiente, o lote pode ser retirado da venda. Essa unidade de tempo e de lugar das transações torna o mercado bem transparente, uma das condições essenciais do modelo de concorrência pura e perfeita dos neoclássicos.

Figura 1 – Descarregamento dos morangos no pavilhão de exposição do mercado.



Fonte: Dados da pesquisa de campo.

Figura 2 – Sala dos compradores, escrivaninhas ligadas ao painel eletrônico do leilão (em segundo plano). Cabine do vendedor (em primeiro plano).



Fonte: Dados da pesquisa de campo.

A exposição no pavilhão e o catálogo dão uma noção precisa da oferta quanto à sua quantidade e qualidade. O processo dos leilões torna público a situação da demanda: compradores e vendedores estão cientes de todas as transações realizadas, de seus preços e quantidades. A alta espetacular da cotação da “*fraise à bouche*” que se seguiu à criação do mercado⁶ não é apenas a consequência da inversão das relações de força que ocorreu entre grossistas e produtores, graças a transparência das transações, mas também do efeito estimulante realizado pela exposição, lado a lado, das diferentes produções, o que põe em evidência as diferenças de qualidade e de quantidade entre os produtores; antes, eles não podiam fazer comparações durante a colheita. “O primeiro ano, dizem os produtores, foi muito difícil. O *cadran* (painel eletrônico) nos ensinou a trabalhar. Vemos os morangos do vizinho e não queremos passar por alguém que faz geleias.” Intensificando a concorrência entre os produtores, no que diz respeito à qualidade dos produtos, o *cadran* também forneceu um meio de se informar sobre as técnicas a serem empregadas e, mais amplamente, um meio de proceder a um verdadeiro trabalho de socialização coletiva. O cultivo do morango tornando-se mais rentável, assistimos também a um aumento das áreas cultivadas.

⁶ Antes de 1981, as cotações dos morangos da região eram sempre inferiores à média nacional segundo as estatísticas da seção nacional do sindicato dos produtores de morango. Nos anos seguintes à criação do mercado, observa-se uma inversão da tendência e diferenças positivas em relação à média, alcançando, às vezes, 40%. Essa alta sensível do preço dos morangos na produção aconteceu também nas redes tradicionais. A criação do mercado modificou o campo das redes de comercialização, especialmente ao criar um ponto de referência para os agricultores que podem, doravante, tomar conhecimento das cotações indo ao mercado ou lendo a imprensa local que as publicam regularmente.

O que ocorreu para que esses agricultores, que mantinham relações pessoais com os intermediários e os expedidores, aceitassem as relações impessoais dos mecanismos de mercado que permitiram a inversão da correlação de forças?

Num contexto de desclassificação, em 1979, provocado pela criação de um mercado de leilão eletrônico no Lot-et-Garonne, que havia contribuído para a melhoria da qualidade da produção e para a alta das cotações, os morangos do Loir-et-Cher, já considerados inferiores aos do Sul, ficaram ainda mais desvalorizados. Os líderes regionais e o conselheiro econômico da Câmara da agricultura, convictos da vantagem do mercado de leilão eletrônico, empreenderam um duplo trabalho para transmitir suas convicções tanto para os agricultores quanto para os expedidores da região. A operação não tinha como objetivo principal o de substituir completamente os expedidores que trabalhavam na região, e sim o de inseri-los numa outra relação em que a concorrência entre os compradores ocorreria mais livremente. Para tanto, entraram em contato com os expedidores que reagiram afirmando categoricamente sua recusa coletiva ao novo sistema de venda e tentando dissuadir seus clientes por meio de todo tipo de contra-informação. Mas, para uma pequena fração de compradores, a criação desse mercado tornava possível a conquista de mercados novos (notadamente a produção que, antes, era vendida diretamente para os mandatários do Mercado Central *Les Halles*). Com a aceitação, por essa fração de expedidores, dessas novas normas propostas pelos produtores, as novas formas de concorrência triunfaram e desorganizaram o antigo sistema.

A invenção deste mercado, é a invenção de um futuro coletivo e individual para os agricultores, desta região, que cultivam morangos desclassificados nos mercados nacional e internacional e comercializados, em grande parte, por intermediários ou expedidores locais. É o resultado de um conjunto de transformações que supõe tanto a ação de indivíduos interessados na existência deste mercado e dotados de competências específicas, a intervenção de instituições predispostas a avalizá-lo (do ponto de vista material e simbólico), quanto o trabalho sobre a opinião regional para que ele fosse aceito por todos os parceiros.

Um jovem conselheiro da Câmara regional de agricultura, designado para a reorganização da produção de frutos e legumes da região do Loir-et-Cher⁷ se dedicou à mobilização dos recursos em instituições e em financiamentos para criar o mercado de leilão eletrônico⁸. Sua ação foi inspirada, em grande parte, pelo curso

⁷ Essa, evidentemente, não foi a única circunstância e nos remetemos a nosso artigo, citado anteriormente, abrangendo as características sociais dos promotores do mercado de leilão de Fontaines-en-Sologne assim como as redes de comercialização existentes antes de 1979.

⁸ Os produtores de Sologne contam que sonhavam, há muito tempo, com um “*petit Rungis*”, em Fontaines-en-Sologne, porém várias mediações foram necessárias para dar a esse modelo selvagem a legitimidade e a força necessárias para que o mercado fosse criado.

de economia que ele seguiu na faculdade de direito⁹ e em seu conhecimento da teoria neoclássica: segundo ele, a necessidade de uma política de agrupamentos dos agricultores se justifica “para acionar novamente os mecanismos da concorrência”; ao transplantar modelos de mercado de leilões eletrônicos que funcionam na Holanda e no norte da França, ele responde a esse interesse. Com a ajuda de diversos líderes locais, ele teve de tornar essa nova forma de comercialização aceitável para as autoridades, os bancos locais e a população de agricultores envolvidos. Para tanto, foram organizadas “reuniões de sensibilização” e viagens para observar o funcionamento de outros mercados de leilões eletrônicos.

A presença do sindicato dos produtores de morango do Loir-et-Cher foi primordial: foi ele que forneceu os seus líderes ao leilão eletrônico e uma primeira organização coletiva. Embora não pertencendo à rede de comercialização propriamente dita, essa instituição foi um local de conciliação entre expedidores e produtores que permitiu implementar a criação de uma imagem de marca para os morangos da região. A função dos técnicos e conselheiros da Câmara da agricultura, ligados a esse projeto, era a de estimular uma produção que igualaria – em qualidade e em apresentação – às das grandes regiões produtoras que, na França, dominavam o mercado. Os produtores de morango envolvidos e os técnicos lançaram uma campanha que preconizava, entre outras coisas, a redução de plântulas utilizadas e a uniformização da embalagem. É assim que, em 1976, com a concordância da direção nacional do sindicato dos produtores de morangos, a seção regional do Loir-et-Cher apresentou, a um oficial de justiça, o “macaron” ou selo de qualidade “Morangos de Sologne” consolidando uma nova imagem de marca dos agricultores da Sologne. Os produtores venceram no plano econômico¹⁰ e no plano simbólico; desde então os morangos de Sologne tinham seu selo de qualidade com a mesma legitimidade dos morangos do sudoeste, da Lorraine e da região Rhône-Alpes. É, ainda, esse sindicato que permitiu a união, na base de interesses comuns, dos produtores de vários municípios, o que foi determinante para a implantação do mercado de leilão eletrônico.

Esse mercado parece realizar, na prática, as condições do modelo da teoria neoclássica, ou seja, a homogeneidade do produto, a livre entrada dos parceiros no mercado, a fluidez, a transparência, a atomicidade (nenhum dos atores tem força suficiente para influenciar a determinação do preço)¹¹ mas essas condições, longe de serem dadas de antemão, na verdade são o resultado de uma construção social. Se essas práticas econômicas correspondem àquelas que a teoria econômica prevê,

⁹ Esse conselheiro possuía, além de uma formação econômica, um diploma da *École d'agronomie de Nancy*, e era titular de um mestrado em biologia, o que lhe conferia um nível de instrução bem superior ao de todos os seus colegas da Câmara de agricultura, inclusive de seus superiores hierárquicos.

¹⁰ Cada bandeja de morangos, respondendo aos critérios de seleção, recebia uma subvenção de 5% do preço de venda por kg.

¹¹ Cf. por exemplo, Paul Samuelson, *Economics*, New York, McGraw Hill Book Company, 1973.

é porque essa teoria serve de quadro de referência para instituir cada elemento do mercado¹²: comercialização em lotes que representam uma quantidade insignificante da oferta, classificação dos morangos segundo critérios independentes da identidade de seu produtor, unidade de tempo e de lugar que torna o mercado perfeitamente transparente, enfim; liberdade dos grossistas e produtores que não são obrigados nem a comprar, nem a vender¹³. Na verdade, as práticas constitutivas do mercado – que correspondem às práticas de livre funcionamento da oferta e da demanda – não são, primordialmente, práticas mercantis, e sim o resultado de ações coletivas que não podem ser reduzidas a ações mercantis¹⁴. Para haver concorrência no novo mercado, foi necessário, antes de tudo, ter tido uma aliança para fazê-lo existir e funcionar; as novas formas de concorrência econômica supõem novas formas de aliança social.

Nos dois casos que acabamos de evocar, a criação do mercado de leilão eletrônico provocou um rebaixamento dos agentes ligados às formas precedentes de comercialização: grossistas e cooperativas. Se a ideia do leilão eletrônico se ancorou no espírito dos agricultores quando eles visitaram os *veilings* (Franch Eleggöt conta que, durante uma visita à Holanda, os produtores teriam exclamado “estamos 50 anos atrasados”), a ajuda dos poderes públicos a essas novas formas de comercialização, sob forma de financiamento, também teve um papel importante.

A nova institucionalização modificou o estatuto dos produtos e, por consequência, o de seus produtores. A cultura do morango tornou-se símbolo de dinamismo e de notoriedade como o confirmam os artigos da imprensa local e a escolha da Sologne, em 1982, para a realização do seminário anual do morango, organizado pelo sindicato nacional dos produtores de morangos. Esse esforço coletivo criou uma identidade “leilão eletrônico” e essa rede de comunicação tornou-se muito dinâmica numa região de dispersão de plantações, onde a missa do domingo e o mercado tradicional perderam seu papel de instância de comunicação social.

Por outro lado, há outras situações em que o pensamento acadêmico, longe de reforçar as práticas mercantis, as desqualifica. Estamos pensando, é claro, na União Soviética em que os mercados com preços flutuantes eram considerados como sendo práticas aberrantes, limitantes, tornadas ilegítimas, e até ilegais pelo marxismo¹⁵. No entanto, não é apenas nos países de economia planejada que podemos encontrar uma desqualificação das práticas mercantis com preços flutuantes. Durante as pes-

¹² A respeito do “efeito de teoria”, ver Pierre Bourdieu, *Espace social et genèse des classes*, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 52-53, junho 1984.

¹³ Os produtores podem suspender a venda com a interrupção imediata da colheita pois não são mantidos pela presença de uma mão de obra regular e podem retirar seus lotes para o escoamento em direção à indústria.

¹⁴ Para uma análise dos acordos e convenções, cf. Laurent Thévenot, *Des marchés aux normes*, publicado em Gilles Allaire e Robert Boyer (éds), *La grande transformation de l'agriculture*, (1995).

¹⁵ Cf. Basil Kerblay, *Les marchés paysans en URSS* (1968); Jerzy Tepicht, *Marxisme et agriculture: le paysan polonaise* (1973); Boguslaw Galeski, *Basic Concepts of Rural Sociology* (1972).

quisas sobre os mercados tradicionais no Nordeste brasileiro, em que mostramos sua importância na reprodução econômica e social do campesinato dessa região, ficamos surpresos ao constatar que – embora o regime político em vigor no país não indique nenhuma posição oficial condenando-as¹⁶ – a análise das redes de mercado não parece suscitar interesse etnográfico, anedótico ou até mesmo folclórico.

Desconhecimento acadêmico e descrédito das práticas correntes

Os mercados agrícolas com forte participação camponesa ocupam um lugar menor na hierarquia dos objetos acadêmicos no Brasil, enquanto que os mercados internacionais de produtos tropicais (café, açúcar, algodão, cacau, borracha, etc.) encontram um lugar privilegiado na escala de interesses. Gostaríamos de evocar, de um lado, as representações dos mercados nos ambientes universitários do Brasil e, de outro, as práticas mercantis dos camponeses do Nordeste desse país, tais como pudemos observá-las ao longo de uma pesquisa de campo, no intuito de estudar a relação entre as concepções universitárias dominantes e a legitimidade dos diferentes mercados.

Os economistas mais eminentes concentraram seus estudos nos produtos agrícolas “nobres”, ou seja, nos produtos de exportação. Na verdade, a atenção dos economistas foi menos guiada pela preocupação em compreender a ação de diferentes agentes que intervêm nos mercados internacionais (proprietários de *plantations*, empresas de importação e exportação, banqueiros, etc.) do que pela vontade de discutir a política de valorização dos preços internacionais empreendida pelo Estado brasileiro desde o início do século XX. É a “ação do Estado” e a institucionalização dos circuitos dos produtos “nobres” – campo de pesquisa privilegiado de Celso Furtado (1959)¹⁷ e de Delfim Netto (2009)¹⁸ – que ocuparam, um durante um período

¹⁶ As publicações sobre os mercados, tirando os dos geógrafos, nos anos 1950, são muito raras e sobretudo o trabalho dos antropólogos, cf., por exemplo, Luiz Mott, *A feira do Brejo Grande: estudo de uma instituição econômica num município sergipano de baixo São Francisco* (1975).

¹⁷ Uma das obras clássicas da economia brasileira é, sem dúvida *A formação econômica do Brasil* de Celso Furtado (1959). Esse livro contribuiu para fundar o prestígio de seu autor enquanto intelectual inovador e permitiu que ele fosse nomeado Ministro do Planejamento. Sua visão do desenvolvimento brasileiro marcou fortemente as instituições econômicas do período 1959-1964. O autor faz amplo uso do modelo keynesiano para interpretar os efeitos inesperados da crise de 1930 (op. cit., parte V). Seu modelo se inscreve, em parte, numa crítica à política de incentivo aos preços dos cultivos tropicais, notadamente o do café, praticada pelo Estado brasileiro desde o início do século XX que, segundo ele, provocou, com o tempo, uma superprodução ainda maior do que a de 1930. Celso Furtado não faz uma avaliação totalmente negativa dessa política: embora ele a associe claramente à “socialização das perdas dos plantadores”, ela abriu caminho para a modernização industrial. No fim dos anos 1950, esse autor reconhece esse novo polo dinâmico da economia brasileira e defende a aceleração do desenvolvimento centrado na indústria e uma mudança de relações de poder no campo por meio de uma reforma agrária.

¹⁸ Delfim Netto (2009), um dos mais importantes responsáveis pelo regime militar (1964- 1985), publica, em 1959, uma monografia sobre *O Problema do café no Brasil*, na qual critica, de forma bem direta,

democrático e o outro durante o regime militar, posições dominantes no espaço intelectual e no campo político do país. Embora tendo concepções opostas, eles têm como modelo de referência os esquemas keynesianos e/ou neoclássicos e, como objeto central, a gestão – pelo Estado – da comercialização das principais culturas de exportação, notadamente o apoio ao preço do café no mercado internacional e seu papel decisivo no impulso da industrialização brasileira.

Suas análises não se concentraram diretamente nas formas políticas e econômicas que permitiram a instauração do controle dos principais produtos de exportação, como o café e o açúcar, pelo Estado brasileiro – o que constitui uma novidade em matéria de práticas mercantis – e tampouco na gênese da posição do Brasil como novo ator econômico na cena do “mercado mundial”. Tudo acontece como se toda reflexão sobre as práticas mercantis visasse apenas o comportamento do “Brasil” (enquanto coletivo nacional) nos “mercados mundiais”. Ao erigir a valorização dos produtos “nobres”, no exterior das fronteiras nacionais, como sendo objeto digno de atenção, esses autores concebem projetos de intervenção do Estado que supostamente produziriam efeitos perceptíveis na evolução da economia brasileira. Simultaneamente, esses dois modelos concorrentes contribuem para relegar, à uma zona nebulosa, toda uma gama de práticas mercantis, sejam elas o mercado de gêneros alimentícios ou os circuitos administrativos que enquadram a compra, a estocagem e a venda dos cultivos de exportação.

Entretanto, quando os economistas se distanciaram da análise dos mercados internacionais, foi a reforma agrária que se encontrou no coração de todos os debates intelectuais e políticos. Após esse debate, um certo número de economistas e de sociólogos¹⁹ que se interessaram pelo destino das populações rurais marginalizadas²⁰, se debruçaram sobre a comercialização dos produtos alimentícios básicos.

Para esses especialistas, dois problemas devem ser resolvidos: o de um escoamento dos produtos que possa remunerar, o melhor possível, os pequenos produtores e o do abastecimento, com preços acessíveis, das populações mais carentes (rurais ou urbanas). Para eles, o mercado (e aqui a confusão entre mercado “praça mercantil” e mercado “integração dos diversos fatores de produção pela oferta e a demanda” é

a política de incentivo ao preço do café nos mercados mundiais, sugerindo que, ao forçar a alta dos preços, o Estado brasileiro estaria provocando uma superprodução ainda mais violenta do que a das etapas anteriores, abrindo espaço para os outros países tropicais concorrentes e tornando difícil a industrialização. Autor de outros textos sobre o café, ele coloca em prática suas ideias, quando se torna Ministro da Fazenda (1967-1974) e Ministro do Planejamento (1979-1985). O café, então, deixa de ser percebido como um elemento de uma política macroeconômica para tornar-se o objeto de uma política setorial que leva ao seu declínio dentro da hierarquia dos produtos de exportação (atrás da soja e do suco de laranja) e à falta de interesse brasileiro em manter o Acordo Internacional do Café.

¹⁹ Seria necessário fazer uma sociologia da posição desses diferentes economistas e sociólogos, no campo intelectual, e sua relação com a escolhas dos temas de suas pesquisas.

²⁰ Swedberg (1994), nota que os representantes das Ciências Sociais favoráveis ao movimento sindical reafirmaram a importância das intervenções políticas para compensar os efeitos negativos do mercado.

capital) e, particularmente, os “intermediários” são responsáveis pelas desigualdades econômicas e sociais; eles estão na origem das distorções de preço, comprando a preço reduzido e revendendo a preço elevado.

Segundo esses autores, as cooperativas e as instituições do Estado, sobretudo no abastecimento de produtos básicos, constituem o instrumento, por excelência, para lutar contra as desigualdades sociais, mesmo se muitos deles se sentem obrigados a mencionar que o cooperativismo se implantou no Brasil de uma maneira pouco conforme a seus ideais, sendo mais o produto de grandes grupos financeiros; tomando, assim, uma forma caricatural²¹. No entanto, é o cooperativismo que dever ter um papel ativo na elaboração de um projeto alternativo de sociedade, mesmo se lhe falta a característica principal de autogestão democrática de economia a favor da maioria dos produtores e dos consumidores²².

Encontramos os mesmos modelos de referência entre os intelectuais católicos e a igreja que afirmam ser necessário dar a primazia à criação de novos laços comunitários imbuídos de um sentido religioso (as comunidades eclesiais de base). No entanto, segundo o relatório de uma reunião de avaliação da ação desses diversos agentes para criar novas formas coletivas de produção e de circulação dos produtos no meio rural (Novaes, 1984), o modelo ideal da formação de laços comunitários nunca foi realizado em sua integralidade. Olhando de perto, todas as experiências de sucesso são associadas a uma conciliação entre as plantações coletivas e as plantações familiares. Os fracassos são nitidamente ligados à imposição de decisões coletivas em todos os planos. Atrás da condenação moral dos camponeses demasiadamente individualistas para entender os benefícios das novas formas comunitárias, se esconde a recusa em fazer o esforço de compreender as redes de sociabilidade mobilizadas na produção agrícola e na comercialização; enquanto que, para compreender as modalidades de adesão ou de rejeição às propostas apresentadas pelos agentes religiosos, seria necessário envolver a história de cada família camponesa e levar em conta o estado de seus recursos no início da experiência cooperativista. A utopia favorece a economia do trabalho de observação e de explicação das práticas mercantis.

A mesma ausência de análise concreta das práticas mercantis é observada num estudo da FAO que avalia os resultados econômicos obtidos por produtores agrícolas beneficiários de medidas de redistribuição de terras no Brasil (entre 1985

²¹ Sonia Corrêa, em seu artigo “Cooperativismo no Brasil e no Nordeste” (1982), descreve as cooperativas rurais do Nordeste no período 1960-1980 e nota que o cooperativismo, ligado ao sindicalismo de Estado, foi difundido diretamente pelo Estado durante a ditadura Vargas.

²² Cf. por exemplo, o artigo do economista consultor de uma organização não-governamental (ONG) do Nordeste, Heinz Stecher, “Cooperativismo: uma relação conflitiva entre o econômico e o político” (1994). É, também, a necessidade de criar estruturas cooperativistas que ocupa um lugar de destaque no congresso da central sindical camponesa (CONTAG).

e 1989)²³. Esse trabalho permitiu o estudo das variações de rendimento dentre os beneficiários da redistribuição de terras e sua comparação com as produções de diferentes regiões do país (Romeiro; Guanziroli; Palmeira, 1994). Um procedimento minucioso de amostragem por todo o território brasileiro e a utilização de questionários conduziram a estimativas dos rendimentos anuais dos novos agricultores, demonstrando que se situam por volta de 3,7 vezes o salário-mínimo brasileiro (performance impressionante para uma economia em que o desemprego, declarado ou dissimulado, condena uma grande parte da população urbana e rural a níveis de vida miseráveis). Diferentemente dos trabalhos estatísticos precedentemente realizados, esse estudo permitiu a estimativa do valor das práticas de autoconsumo: elas não são características das regiões ou das unidades de rendas mais baixas e são mais importantes entre as mais abastadas. Trabalho metucioso, foi apresentado ao debate universitário e retomado pelo “movimento dos sem-terra”²⁴ como sendo uma prova do progresso econômico suscitado por uma reforma agrária. As experiências de reforma agrária, no Brasil, podem ser concebidas não apenas através de visões utópicas e/ou messiânicas, mas também como virtualidades históricas materializadas, até o presente momento, em escalas muito reduzidas.

No entanto, é surpreendente constatar que depois ter considerado os fatores ligados à comercialização dos produtos agrícolas (ou, nos seus próprios termos, “a inclusão no mercado”) como sendo os “responsáveis primordiais do sucesso” de certos agricultores e do fracasso de outros, os autores não tenham explorado os dados percebidos pelo questionário, sobre as redes de comercialização efetivamente utilizadas pelos novos camponeses. Eles nem ao menos os apresentaram dentro de quadros específicos como no caso do rendimento dos agricultores. Para concluir que os camponeses sofriam uma perda de quase 60% do preço de venda, por causa dos intermediários comerciais no perímetro reformado, os autores se basearam apenas na comparação de índices de preços regionais. Enquanto um estudo minucioso permitiu uma análise inovadora e perspicaz das formas de rendimento das diferentes alternativas objetivamente existentes, indagações sobre as perdas advindas das redes de comercialização permanecem sem respostas por conta da ausência de uma análise, no entanto essencial, das diferentes práticas mercantis no interior de diferentes redes. A força da ideia preconcebida sobre o papel de uma “inclusão no mercado” foi suficiente para justificar a ausência de um exame aprofundado das práticas mercantis.

²³ O Brasil nunca conheceu uma grande redistribuição da propriedade fundiária, como aconteceu no Chile e no México, e a principal reivindicação dos sindicatos e das organizações camponesas é a reforma agrária. No entanto, algumas grandes propriedades foram redistribuídas, em diversas ocasiões, aos camponeses: após graves conflitos ou quando a própria lei previa a expropriação dos grandes proprietários, notadamente em casos de especulação fundiária notória ou em casos de cultivo ilícito (exemplo: marijuana).

²⁴ O componente mais radical do sindicalismo camponês no Brasil atual.

Tal percepção inspira a maior parte das representações entre os universitários, os membros da alta administração e os políticos que se interessam e/ou estão envolvidos no assunto. Os circuitos que obtêm todos os créditos (simbólicos e financeiros) são os controlados pelo Estado (a exemplo dos produtos agrícolas de exportação como o café, o açúcar, etc.) ou as cooperativas. Esses circuitos estatais ou cooperativos são considerados coletivos detentores de interesse geral, enquanto que o mercado é relegado ao status de circuito “individualista” onde a felicidade de uns só pode existir em detrimento de outros. A percepção de “intermediários” é mítica: ela se caracteriza por uma ação guiada pela exploração do outro; e qualquer comércio, em última análise, é pensado enquanto pilhagem, como se ele não cumprisse função alguma e deveria ser eliminado ou substituído a médio ou longo prazo.

Portanto, os mercados são realizados, em sua maioria, sem a ajuda do Estado, dos partidos e das organizações políticas, com poucas condições materiais e quase nenhum crédito simbólico. O fato de que os prefeitos, às vezes, dão atenção ao mercado é percebido como a reinvenção do clientelismo ou, no melhor dos casos, como algo importante em nível local, uma espécie de último recurso, mas que não pode ser apoiado pelas ações de organizações política. Assim, os mercados são percebidos, muitas vezes, como arcaísmos, reminiscências a serem toleradas na falta de coisa melhor, símbolos do tradicionalismo.

Mercados locais: liberdade recuperada ou arcaísmo?

Ao contrário, segundo a equipe de pesquisa sobre as transformações sociais no Nordeste do Brasil, da qual participamos²⁵, o mercado é a prova mais evidente da transformação das relações de dependência que se insere na herança da escravidão. É no mercado que os descendentes de escravos fazem sua aprendizagem do mundo do comércio, detentor, para eles, de um sentido de liberdade²⁶. Até por volta dos anos 1950, as relações de dependência personalizada estruturam o espaço social e isolam os trabalhadores residentes, os *moradores*²⁷ no interior de grandes propriedades, excluindo-os das atividades urbanas, inclusive dos mercados semanais. De fato, os trabalhadores residentes, frequentemente endividados, são coagidos a adquirir os produtos de que precisam nos barracões das fazendas. Com o desgaste do modo de

²⁵ Um projeto de pesquisa sobre as transformações socioeconômicas do Nordeste do Brasil, dirigido por Moacir Palmeira, *Droit, politique et espace agraire au Brésil* (1994), originou várias publicações, notadamente em francês, como a de Afrânio Garcia Jr, *Libres et assujettis* (1989).

²⁶ A importância desse fenômeno é descrita no artigo de Moacir Palmeira, “Feira e mudança econômica” (1971).

²⁷ Os moradores recebiam, geralmente, um lote de terra que eles cultivavam, durante as horas livres que lhes eram concedidas, e que era insuficiente para assegurar sua subsistência até porque a relação que tinham com o proprietário os obrigava a lhe oferecer os produtos desses lotes.

dominação tradicional²⁸ – causado, em parte, pelo declínio econômico das grandes plantações de cana – com a possibilidade das retiradas em massa em direção ao mercado de trabalho industrial do Sul, com o desenvolvimento das associações camponesas e a implementação de um novo quadro legal e institucional, assistimos a uma mudança de estratégias dos grandes proprietários e à expulsão dos trabalhadores residentes. Conseqüentemente, as migrações se aceleraram, as cidades viveram um crescimento espetacular e as relações mercantis conheceram um grande desenvolvimento; o que, antes, era um objeto de autoconsumo para os trabalhadores residentes, tornou-se objeto de trocas mercantis. O campesinato utilizou, cada vez mais, a atividade mercantil regular para contrabalançar os efeitos da falta de terras, e até mesmo para acumular e adquirir terras.

Na verdade, o campesinato encontra, numa forma especial de institucionalização dos mercados – a existência de circuitos de mercados periódicos que se estendem por todos os dias da semana – uma maneira de realizar, ao mesmo tempo, a atividade comercial e a agrícola; o fato de praticá-las não entra em contradição com a afirmação de sua identidade camponesa²⁹. Para que essa complementariedade aconteça, não basta que as feiras sejam periódicas, é preciso também que os dias de feira sejam distribuídos ao longo da semana para que as diferentes combinações possam ocorrer. A escolha dos dias é um objeto de lutas, o resultado de uma longa construção social que depende de uma configuração de interesses muito diversos. As feiras das zonas canavieiras devem ocorrer no domingo para não perturbar a semana de trabalho do interesse dos proprietários de fazendas; a Igreja, por sua vez, prefere que ocorra num outro dia. Uma parte dessas feiras tiveram sua origem no final do século passado, principalmente para o escoamento dos produtos nobres (o açúcar, o café e o algodão), para o abastecimento dos barracões das grandes fazendas da região, ou ainda para servir de escala para a região árida. A comercialização desses produtos tornou-se, no início do século, um assunto de administração do Estado: a cana-de-açúcar não é mais vendida nas praças de mercado desde 1930, data da criação de um organismo de Estado: o Instituto do açúcar e do álcool (IAA) que regula nos mínimos detalhes o mercado nacional da cana e seus derivados. Quanto ao algodão, produto da região semiárida, o Estado interveio com a criação de uma comissão de financiamento, estabelecendo um preço mínimo de maneira a manter o

²⁸ Para uma análise do modo de dominação tradicional, cf. Afrânio Garcia Jr, *Libres et assujettis* (1989), Moacir Palmeira, “Casa e trabalho: notas sobre as relações sociais na “plantation” tradicional” (1976); Lygia Sigaud, *Le courage, la peur et la honte* (1996).

²⁹ Nos trabalhos anteriores, tentamos mostrar como, ao contrário, a reunião social semanal, que configura o mercado, agrupa, embora de maneira heterogênea, as diversas ramificações do campesinato – alguns participam apenas enquanto consumidores, outros vendem sua produção e/ou têm atividade de intermediários. Ela fornece, assim, de certa forma, uma imagem de si mesma, de seu lugar e de sua função no espaço social. Cf. Garcia, *Espace public et participation féminine: paysannes et commerce dans le Nordeste du Brésil* (1991).

fluxo constante para a alimentação da indústria têxtil e financiando as cooperativas de transformação de fibras de algodão que geram as transações.

Desprovidas de suas funções mais nobres, essas praças mercantis são, hoje em dia, o local de compra e venda preferencial do campesinato, onde eles fazem suas provisões de produtos alimentícios da semana. Os pequenos produtores encontram, na população recentemente proletarizada das fazendas, uma demanda por seus produtos alimentícios ou artesanais³⁰. O escalonamento das feiras, em diversos lugares e nos diferentes dias da semana, permite que os camponeses possam compor um circuito de mercados, segundo suas disponibilidades de tempo, e realizar uma combinação otimizada entre o trabalho agrícola e o “negócio”.

Figura 3 – Os legumes: um setor onde as mulheres podem se estabelecer.



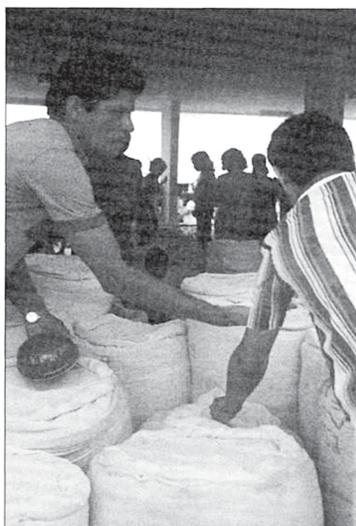
Fonte: Dados da pesquisa de campo.

Nas feiras, os camponeses adquirem tudo o que eles necessitam, tanto os produtos agrícolas para consumo como os produtos industrializados, e vendem a produção de sua parcela de terra; lá, todos podem se instalar e vender sua produção no varejo, com a exceção do feijão, da farinha de mandioca e da carne cujo acesso é regulamentado. Se não conhecemos a regulamentação da venda de carne porque é muito antiga, em compensação, as vendas da farinha de mandioca e do feijão, os dois produtos de base da alimentação das populações locais, vêm sendo taxadas (anualmente) há uns trinta anos, e atreladas à utilização de uma balança certificada

³⁰ Tudo o que é necessário para a vida desses trabalhadores rurais pode ser comprado nas feiras e os produtores rurais representam a maior parte dos intermediários de produtos agrícolas e outros.

pelo Estado; as autoridades pretendiam, assim, proteger os consumidores mais necessitados. Na verdade, essas exigências, que acarretam investimentos relativamente pesados para um grande número de pequenos produtores³¹, excluíram uma boa parte deles e só alguns puderam se instalar em outros setores “mais abertos” para uma atividade regular de venda no varejo. Os produtores podem, é claro, vender sua produção a comerciantes que vão buscar seus produtos na sua plantação, desde que essa seja suficientemente importante para justificar o deslocamento. Nesse caso, é o comerciante que impõe seu preço. São, sobretudo, os camponeses endividados que recorrem a essa prática, solicitando ao comerciante adiantamentos financeiros durante os períodos de entressafra.

Figura 4 – A venda de farinha de mandioca: negociação sobre a qualidade do produto.



Fonte: Dados da pesquisa de campo.

A inserção de pequenos produtores nas redes de feiras é duplamente facilitada: a venda de sua colheita pode servir de aporte inicial para adquirir o estoque necessário, e o fato de ter de vender periodicamente lhes permite familiarizar-se com a praça mercantil, diferentemente do simples consumidor. Aliás, essa combinação de atividades agrícolas e mercantis apresenta várias vantagens: o comércio nas feiras permite que os camponeses complementem sua renda sem perder sua autonomia. A atividade mercantil fornece aos pequenos produtores um rendimento estimável durante os

³¹ O impacto dessa medida foi tão violento que os camponeses não conseguem falar a respeito. Ela os priva de uma renda superior e de uma socialização durante a venda. No estado de Pernambuco, onde a mobilização camponesa foi particularmente importante, essa medida nunca foi aplicada.

períodos de fraca produção e, sobretudo, o período que precede as atividades de cultivo, momento estratégico do ano em que, muitas vezes, é necessário recorrer a trabalhadores rurais diaristas. Enfim, a atividade mercantil regular e, sobretudo, a participação em várias feiras, aumentam consideravelmente o conhecimento da oferta e da demanda, o que permite aos pequenos produtores reagir melhor diante das flutuações de preços.

A feira é um espaço muito diversificado. Os diversos produtos são agrupados em setores cujos riscos e as exigências de tempo e de capital são muito diferentes. Dependendo do tipo de mercadoria com as quais querem fazer as transações, o investimento necessário é mais ou menos importante: quando dispõem de uma boa rede de contatos, podem começar com pouca ou nenhuma liquidez e receber produtos para vender mediante comissão a seu primeiro detentor. Essa coexistência de setores diferenciados permite, aos camponeses, passar ao longo do tempo de setores menos capitalizados para setores mais capitalizados, de acordo com os momentos de seu ciclo de vida, sem maiores riscos, sobretudo quando exercem, conjuntamente, uma atividade agrícola e comercial.

A composição social dos vendedores é muito diferenciada dependendo dos setores, e as condições de entrada são diferentes de acordo com as posições sociais. Para os trabalhadores rurais diaristas (“vivendo do alugado”) e os *moradores*, o acesso à feira é muito reduzido: frequentemente endividados nos barracões do campo, que vendem mais caro, eles não dispõem de nenhuma liquidez para investir na atividade mercantil. A falta de liberdade dos *moradores* torna sua inserção ainda mais difícil: sua submissão à vontade do patrão está longe de se limitar aos canaviais e devem se manter sempre à sua inteira disposição. São os pequenos produtores e, dentre eles, os proprietários que se tornam, mais frequentemente, agricultores comerciantes. Apesar de uma acentuada divisão sexual do trabalho, nessa região, que faz com que o abastecimento de produtos alimentares das feiras seja uma incumbência masculina por excelência, um certo número de mulheres exerce uma atividade mercantil de intermediária. Os homens ocupam os setores atacadistas e todos os setores mais valorizados. As mulheres frequentam os mercados para comprar os bens destinados ao funcionamento da casa, às vestimentas do grupo doméstico, e acompanham seus maridos durante a compra das provisões. Elas podem ajudá-los em sua atividade mercantil e a transposição de conhecimentos adquiridos no mundo doméstico permite que algumas delas tenham bancas (por exemplo, de comida), mesmo se suas trajetórias estão longe de serem equivalentes às dos homens que vêm do mesmo grupo social. É a mesma lógica de socialização familiar que familiariza as crianças de acordo com sua idade e, sobretudo os meninos, à aquisição de conhecimentos necessários à venda: servir os clientes, fazer as compras, abrir uma banca independente, se instalar numa outra feira que aquela do município de residência.

Figura 5 – Vendedor de artigos de couro, armarinhos, cosméticos.



Fonte: Dados da pesquisa de campo.

Como é que os camponeses imaginam sua atividade mercantil? Quando o pesquisador os interroga a respeito, aqueles que têm uma atividade mercantil regular respondem “que com a feira, eles se viram”, os que são excluídos dessa atividade se lamentam, vendo nela um “meio de sair do aperto”. Quando pedimos que definam sua atividade na feira, em relação ao comércio estabelecido, eles se definem como “mangaieiros”. No entanto, esse termo exprime a desclassificação: os camponeses designam assim os vendedores de legumes no varejo, os vendedores de produtos artesanais, confeccionados com objetos de recuperação e, também, os vendedores atacadistas, de feijão e de farinha ou de legumes, nas feiras. O “mangaio” designa o conjunto das pequenas coisas que é preciso reunir para conseguir sair do aperto, algo que denota ociosidade forçada por falta de terra ou de lugar no mercado de trabalho. Isso evoca, da parte dos vendedores, muito mais uma sobre-exploração³² de si mesmos do que a obtenção, às custas de um esforço mínimo, de um lucro proveniente de uma compra para revenda.

³² Para a auto-exploração do trabalho familiar cf. Alexander Tchayanov, *L'organisation de l'économie paysanne* (1990). De qualquer forma, é preciso estar atento às diferenças que existem entre os pequenos varejistas – cujos pequenos rendimentos fornecem apenas um pequeno complemento de renda –, e os vendedores no atacado que têm um conhecimento afiado dos preços de uma praça mercantil à outra (ou seja, da opacidade do mercado) e que valorizam as operações lucrativas que elas podem proporcionar. No entanto, suas condições de trabalho são mais duras do que as dos estabelecimentos comerciais.

Figura 6 – Em primeiro plano, o mercado de cereais (feijão e milho).
Ao fundo, bancas de lanches mantidas por mulheres.



Fonte: Dados da pesquisa de campo.

Desde 1977, várias instituições governamentais implementaram, em vários municípios da região, centrais de compra com fundos públicos, afim de evitar o que, aos seus olhos, seria um obstáculo ao desenvolvimento da população rural mais desfavorecida: para lutar contra os efeitos “perversos” do mercado – que favorecem os intermediários –, técnicos dessas instituições calculam o preço ideal, pelo qual os produtos devem ser vendidos, à partir dos preços observados na capital do estado da Paraíba, acrescentando o preço do transporte, as taxas³³, etc. Essas centrais de compras, geralmente situadas fora das aglomerações³⁴, são de difícil acesso para a imensa maioria dos camponeses que não possuem carros³⁵. É por isso que o relativo sucesso de algumas centrais se deve aos agricultores mais prósperos, notadamente aos pequenos proprietários (Novaes, 1980). Além disso, se os preços praticados são atrativos, essa operação se inscreve numa lógica muito diferente daquela com a qual são acostumados os camponeses cujas atividades econômicas e sociais³⁶ ocorrem

³³ Cf. Roberto Novaes, *Estado e agricultura: Avaliação da política de compra de alimentos no Agreste da Paraíba*, Relatório de pesquisa do Instituto nacional da alimentação (1980).

³⁴ Segundo Roberto Novaes (1980), uma delas foi fechada, pois, não tinha mais razão de ser uma vez que as “distorções do mercado já tinham sido corrigidas”.

³⁵ No dia da feira, um grande número de veículos de turismo ou pequenas camionetes percorrem os arredores da região e o afluxo dos interessados permite reduzir os custos dos transportes ao se amontoar os passageiros e várias mercadorias.

³⁶ Não é apenas nas economias mais “*embedded*” que podemos observar os aspectos sociais e simbólicos das transações mercantis. Cf. por exemplo, Michèle de la Pradelle, *Les vendredis de*

durante o dia. Essa venda a preço mais baixo (de produtos de qualidade inferiores segundo os camponeses) corresponde a uma vontade de suprir às necessidades das populações marginais dos grandes centros urbanos e, portanto, novamente, de “corrigir as distorções do mercado”³⁷.

Mercados e alianças sociais, uma antinomia?

Um dos efeitos da teoria é o de dar sentido às práticas mercantis correntes desacreditando-as ou consagrando-as. Quando há uma distância entre as práticas observadas e os modelos econômicos mais valorizados para concebê-las, a falta de interesse científico repercute no valor social das práticas: isso não impede que existam, mas, sem reconhecimento, os agentes podem contar apenas consigo mesmos para atribuir importância ao que fazem. Na verdade, os mercados do Nordeste do Brasil, assim como as feiras e os mercados da França pré-industrial (analisados por Dominique Margairaz (1997)), não correspondem à imagem, geralmente veiculada, de instituições arcaicas e residuais. O comércio periódico se apresenta mais, nesses dois contextos, como uma instituição que limita a especulação quando há uma dispersão da oferta e que, assim, permite “uma promoção da produção agrícola e manufaturada através de uma integração a uma economia de trocas dos grupos sociais, especialmente os rurais, os menos equipados para fazê-la” (Novaes, 1980).

No caso da França pré-industrial, as feiras e mercados eram percebidos como sinônimos de regulamentação e, conseqüentemente, como um obstáculo à liberdade de empreendimento. É nesse elemento particular que se concentravam as críticas dos liberais, sem perceber que liberdade de empreendimento, por si só, não regula o problema de fluidez e de estabilidade dos preços. No caso do Brasil, os partidários de um dirigismo de Estado de esquerda fixaram suas críticas no papel dos intermediários dentro de uma economia de mercado. Na verdade, tanto os partidários do liberalismo quanto os de uma economia dirigida fazem economia da reflexão sobre o procedimento de implementação de mercados concretos. Se essas ideologias têm uma eficácia é porque as políticas públicas fortalecem apenas os circuitos mercantis mais conformes aos modelos aceitos pelo mundo acadêmico (Margairaz, 1997) e intelectual.

Nos casos examinados a respeito da França atual, a reorganização dos mercados agrícolas, através dos mercados de leilão eletrônico, só pôde ocorrer graças a

Carpentras (1996).

³⁷ Podemos notar, aqui, que essas formas de distribuição, idealizadas para responder à preocupação democrática de satisfazer os pequenos produtores, são concebidas – como o analisa Arnaud Berthoud – “segundo um princípio de economicidade indiferente às circunstâncias históricas, um princípio de racionalidade insensível aos tempos e aos locais de vida” (Berthoud, 1992).

convergência entre os interesses políticos dos diferentes atores (agricultores, sindicalistas, conselheiros técnicos, políticos, etc.) e as formulações acadêmicas creditadas no mundo acadêmico. A comparação entre o caso bretão e o caso da Sologne mostra bem que não há nenhuma sequência obrigatória no processo de transformação; cada configuração exige a análise sociológica dos atores presentes, de suas alianças, de seus conflitos e a do contexto histórico no qual a inovação ocorreu. Não há passagem automática entre os modos de trocas personalizadas (a exemplo da relação produtor/expedidor) e as relações impessoais que são características dos “mecanismos do mercado”. O esforço de convicção dos produtores, dos expedidores, dos bancos ou outras instituições, também foi vinculado ao trabalho dos agentes sobre si mesmos, ou seja, a um processo de educação mútua no plano profissional.

Um dos maiores obstáculos à compreensão dos modos de funcionamento dos mercados concretos não seria, na verdade, a oposição estabelecida entre os mercados e os mecanismos de alianças sociais? O pouco interesse científico suscitado pelas feiras dos camponeses, no Brasil, parece ligado à sua percepção enquanto formas “individualistas” às quais se oporiam as formas coletivas, tais como as cooperativas ou as instituições de Estado, as únicas capazes de assegurar laços sociais duráveis. Parecem acreditar que não é preciso uma ação coletiva para instituir formas de concorrência individuais; como se, ao contrário, a instituição dos coletivos poderia abolir as concorrências individuais. Mas os mecanismos de mercado e as alianças sociais não seriam, na verdade, as duas faces de uma mesma moeda?

Esses vários exemplos, para além das situações históricas e sociais muito diferentes, podem ilustrar o quanto os modelos aplicados para captar a lógica das práticas no coração do mercado em diferentes escalas (desde os mercados locais até os mercados internacionais) contribuem, também, de fato a imprimir na realidade social de maneira ativa uma configuração bem determinada. Como bem assinalou Pierre Bourdieu (1984) no artigo “*Espace social et genèse des classes*”, há um “efeito de teoria” em que os modelos concebidos por cientistas e intelectuais para pensar a realidade social tendem a se inscrever nessa própria realidade, reforçando a imagem de “construções abstratas” que “espelham o real”. Tudo se passa como se a lógica indutiva fosse a única a ser operante. Os debates intelectuais e acadêmicos possuem um efeito de “performatividade” que precisam ser objeto da devida consideração.

Esses vários exemplos, para além das situações históricas e sociais muito diferentes, podem ilustrar o quanto os modelos aplicados para captar a lógica das práticas no coração do mercado em diferentes escalas (desde os mercados locais até os mercados internacionais) contribuem, também, de fato a imprimir na realidade social de maneira ativa as marcas de uma configuração bem determinada.

Tudo se passa como se a lógica indutiva fosse a única a ser operante durante a elaboração de modelos explicativos da realidade social. Nesse sentido, há uma

forte convergência de perspectivas com o grupo de economistas que editou o livro com o significativo título de *Do economists make markets? On the Performativity of Economics*, no qual acentuam como os modelos científicos contribuem para as configurações que desejam estudar (MacKenzie; Muniesa; Siu, 2008). Há uma contribuição ativa da elaboração teórica para buscar legitimar ou deslegitimar os circuitos de mercado objetivados pela análise científica.

REFERÊNCIAS

ALLAIRE, Gilles; BOYER, Robert (éds). **La grande transformation de l'agriculture**. Paris: INRA/Economica, 1995.

BERTHOUD, Arnaud. Marché-rencontre et marché-mécanique. **Cahiers d'Économie Politique**, n. 20-21. Paris: L'Harmattan, 1992.

BECKER, Gary S. **A treatise on the family**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1981.

BECKER, Gary S. **The economic approach to human behavior**. Chicago: University of Chicago Press, 1976.

BOURDIEU, Pierre. Espace social et genèse des classes. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n. 52-53, junho 1984.

BOYER, Robert. L'agriculture, terrain de choix pour les recherches en économie institutionnelle. **Cahiers d'Économie et Sociologie Rurales**, n. 19, 1993.

CORRÊA, Sonia. Cooperativismo no Brasil e no Nordeste. **Cadernos do CEAS**, n. 81, set./out. 1982.

DE LA PRADELLE, Michèle. **Les vendredis de Carpentras**. Paris: Fayard, 1996.

DELFIN NETTO, Antônio. Importação. **FOLHA S.PAULO**, São Paulo, quarta-feira, 21 de janeiro de 2009.

DELFIN NETTO, Antônio. **O problema do café no Brasil**. São Paulo: Unesp, 2009.

ELEGOËT, Fanch. **Révoltes paysannes en Bretagne à l'origine de l'organisation des marchés**. Éditions du Léon, 1984.

FARCY, Henri de. **L'agriculteur à la conquête de son marché: expériences Americaines**. Paris: Éditions SPES, 1958.

FURTADO, Celso. **A formação econômica do Brasil**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1959.

- GALESKI, Boguslaw. **Basic concepts of rural sociology**. Manchester: University Press, 1972.
- GARCIA, Marie-France. Espace de marché et modes de domination. **Études rurales**, n. 131-132, 1994.
- GARCIA, Marie-France. Espace public et participation féminine: paysannes et commerce dans le Nordeste do Brasil. **Informations sur les Sciences Sociales**, n. 30. London; New Delhi: Sage, 1991.
- GARCIA, Marie-France. La construction sociale d'un marché parfait: le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n. 65, 1986.
- GARCIA JR., Afrânio. **Libres et assujettis**. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1989.
- KERBLAY, Basil. **Les marchés paysans en URSS**. Paris: Mouton et Co., 1968.
- MACKENZIE, Donald; MUNIESA, Fabian; SIU, Leung-Sea. **Do economists make markets? On the Performativity of Economics**. Princeton, Princeton University Press, 2008.
- MARGAIRAZ, Dominique. **Foires et marches dans la France préindustrielle**. EHESS, 1997.
- MOTT, Luiz. **A feira do Brejo Grande**: estudo de uma instituição econômica num município sergipano de baixo São Francisco. Campinas: Unicamp, 1975.
- NOVAES, Regina. Mutirões: cooperativas e roças comunitárias. In: ESTERCI, Neide (Org.). **Questões sobre a prática da Igreja popular no Brasil**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1984.
- NOVAES, Regina. Estado e agricultura: Avaliação da política de compra de alimentos no Agreste da Paraíba. **Relatório de pesquisa do Instituto Nacional de Alimentação (Paraíba)**, 1980.
- PALMEIRA, Moacir. Droit, politique et espace agraire au Brésil. **Études Rurales**, n. 131-132, 1994.
- PALMEIRA, Moacir. Casa e trabalho: notas sobre as relações sociais na "plantation" tradicional. **Congrès International des Américanistes**, Paris, 2-9 de setembro de 1976.
- PALMEIRA, Moacir. Feira e mudança econômica. **Simpósio de Pesquisas**. Museu Nacional, Rio de Janeiro, mimeo, 1971.
- REVUE ÉCONOMIQUE. **L'économie des conventions**. Vol. 40, n°2, 1989. Disponível em: https://www.persee.fr/issue/reco_0035-2764_1989_num_40_2. Acesso em: 22 jan. 2025.
- ROMEIRO, Ademar Ribeiro; GUANZIROLI, Carlos; PALMEIRA, Moacir. **Reforma agrária**: produção, emprego, renda: o relatório da FAO em debate. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

SAMUELSON, Paul. **Economics**. New York: McGraw Hill Book Company, 1973.

SIGAUD, Lygia. Le courage, la peur et la honte. **Genèses. Sciences sociales et histoire**, vol. 25, p. 72-90, 1996.

STECHER, Heinz. Cooperativismo: uma relação conflitiva entre o econômico e o político. **Cadernos do CEAS**, n. 138, 1994.

SWEDBERG, Richard. **Une histoire de la sociologie économique**. Paris: Desclée de Brouwer, 1994.

TCHAYANOV, Alexander. **L'organisation de l'économie paysanne**. Librairie du Regard, Paris, 1990.

TEPICHT, Jersy. **Marxisme et agriculture**: le paysan polonaise. Paris, A. Colin, 1973.

THÉVENOT, Laurent. Des marchés aux normes. *In*: ALLAIRE, Gilles; BOYER, Robert (éds). **La grande transformation de l'agriculture**. Paris: INRA/Economica, 1995.

ZELIZER, Viviana. Repenser le marché. Actes de la Recherche en Sciences Sociales. **Économie et morale**, n. 94, setembro de 1992.

Submetido em: 03/03/2024

Aprovado em: 05/06/2024