

DELIMITANDO AS FRONTEIRAS ENTRE MERCADOS CONVENCIONAIS E ALTERNATIVOS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR

Paulo André Niederle¹

Resumo

A agricultura familiar encontra-se integrada a um vasto conjunto de mercados agroalimentares, comumente percebidos segundo uma dicotomia básica que dispõe, de um lado, as chamadas cadeias convencionais ou tradicionais e, de outro, as redes alternativas ou emergentes. O objetivo deste artigo é articular categorias conceituais com vistas a construir uma abordagem analítica capaz de apreender, mesmo que parcialmente, esta diferenciação para além das percepções empíricas já conhecidas. Primeiramente, destaca-se a noção de redes verticais e horizontais como uma metáfora que auxilia a compreensão da dinâmica de integração diferencial dos agricultores nas cadeias de valor e nos arranjos produtivos localizados. Em seguida, argumenta-se que parte das diferenças entre as redes convencionais e alternativas está associada aos distintos graus e formas de enraizamento (*embeddedness*) dos mercados. Finalmente, discute-se a questão da qualidade nos mercados agroalimentares de forma a demonstrar como diferentes modos de valoração dos produtos estão na base deste mesmo processo de diferenciação ao qual vimos nos referimos.

Palavras-chave: redes, enraizamento, valores.

¹ Doutorando de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA/UFRRJ). Mestre em Desenvolvimento Rural (PGDR/UFRGS). Contato: Av. N. S. de Fátima, 64/401, Centro, Rio de Janeiro, RJ. 20270-0541. E-mail: paulo.niederle@yahoo.com.br.

DELIMITING THE BOUNDARIES BETWEEN CONVENTIONAL AND ALTERNATIVE MARKETS FOR THE FAMILY FARM

Abstract

The family farm is integrated to a vast group of agrofoods markets, which are seen commonly according to a basic dichotomy that disposes on a side the conventional or traditional chains and, in other side, the alternative or emerging networks. The objective of this paper is articulate conceptual categories in order to build an framework able to understand, even if partially, this differentiation for besides the empiric perceptions. Firstly, the paper stands out the notion of vertical and horizontal networks as a metaphor that aids the understanding the dynamics of the farmers' differential integration in the value chains and in the clusters. Next, the paper argues that part of differences between conventional and alternative networks is associated with different degrees and forms of markets embeddedness. Finally, the paper discuss the question of quality in the food-sector in order to demonstrate how different types of products' qualification are in the base of this same differentiation process referred above.

Keywords: networks, embeddedness values.

1. Introdução

A agricultura familiar encontra-se integrada entre dois grandes modelos de desenvolvimento. O modelo produtivista herdado dos anos de modernização ainda demonstra sua preeminência, ganhando inclusive novo impulso com a atual expansão da produção de *commodities* estimulada pela crescente demanda internacional. No entanto, face à crescente vulnerabilidade econômica e social que este modelo tem produzido, cada vez mais ele é obrigado a coexistir com experiências inovadoras que, no conjunto, podem apontar para a constituição de dinâmicas de desenvolvimento mais endógenas e territorializadas. Estas se consolidam a partir da disseminação de uma série de “mercados alternativos” como especialidades de nicho, orgânicos, artesanais, solidários e institucionais.

Desde o reconhecimento da dinâmica diferenciada destes novos mercados, tem sido questão recorrente no debate acadêmico e político-institucional o potencial para, a partir daí, se constituírem as bases de um novo padrão de desenvolvimento para a agricultura familiar. As perspectivas mais “otimistas” sugerem que, mais do que evidências de crise do modelo

tradicional, algumas regiões já estariam diante de uma espécie de *pós-produtivismo*, revelado por processos de desenvolvimento endógenos e territorializados agenciados pelos atores locais. Outras análises assumem uma postura mais crítica sobre a expressão atual e vitalidade deste modelo, insistindo que o meio rural continua sob os desígnios dos mercados tradicionais e, portanto, dos atores econômicos que controlam as principais cadeias globais de *commodities*.

Ambas as vertentes acentuam processos presentes em maior ou menor grau em distintos espaços rurais, mas tendem a permanecer cativas a uma dicotomia que não se manifesta de tal modo na realidade. O que prepondera é a coexistência e simultaneidade destas diferentes variedades de desenvolvimento, sendo até o momento inexequível apontar uma tendência exclusiva ou universalizante. O modelo produtivista continua demonstrando sua vivacidade, não obstante, muitas vezes são justamente os universos sociais mais marcados pelas conseqüências deste modelo que assistem ao crescimento de alternativas que caminham em outra direção, impulsionadas pela emergência de novas formas de produção e de governança (Marsden, 1998). Todavia, em vista da incipiência dos resultados de pesquisa e dos próprios processos de mudança, a vitalidade destas alternativas enquanto um novo paradigma de desenvolvimento rural é, para o presente momento, somente objeto de especulação.

As dualidades que freqüentemente permearam esta discussão têm a ver com a própria dificuldade em se delimitar com precisão os atores presentes e as fronteiras entre os mercados ditos “convencionais” e “alternativos”, os quais se revelam ao mesmo tempo altamente relacionais, híbridos e concorrentes (Sonino; Marsden, 2006). Mercados convencionais são geralmente associados a cadeias globais de *commodities*, controladas por empresas transnacionais livres de qualquer vínculo com as localidades e mesmo com os Estados-nacionais. São mercados tidos como despersonalizados, cuja marca é a “*standardização* de produtos, processos e pessoas” (Busch, 2000). Por outro lado, mercados alternativos são vistos a partir do âmbito local e da relação direta entre compradores e vendedores na lógica de cadeias curtas com capacidade de re-socializar e re-especializar os alimentos (*local foods* e *folk foods*). São mercados particularistas baseados em nichos ou especificidades. Ademais, são vistos como construções enraizadas (*embedded*) em relações socioculturais

particulares e que fazem da ligação com localidade, tradição, origem, natureza ou modo de produção seus maiores apelos comerciais.

Quando analisadas de modo mais minucioso nota-se, contudo, que as distinções não são assim tão claras. Primeiramente porque a oposição que se estabeleceu durante algum tempo entre local e global tem perdido significado empírico e analítico (Hinrichs, 2003). As perspectivas que contrapuseram globalização e localização no setor agroalimentar têm dado espaço a uma discussão mais frutífera que se desenvolve a partir da compreensão das múltiplas redes que se organizam de modo sobreposto entre vários níveis espaciais (Murdoch, 2000). Em segundo lugar, porque junto à mudança anterior tem havido maior entendimento de que o processo de globalização econômica não constitui um fenômeno linear e unificado, mas, pelo contrário, um processo contestado que ao invés de condicionar unilateralmente as ações dos produtores e consumidores, as afeta em graus e modos variáveis a depender de sua própria dinâmica e da forma como estes atores reagem (Marsden; Murdoch, 2006, Murdoch et al. 2000). Em terceiro lugar, é necessário reconhecer uma maior hibridização entre o que seria um mercado universalista de *commodities* e um mercado particularista de produtos diferenciados. Isto parece ainda mais notório a partir do desenvolvimento de uma “economia de qualidades” (Callon, Médael, Rabéharisoa, 2002), a qual tem expressado conflitos entre diversos atores entorno da apropriação e re-apropriação de determinados circuitos de produção e consumo, principalmente em decorrência da disputa de poder que envolve o controle sobre a qualificação e o estabelecimento de *grades* e *standards* (Wilkinson, 2006b).

As dificuldades de demarcação empírica não podem, todavia, impedir o desafio da construção de abordagens teórico-metodológicas que possibilitem compreender os diferentes espaços de mercado da agricultura familiar. Não se trata, portanto, de negar a existência de circuitos mercantis convencionais e alternativos. Pelo contrário, à luz de um conjunto de teorias “não-padrão” que tem convergido numa base teórica comum, este artigo procura articular categorias que permitam compreender analiticamente as diferenças entre estes mercados sem perder de vista a complexa hibridização que ocorre entre eles. Primeiramente, destaca a noção de redes verticais e horizontais como uma metáfora que ajuda a compreender a dinâmica de integração diferencial nas cadeias de valor (dimensão setorial) e nos *clusters* (dimensão espacial-territorial). Subseqüentemente,

busca-se no conceito e nas discussões sobre *embeddedness* da sociologia e geografia econômicas o que talvez seja percebido como um dos principais diferenciadores entre estes mercados, o modo como se vinculam diferentemente ao contexto de relações sociais espacializadas e ao ambiente institucional regulatório. Finalmente, o artigo traz à tona uma discussão sobre o que tem se chamado de “virada para a qualidade” (*quality turn*) (Goodman, 2004, Allaire, 2004), procurando mostrar como este movimento provoca alterações substantivas nos mercados a partir da disputa que envolve os processos de qualificação dos produtos. Aqui se recorre às contribuições da “economia das convenções” (Boltanski; Thévenot, 1999, Eymard-Duvernay, 2006) que alude para os distintos “mundos” (com seus diferentes “modos de justificação” e “grandezas”) a partir dos quais esta disputa se estabelece.

2. Das cadeias e clusters às redes verticais e horizontais

Mercados convencionais e alternativos frequentemente são compreendidos de diferentes formas que dispõe, de um lado, processos globais, setoriais e exógenos e, de outro, processos locais, territorializados e endógenos. Semelhante percepção tende a isolar fenômenos que, na realidade, não se desenvolvem exclusivamente numa escala ou noutra. Seguindo Murdoch (2000), nesta seção argumentamos que esta dualidade pode ser desfeita na medida em que os mercados sejam percebidos como extensões de redes sociais que se constituem tanto vertical (ligações dentro do setor agroalimentar) quanto horizontalmente (relações no nível espacial-territorial).

Como demonstra Mior (2005), em certa medida estas redes verticais e horizontais já têm sido analisadas em dois diferentes corpos de literatura. Os estudos sobre cadeias produtivas destacam as interações verticais entre atores nos diferentes níveis da produção ao consumo. Já os estudos sobre *clusters* e arranjos produtivos locais acentuam as interações horizontais entre atores situados no mesmo território ou região. Ambas as abordagens tem a contribuir com as discussões deste artigo. A idéia de redes horizontais e verticais não constitui uma forma de superar o conteúdo analítico associado às noções de cadeias e *clusters*. Trata-se de uma maneira de integrá-los numa única metáfora que expressa com maior

consistência e amplitude a complexidade de elementos envolvidos no funcionamento dos mercados a partir da dinâmica de relações que se estabelecem tanto no nível setorial quanto territorial.

A lógica de análise de “cadeias” atenta à divisão das diferentes partes que compõem o processo de trabalho e produção cujo resultado final é uma mercadoria específica. Vários estudos deste tipo foram realizados no Brasil na década de 1970 e 1980 associados às análises da dinâmica de integração vertical nos complexos agroindustriais e à subordinação dos pequenos produtores à agroindústria (Kageyama et al., 1987; Graziano da Silva, 1991). A novidade atual nesta literatura é a dimensão transnacional da separação entre as partes constituintes da cadeia, notadamente, a partir dos anos 1990. Processos de liberalização, globalização e des-regulação (ou re-regulação com novas instituições e formas de governança) abriram caminho para a crescente incorporação dos mercados agroalimentares em amplas cadeias globais de *commodities* (Bonano, 2007; Wilkinson, 2006b).

Flexor (2006) trás dados ilustrativos do impacto deste fenômeno para o sistema agroalimentar no Brasil. No que tange especificamente à agricultura, o autor demonstra que o país tem assistido a mudanças qualitativas e quantitativas em função de um novo *boom* das exportações a partir dos anos 2000. Deste ano até 2004, o desempenho do setor agro-exportador aumentou 89,3%, superando o avanço das exportações totais do país que ficaram em 75,13%. A pauta de exportações continua basicamente constituída pelas *commodities* mais tradicionais (o complexo soja, açúcar, aves, café, carnes bovina e suína), mas outros produtos também vêm apresentando uma expansão importante, como é o caso das cadeias de frutas e do próprio milho, produto do qual o país historicamente fora dependente de importações. Grande parte deste crescimento tem respondido à demanda do mercado asiático, sobretudo dos dois novos gigantes do comércio mundial, China e Índia. Flexor também demonstra o expressivo aumento dos investimentos estrangeiros diretos (FDI) na indústria de alimentos. Segundo o autor, enquanto em 1990, 14 das 20 maiores empresas de alimentos eram controladas por capital nacional, em 2003, 7 das 10 maiores empresas já eram firmas multinacionais. Já no último elo da cadeia, o varejo tem assistido a uma crescente concentração, com a parcela de mercado dos principais grupos transnacionais (CDB,

Carrefour, Sonae, Wal-Mart) aumentando significativamente entre 1994 (20,9%) e 2004 (38,8%)².

Em face desta crescente integração, a literatura sobre cadeias globais de mercadorias (*Global Commodity Chain – GCC*), sobretudo a partir dos trabalhos de Gary Gereffi, constituiu uma importante abordagem para a análise das relações de mercado (num primeiro momento industriais e, em seguida, também agroalimentares), servindo como base para as políticas de organizações internacionais como UNIDO, GTZ, DFID, entre outras. As análises de GCC focalizaram inicialmente as relações desiguais entre os compradores do norte e os produtores do sul (na esteira da Teoria do Sistema-Mundo de Wallerstein³), destacando mercados e hierarquias como duas formas de governança, onde, no primeiro caso, as empresas sempre recorrem aos *arm's length markets* para transacionar e, no segundo, as empresas coordenam todo processo verticalmente (Gereffi; Korzeniewicz, 1994, Gereffi; Humphrey, 2003).

Outro elemento central desta abordagem diz respeito à distinção entre as cadeias controladas pelos compradores (*buyer-driven*) ou produtores (*producer-driven*). Esta distinção foi utilizada para demonstrar que os movimentos de globalização econômica e des-verticalização estariam levando a uma situação de predominância das cadeias dirigidas pela demanda e controladas por empresas-líderes que se concentram em um núcleo de competências mais lucrativo (marcas, administração, design etc.). Estas empresas estariam subordinando os atores locais (produtores do sul) a aceitarem regras de produção e comercialização, padrões de qualidade e medidas de *upgrading* tecnológicos e organizacionais para participar da cadeia global (Humphrey; Schmitz, 2002). Este seria o caso dos mercados agroalimentares (além de outros segmentos como roupas, calçados e brinquedos), que possuem menores barreiras à entrada e níveis de investimentos tecnológicos mais baixos, pelo menos se comparados ao mercado de automóveis, onde estes fatores seriam responsáveis por fazer

² A transnacionalização do varejo tem provocado mudanças substanciais nos processos de produção na agricultura, na agroindústria e na organização do atacado. As empresas líderes deste segmento têm requerido dos diversos atores de cada elo da cadeia *upgrading* tecnológicos, organizacionais e informacionais para atender a standards de qualidade cada vez mais rigorosos. Para uma leitura do processo de concentração do varejo, veja Coe e Wrigley (2007). Para uma análise da importância crescente dos *private standards* controlados pelos supermercados, veja Berdegué et al. (2005). E, para uma análise das conseqüências da transnacionalização do varejo, veja Farina e Nunes (2003) e Wilkinson (2003, 2006).

³ Uma discussão das similaridades e, principalmente, das diferenças entre a abordagem da GCC e a teoria do sistema mundo podem ser encontrada em Bair (2005).

com que esta cadeia continuasse controlada pelos produtores (Humphrey e Schmitz, 2002).

Segundo Raykes et al. (2000), a rigidez com que as formas de coordenação são divididas entre *buyer* e *producer driven* na GCC leva a uma série de problemas para a abordagem, em especial no que tange à dificuldade no tratamento daquelas cadeias que não são governadas exclusivamente por um ator-chave global que se apropria de todo poder na cadeia, mas que são “*multi-polar driven*”. Para os autores, a tendência das análises de GCC em ver o poder em termos de “tudo ou nada”, faz com que desconsiderem as relações heterogêneas de disputa, o que seria inclusive responsável pela modificação dos atores-líderes ao longo do tempo. Além disso, os autores acreditam que, ao focar fundamentalmente sobre processos de reestruturação econômica em nível global, os estudos de GCC estariam subestimando os efeitos dos diferentes mecanismos de regulação nacional e a influência de governos e agências reguladoras que atuam neste nível, ao que propõem um diálogo desta abordagem com o *approach* francês de *filiales*, sobretudo no que diz respeito ao modo como este incorpora os mecanismos regulatórios e institucionais e a historicidade das transformações em curso no setor agroalimentar – haja vista sua convergência com a teoria francesa da regulação (Boyer e Saillard, 2002) –, outra questão de difícil tratamento na perspectiva da GCC⁴.

Cientes dos limites impostos pela perspectiva, mais recentemente Gereffi e Humphrey (2003) propõem substituir a visão binária da GCC por uma leitura mais ampla que inclui formas intermediárias de governança entre mercados e hierarquias. Para tanto, sugerem extrapolar os limites do mundo das “*commodities*” para focalizar a questão da criação e apropriação de “valor” (Global Value Chain – GVC), o que permitiria explicar a variação nos modos de governança não somente no interior das firmas, mas também as relações entre as firmas, focando o papel chave dos custos de transação (Bair, 2005). De acordo com a nova proposição, três formas de governança podem ser analiticamente distinguidas entre as duas já tradicionalmente conhecidas, quais sejam: *cadeias modulares* (a mais próxima ao modelo de mercado “à vista” (*spot*)), diferenciando-se em virtude de certa qualificação

⁴ Raykes et al.(2000) também levantam outras questões para as quais as análises de GCC teriam dificuldades de tratar: a imprecisão de muitos termos; a delimitação (começo e fim) da cadeia; a possibilidade de existência de graus distintos de “drivenness”; o fator-chave de controle pelos atores-líderes (tecnologia ou acesso ao mercado) e a necessidade de ajustes no framework para analisar os mercados agroalimentares.

do produto); *cadeias de valor relacional* (referem-se geralmente a produtos carregados de valores que circulam por cadeias curtas, mercados de proximidade, envolvendo atores com relações de confiança) e; *cadeias de valor cativo* (formas de quase-hierarquia em que produtores estão integrados a empresas-líderes) (Gereffi; Humphrey, 2003).

No entanto, para Coe e Hess (2007), mesmo com os avanços em relação a GCC, a abordagem da GVC continua a apresentar uma série de dificuldades no tratamento da heterogeneidade de poder dentro e fora da cadeia e, principalmente, do arcabouço institucional/regulatório⁵. A nosso ver, isto se deve a três fatores principais: primeiro, porque a expansão da tipologia ainda assim não se mostra suficiente para apreender a diversidade de estruturas de coordenação existentes; segundo, porque a linearidade da análise de cadeia exclui o contexto espacial-territorial e; terceiro, porque o foco ainda se mantém fortemente centrado sobre o poder das empresas transnacionais em determinar de modo quase unívoco e sem contendas o comportamento dos atores locais.

Associados a outros pesquisadores do Grupo de Geografia Econômica (GPERG) da Universidade de Manchester, Coe e Hess (2007) propõem uma abordagem a partir da noção de redes globais de produção (*Global Production Network – GPN*), a qual procura combinar os *insights* da GCC e GVC com as teorias de redes e a literatura sobre “variedades de capitalismo” (Hodgson, 1996). Para os autores, enquanto as teorias sobre variedades de capitalismo possibilitam superar a idéia de processos universais e unidirecionais das transformações sociais postas pela idéia de um processo de globalização uniforme, a abordagem de “rede” permite superar a verticalidade da noção de cadeia para “pensar os sistemas de produção como malhas enredadas de interseção entre conexões verticais e horizontais” (Coe e Hess, 2007, p. 8).

Para Coe e Hess (2007), pelo menos quatro benefícios derivam desta perspectiva: a) amplia-se a capacidade de análise da complexidade de interações dinâmicas entre os atores globais e locais; b) expande-se a

⁵ Para Bair (2005), a preocupação crescente das análises de GVC com o contexto institucional regulatório faz com que este seja o centro do que a autora considera uma “segunda geração” das pesquisas sobre cadeias globais, onde também é cada vez mais evidente a relação com a dinâmica de *clusters* e arranjos produtivos locais (veja também Pietrobelli e Rabellotti (2005) e Humphrey e Schmitz (2002)).

análise para além do fluxo de *commodities* (rompe com a linearidade/verticalidade), focalizando também os atores exteriores à cadeia (Estado, sindicatos, grupos de consumidores, ONG's, movimentos sociais etc.), o ambiente institucional que envolve as trocas e a variedade de instituições regulatórias em diversas escalas espaciais (nacional, supranacional, subnacional); c) possibilita-se a análise do fluxo de conhecimentos tácitos não-tangíveis que cruzam as redes em tendências complexas e; d) supera-se a natureza produtivista de muitas análises de cadeia, revelando o papel de serviços e operações (logística, administração, certificação etc.) não contemplados quando se percebe somente o fluxo das mercadorias.

Aludindo para as características multi-ator e multi-escala dos mercados, a perspectiva de redes também procura incorporar desde a influência de corpos regulatórios internacionais (OMC) e formas de regulação macro-regionais (UE, NAFTA, MERCOSUL) até a dinâmica de desenvolvimento regional sub-nacional e a agência dos atores locais. Mas, é especialmente a preocupação com a escala local que torna esta perspectiva importante para os estudos agroalimentares. Nesta perspectiva, Coe e Hess (2007) aludem para a necessidade de compreender o “enraizamento” sociocultural das redes, argumentando que este seria responsável pela assimetria de poder e diversidade de configurações das redes e modos de governança, tornando absolutamente heterogêneas as conexões entre os sistemas de produção e consumo locais e as cadeias globais.

No entanto, ao configurar-se mais ambiciosa e abrangente que as perspectivas anteriores, a GPN também apresenta maiores dificuldades à produção de políticas, constituindo-se, até o momento, de uma proposição basicamente acadêmica, ao contrário dos estudos de GVC⁶. Além disso, as variáveis socioculturais que a abordagem tenta incorporar ainda precisam ser mais inteligíveis, fazendo-as tão robustas quanto às variáveis tecnológicas e econômicas reconhecidamente predominantes nas análises de GCC e GVC.

⁶ Gereffi e Humphrey (2003) fazem questão de destacar que a abordagem da GVC tem uma preocupação central com a proposição de políticas e, portanto com o aspecto operacional das categorias, ao que os autores reconhecem que a perda em termos de consistência e profundidade teóricas seja compensada por sua utilidade empírica. Como expressam os autores, “quanto mais variáveis e complexidades são introduzidas, menos útil o modelo se torna” (p. 6).

De todo modo, enquanto as análises sobre cadeias de valor tendem a acentuar dinâmicas de desenvolvimento orquestradas por empresas multinacionais e outros atores macro, as análises de redes conseguem captar o contexto de complexas associações e níveis nos quais atores heterogêneos colocam-se em disputa, incorporando inclusive os atores que estão fora da cadeia e o contexto institucional regulatório (Murdoch, 2000). Com efeito, a abordagem de redes consegue apresentar uma leitura mais dinâmica e relacional das relações de poder. Para Wilkinson (2006a, p. 31),

Redes são adotadas como a unidade fundacional de análise opondo-se a indivíduos, firmas ou Estados nacionais, e elas são compreendidas como processos relacionais ao invés de formas organizacionais ou estruturas. Poder é similarmente compreendido como uma prática, a qual é exercida dentro de redes e não o simples reflexo da posição de um ator. Acesso estratégico a recursos, todavia, deve ser considerado uma variável relevante, assim como as relações de poder emergentes possuem características estruturais, as quais envolvem exclusão e iniquidade.

Por sua vez, a incorporação de elementos relacionados ao plano horizontal em termos de *clusters* e aglomerados produtivos está basicamente associada aos ganhos resultantes do desenvolvimento de sistemas de inovação espacializados⁷. A idéia força deste tipo de leitura refere-se às vantagens competitivas que ativos intangíveis e conhecimentos tácitos proporcionam a certas formas de arranjos espaciais em termos de eficiência coletiva. A proximidade geográfica, o fluxo de informações, o derramamento de conhecimentos (*knowledge spillovers*) e os processos de aprendizagem coletiva, facilitados pela circulação de conhecimento tácito,

⁷ Uma vez que as possibilidades de upgrading dentro das cadeias de valor estão diretamente associadas à inovação, as vantagens proporcionadas pela inserção em clusters podem ser significativas. Inversamente, também o cluster obtém vantagens da inserção em cadeias globais. Humphrey e Schmitz (2002) argumentam que cada vez mais a participação dos países em desenvolvimento nos mercados torna-se dependente da entrada em cadeias globais de valor, as quais possibilitam oportunidades de upgrading organizacional e tecnológico. A partir de um estudo de caso realizado na cadeia de calçados do Vale dos Sinos (RS), os autores demonstram que as possibilidades de upgrading do cluster diferem conforme o tipo de estrutura de governança da cadeia na qual as empresas se inserem.

geram ganhos em termos de capacidades e acesso a recursos, os quais facilitam os processos de inovação (Giuliani, 2007).

De acordo com Storper (1997), o sucesso de atividades econômicas territorializadas numa economia global cada vez mais flexível deve-se ao papel que as convenções (regras de comportamento e rotinas de ação) construídas a partir da interação entre os atores possuem na diminuição das *incertezas* presentes nas transações econômicas. Numa economia em que o funcionamento dos mercados é menos determinado pela dimensão do preço, os diversos tipos de incerteza que cercam as trocas constituem um problema crucial para a coordenação econômica. O desenvolvimento de convenções como interdependências intransferíveis (*untraded interdependencies*) que não podem ser facilmente duplicadas ou imitadas em outros locais trás vantagens significativas para o desenvolvimento de mercados territorializados.

Esta discussão tem recebido um importante impulso no Brasil em virtude do recente debate sobre desenvolvimento territorial (Abramovay, 2000; Veiga, 2001, Schneider, 2004). Ao acentuar a impossibilidade de estratégias de desenvolvimento unicamente agrícolas ou mesmo rurais, estas abordagens trouxeram uma contribuição decisiva ao corroborar a capacidade de empreendedorismo da agricultura familiar quando articulada a outros agentes e instituições que facilitem os processos de inovação tecnológica, organizacional e institucional.

Outrossim, a importância da dimensão espacial-territorial no desempenho da agricultura familiar em cadeias produtivas também tem sido muito destacada nos estudos sobre Sistemas Agroalimentares Localizados (Muchnik et al., 2007; Requier-Desjardins, 1999), uma espécie de vertente francesa da discussão de *clustering* que se voltou mais diretamente para o setor agroalimentar. A ênfase destes estudos recai sobre as vantagens que o agrupamento de pequenos empreendimentos de processamento alimentar (agroindústrias) podem trazer em termos de competição com os mercados nacionais e internacionais.

A importância decisiva destas perspectivas tem sido abrir espaço para compreender como atores com menor portfólio de ativos, como é o caso dos agricultores familiares, são capazes de influenciar os mercados globais e, principalmente, criar estratégias mais autônomas de agregação de valor e construção de novos mercados a partir das vantagens conferidas

pela dinâmica territorial. Nesta perspectiva, Maluf (2004) ressalta que determinados circuitos regionais de produção, distribuição e consumo conseguem desenvolver-se justamente em virtude do tipo de enraizamento no plano espacial-territorial. Segundo o autor, os circuitos locais e regionais envolvem agricultores, cooperativas, associações e pequenos empreendimentos industriais e comerciais em atividades de pequenas indústrias e supermercados, comércio de alimentos e de refeições prontas, feiras livres e outras formas de venda direta aos consumidores onde os produtos geralmente são associados de algum modo a formas de produção ou comercialização enraizadas em contextos sociais específicos, refletindo a cultura da região, hábitos de consumo, relações específicas com a natureza ou características de processamento artesanal.

3. O enraizamento dos mercados agroalimentares

Associada à discussão sobre redes, outra temática que tem adquirido certo destaque na literatura sobre desenvolvimento rural diz respeito ao enraizamento (*embeddedness*) dos mercados agroalimentares. Os estudos de Sonino e Marsden (2007), Winter (2003), Sage (2003) Murdoch, et al. (2000) e Hinrichs (2000), entre outros, acentuaram diferentes dimensões deste debate, caminhando para uma perspectiva integrada de análise, a qual contribui de modo significativo para compreender as diferenciações entre mercados convencionais e alternativos.

O pressuposto básico destes estudos, principalmente daqueles mais diretamente associados a processos de re-localização, é de que certos mercados não-convencionais estariam se reproduzindo em virtude de fatores socioculturais que decorrem do enraizamento em redes sociais, geralmente compreendidas em termos de laços de proximidade entre atores pertencentes a uma mesma localidade ou território. Pressuposto que, como argumentado acima, se mostra apropriado para muitas redes de produção e comercialização alternativas que se desenvolvem em regiões de agricultura familiar.

Semelhante perspectiva remonta aos trabalhos fundadores da nova sociologia econômica em que Granovetter (1985) examina a questão do

enraizamento dos mercados nas sociedades contemporâneas⁸. O autor argumenta que “[...] as pequenas firmas em um mercado particular podem persistir (...) porque uma densa rede de relações sociais é sobreposta às relações de negócio, conectando semelhantes firmas e reduzindo as pressões para integração” (Granovetter, 1985, p. 507). Essa densa rede de relações sociais constitui o componente de enraizamento social da ação econômica, a qual, no escopo deste artigo, explicaria porque empreendimentos provenientes da agricultura familiar, aparentemente sem condições de se manter frente às pressões exercidas pelos atores globais das cadeias de valor, conseguem se reproduzir e, em alguns casos, obter vantagens competitivas.

Assim como outros autores que seguiram esta discussão, Granovetter centrou suas atenções fundamentalmente sobre redes interpessoais homogêneas cujos laços, positivos e simétricos, são formados na interação de indivíduos pré-dispostos a cooperar e manter a confiança (Niederle e Radomsky, 2007). Nesta perspectiva, a discussão sobre *embeddedness* é associada a relações de confiança e reciprocidade entre atores locais. Mercados enraizados seriam então aqueles em que as relações de troca são fortemente mediadas por convenções sociais formadas pelas interações que ocorrem no “contexto social mais imediato”, nas redes sociais que se estabelecem na localidade, na região ou no território.

Semelhante assertiva pode levar à conclusão de que os mercados alternativos são *embedded* enquanto os mercados convencionais são *des-embedded*, uma vez que estes teriam pouco ou nenhum vínculo com as instituições (sociais, culturais e políticas) locais. No entanto, a questão pode ser analisada de outro modo.

As redes horizontais e verticais interagem de diversas maneiras com as instituições preexistentes, sendo o próprio formato destas redes uma variável da forma como esta interação ocorre. Segundo Murdoch

⁸ O conceito de *embeddedness* é atribuído originalmente à Karl Polanyi. Não obstante, em A Grande Transformação (1944), Polanyi utiliza a noção de modo circunstancial e, fundamentalmente, para explicar as motivações não-econômicas e a ausência de competitividade em sistemas pré-capitalistas, o que está associado à perspectiva de que a trajetória de consolidação do mercado nas sociedades capitalistas é marcada por um profundo *des-embeddedness* destes em relação às instituições com as quais outrora se conectava. Em outra perspectiva, Granovetter (1985) argumenta que as relações mercantis continuam imersas no conjunto de relações sociais e, portanto, a noção de mercados auto-regulados continua sendo uma falácia, agora sustentada pelo novo liberalismo econômico.

(2000), as redes verticais (cadeias) estão basicamente fundadas em relações desiguais entre atores globais e agricultores (ao que não surpreende o fato da literatura que trata sobre estas redes acentuar a discussão sobre relações de poder). Por outro lado, as redes horizontais (*clusters*) estão mais associadas a áreas de flexibilidade, confiança e diversidade. Por conseguinte, as discussões referentes à dinâmica destas redes estão menos preocupadas com as relações de poder do que com “a reciprocidade genuína”.

Discussões mais recentes têm demonstrado que esta questão é um tanto mais intrincada. A relação entre mercados alternativos e enraizamento tem várias comprovações empíricas. Porém, a compreensão de que os mercados convencionais seriam des-enraizados se mostra particularmente problemática. Por um lado, isto decorre do fato de Granovetter e outros autores terem ficado reféns do que Zelizer (2003) chama de “absolutismo socioestrutural”, o qual reduz tudo ao enraizamento em redes sociais e deixa inexplorado o enraizamento cultural (DiMaggio, 2003), político (Fligstein, 1997) e científico (Callon, 1998) das relações econômicas. Por outro lado, e talvez de modo ainda mais relevante para o tema aqui em questão, é necessário ponderar que o enraizamento em redes sociais não é sinônimo de relações de confiança e reciprocidade fundadas no pertencimento a determinados espaços locais. Como nota o próprio Granovetter em artigo mais recente (Granovetter, 2005), o interesse, a má-fé ou o egoísmo não deixam de existir em prol do desinteresse, da confiança e do altruísmo de relações idealmente fundadas em laços de solidariedade recíproca. As redes permitem todo tipo de comportamento, inclusive o oportunismo e a desonestidade, o que faz com que nenhuma ação seja previsível *ex-ante*. Os atores podem usar sua centralidade na rede para influenciar o comportamento dos demais em benefício próprio. Situações que seriam típicas das relações que se desenvolvem nos mercados outrora chamados “convencionais”.

Vejamos estas questões a partir de alguns estudos com interfaces diretas com o contexto agroalimentar. Uma das contribuições mais recentes provém do trabalho de Sonino e Marsden (2006) sobre redes alimentares alternativas na Europa. Os autores argumentam que o conceito de *embeddedness* tem sido amplamente utilizado para expressar determinadas características destas redes que, em oposição às redes convencionais, referem-se primeiramente ao vínculo com a localidade e seus elementos

socioculturais e naturais. Mesmo reconhecendo a íntima relação entre redes alternativas com territórios específicos e processos de re-localização, Sonino e Marsden fazem questão de se afastar de posições que se utilizam do enraizamento destas redes para enfatizar uma oposição entre o local e o global, ao que asseveram que, neste caso, o conceito estaria sendo utilizado de modo precipitado para atribuir interesses comuns a atores sociais pelo simples fato de sua coexistência geográfica. Aludindo para a necessidade de a própria localidade ser compreendida a partir da sobreposição de várias redes que operam em diferentes escalas espaciais (o que significa que, por mais micro que pretenda ser, a dinâmica local sempre é percebida a partir de sua interação com a dinâmica global), os autores chamam a atenção para a necessidade de não se perder de vista as especificidades das redes alimentares alternativas por sua simples identificação com espaços locais. Ademais, para que o conceito de *embeddedness* tenha alguma utilidade analítica é imprescindível que não reproduza as definições correntes de localidade ou território.

O estudo de Hinrichs (2000) sobre mercados agrícolas diretos assume uma postura similar neste sentido. Segundo o autor, estes mercados têm sido vistos como uma espécie de contraponto aos sistemas de produção e distribuição de alimentos de larga escala representados por mercados globais impessoais e anônimos. Expressões de proximidade e confiança, baseados na familiaridade e pertencimento à comunidade, ligados às necessidades e interesses locais e privilegiando relações entre produtores e consumidores geograficamente próximos, os mercados diretos seriam um típico exemplo de mercado *embeded*. Sem abdicar deste componente de enraizamento, Hinrichs demonstra que não é ausente deste tipo de mercado alternativo comportamentos que evocam a lógica do preço (*marketness*) e o planejamento de metas econômicas projetadas a partir de uma racionalidade econômica (*instrumentalism*), o que faz com que a noção de *embeddedness* torne-se mais nuançada e as distinções entre mercados pessoais e impessoais menos clara (veja também Zelizer, 2003). Para o autor todos os mercados apresentam composições variadas de *embeddedness*, *marketness* e *instrumentalism*⁹, sendo que seriam justamente as diferentes configurações destes fatores que tornariam

⁹ Em certa medida esta discussão se aproxima da referida por Callon (1998) em relação à ciência econômica enquanto disciplina que constrói e formata a economia e, por conseguinte, ao desenvolvimento de certas calculative agencies que expressam em determinado grau como a lógica do homo oeconomicus estaria presente na ação econômica.

possível compreender as dinâmicas de poder e privilégio que também caracterizam muitos mercados alternativos.

Em outro artigo, voltado à questão da heterogeneidade inerente ao espaço local, Hinrichs (2003) ratifica esta percepção aludindo que processos de “localização” não podem ser simplesmente vistos como contrapontos à globalização. Para tanto, o autor distingue dois tipos de localização. Por um lado, formas de “*localização defensiva*” que enfatizam a “proteção do local” e a resistência contra forças externas, assumindo o local como portador de uma homogeneidade e interesses comuns que precisam ser defendidos contra as mudanças indesejáveis que estariam ocorrendo na sociedade mais ampla. Por outro, formas de “localização receptivas a diversidade” parecem reconhecer a variação e a heterogeneidade inerente ao próprio local, trabalhando para inseri-lo na sociedade mais ampla, deixando as fronteiras mais tênues para a interação com os outsiders, a qual passa a ser mesmo desejada.

Estas questões sugerem no mínimo maior precaução em afirmar uma oposição entre atores globais “*des-embedded*” e suas contrapartes locais “*embedded*”. É o caso, então, de buscar entender o enraizamento não somente a partir da dimensão das relações sociais que se desenvolvem no local, mas da interpenetração de redes verticais e horizontais constituídas em diversos níveis, que vão desde as conexões mais próximas entre parentes e vizinhos nas comunidades rurais, até os vínculos mais longínquos que se desenvolvem entre os agricultores e atores globais agindo à distância

O importante é perceber que este não é um processo linear ou livre de tensões. Os mercados convencionais têm apresentado grande capacidade de se apropriar dos benefícios que as redes alternativas possuem em decorrência de seu enraizamento horizontal. O exemplo trazido por Hinrichs (2003) sobre o desenvolvimento do *Iowa-grown banquet meal* (evento promocional e de celebração com alimentos típicos produzidos pelos agricultores locais) é ilustrativo. Inicialmente organizado por agricultores “alternativos” (produção orgânica), o evento foi sendo paulatinamente apropriado pelos “agricultores convencionais” (*practical farmers*) que terceirizavam sua realização. Com isto, o evento tornou-se elitizado e passou a atender consumidores da classe média de alta escolaridade. Ademais, sofreu uma hibridização em virtude da incorporação

de alimentos não-locais que refletem preocupações que extrapolam a questão cultural, como a saúde dos consumidores. A consequência mais notável foi a separação de produtores e consumidores, o que desfez a idéia original de um mercado alternativo direto.

Outro exemplo particularmente relevante para a agricultura familiar é o mercado de produtos orgânicos/agroecológicos. Como nota Wilkinson (2006b), os produtos orgânicos estiveram originalmente associados a circuitos locais alternativos de produtores familiares e consumidores vinculados com o movimento agroecológico. Entretanto, a crescente associação com saúde e bem-estar da classe média urbana e seu processo de institucionalização levaram a uma rápida apropriação deste setor pela agricultura empresarial; sua circulação passando para circuitos controlados pelos grandes distribuidores que determinam as normas de produção. Assim, este mercado vê-se sob o risco de perder a associação com o local e com as práticas tradicionais dos pequenos agricultores. Em resposta a esta situação, a produção “agroecológica” se esforça em manter os vínculos com práticas específicas (aspectos técnicos), com a localidade (aspectos socioculturais) e o ambiente (aspectos ecológicos). Espera-se que a identificação com estes aspectos sociais e culturais, para além dos tecnológicos, seja capaz de impossibilitar uma nova apropriação pelos atores dominantes do setor agroalimentar e pelos circuitos convencionais.

Finalmente, cabe notar que para muitos mercados alternativos que procuram construir redes mais extensas, a questão do enraizamento vertical tem se mostrado problemática. Quando estes mercados querem competir com os mercados convencionais eles precisam construir formas de transição dos circuitos locais que operam com base em redes de proximidade para mercados mais amplos, regionais e nacionais, articulando redes sociais mais extensas e formas de reconhecimento dos produtos que extrapolem o âmbito local. Aqui se passa de um enfoque de enraizamento para um de construção social de novos mercados, onde as interações com atores e instituições externos se tornam fundamentais. Trata-se de encontrar meios de acessar mercados mais amplos sem perder o vínculo com os aspectos referentes ao enraizamento local que conferem aos produtos determinadas vantagens mercadológicas, o que geralmente se procura fazer através de diferentes tipos de certificação (Indicação Geográfica, *Fair Trade*, Produtos da Reforma Agrária etc.).

4. Qualificando o enraizamento: a contribuição da teoria das convenções

Uma vez que todos os mercados são de algum modo enraizados, a questão principal passa a ser identificar os diferentes tipos e graus de enraizamento. Este é o argumento da seção anterior. Seguindo as discussões de Wilkinson (2002, 1997), Ponte e Gibbon (2005), Murdoch et al. (200), Straete e Marsden (2005), doravante demonstra-se que a “teoria das convenções” pode ser útil neste sentido, notadamente no que tange à associação desta temática com a questão da qualidade, a qual tem constituído um importante elemento de diferenciação entre os mercados agroalimentares.

As mudanças associadas com a questão da qualidade se expressam na economia de vários modos¹⁰. Isto talvez seja ainda mais notório no caso dos mercados agroalimentares que, como nota Wilkinson (1997), re-emergem atualmente de maneira paradigmática como expressões das novas relações econômicas baseadas sobre qualidade. Em termos de cadeia produtiva, duas mudanças recentes são especialmente significativas. Se até pouco tempo atrás a diferenciação dos produtos era predominantemente uma preocupação do final da cadeia produtiva, ou seja, da indústria alimentar (formas de processamento, embalagens, marcas etc.), recentemente tem havido uma pressão competitiva para a diferenciação na produção. Além de aumentar as possibilidades para toda a cadeia em termos de singularização das mercadorias produzidas, ao implicar uma revalorização dos produtos primários, esta mudança proporciona a possibilidade de maior agregação de valor no início da cadeia, nas unidades de produção. Associado a isto, tem-se cada vez mais a mudança de um sistema agroalimentar de “transformação” para um de “preservação”, no qual se procura manter ao máximo as características originais dos produtos. Segundo Wilkinson (2006b; 2000), o aumento da procura por alimentos mais ‘naturais’ expressa na ascensão da demanda

¹⁰ A “qualidade” é referida neste artigo a partir de suas várias dimensões: estéticas, nutricionais, de saúde e segurança alimentar, ecológicas e aos aspectos relacionados à especificidade dos métodos de produção utilizados, do local de produção, da rastreabilidade dos produtos etc.

por produtos frescos e pré-preparados, tem incentivado o desenvolvimento de uma agroindústria mais preservadora. Ambas as mudanças também estão em ordem com uma tendência das normas e padrões de qualidade se voltarem menos para os produtos e mais para os processos de produção.

Outra evidência da crescente importância que a qualidade vem assumindo tanto no sistema agroalimentar quanto fora dele, diz respeito à proliferação de “mercados de singularidades” (vinhos e queijos finos, por exemplo) e mercados de alimentos funcionais (principalmente iogurtes). Estes segmentos vêm ganhando maior reconhecimento em virtude do modo notadamente distinto de seu funcionamento (Karpic, 2009), o qual obedece menos à racionalidade do preço, do que a forma como os consumidores têm dado maior importância, no primeiro caso, a valores simbólicos de reputação, status, estima e realização pessoal e, no segundo caso, à saúde e bem-estar.

Um expressivo conjunto de estudos também tem enfatizado a relação entre qualidade, natureza e mercados locais. Murdoch e colaboradores (2000, p. 107) não hesitam em afirmar que “a qualidade no setor alimentar, como ela está sendo percebida atualmente, está intimamente ligada à natureza e ao enraizamento local das cadeias de abastecimento”. De acordo com os autores, em face das recentes crises relacionadas à segurança alimentar (vaca louca, gripe aviária etc.) que envolveram sistemas agroalimentares convencionais altamente artificializados e redes globais de consumo¹¹, cada vez mais os consumidores têm associado “qualidade” com alimentos mais localizados e naturais. Esta mudança tem aberto novas oportunidades para os agricultores familiares, as quais incluem a inserção em certos mercados de nicho, como no caso dos produtos artesanais, de denominação de origem e orgânicos, além do desenvolvimento dos circuitos regionais de produção e consumo (Maluf, 2004).

Nada obstante, é mister notar que a qualidade começa a ser a norma para toda a economia e não só para mercados locais, alternativos ou de singularidades. Mercados que funcionam unicamente sob a base de preços ou sob uma relação mecânica entre oferta e procura são remotos. E

¹¹ Pode-se notar neste sentido a associação entre a questão da qualidade e o desenvolvimento da chamada “sociedade de risco” (Beck, 1998), em que padrões de qualidade globais se colocam como mecanismos cada vez mais essenciais ao controle de diversos tipos de risco.

mesmo que determinados mercados aparentemente funcionem quase que de modo exclusivo em virtude das relações de preço, como mostra Granovetter (2005), o preço não é unicamente determinado por pontos ótimos de curvas abstratas de oferta e demanda, mas pelo impacto da estrutura social que faz com que este varie conforme o tipo de relação que possuem os atores envolvidos na transação. Nem mesmo os mercados de *commodities* escapam da necessidade de *sinais* (certificações de qualidade, por exemplo) que vão muito além daqueles expressos pelos preços – veja o caso das exigências da União Européia de certificados de soja não-transgênica e carnes de regiões livres de aftosa. Como demonstra Busch (2000), os mercados de *commodities* são resultantes de um amplo processo histórico em que um conjunto de valores é negociado, constituindo *standards* que definem uma “economia moral”, a qual disciplina pessoas e coisas de acordo com definições aceitas do que é bom e mau, e que de modo algum se resume aos mecanismos abstratos da oferta e procura.

Na medida em que a qualidade torna-se uma questão presente em maior ou menor grau em todos os mercados, sua relação com o conceito de enraizamento demonstra-se mais nuançada e complexa, o que encaminha para reconsiderarmos a idéia inicial de como esta variável pode ajudar na diferenciação entre mercados convencionais e alternativos.

Em artigo já referido anteriormente, Sonino e Marsden aludem para as relações ambíguas e altamente competitivas entre redes alternativas e convencionais, alegando que aí residem ênfases diferenciadas sobre noções de “qualidade”, o que levaria a proeminência de distintos “atributos”. Esta ênfase depende de um processo social de qualificação altamente contestado, passível de discussão e apropriação, em que os atores que operam nas redes convencionais e alternativas competem em termos de autoridade para definir atributos particulares de qualidade. Ênfases diferenciadas sobre atributos de “qualidade” são encontradas em mercados convencionais *vis-à-vis* mercados alternativos e, ao mesmo tempo, no interior de cada um destes, refletindo a heterogeneidade de sistemas agrícolas, tradições culturais, estruturas organizacionais, percepções dos consumidores e suportes institucionais e políticos. Segundo os autores, enquanto para os agricultores da França, Espanha e Itália o processo de qualificação está geralmente associado a *terroir* e *localisation* dos produtos em territórios específicos, em países como Reino Unido, Alemanha e

Holanda a qualidade tem sido primeiramente referida à saúde e segurança alimentar, sendo remotamente associada aos territórios.

A análise de como se desenvolve a disputa acerca da definição de uma noção coletivamente aceita de qualidade é central para compreender a distinção entre os mercados e os diferentes tipos de enraizamento que apresentam. É justamente para esta finalidade que a “teoria das convenções” vem sendo crescentemente utilizada nos estudos agroalimentares.

A teoria das convenções proporciona ferramentas analíticas para examinar o modo através do qual regras, normas e convenções que emergem *pari passu* com a ação econômica (e sua coordenação) determinam formas de produção e circulação de mercadorias. Difundida principalmente a partir dos trabalhos de Luc Boltanski e Laurent Thévenot, a teoria das convenções adota um enfoque interpretativo e situacional para analisar as distintas formas legítimas (não-violentas) de justificação da ação coletiva. Fundamentados em diferentes noções de justiça buscadas nos escritos clássicos da filosofia política, Boltanski e Thévenot (1999) propõem a existência de seis “mundos” ou “*cités*”, cada um deles organizado sob diferentes tipos de qualificação: 1. Inspiracional (criatividade); 2. Doméstico (lealdade/confiança); 3. Opinião (reputação); 4. Cívico (representação); 5. Mercado (competitividade); 6. Industrial (produtividade/eficiência).

Estes mundos são vistos de modo não-hierárquico, todos representando formas igualmente legítimas de justificação e valorização. De tal modo, rompe-se com o determinismo econômico e tecnológico que marca grande parte dos estudos sobre mercados agroalimentares. Além disso, para além da aparente rigidez que a variante normativa do modelo sugere, é necessário perceber que para qualquer mercado operam múltiplas formas de justificação, o que faz com que estes mundos estejam sempre sobrepostos e em complexa interação (conflitivamente ou não). Igualmente, eles não devem ser identificados com indivíduos ou grupos específicos, “os indivíduos movem-se dentro e fora desses diferentes mundos e as organizações e instituições exibem sua presença simultânea” (Wilkinson, 1999).

Deste modo, a teoria das convenções permite demonstrar que (a) a qualidade pode ser percebida como um “valor” e não como um atributo dos produtos; (b) não existe uma compreensão universal deste valor e; (c) este

valor é cognitivamente avaliado de diferentes modos de acordo com o mundo que o justifica (Allaire, 2004). As disputas pela definição dos diferentes valores revelam o conflito entre ordens de grandeza passíveis de serem publicamente justificadas.

Uma aplicação da teoria das convenções amplamente referida pelos estudos agroalimentares provém da perspectiva de distintos “mundos de produção” proposta por Salais e Storper (1992). Ainda que originalmente desenvolvida para sistemas industriais (indústria automobilística), esta abordagem vem sendo utilizada na análise dos mercados agroalimentares (Straete; Marsden, 2005; Murdoch et al., 2000; Ponte; Gibbon, 2005). Segundo a proposição, pelo lado da oferta os produtos podem ser classificados como “padronizados” ou “especializados”, dependendo da base de conhecimento envolvida na sua produção. Produtos padronizados são produzidos a partir de tecnologias amplamente difundidas e são qualificados fundamentalmente em termos de preço. De outro modo, produtos especializados envolvem tecnologias e conhecimentos restritos e, neste caso, a qualidade do produto constitui um elemento de competitividade tão ou mais importante que seu preço. Já pelo lado da demanda, os produtos podem ser “genéricos” ou “particulares”, dependendo se circulam em mercados de consumidores anônimos ou específicos. Produtos genéricos possuem padrões de qualidade amplamente conhecidos, podendo ser vendidos diretamente em mercados que dispensam relações diretas entre produtores e consumidores. Diferentemente, os produtos particulares (*dedicated*) são orientados para um conjunto particular de consumidores, circulando em mercados em que predominam as relações interpessoais destes com os produtores (mercados locais). A partir desta diferenciação, Salais e Storper propõe quatro mundos de produção: (a) o mundo dos mercados marshalianos de produtos especializados e particulares; (b) o mundo dos mercados em rede de produtos padronizados e particulares; (c) o mundo dos mercados de inovação de produtos especializados e genéricos e; (d) o mundo dos mercados industriais de produtos padronizados e genéricos. Cada um destes mundos com seus modos específicos de justificação e convenções de qualidade.

Enquanto os mercados convencionais são claramente pautados pelas convenções do mundo padronizado-genérico, os mercados alternativos geralmente vinculam-se ao mundo de produtos especializados-

particulares (Murdoch et al., 2000). Mercados convencionais operam principalmente a partir de formas de justificação provenientes dos mundos “de mercado” e “industrial”. Estes mundos pressionam para o desenvolvimento de convenções universais e *standards* de qualidade globais. Em que pese as ressalvas feitas anteriormente em relação aos limites da despersonalização dos mercados de *commodities*, seguramente são estes que melhor representam esta situação, haja vista a relação mais íntima com a lógica do preço, competitividade, produtividade, escala e eficiência. De outro modo, mercados alternativos podem ser visualizados a partir de outras formas de qualificação que emanam do mundo doméstico (mercados de produtos tradicionais e de denominação de origem), cívico (*fair trade*), inspiracional (certos mercados de singularidades) e de opinião (marcas próprias – *brand names*). Aqui predominam grandezas outras que não o preço (ainda que este sempre esteja presente), como o interesse coletivo, a equidade e a solidariedade, as quais, como demonstra Granovetter, associam-se ao enraizamento destes mercados em redes interpessoais formadas em contextos específicos.

Outra diferenciação pode ser sugerida quando da comparação entre os estudos de cadeias e *clusters*. De modo geral, as análises de cadeias focalizam o arcabouço institucional/regulatório do mundo padronizado-genérico, identificando as mudanças nas convenções de mercado e industriais que dominam os processos de produção em massa de *commodities*. Em outro sentido, os estudos sobre *clusters* ou sistemas agroalimentares localizados centram suas atenções sobre o mundo especializado-particular, identificando como outras convenções, principalmente associadas ao mundo doméstico, regulam o processo social de qualificação e a coordenação dos mercados de produtos tradicionais, orgânicos/agroecológicos ou de denominação de origem.

No caso da agricultura familiar, particularmente importante é o desenvolvimento de mercados alternativos associados a mecanismos domésticos de coordenação. Produtos tidos como “tradicionais da agricultura familiar” são enraizados num contexto espacial particular e em tradições específicas, sendo o processo social de qualificação notadamente ligado a relações elementares de confiança e conhecimento mútuo entre produtores e consumidores. Este tipo de convenção associa-se à dinâmica peculiar das redes de produção e circulação destes produtos, notadamente mercados de proximidade que se vinculam ao conteto local/regional.

Cabe notar ainda a singularidade das agroindustriais rurais familiares. Estes empreendimentos seguramente constituem o principal exemplo de enraizamento no mundo doméstico de mercados alternativos relacionados à agricultura familiar. Esta singularidade coloca desafios próprios a estes mercados, principalmente no que se refere à associação diferenciada com o local e os *standards* de qualidade, onde, diferentemente do que ocorre em outros países, não há uma associação rígida como a região ou o território. Aqui a qualidade parece mais intimamente referida ao conteúdo cultural de formas artesanais tradicionais de produção. Assim, como nota Wilkinson (2003), “estamos frente à possível consolidação de uma convenção de qualidade em torno da pequena agroindústria “à estilo brasileiro”. Nesta convenção, as associações rígidas com uma localidade ou uma técnica são mais fluidas, mas, apesar disto, existe um conjunto de indicadores suficiente para definir um nicho de mercado, que no agregado assume proporções nacionais [...]”.

As relações de proximidade que caracterizam os circuitos de comércio dos produtos provenientes das agroindústrias de pequeno porte fazem com que a confiabilidade do produto remeta antes de tudo aos vínculos de confiança, reputação e lealdade entre os consumidores e os produtores advinda da frequência das transações. Assim, com frequência estes produtos também dispensam garantias formais de qualidade, o que tem sido um problema quando da necessidade de construir mercados mais extensos.

Na medida em que os mercados convencionais tentam se apropriar dos espaços destas agroindústrias, estabelecem-se disputas entorno das normas de qualidade, principalmente sanitárias (Wesz Jr., 2009). Noções variadas de qualidade entram em disputa, revelando as distintas grandezas de valor que estão por trás de normas e técnicas aparentemente neutras. “O que para alguns são valores estéticos associados à produção artesanal, para outros são indicadores de ameaça à saúde pública. O que para alguns são os valores de eficiência, para outros são premissas na geração de externalidades inadmissíveis” (Wilkinson, 2002).

O desafio das agroindustriais familiares rurais e de outros mercados alternativos de construir redes mais extensas passa, em primeiro lugar, pela aposta na construção de “laços fracos” que possibilitem expandir as

transações para fora do contexto local¹² e, em segundo lugar, pela criação de meios que permitam às formas de qualificação domésticas serem reconhecidas fora do contexto de relações interpessoais locais sem perder os valores de proximidade. Assim, convenções domésticas necessitam ser incorporadas em sistemas de certificação que possam “traduzir” valores pertencentes ao mundo doméstico para *standards* de qualidade que desobrigem as interações diretas entre produtores e consumidores. Não obstante, isto envolve a construção de sistemas de certificação que, frequentemente, tem se mostrado inviáveis aos pequenos empreendimentos em virtude do seu alto custo (e.g. denominações de origem). A criação de sistemas de certificação participativos e solidários (e.g. Rede Ecovida) tem se mostrado uma alternativa, mas de alcance ainda bastante restrito.

Seja como for, o que se percebe é que à medida que as agroindústrias procuram alternativas para competir com os mercados convencionais, as fronteiras entre os distintos mundos vai se tornando mais difusa. A adoção de “boas práticas” para acesso a novos mercados leva a incorporação de técnicas típicas do mundo industrial (como se expressa na adoção de APPCC e ISO). O atendimento a condições sanitárias, sistemas de rastreabilidade e medidas ambientais afeta diretamente o modo tradicional de produção de alguns produtos – como é o caso de alguns queijos produzidos com leite cru (Brunori, 2006). Em outro sentido, na medida em que os mercados convencionais vão se apropriado de certos mercados de nicho e tradicionais, o mundo de mercado/industrial vai se mesclando com outros mundos, notadamente, o mundo doméstico. Um exemplo ilustrativo desta dinâmica é o crescente interesse de grandes empresas da indústria alimentar e cosmética por plantas tradicionais. Estas empresas fazem contratos de compra com comunidades tradicionais visando explorar o potencial mercadológico destes produtos pela sua associação com a saúde, a natureza e até mesmo os saberes tradicionais, recorrendo, portanto, a valores distintos daqueles que predominam no mundo industrial e de mercado.

¹² Nos termos de Granovetter (1973), os mercados de proximidade geralmente são caracterizados pela redundância das relações entre produtores e consumidores, restringindo-se ao contexto local. A criação de “laços fracos” (não-redundantes) com outros atores sociais se torna fundamental para a aquisição de novos conhecimentos e informações que possibilitem ampliar as redes para fora do contexto local/regional.

Em suma, estes distintos mundos existem em estado de tensão, uns resistindo a invasão dos outros e tentando impor sua forma de justificação e seu modo de coordenação. A dinâmica de disputas e interpenetração faz com que suas fronteiras sejam cada vez mais nebulosas, assim como a diferenciação entre mercados convencionais e alternativos.

5. Considerações finais

O potencial de novas formas de mercado para a agricultura familiar ainda está para ser explorado. Decerto, muitas redes de produção e comercialização alternativas já constituem uma opção consolidada para um amplo leque de agricultores. No Brasil, este é principalmente o caso das pequenas agroindústrias que emergiram como uma estratégia de sobrevivência para as famílias rurais e atualmente assumem proporções que, em alguns casos, lhes permitem competir com os circuitos mais tradicionais. No entanto, mesmo estes mercados se encontram sob a ameaça ininterrupta de incorporação pelos grandes *players*. Numa economia que começa a se pautar cada vez mais na diferenciação dos produtos, as estratégias particularistas associadas a estes circuitos alternativos estão sendo continuamente apropriadas pelos atores que dominam os mercados convencionais, o caso emblemático sendo o mercado de produtos orgânicos. Estamos diante de um movimento dinâmico que tem resultado na crescente hibridização dos mercados e atores econômicos, o que impede a delimitação de fronteiras rígidas e estanques.

Neste artigo demonstramos que uma abordagem capaz de delimitar analiticamente as diferenças entre estes dois mundos da agricultura familiar sem perder de vista a complexa miscigenação entre eles pode ser articulada a partir dos conceitos de redes, enraizamento e convenções de qualidade. Primeiramente, mostramos que os mercados são extensões de redes sociais que se articulam vertical (cadeias) e horizontalmente (*clusters*). Subseqüentemente, argumentamos que o funcionamento destes mercados distingue-se em virtude do enraizamento (*embeddedness*) diferenciado em instituições sociais, políticas e culturais (locais, nacionais e globais) que constroem e potencializam as

transações econômicas. Finalmente, demonstramos a utilidade das proposições da teoria das convenções acerca dos distintos mundos de justificação frente ao imperativo de definir graus e formas de enraizamento dos mercados. Nesta ocasião focalizamos a disputa acerca das convenções de qualidade nos mercados agroalimentares, aludindo que mercados convencionais e alternativos revelam diferentes percepções acerca das normas e padrões de qualidade.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural.** *Economia Aplicada*. v. 4, n. 2, abr./jun. 2000.

ALLAIRE, G. **Quality in economics: a cognitive perspective.** In:

HARVEY, M.; McMEEKIN, A.; WARD, AL. (eds.) *Qualities of food.* Manchester: Manchester University Press, 2004.

BAIR, J. **From commodity chains to value chains and back again?** Yale University, 2005. (mimeo).

BECK, U. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad.* Barcelona: Paidós, 1998.

BERDEGUÉ, J.A. *et al.* **Central American supermarkets' private standards of quality and safety in procurement of fresh fruits and vegetables.** *Food Policy*, v. 30, p. 254-269, 2005.

BOLTANSKY, L.; THEVENOT, L. **The sociology of critical capacity.** *European Journal of Social Theory*, n. 2, v. 3, p. 359-377, 1999.

BONANO, A. **Capital mobility and the reorganization of the time/space relation in the global era.** In: CONGRESS OF THE EUROPEAN SOCIETY FOR RURAL SOCIOLOGY. 31, *Proceedings...* Wageningen, the Netherlands, aug. 2007.

BOYER, R.; SAILLARD, Y. (eds.). *Théorie de la regulation: l'état des saviors.* Paris : la Découverte, 2002.

BRUNORI, G. **Post-rural processes in wealthy rural areas.** In: MARSDEN, T.; MURDOCH, J. *Between the local and the global: confronting complexity in the contemporary agri-food sector.* Amsterdam: Elsevier, 2006. p. 121-145.

BUSCH, L. **The moral economy of grades and standards.** *Journal of Rural Studies*, n. 16, p. 273-283, 2000.

CALLON, M. **Introduction: the embeddedness of economic markets in economics.** In: _____. *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell, 1998, pp. 1-57.

CALLON, M; MÉADEL, M; RABÉHARISOA, V. **The economy of qualities.** *Economy and Society*, v. 31, n. 2, p. 194-217, 2002.

COE, N.M.; HESS, M. **Global production network: debates and challenges.** In: *Workshop of GPERG*, University of Manchester, 2007.

COE; N.M.; WRIGLEY, N. **Host economy impacts of transnational retail: the research agenda.** *Journal of Economic Geography*, v. 7, p. 341-371, 2007.

DIMAGGIO, P. **Aspectos culturais da ação e da organização econômica.** In: PEIXOTO, J.; MARQUES, R. *A nova sociologia econômica*. Lisboa: Celta, 2003. p. 167-194.

EYMARD-DUVERNAY, F. (Org.) **L'économie des conventions: méthodes et résultats.** Paris : La Découverte, 2006.

FARINA, E., NUNES, R. **A evolução do sistema agro-alimentar no Brasil e a redução de preços para o consumidor: os efeitos da atuação dos grandes compradores.** *Textos para Discussão*, n. 970, Brasília, IPEA. 2003.

FLEXOR, G. **A Globalização do Sistema Agroalimentar e seus desafios para o Brasil.** *Economia Ensaios*, v. 21, p. 63-96, 2006.

FLIGSTEIN, N. **Fields, power, and social skill: a critical analysis of the new institutionalism.** 1997 (mimeo).

GEREFFI, G.; HUMPHREY, J. **The governance of global value chain: an analytic framework.** 2003 (mimeo).

GEREFFI, G.; KORZENIEWICZ, M. (Eds.). **Commodity chains and global capitalism.** Westport: Praeger, 1994.

GIULIANI, E. **The selective nature of knowledge networks in clusters: evidence from the wine industry.** *Journal of Economic Geography*, v. 7, p. 139-168, 2007.

GOODMAN, D. **Rural Europe Redux? Reflection on Alternative Agro-Foods Networks and Paradigm Change.** *Sociologia Ruralis*, v. 44, n. 1, p. 3-16, 2004.

GRANOVETTER, M. **The impact of social structure on economic outcomes.** *Journal of Economic Perspectives*, v. 19, n. 1, p. 33-50, 2005.

_____. **Economic action and social structure: the problem of embeddedness.** *American Journal of Sociology*, v. 91, n. 3, p. 481-510, nov. 1985.

_____. **The strength of weak ties.** *American Journal of Sociology*, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, may. 1973.

GRAZIANO DA SILVA, J. **Complexos agroindustriais e outros complexos.** *Reforma Agrária*, v. 21, n. 3, 1991.

HODGSON, G. **Varieties of capitalism and varieties of economic theory.** *Review of International Political Economy*, n. 3, p. 380-733, aug. 1996.

HUMPHREY, J.; SCHMITZ, H. **Developing country firms in the world economy: governance and upgrading in global value chains.** *INEF Report*, n. 61, 2002.

HINRICHS, C.C. **The practice and politics of food system localization.** *Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 33-45, 2003.

_____. **Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market.** *Journal of Rural Studies*, v. 16, p. 295-303, 2000.

KAGEYAMA, A. *et al.* **O novo padrão agrícola brasileiro: do complexo rural aos complexos agroindustriais.** Campinas: Unicamp, 1987.

KARPIC, L. **Éléments de l'économie des singularités.** In: STEINER, P. e VATIN, F. (Org.). *Traité de sociologie économique.* Paris: PUF, 2009. pp. 165-208.

MALUF, R. S. **Mercados agroalimentares e agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais.** *Ensaio FEE*. v. 25, n. 1 p. 299-322, 2004.

MARSDEN, T. **New Rural Territories: regulating the differential rural spaces.** *Journal of Rural Studies*. v. 14, n. 1, p. 107-117, 1998.

MARSDEN, T.; MURDOCH, J. **Between the local and the global: confronting complexity in the contemporary agri-food sector.** Amsterdam: Elsevier, 2006.

MIOR, L.C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural.** Chapecó, SC: ARGOS, 2005.

MUCHNIK, J.; REQUIER-DESJARDINS, D.; SAUTIER, D.; TOUZARD, J.-M. **Systèmes agroalimentaires localisées.** *Economie et Societé*, v. 29, p. 1465-1584, 2007.

MURDOCH, J. **Networks: a new paradigm of rural development?** *Journal of Rural Studies*, v. 16, p. 407-419, 2000.

MURDOCH J.; MARSDEN T.; BANKS J. **Quality, nature, and embeddedness: Some theoretical considerations in the context of the food sector.** *Economic Geography*, v. 76, n. 2, p.107-125, apr. 2000.

NIEDERLE, P.A.; RADOMSKY, G.F.W. **Atores sociais, mercados e reciprocidade: convergências entre a nova sociologia econômica e o "paradigma da dádiva".** *Teoria & Sociedade*, v. 15, p. 146-177, 2007.

PIETROBELLI, C. RABELLOTTI, R. **Mejora de la competitividad em clusters y cadenas productivas em América Latina: el papel de las políticas.** Washington, DC: BID, 2005

POLANYI, K. **A grande transformação: as origens da nossa época.** Rio de Janeiro: Campus, 1980.

PLOEG, J.D. van der; RENTING, H. **Behind the 'redux': a rejoinder to David Goodman.** *Sociologia Ruralis*, v. 44, n. 2, p. 234-242, 2004.

PONTE, S.; GIBBON, P. **Quality standards, conventions and the governance of global value chains.** *Economy and Society*, v. 34, n. 1, p. 1-31, feb. 2005.

RAYKES, P. *et. al.* **Global commodity chain analysis and the French filiere approach: comparison and critique.** *Economy and Society*, v. 29, n. 3, 2000.

REQUIER-DESJARDIN, D. **Agro-Industria Rural y Sistemas Agroalimentarios Localizados: ¿Cuáles puestas?** PRODAR, Quito, 1999.

SAGE, C. **Social embeddedness and relations of regard: alternative 'good food' networks in south-west Ireland.** *Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 47–60, 2003.

SALAI, R.; STORPER, M. **The four "worlds" of the contemporary industry.** *Cambridge Journal of Economics*, v. 16, p. 169-193, 1992.

SCHNEIDER, S. **A abordagem territorial do desenvolvimento rural e suas articulações externas.** *Sociologias*, Porto Alegre, v. 6, n. 11, p. 88-125, 2004.

SONINO, R.; MARSDEN, T. **Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe.** *Journal of Economic Geography*, v. 6, p. 181-199, 2006.

STRAETE, E.P.; MARSDEN, T. **Different modes of qualities in development of speciality food.** 2005. (mimeo).

STORPER, M. **The regional world: territorial development in a global economy.** New York: Guilford Press, 1997.

VEIGA, J. E. **O Brasil rural precisa de uma estratégia de desenvolvimento.** Brasília, DF: Nead, 2001.

WESZ JUNIOR, V.J. **As políticas públicas de agroindustrialização na agricultura familiar: análise e avaliação da experiência.** Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Rio de Janeiro: UFRRJ-CPDA, 2009.

WILKINSON, J. **Network theories and political economy: from attrition to convergence?** In: MARSDEN, T.; MURDOCH, J. *Between the local and the global: confronting complexity in the contemporary agri-food sector.* Amsterdam: Elsevier, 2006a. p. 11-38.

_____. **A renegociação do espaço rural por atores tradicionais, movimentos sociais e ONG's.** In: Seminário Reformas del Estado, Movimientos Sociales y Mundo Rural en el Siglo XXI en América Latina. México, nov. 2006b.

_____. **A pequena produção e sua relação com os sistemas de distribuição.** In: Seminário Políticas de Seguridad Alimentaria y Nutrición en América Latina. Campinas, SP, out. 2003.

_____. **Sociologia econômica e o funcionamento dos mercados.** *Ensaio FEE*, v. 23, n. 2, p. 805-825, 2002.

_____. **Distintos enfoques e debates sobre a produção familiar no meio rural.** *Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável*, v. 1, n. 3, p. 11-19, 2000.

_____. **A contribuição da teoria francesa das convenções para os estudos agroalimentares.** *Ensaio FEE*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 171-185, 1999.

_____. **A new paradigm for economic analysis?** *Economy and Society*, v. 26, n. 3, p. 305-339, aug. 1997.

WINTER, M. **Embeddedness, the new food economy and defensive localism.** *Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 23-32, 2003.

ZELIZER, V. Circuits within capitalism. In: NEE, V.; SWEDBERG, R. ***The Economic Sociology of Capitalism***. Cambridge: Cambridge University Press: 289-319. 2003.