

# **Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: *inputs* para analisar os micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil**

John Wilkinson

Doutor em Sociologia pela Universidade de Liverpool, Inglaterra.

## **Resumo**

*Neste artigo, mostramos como os aportes da sociologia econômica e da teoria das convenções ajudam a entender não apenas o dinamismo dos mercados tradicionais dos micro e pequenos empreendimentos (MPE) no meio rural, mas as condições, também, da sua reciclagem em direção a mercados de “qualidade específica”. Apresentamos, em primeiro lugar, a contribuição de Granovetter, explorando o seu conceito do “enraizamento” da ação econômica em redes sociais e distinguindo este do enfoque de “construção social”, que implica uma reformatação da ação econômica de acordo com valores, conhecimentos e ineteresses novos. Em seguida, introduzimos os conceitos de rede social estendida e da “força de laços fracos”, também de Granovetter, para entender como mercados à distância podem se apoiar, na mesma forma, em redes sociais. A reinserção dos MPE através de mercados de qualidade, por outro lado, exige mecanismos que extrapolam a eficácia de redes sociais. Na segunda parte do artigo, mostramos como as teorias de “ator-rede” e de convenções aportam os conceitos analíticos-chave para entender como, não apenas as “commodities”, mas também os mercados artesanais podem funcionar à distância, através de normas e “standards” próprios, que os fazem autônomos das suas redes sociais de origem.*

## **Palavras-chave**

**Sociologia econômica; convenções; micro e pequeno empreendimento rural.**

## Abstract

*In this article, we show how economic sociology and the theory of conventions contribute to an understanding of the dynamism of micro and small-scale (MSE) agrofood activities not only in their traditional markets but also in their reorientation to "specific quality" markets. We consider first, Granovetter's concept of the "embeddedness" of economic action in social relations, distinguishing this from the notion of "social construction" which implies a redirectioning of economic action in the light of new values, interests and knowledge. We then introduce the concepts, also developed by Granovetter, of the extended social network and the "strength of weak ties" to understand how more distant markets can also be supported through social networks. The reorientation of MSE's, however, to quality markets has to rely on mechanisms which go beyond those provided by social networks. In the second part of the article, we show how the "actor-network" and convention theories provide key analytical concepts for understanding how not only commodity but also artisan markets are able to function at a distance on the basis of norms and standards which makes them autonomous in relations to their social networks of origin.*

**Os originais deste artigo foram recebidos  
por esta Editoria em 26.02.02.**

## Introdução

A teoria econômica pouco oferece para pensar o mundo dos micro e pequenos empreendimentos (MPE) no meio rural, sobretudo quando estes deixam de ser simples fornecedores dos atores dominantes das cadeias agroindustriais e buscam uma inserção autônoma nos mercados. Para a economia neoclássica, o setor tradicional de pequena escala está condenado a ser não competitivo por seu uso ineficiente de recursos ou por sua falta de acesso a recursos eficientes. Na teoria do oligopólio, o pequeno empreendimento pode sobreviver apenas na medida em que a sua ineficiência de custos possa ser apropriada em sobrelucros pelas empresas-líderes. A teoria de inspiração neo-schumpeteriana destaca a importância de pequenas empresas inovadoras, tanto no desenvolvimento tecnológico quanto na identificação de nichos de mercado. Transposto ao setor agroalimentar, este último enfoque permite analisar os novos entrantes no meio rural (neo-rurais, chacaristas), mas sem fornecer instrumentos para entender os aspectos dinâmicos dos produtores tradicionais no campo.

Perspectivas mais alentadoras são encontradas nas discussões de “distritos industriais” e de *clusters* que identificam efeitos de aglomeração e proximidade, que podem compensar as vantagens individuais de escala. Esses trabalhos, no entanto, não explicam os espaços já ocupados pela produção tradicional a despeito da ausência dessas externalidades positivas nem as condições propícias à construção dessas virtudes. Assim, a persistência de pequenas agroindústrias em países como o Brasil é identificada como o resultado de uma competitividade espúria possibilitada pela sonegação, pela pobreza e pela baixa percepção de risco por parte dos consumidores. Sem defesa analítica, os MPE tradicionais parecem fadados a sucumbir face às exigências de se adaptarem às novas normas e regulamentações sobre sanidade e qualidade.

Neste artigo, procuramos demonstrar como os conceitos básicos da nova sociologia econômica e da teoria das convenções fornecem instrumentos analíticos, que podem contribuir para superar as limitações acima apontadas na teoria econômica para o estudo dos MPE no meio rural. Essas correntes permitem identificar os aspectos dinâmicos dos mercados atualmente ocupados pelos micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil, bem como as condições de conquista de novos mercados, que se tornam cada vez mais uma pré-condição da sua sobrevivência.

## Contextualizando a nova sociologia econômica

A nova sociologia econômica é identificada com os trabalhos de M. Granovetter a partir dos anos 70. A sua tese de doutorado **Getting a Job (Conseguindo um Emprego)** (1974) estabeleceu as ambições do enfoque,

bem como a sua metodologia: o estudo da dinâmica dos mercados vistos como extrapolações de redes sociais. A sua contribuição tem se difundido, fundamentalmente, com base em três artigos, que elaboram os principais conceitos da nova sociologia econômica e as suas implicações para a análise da vida econômica. O mais famoso, (onde, inclusive, Granovetter enfrenta o desafio da reformulação da teoria neoclássica no enfoque de custos de transação de Williamson), **Economic Action and Social Structure — The Problem of Embeddedness (Ação Econômica e Estrutura Social — O Problema de Enraizamento)** (1985), explora o conceito fundador da sociologia econômica: enraizamento. O segundo, **Economic Institutions as Social Constructions (Instituições Econômicas como Construções Sociais)** (1991), desenvolve o enfoque de redes sociais, situando estas na tradição sociológica mais ampla de construtivismo social. Discutiremos, a seguir, a relação e/ou a distinção entre esses dois conceitos básicos de enraizamento e construção social que não estão explicitadas nos trabalhos de Granovetter. No terceiro artigo, **The Strength of Weak Ties (A Força de Laços Fracos)** (1982), Granovetter introduz um conceito novo em relação às redes sociais ao destacar o papel-chave de atores situados nos pontos de interligação entre diferentes redes: o caso mais famoso sendo o papel de Insull, o parceiro de Edison, na articulação das redes que determinaram a formatação da indústria de eletricidade nos Estados Unidos.

A novidade da sociologia econômica é o seu projeto de explicar o funcionamento dos mercados a partir de uma abordagem de redes sociais. Os fundadores da sociologia ou eram, ao mesmo tempo, economistas (Marx, Pareto), ou ocupavam cátedras de economia (Weber), ou desenvolveram uma reflexão crítica sobre a teoria econômica como parte central da elaboração das suas teorias sociais (Durkheim). A importância de desenvolver uma sociologia econômica foi defendida também nos trabalhos do Economista Schumpeter. No entanto, o preço da institucionalização acadêmica de sociologia foi o seu afastamento da análise das instituições econômicas, ou o tratamento destas nos seus aspectos não econômicos. A sociologia destacou-se, portanto, pela análise das instituições e das organizações não econômicas da vida moderna (Smelser; Swedberg, 1994).

Essa divisão de trabalho entre sociologia e economia assumiu a sua forma mais nítida nos Estados Unidos, onde a tradição neoclássica dominava a economia e o funcionalismo-estruturalista, a sociologia, baseada na grande síntese de Talcott Parsons, que ratificou os termos dessa parceria entre as duas disciplinas numa célebre palestra nos anos 50. Na Inglaterra, a forte influência marxista e o vigor da subdisciplina sociologia do trabalho ofereceram alternativas de integrar a análise econômica em perspectivas sociais. Na França, a teoria de regulação e o seu complemento micro na teoria de convenções, por sua vez, estabeleceram uma forte tradição de análise interdisciplinar. A sociologia

econômica, portanto, surgiu como resposta à expulsão da vida social da análise econômica, tanto na visão neoclássica quanto nas formulações de nova economia institucional, bem como ao esforço de estender essas abordagens ao conjunto das ciências sociais (o chamado “imperialismo econômico”). Nascida nos Estados Unidos, essa corrente recebeu um forte apoio nos países nórdicos (sobretudo nos trabalhos de Swedberg) e tem sido agora integrada como um componente consensual das sínteses econômicas *non-standard* na França (Boyer) e heterodoxa na Inglaterra (Hodgson).

Na América Latina e no Brasil, a influência marxista e a teoria de dependência permeavam a sociologia, enquanto a tradição cepalina consagrou um enfoque estruturalista e de economia política na economia. Nos estudos agrários, a tradição marxista tem sido particularmente forte, levando ao perigo de um viés economicista. Nesse contexto, a sociologia econômica e a teoria das convenções oferecem perspectivas para uma recuperação da dinâmica social da vida econômica.

## O que é e o que pretende a nova sociologia econômica?

Como indicamos acima, a noção de “enraizamento da economia” (*embeddedness*), um conceito que Granovetter emprestou do Antropólogo K. Polanyi e retrabalhou numa forma original, é o conceito fundador da economia sociológica. Hoje essa noção de enraizamento se encontra difundida numa variedade de disciplinas e de subdisciplinas, inclusive fora do âmbito direto da economia. Esse conceito, por exemplo, tem se mostrado central aos esforços de repensar as relações entre o Estado e a sociedade, como no estudo de Peter Evans: **Embedded Autonomy** (1995).

A noção de *embeddedness* imediatamente sugere duas questões: (a) a economia encontra-se enraizada em quê?; e (b) qual é o grau desse enraizamento? Em relação à primeira pergunta, quatro abordagens podem ser identificadas: política, cultural, social e científica. Os trabalhos de Fligstein exemplificam mais claramente o esforço de analisar a configuração de mercados a partir de projetos e de políticas, sobretudo nos seus estudos sobre a construção do Mercado Comum Europeu (Fligstein, 1996). Di Maggio (1994), por sua parte, seria uma referência para abordagens culturalistas. Em relação ao enfoque social, existe uma tensão entre as visões culturalistas e sociais a respeito das fronteiras entre os dois enfoques e sobre o grau de autonomia de cada um em relação ao outro, o que talvez simplesmente reflita as tensões mais gerais entre antropologia e sociologia. Embora proponentes do enfoque de redes sociais tentem estabelecer uma forte autonomia em relação a explicações culturalistas, estudos empíricos

apontam para importantes complementaridades. A relação entre esses níveis se torna mais clara, sobretudo, nas pesquisas sobre grupos étnicos que servem como uma base importante de reflexão nos trabalhos de Granovetter.

A quarta dimensão, a noção do enraizamento da economia na ciência, ou, mais especificamente, em disciplinas acadêmicas, é associada aos trabalhos de Callon, **The Laws of the Market** (1998). O papel da ciência no ordenamento da vida moderna está presente na idéia de sistemas de peritos (*expert systems*) na sociologia de Giddens e nos debates sobre a “sociedade de risco” (Guivant, 1998). Pode-se pensar também que, nos mundos de justificação de ação econômica na teoria das convenções, cabe acrescentar o mundo da ciência. Callon intitula a sua introdução ao livro acima mencionado **O Enraizamento de Mercados Econômicos na (disciplina de) Economia**. Essa idéia do caráter “performativo” da ciência em relação aos mercados representa um complemento importante à visão de Granovetter, cuja análise focaliza a maneira em que a atividade econômica está moldada pela intermediação de obrigações e interesses sociais. Ao enfatizar o papel da autoridade de distintas disciplinas acadêmicas (economia, direito, *marketing*, contabilidade) na formatação dos mercados, Callon aproxima-se à preocupação da teoria das convenções com as formas de justificação de ação econômica. A contribuição de Callon serve também para iluminar a distinção entre enraizamento e construção social, que não está claramente estabelecida em Granovetter e será desenvolvida abaixo.

A segunda pergunta, do grau de enraizamento, leva-nos ao avô da nova sociologia econômica, o Antropólogo Karl Polanyi, cujos trabalhos **A Grande Transformação** (1944) e **The Economy as Instituted Process** (1957) representam inspirações fundamentais na formação dessa corrente. A apropriação do conceito de enraizamento por Granovetter, porém, implica um certo distanciamento da posição de Polanyi e a sua reinterpretação à luz da noção de redes sociais.

No seu livro clássico, **A Grande Transformação**, Polanyi argumenta que, em todas as sociedades, até o século XIX a esfera da economia foi claramente delimitada pelas regras e costumes da organização social. Mais ainda, a vida econômica não se confundia como o mercado, que se constituía num aspecto subordinado da organização das trocas econômicas, dominada por uma combinação de sistemas de reciprocidade (entre famílias, clãs e grupos) e redistribuição (entre o Estado e a sociedade), com alternância na predominância de cada forma a depender do tipo de sociedade. No século XIX, segundo ele, surgiu, pela primeira vez, o fenômeno do mercado auto-regulador, que só foi possível ao liberar os três *inputs* básicos — terra, trabalho e dinheiro — de ingerência social. Assim, numa experiência até então única na história, a sociedade viu-se colocada à disposição do mercado. Na visão de Polanyi, essa desregulamentação das “mercadorias fictícias” de terra, trabalho e dinheiro é insustentável, levando a uma implosão social, que, mais cedo ou mais tarde,

força a re-regulamentação do mercado pela sociedade. No caso inglês, isto se deu a partir da grande *crack* de 1929.

Essa interpretação histórica de Polanyi tem sido sujeita a muitas críticas, mas as suas distinções entre economia e mercado, a sua identificação das distintas formas de intercâmbio de bens e serviços e a sua caracterização da dinâmica peculiar das mercadorias fictícias têm sido incorporadas na sociologia econômica e correntes similares como no grupo MAUSS (Movimento Anti-Utilitarista nas Ciências Sociais, cuja figura mais representativa seria Alain Caillé), na França. Um exemplo notável da reaplicação do enfoque histórico de Polanyi pode ser encontrado no livro de John Gray, **Falso Amanhecer** (1998), que analisa a onda atual de liberalização e globalização a partir da noção de (des)enraizamento.

Granovetter sujeita essa noção de enraizamento a uma leitura crítica e a contrasta com a visão que predomina na disciplina de economia. Para Polanyi, ele argumenta, a ação econômica nas sociedades tradicionais ficou totalmente enraizada na conduta social, enquanto a sociedade moderna se caracteriza pelo fenômeno de desenraizamento. Na economia, por outro lado, dominada pela popularização da visão de Adam Smith, o homem (*sic*) é visto como tendo sido sempre motivado pelo cálculo instrumental nas suas transações econômicas. Granovetter opõe-se a essas duas posições da ação econômica que ele chama de super e subsocializadas respectivamente. Num lado, o homem é visto como sendo inteiramente determinado pela herança de normas e de regras que ele internaliza. No outro, temos um padrão de comportamento a-histórico, com o agente econômico sempre imune das determinações sociais. Diametralmente opostas, essas duas posições, no entanto, convergem na sua expulsão da influência do tempo presente da vida social no comportamento econômico.

Ao se opor tanto ao a-historicismo da economia quanto ao evolucionismo implícito no modelo enraizamento/desenraizamento, Granovetter afirma que nem a economia tradicional foi totalmente desprovida do cálculo nem a economia moderna foi isenta de ingerência social. O homem, em maior ou menor grau, sempre elaborou os seus cálculos econômicos a partir da sua inserção em redes sociais. A natureza dessas redes sociais, portanto, e a posição do ator nessas redes deveriam ser os pontos de partida para a análise da vida econômica.

## **Como as redes sociais influenciam a organização dos mercados e o comportamento econômico**

Granovetter desenvolveu a sua noção de redes sociais através de uma pesquisa sobre o mercado de emprego. Com base numa amostra de profissionais em Boston, EUA, ele investigou a origem dos seus empregos atuais. Mais de 30% dos entrevistados, chegando a 43% no caso dos mais bem remunerados,

não tinham procurado o emprego onde se encontravam; 35% dos entrevistados também responderam que as suas posições atuais não existiam, mas foram criadas especificamente para eles; 56% dos entrevistados tinham conseguido emprego através de contatos pessoais. A maior parte desse mercado de emprego, portanto, não funcionou com base no casamento impessoal entre oferta e demanda em torno de postos previamente definidos. Mais ainda, Granovetter conclui que o que caracteriza a busca de emprego através de meios formais é a falta de inserção em redes sociais. Os empregos conseguidos através de canais formais, também, são pior remunerados que aqueles conseguidos através de contatos. Um estudo nos anos 90, ao reproduzir essa metodologia para um universo representativo de quase 10.000 pessoas na França, chegou a conclusões similares (Steiner, 1999). Esse estudo de Granovetter é um caso clássico do *embeddedness* da ação econômica em redes sociais, demonstrando como estas influenciam o modo de funcionamento dos mercados.

Os trabalhos de Zelitzer (1992; 1998) aplicam o mesmo enfoque ao uso do dinheiro, identificando como distintas práticas sociais criam diferenças qualitativas entre tipos de dinheiro segundo o seu destino ou origem. Através desses sistemas de *labelling* social, o dinheiro assume uma rigidez social, resistindo a sua livre circulação ou intercambiabilidade (dinheiro de herança, dinheiro doméstico). O mesmo método de análise tem sido desenvolvido para explicar como a simples desregulamentação de setores e a flexibilização do mercado de trabalho não necessariamente geram empregos. Análises comparadas dos setores de pequeno varejo na França e no Japão mostraram que a diferença na dinâmica dos mercados de emprego nesse setor é fortemente influenciada pela estrutura da família — sobretudo a posição da mulher —, pelas relações e expectativas entre cliente e consumidor e por padrões de consumo (Gadrey et al. apud Steiner, 1999).

A pesquisa de Baker (1984) sobre o mercado financeiro (a bolsa de futuros) mostra como redes sociais são recriadas no ambiente de trabalho na forma de redes profissionais para lidar com questões de confiança. A formação dessas redes, compostas dos agentes que só transacionam entre si, impõe limites na circulação de informação que, por sua vez, influencia a evolução de preços. O estudo mostra que, mesmo quando o número de operadores aumenta, a abrangência das redes permanece estável, levando a uma multiplicação dessas redes, contrariando a relação estabelecida na teoria econômica entre tamanho de mercado e fluxo de informação e provocando uma exacerbação da volatilidade dos preços. O desempenho desse mercado só se torna inteligível a partir de uma compreensão do funcionamento dessas redes profissionais.

O *embeddedness* da economia em redes sociais relaciona-se intimamente com questões de confiança, mas, embora minimizando oportunismo dentro da rede, essa própria confiança coletiva pode ser a alavanca de ações lesivas de grande impacto (por exemplo, no caso da máfia). A sociologia econômica mostra

que os problemas de oportunismo, tão caros à tradição de Williamson e à sua teoria de “custos de transação”, são melhor entendidos através do enfoque de redes sociais do que do individualismo metodológico. Eficiência no terreno da fraude exige, regra geral, cumplicidade num contexto de alto risco, para o qual a rede social, com a sua mistura de confiança e sanções, oferece o *milieu* ideal.

Assim, para Granovetter, a rede social não se coloca como a garantia de externalidades virtuosas face ao oportunismo intrínseco de comportamento individual. Na sua análise comparada da relação entre a configuração de redes sociais em distintos grupos étnicos e o surgimento de iniciativas empresariais, ele mostra como um excesso de obrigações sociais pode transformar empresas em simples organismos beneficentes. Nesses estudos, as distinções culturais são determinantes na conformação das redes, mas estas são mantidas como variáveis independentes, o que permite que Granovetter elabore uma tipologia da relação entre redes sociais e ação empresarial bem-sucedida. Ele conclui que as redes mais propícias à promoção de iniciativas empresariais são caracterizadas por uma solidariedade forte, que, ao mesmo tempo, tem limites estreitos e bem definidos. Aqui, portanto, Granovetter avança da constatação da mediação da vida econômica por redes sociais para uma operacionalização que permite identificar algumas precondições sociais para a atividade econômica.

Ao mesmo tempo, nessa preocupação com a relação entre redes sociais e o surgimento de distintos tipos de mercados, Granovetter desloca-se do enfoque de *embeddedness*, que capta a mediação do econômico pelo social, para a noção de **construção social**, onde o tipo de rede social é correlacionado com a forma de funcionamento do mercado.

Avançando nos estudos sobre a construção social dos mercados, Granovetter acrescenta a essa tipologia de redes uma hipótese forte sobre a influência da posição do ator em determinadas redes. O conceito da “força de laços fracos” aponta para a posição estratégica de um ator que, não sendo absorvido numa única rede, transita várias redes com características diferentes. Essa noção é adotada por Granovetter, em colaboração com outros colegas, para analisar a construção da indústria de eletricidade nos EUA, no final do século passado. Nesse momento, três modelos de organização dessa indústria (utilidade pública, sistemas centralizados e descentralizados de geração) se colocaram como igualmente factíveis, não sendo possível identificar nítidas vantagens de custos ou eficiência. O modelo de geração centralizado de eletricidade impôs-se a partir da capacidade diferencial de mobilização de certos atores, nesse caso o aliado de Edison, Insull, que permitia costurar o apoio entre distintas redes sociais que normalmente não interagem. Outros atores, mais poderosos nas suas redes individuais (Morgan no sistema financeiro americano que defendia um modelo descentralizado), não conseguiram se sobrepor às múltiplas alianças (industriais, financeiras, governamentais)

construídas por Insull. Granovetter conclui que a “força de laços fracos” reside na não-redundância dos contatos sociais de uma pessoa que transita várias redes quando comparada com uma pessoa que circula apenas dentro da mesma rede social.

A contribuição de Granovetter, portanto, desdobra-se em três níveis. Em primeiro lugar, a reinterpretação de *embeddedness* em termos de redes sociais permite demonstrar a maneira em que a ação econômica é permanentemente filtrada por relações sociais. Em segundo lugar, essa noção de redes sociais é desdobrada numa tipologia que permite correlacionar distintos padrões de comportamento econômico com determinados tipos de redes. E, finalmente, a noção da “força de laços fracos” permite analisar a relação entre redes e o papel estratégico da posição de atores nessas redes. Na transição do primeiro para os dois últimos níveis, o enfoque de *embeddedness* é complementado por uma abordagem mais social construtivista.

## **A economia sociológica e os mercados de proximidade dos micro e pequenos empreendimentos agroindustriais**

A aplicação que propomos dos *insights* de Granovetter à análise dos mercados da pequena agroindústria envolveria dois componentes: um interpretativo e o outro mais propositivo. A partir dessa ótica de Granovetter, podemos analisar a existência desses mercados não como um simples reflexo da pobreza ou da baixa conscientização do consumidor, embora ambos os elementos existam. Pelo contrário, esses mercados podem ser vistos, fundamentalmente, como o prolongamento de relações familiares, ou, diretamente, como consumidores ou como canais de comercialização. Nessa maneira, o mercado não se coloca como problema, porque a produção evolui em função da demanda. Ao mesmo tempo, a confiabilidade do produto decorre da confiança no produtor, podendo dispensar as garantias formais de qualidade. Nas localidades rurais, essa produção, geralmente informal, pode adquirir uma reputação de qualidade que conquista a elite local (médicos, advogados, técnicos). Parentesco, vizinhança, conhecimentos pessoais e transações repetidas entre os mesmos atores confirmam reputações e consolidam lealdades, fazendo com que esses mercados se tornem relativamente imunes de pressões externas, sejam de ordem mercadológica ou reguladora. Fora ações punitivas de fiscalização, existem fortes razões, portanto, para supor que esses mercados se apóiam em bases sólidas, enquanto o tecido social na localidade se mantém intato.

As mesmas razões que explicam por que o mercado não se apresenta como um problema para as pequenas agroindústrias também ajudam a entender

o receio de expandir as atividades e buscar novos mercados. O mercado coincide com a rede social que exibe fortes características de redundância no sentido de Granovetter. Os atores são imersos em circuitos sociais que simplesmente replicam conhecimentos já existentes. O desafio da expansão da produção não se reduz ao gerenciamento de quantias maiores, nem aos problemas ligados a custos fixos mais onerosos, mas implica a extensão do mercado além da rede social. Como negociar essa ruptura entre mercado e rede social se torna o desafio fundamental.

A resposta oficial seria promover a adaptação formal do produto às exigências de mercados impessoais e a capacitação dos produtores aos novos conhecimentos que moldam esses mercados. Por trás dessas noções, porém, está a suposição, contestada pela sociologia econômica, de que os mercados formais e à distância funcionam sem a intermediação de redes sociais que seriam identificadas com o mundo tradicional. A questão (e aqui a sociologia econômica converge com a corrente da teoria de “ator-rede”) seria, pelo contrário, como estender a rede social para garantir novos mercados. Nesse ponto, entraria a parte mais propositiva da visão de Granovetter, que chama atenção pelo perigo de um excesso de “capital social”, quando todos os atores giram em torno da mesma rede social. Ao mesmo tempo, a sua tipologia sugere que o sucesso de novas iniciativas depende da delimitação do espaço e das fronteiras demarcando o grupo repositório dos riscos e dos benefícios do novo empreendimento. E, em terceiro lugar, a noção da “força de laços fracos” aponta pela importância da mobilização de outras redes sociais que podem dar respaldo aos atores locais.

Na terminologia da sociologia econômica, a persistência e a resistência da pequena agroindústria devem-se ao seu *embeddedness*, enquanto a sua adaptação à transformação dos mercados e aos novos critérios de regulação exige esforços de construção social de mercados. Essa distinção entre *embeddedness* e construção social pode ser melhor exemplificada no estudo sobre um mercado de morangos na França desenvolvido por Marie-France Garcia (1986). Citado pela primeira vez na literatura de sociologia econômica por Granovetter e Swedberg e reinterpretado mais recentemente por Callon, esse estudo já se tornou um clássico na literatura sobre a construção social dos mercados.

Na região da Sologne, na França, um grupo heterogêneo de produtores de morango foi tradicionalmente integrado ao mercado consumidor de Paris ou através de intermediários locais, ou através de atacadistas da metrópole. Uma insatisfação com esse arranjo centrou-se na falta de poder de negociação sobre o preço do morango, definido apenas na revenda nos mercados parisienses e repassado subseqüentemente aos produtores. Um complexo processo de mobilização e construção de alianças, envolvendo produtores, técnicos e comerciantes, levou à implementação de uma espécie de bolsa local de morango.

A venda dos morangos estava permitida, agora, apenas nos horários e no lugar previamente acertados — aos sábados, num prédio remodelado para essa finalidade. Os produtores levaram amostras de igual tamanho, colocadas à vista no meio da sala e identificadas apenas por um número. Os comerciantes foram separados dos compradores, e as transações efetuadas através de um leiloeiro. Nessa forma, um mercado novo foi construído moldado nos princípios da transparência de informações, pluralidade de atores e impessoalidade das transações.

Dois elementos são importantes aqui. Em primeiro lugar, o novo mercado foi o resultado de grandes esforços de construção, envolvendo alianças e a implementação de novas regras e sistemas técnicos. Segundo, esse mercado não surgiu apenas como uma simples negociação de distintos interesses, mas exibiu intencionalidade e normatividade. Houve um esforço explícito de conformar o novo mercado aos preceitos da economia neoclássica liderado pelo técnico de extensão rural, um recém-formado em economia. Callon utiliza esse exemplo para mostrar o caráter “performativo” da ciência econômica, que não se limita à observação da vida econômica, mas que joga um papel fundamental na forma de institucionalização dos mercados, o mesmo valendo também para outras disciplinas, como direito e *marketing*. L. Busch, (1996), num trabalho sobre a construção de mercados de *commodities*, mostra, por sua vez, que a aplicação da economia neoclássica depende da prévia construção dos mercados na imagem da teoria.

Esse estudo de caso é paradigmático da distinção entre o *embeddedness* e a construção social dos mercados. Mais do que isso, o fenômeno de *embeddedness* está associado, nesse estudo, aos aspectos negativos de mercados tradicionais (poder dos atravessadores) e à construção social do mercado nos moldes neoclássicos, que implica a neutralização das redes sociais existentes, apresentado como um avanço para os produtores agrícolas. Há indicações no próprio texto, porém, de que esse arranjo beneficia sobretudo os produtores mais tecnificados. O modelo neoclássico, portanto, representa apenas uma das formas de institucionalizar o mercado, onde normas apresentadas e justificadas como sendo impessoais de fato correspondem mais aos interesses de alguns grupos em detrimento de outros. A institucionalização desse mercado de morangos podia ter percorrido outros caminhos que envolvessem, também, algumas medidas de apoio (público ou privado) aos produtores mais atingidos pelos estragos de descapitalização do modelo anterior baseado no atravessador.

No caso brasileiro, o *embeddedness* de muitos mercados locais e informais, que serviu como uma proteção natural durante muito tempo, está sendo ameaçado tanto pela concorrência dos mercados formais que tentam se apropriar desses nichos de produtos tradicionais quanto pelas pressões para uma adaptação às regras “impessoais” de higiene e sanidade do mercado formal. O caminho de

uma simples acomodação às normas sanitárias vigentes implicaria uma forte seleção e uma alta taxa de mortalidade para os pequenos empreendimentos, que seriam asfixiados por custos desproporcionais à escala das suas atividades. A segunda opção, em plena negociação e/ou implementação em vários Estados, passa pela negociação de uma legislação apropriada às dimensões dessas pequenas atividades agroindustriais. Nesse caso, os princípios “inegociáveis” de salubridade precisam ser desvinculados de critérios técnicos favorecendo apenas um tipo de ator.

A sociologia econômica de Granovetter oferece instrumentos analíticos importantes para identificar a vitalidade de mercados de proximidade e, ao mesmo tempo, desenvolve algumas pistas para enfrentar os desafios do alongamento desses mercados e a sua adaptação a contextos institucionais novos (“a força de laços fracos”). No entanto, para lidar com as questões (a) de negociação das novas condições de entrada e permanência nos mercados, e (b) de acesso a mercados distantes sem perda dos valores de proximidade, a sociologia econômica precisa ser complementada com os aportes das teorias de “ator-rede” e das convenções que serão discutidos, agora, na parte seguinte deste artigo.

## **A transição para mercados formais e à distância e a contribuição das teorias de “ator-rede” e das convenções**

Vimos, na discussão anterior do estudo de caso sobre morangos de Marie-France Garcia, como a distinção entre os conceitos de *embeddedness* e de construção social corresponde à distinção entre mercados informais de proximidade e o desenvolvimento de mercados formais atuando em circuitos mais extensos. Nesse caso, porém, a solução proposta passou pela neutralização das relações sociais e estabelece a separabilidade entre o produto e o produtor no seu *milieu* como pré-condição para o alargamento dos mercados.

Numa série de estudos, Lawrence Busch analisa a dinâmica de fundo que está em questão aqui — precisamente a criação de uma *commodity* — e mostra como essa enorme construção social se processa em grandes cadeias como a soja e a canola, bem como no setor de sementes. A existência de um mercado de *commodities* é o resultado de um longo processo em que um conjunto de valores é negociado e cuja universalização permite a construção de uma cadeia agindo à distância, prescindindo de contato direto tanto com o produtor quanto com o produto. A economia neoclássica pode ser entendida performativamente, como no caso dos morangos acima, onde os seus princípios servem

normativamente para a construção desses mercados. Por outro lado, seguindo Busch, podemos entender a economia neoclássica como sendo viabilizada pela própria construção desses mercados de *commodities*. Ambas interpretações desmistificam os esforços de representar essa corrente como uma simples interpretação da dinâmica espontânea de funcionamento dos mercados.

Para Busch, duas questões são centrais aqui. Em primeiro lugar, a criação de uma *commodity* representa um processo em que um padrão de referência surge para substituir a multiplicidade de produtos e processos em cada etapa da cadeia. Assim, certos valores, que talvez representem apenas os interesses setoriais de alguns atores ou sejam o resultado de um consenso mais amplamente negociado, são selecionados e transformados em *standards* e normas técnicas. Em seguida, essas normas são universalizadas, provocando uma standardização que atinge não apenas os produtos e os processos, mas também os atores. Nisso, Busch incorpora um dos aspectos mais identificados com a teoria de “ator-rede”, a noção de “simetria”, onde tanto o agricultor quanto o grão, o ator e o artefato, são sujeitos ao mesmo processo de valorização.

A globalização implica um enorme processo de requalificação dos mercados para adequar os produtos aos *standards* das transações internacionais. Existe uma dupla dinâmica, que, por um lado, estabelece novos patamares mínimos para os mercados de *commodities* e, por outro, gera um leque de novos *standards* para contestar os mercados que se alimentam pela diferenciação. Nesse embate, noções variadas de qualidade estão em concorrência e contestação, revelando os distintos valores por trás da aparente neutralidade de normas e técnicas. 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.

O grande mérito da teoria das convenções é tornar visível o mundo de valores escondido por trás das normas e técnicas e identificar os foros de debate em torno de *standards* como o lócus privilegiado de negociação de interesses e valores. Assim, num primeiro momento, esse enfoque desloca a discussão da simples identificação de “interesses” em jogo para a justificação de ação em termos de valores. Num segundo momento, identifica um conjunto heterogêneo de sistemas coerentes de valores, cada um com a sua legitimidade e irredutibilidade. Os novos *standards* obrigatórios, portanto, não podem simplesmente refletir os valores de um desses sistemas de valores, seja o que for — industrial, artesanal, etc. —, mas devem buscar princípios comuns a mundos diferentes ou reconhecer uma pluralidade de critérios.

Estudos desenvolvidos dentro da ótica convencionalista na Europa mostram como isso funciona tanto nos foros comunitários de regulamentação quanto em nível nacional. Com o estabelecimento do mercado único na Comunidade

Européia, houve um esforço inicial de chegar a uma harmonização supranacional da legislação agroalimentar. Ficou evidente, durante as negociações, que existiam diferenças de fundo, de caráter eminentemente cultural, delimitando a denominação dos alimentos. Práticas produtivas consideradas legítimas em um país seriam vistas como fraude em outro país. Por não se tratarem de ameaças à saúde do consumidor, mas de questões relacionadas à transparência das informações transmitidas e/ou à concorrência desleal, ficou decidido que, em casos de conflito, o princípio de harmonização seria substituído pelo “reconhecimento mútuo” das legislações de cada país (Sylvander, 1995).

As tensões mais importantes na regulamentação das cadeias agroalimentares decorrem do conflito entre os princípios dos mundos industriais e artesanais. Para o primeiro desses mundos, o valor organizador é a eficiência expressa nas características e nos custos do produto unitário final alcançados principalmente através da busca de economias de escala. Para o mundo artesanal, os princípios industriais não podem levar à apropriação de produtos e de processos consagrados por tradição. Em certos países, como na França, esse princípio se tornou amparado em legislação que não apenas ancora a produção a uma região determinada, mas estipula, também, os processos produtivos permitidos, que, regra geral, são desenhados com base nas *best practices* artesanais que impedem ou fortemente limitam as possibilidades de concorrência via economias de escala (Letablier; Delfosse, 1995).

Os casos mais notórios de conflitos de regulamentação são encontrados na cadeia de lácteos, sobretudo na produção de queijos, e giram em torno da permissibilidade do uso de leite cru. Para o mundo industrial, economias de escala na logística e na produção seriam favorecidas pela pasteurização do leite, enquanto no mundo artesanal a qualidade do produto final é identificado com o uso de leite “vivo”. Nas negociações de *standards*, seria ilegítimo defender a pasteurização, porque permite maior competitividade industrial através de economias de escala, ou defender leite cru apenas a partir de um apelo à tradição. Face à irredutibilidade dos valores de cada mundo, as negociações deslocam-se para um terreno de valores comuns superiores — saúde pública e bem-estar do consumidor. Mesmo se os interesses permanecem setoriais, a justificação precisa passar pelo crivo dos valores comuns. Assim, a estratégia do mundo industrial seria defender uma pasteurização obrigatória, por razões de saúde pública, enquanto cabe ao mundo artesanal demonstrar que esta última, sob certas condições de manejo e controle sanitário, é compatível com a produção de queijos a partir de leite cru. Assim, nesse processo, a correlação entre *standards* e standardização, típica do mundo de *commodities* analisado por Busch e que representa a imposição dos valores de um só mundo, nesse caso, o industrial, sobre o conjunto da cadeia ou mercado, cede lugar para o reconhecimento de que uma pluralidade de normas técnicas pode ser consistente com objetivos comuns (Valceschini, 1995; Sylvander, 1998).

No Brasil, esses princípios estão sendo crescentemente internalizados nas negociações em torno de uma legislação específica para micro e pequenos empreendimentos agroindustriais em níveis municipal e estadual. Embora a motivação para essa legislação seja a defesa de um setor produtivo ameaçado de expulsão do mercado, a legitimação das propostas passa por sua compatibilização com os valores maiores de saúde pública.

O enfoque de redes sociais de Granovetter é muito eficaz na explicação da resiliência de mercados de proximidade. Ao mesmo tempo, analisa a expansão desses mercados, sobretudo através da migração de membros dessas redes sociais. Na sua análise da diáspora chinesa, ele mostra como mercados podem atravessar países e funcionar à distância nas bases de informalidade e confiança à medida que eles são gerenciados dentro das mesmas redes sociais agora ampliadas. A aplicação desse *insight* por outros estudiosos tem revelado o peso de redes de parentesco e étnicas na expansão do comércio internacional, tanto no passado como na atualidade, bem como o peso desse comércio amparado em redes funcionando à distância. De igual forma, no Brasil, os mercados para produtos regionais, mesmo alijados dos canais formais de comercialização, têm forte respaldo nas preferências de consumo dos migrantes para os centros urbanos. O caso mais notável seria a popularidade de produtos tipicamente nordestinos em muitas cidades do Centro-Sul, mas as mesmas tendências podem ser observadas em nível intra-regional.

O alargamento de redes sociais, portanto, através da migração não apenas cria mercados relevantes à distância, mas serve para difundir esses produtos nos novos espaços. A expansão desses produtos fora da rede social de origem depende da sua capilaridade e grau de abertura, e aqui a noção complementar de Granovetter da “força de laços fracos” pode oferecer uma pista para processos de difusão. Muitas vezes, porém, a difusão fora da rede social em questão esbarra em níveis de tolerância menores em respeito a características-chave — sanidade e homogeneidade do produto — em decorrência precisamente da falta do “conhecimento tácito” que regula o consumo e a conservação do produto na rede de origem.

## Conclusões

A noção de *embeddedness* fornece elementos importantes para entender a força de mercados de proximidade, mesmo não regulados, bem como as suas condições de expansão e difusão. O produto acompanha a expansão e o grau de “trânsito” da rede social, mas as condições de difusão além dessas fronteiras exigem mecanismos e formas de sinalização de qualidade que substituem a falta dos conhecimentos tácitos da rede de origem. O enfoque de “construção social”, exemplificado acima nos trabalhos de Busch e no estudo de caso de

morangos, mostra como as limitações de *embeddedness* para concorrer em mercados à distância pode levar a um processo inverso de autonomização do produto da sua rede social de origem, como condição para a sua transformação em *commodity*. Em condições muito favoráveis, a aposta em que o produto pode concorrer desprovido das suas qualidades de proximidade pode ser o caminho mais indicado. Vantagens “impessoais”, climáticas, de localização ou de custos podem justificar o abandono (ou compensar a fragilidade) de conhecimentos e práticas produtivas locais, sobretudo em setores onde economias de escala são ainda incipientes ou de difícil implementação. O custo, porém, é a permanente adequação a normas técnicas e *standards* geradas pelos avanços tecnológicos e pelas estratégias mercadológicas de atores externos. Em períodos de avanços tecnológicos e de transformações mercadológicas aceleradas, essa opção corre grandes riscos.

As noções de *embeddedness* e construção social elucidam os mecanismos de consolidação de mercados à distância a partir, respectivamente, de redes sociais e do produto “puro” (ou talvez melhor depurado). Os enfoques de “ator-rede” e das convenções, por outro lado, identificam a maneira como as qualidades especiais de mercados de proximidade podem ser “transportadas” para concorrer em mercados extra-regionais, nacionais e até globais, independentemente do acompanhamento da rede social de origem. A chave nesse caso é a capacidade de traduzir os valores e os mecanismos de confiança, válidos em mercados de proximidade em artefatos, normas e regras que transportam essas qualidades específicas à distância, tão eficazmente quanto os mecanismos que consagraram os mercados de *commodities*. Os exemplos do mercado de queijos na França e da negociação de regras de reconhecimento mútuo na União Europeia, discutidos acima são indicações clássicas nesse sentido. A recente literatura sobre *standards*, selos de qualidade, certificação e rotulagem inspira-se muito nos *insights* das teorias de convenções e de “ator-rede” e, na mesma maneira de Granovetter, em torno de questão de confiança, mostra as limitações do enfoque de custos de transação para entender a dinâmica da construção de mercados de qualidades específicas. Uma discussão mais detida dessas questões terá que esperar para uma outra oportunidade.

## Bibliografia

BAKER, W. E. The social structure of a national securities market. **American Journal of Sociology**, 1984.

BUSCH, L. **The moral economy of grades and standards**. Wageningen, 1995. (mimeo).

- BUSCH, L.; TANAKA, K. Rites of passage: constructing quality in a commodity subsector. In: SCIENCE, technology and human values. 1996.
- CALLON, M. **The laws of the market.**, Blackwell, 1998.
- DIMAGGIO, P. Culture and economy. In: SMELSER, N.; SWEDBERG, R. **The handbook of economic sociology**. Princeton University, 1994.
- EVANS, P. **Embedded autonomy**. Princeton, 1995.
- FLIGSTEIN, N. Markets as politics. **American Sociological Review**, 1996.
- GARCIA, M. F. La Construction sociale d'un marché parfait. In: **Actes de la recherche en sciences sociales**. 1986.
- GRANOVETTER, M. The old and the new economic sociology. In: FRIEDLAND, R.; ROBERTSON, A. F. **Beyond the market place**. Aldine de Gruyer, 1990.
- GRANOVETTER, M. **Getting a job**. Chicago, 1995.
- GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**. 1985.
- GRANOVETTER, M.; SWEDBERG, R. **The sociology of economic life**. Westview Press, 1992.
- GRAY, J. **Falso amanhecer**. Record, 1998.
- GUIVANT, J. S. A trajetória das análises de risco: da periferia ao centro da teoria social **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais ANPOCS**, n. 46, 1998.
- LETABLIER, M. T.; DELFOSSE C. Genèse d'une convention de qualité In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. **La grande transformation de l'agriculture**. INRA, 1995.
- POLANYI, K. **A grande transformação**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- SMELSER, N.; SWEDBERG R. (eds.). **The handbook of economic sociology**. New York: Russel Sage, 1994.
- STEINER, P. **La sociologie économique**. Paris: La Découverte, 1999.
- SWEDBERG, R. (ed.). **Joseph Schumpeter**, Princeton, 1991.
- SWEDBERG, R. **Max Weber and the Idea of Economic Sociology**, Princeton, 1998.
- SYLVANDER, B. Raw milk or not raw milk? procedural working out of a local agreement and innovation systems. In: WORKSHOP ON SYSTEMS AND TRAJECTORIES OF AGRICULTURAL INNOVATION, 1998. [**Proceedings...**]. Berkeley, 1998.

SYLVANDER, B. Conventions de qualité, concurrence et cooperation: cas de 'label rouge' dans la filière volailles. In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. **La grande transformation de l'agriculture**. INRA, 1995.

VALCESCHINI, E. Entreprises et pouvoirs publiques face a la qualité In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. **La grande transformation de l'agriculture**. INRA, 1995.

ZELITZER, V. A. The Proliferation of Social Currencies. In: CALLON, M. **The laws of the markets**, Blackwell, 1998.

ZELITZER, V. A. Human Values and the Market: the case of life insurance and death in 19th century America. In: GRANOVETTER, M.; SWEDBERG, R. **The sociology of economic life**. Westview Press, 1992.