

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

A BASE DO NEGÓCIO É A CONFIANÇA

Formação de sociabilidades e vínculos mercantis no

Mercado do Produtor de Juazeiro/BA

ANNA CHRISTINA FREIRE BARBOSA

RECIFE

2004

ANNA CHRISTINA FREIRE BARBOSA

A BASE DO NEGÓCIO É A CONFIANÇA

Formação de sociabilidades e vínculos mercantis no
Mercado do Produtor de Juazeiro/BA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Sociologia sob orientação da Prof^ª. Dr^ª Josefa Salete Barbosa Cavalcanti.

RECIFE

2004

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

A banca examinadora abaixo relacionada aprovou, por unanimidade, no dia vinte e seis de fevereiro de dois mil e quatro a Dissertação de Mestrado apresentada por Anna Christina Freire Barbosa, intitulada A base do negócio é a confiança. Formação de sociabilidades e vínculos mercantis no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

BANCA EXAMINADORA

Dra. Josefa Salete Barbosa Cavalcanti
Presidente/Orientadora

Dr. Paulo Henrique Martins de Albuquerque
Titular Interno PPGS

Dra. Anita Aline de Albuquerque
Titular Externa – CCSA/UFPE

RECIFE

2004

Para Caio, no brilho dos seus 12 anos.

AGRADECIMENTOS

Transformar o presente trabalho em realidade custou o esforço de muitos, sem os quais, certamente, o intento não haveria logrado êxito. Deste modo, é preciso agradecer àqueles que de forma abnegada colaboraram para que fosse possível sua elaboração.

À UFPE - PPGS, particularmente na pessoa da Prof^a. Dr^a Josefa Saletta Barbosa Cavalcanti, pela oportunidade e espírito de acolhimento fraterno, inúmeras vezes demonstrado durante nosso convívio.

Aos comerciantes e funcionários do Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, que, com enorme boa vontade, interromperam suas atividades reservando, pacientemente, parte de seu tempo para responder aos questionamentos que lhes foram propostos, descuidando de seus interesses imediatos em favor da fidedignidade das informações prestadas.

À minha família e amigos pela generosa compreensão diante dos lapsos em nosso convívio, em especial a Walney Moraes Sarmiento, meu marido, que soube se fazer presente e me acompanhar ao longo dessa jornada.

Aos colegas de estudo e companheiros de trabalho pelos momentos compartilhados.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	
LISTA DE TABELAS	
RESUMO/ABSTRACT	
INTRODUÇÃO	
Perspectivas teórico-metodológicas	10
1 SOCIABILIDADES E FORMAÇÃO DE VÍNCULOS NO MUNDO DO TRABALHO	15
1.1 Sociabilidades	15
1.2 Trabalho e cotidiano	19
1.3 Sociabilidades e constituição de vínculos mercantis	33
2 MERCADO DO PRODUTOR DE JUAZEIRO/BA: UM ESPAÇO DE SOCIALIZAÇÃO DE PRODUTORES DE JUAZEIRO/PETROLINA	43
2.1 O Mercado do Produtor de Juazeiro/BA como <i>locus</i> de análise	49
2.2 Um dia no mercado	57
2.3 O cotidiano dos comerciantes	66
3 VÍNCULOS MERCANTIS: RECORTES DE SOCIALIZAÇÕES	74
3.1 Reflexividade. Usos do capital social e perícia no cotidiano.	76
3.2 Risco. O jogo do mercado.	86
3.3 Confiança. O jogo social no giro do mercado.	94
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	105
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112
6 ANEXO I – Mapa esquemático do Mercado do Produtor de Juazeiro/BA	120
7 ANEXO II – Roteiro de entrevista	121
8 ANEXO III – Demonstrativo dos produtos comercializados por destino	127

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Cadeia produtiva da fruticultura no pólo Juazeiro/Petrolina	48
FIGURA 2	Distribuição dos comerciantes por anos de experiência na atividade no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA (2002)	53
FIGURA 3	Vista interna do Mercado do Produtor de Juazeiro/BA (Pavilhão A)	57
FIGURA 4	Quadro demonstrativo dos principais produtos comercializados no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA por tempo de deterioração	90

LISTA DE TABELAS

TABELA 1	Resultado de exportações de manga e uva do Vale do São Francisco (2000 – 2002)	46
TABELA 2	Demonstrativo de valores transacionados no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA (1996-2002)	51
TABELA 3	Demonstrativo do volume de produtos comercializados no Mercado do Produtor Juazeiro/BA (1995-2002)	51
TABELA 4	Distribuição dos comerciantes por faixa etária e sexo no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA (2002)	53

RESUMO

A dissertação consiste em um estudo de caso sobre como se organizam as interações sociais voltadas para o trabalho, no espaço de comercialização de bens alimentícios. Discute elementos conceituais referentes à formação de sociabilidades e estruturação dos vínculos mercantis na sociedade. Tem como objeto aspectos das sociabilidades do trabalho no mercado de produtos agrícolas do pólo Juazeiro/Petrolina, submédio do Vale do São Francisco, especificamente no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA. Tomando como referência as categorias reflexividade, risco e confiança, enquanto parte da condição dos sujeitos na pós-modernidade, procura demonstrar como as relações mercantis, de natureza concorrencial, estão permeadas de formação de laços que transcendem o cálculo, como motivadores da ação dos sujeitos. Analisa, com base em observação direta e de conteúdo do discurso de entrevistas em profundidade, a constituição dos vínculos sociais no trabalho, através de uma aproximação etnográfica, a partir de levantamento de campo realizado no período de fevereiro a junho de 2003.

Palavras-chave: sociabilidades; trabalho; agricultura; globalização; pós-modernidade.

Linha de pesquisa: Processos sociais agrários e novas tendências na agricultura.

Grupo de pesquisa: Globalização e agricultura.

ABSTRACT

This dissertation consists of a case study concerning how the social interactions directed towards the labour are organized, in a space of foodstuff marketing. It examines conceptual elements relating to the configuration of sociabilities and the procedures of commercial bonds within the society. Its purpose lies in those aspects of the labour sociabilities found in the market of agricultural products from the Juazeiro/Petrolina expanse, sub-medium area of the São Francisco Valley, most specifically in the Producers' Marketplace, situated in Juazeiro/BA. Taking as reference points such categories as reflectivity, risk-taking and trust, while constituents of the condition of the post-modernity subjects, it seeks to demonstrate how the business affairs, competitive by nature, are pervaded by the development of liaisons that transcend the calculation, and which work as motivators for the subjects' action. Last of all, it analyses, from direct observation and from the content of the discourse in depth interviews, the constitution of social bonds in the labour through an ethnographic approach, from a field-work accomplished in the period of February to June 2003.

Keywords: sociabilities; labour; agriculture; globalisation; post-modernity.

Research Line: Social and agrarian processes and new trends in agriculture.

Research Group: Globalisation and agriculture.

INTRODUÇÃO

Perspectivas teórico-metodológicas

Tarefa importante para a reflexão sociológica contemporânea é o desafio de dar conta de novos elementos e condições de mercado que se impõem às comunidades e suas populações. Torna-se necessário compreender a dinâmica do jogo de forças a partir da qual surgem novas sociabilidades, no caso específico, os vínculos sociais na esfera do trabalho. São novas formas de fazer e viver dos distintos atores sociais confrontados na esfera global, oferecendo respostas diferenciadas aos movimentos de mercado e ajustando-as uns aos outros a despeito dos elementos de poder implícitos nas relações (CAVALCANTI, 1997).

Neste momento de redefinições da estrutura global, sob vários aspectos é útil o debruçar-se sobre as práticas cotidianas, onde o trabalho se desmaterializa e ganha novas facetas, das quais o informal faz parte¹. Seja pelo trabalho altamente intelectualizado que foi “afugentado” dos escritórios, ocorrendo cada vez mais de modo virtual em uma recomposição contínua do fazer e do agir (COCCO, 2000), ou pela recorrência nas camadas populares de menor poder aquisitivo, na busca pela sobrevivência, no enfrentamento das vicissitudes de um mercado que se sofisticava, tornando necessário o desenvolvimento de mecanismos eficazes para propiciar a compreensão e o desenvolvimento de competências de gestão do processo produtivo.

¹ Segundo o Censo 2000 (IBGE) as atividades por conta própria representam 22,5% da ocupação no Brasil.

A pertinência do tema está posta na necessidade de compreensão das novas características da sociedade contemporânea, especialmente daquelas que estão tomando corpo com as mudanças na área de produção e comercialização de produtos agrícolas. Muito há por conhecer dessa realidade, no seio da qual está inserido o Vale do São Francisco, região profícua em produtos agrícolas oriundos da fruticultura irrigada tanto para o mercado externo, quanto para o mercado interno, considerando que é um campo de ação onde as determinações econômicas vigentes apresentam dinâmicas velhas e novas em intercomunicação.

Buscou-se, aqui, a apreensão da lógica organizativa do espaço social, da construção das práticas sociais e suas implicações na realidade instituinte, dentro da *estrutura estruturada e estruturante* da sociedade (BOURDIEU, 2001 c). O objeto de estudo foi o Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, por se tratar de local representativo do comércio agrícola da região do Vale do São Francisco, onde se puderam identificar os elementos e impactos da globalização na produção de sociabilidades no campo da comercialização de produtos agrícolas. A análise foi centrada no cotidiano das relações entre os comerciantes regularmente estabelecidos, muito embora outras relações pudessem ser consideradas no bojo das sociabilidades vivenciadas, a exemplo das condições de gênero e poder.

Tomaram-se, como referência analítica, categorias gerais que atingem transversalmente as estruturas sociais e demarcam a condição dos sujeitos na pós-modernidade, quais sejam: reflexividade, risco e confiança, segundo a perspectiva dos indivíduos que vivem e estabelecem significação ao contexto social, na prática da relação mercantil.

Quais as formas e como se manifestam aspectos dessas sociabilidades na estrutura dos vínculos mercantis, no mercado de bens agrícolas estabelecido no

Mercado do Produtor de Juazeiro/BA? Este é o mote da investigação que visa a atender ao objetivo geral de analisar como os indivíduos se articulam para a estruturação de vínculos mercantis e suas formas de sociabilidades, no segmento do trabalho informal do mercado de bens agrícolas de Juazeiro/BA, dentro do movimento que integra o tradicional e o moderno nas estruturas homólogas da sociedade.

Trata-se de um estudo de caso em que a aproximação metodológica é dada pelo trabalho etnográfico, em especial mediante observação e entrevistas semi-estruturadas, pois o lugar das metodologias qualitativas na produção científica vem ao encontro da compreensão que admite a possibilidade de que, partindo de elementos significativos, seja possível explicitar os processos sociais e seus imponderáveis (MALINOWSKI, 1976).

Tal aspecto decorre da necessidade de aprofundamento do mundo dos significados das ações e relações humanas, explicitando mitos, crenças, aspirações, valores e atitudes. Segundo Boudon (1989), a intensidade da observação pode, em certa medida, suprir sua pequena amplitude e deve estar adequada à sensibilidade do objeto em questão.

Assim, a metodologia qualitativa é parte importante do trabalho do sociólogo, que não pode estar limitado aos recursos das matérias lógico-formais, pois o erro, o imprevisível, o assimétrico também fazem parte da realidade social e, como tal, necessitam ser explicitados (GONZÁLES, 1997). A ciência cumpre, pois, o seu papel pelo rigor metodológico da operacionalização dos dados, entendido como a análise detida dos elementos apresentados (BARDIN, 1997), tomando como referência a diversidade de tratamento aos objetos de estudo da sociologia dada pelos pesquisadores, a exemplo da análise do capitalismo de Weber, ou das relações familiares da sociedade dos Ba-Tonga, de Radcliffe-Brown. (BOUDON, 1989). Para

viabilizar tal intento, a presente dissertação está estruturada nos capítulos a seguir descritos.

O capítulo 1 faz digressão teórica sobre o tema, sendo, aí, discutidos conceitos básicos acerca da teoria sobre a formação de sociabilidades e de vínculos mercantis, elementos referentes ao debate sobre o lugar da sociologia, na análise das relações sociais dos processos relacionados ao campo e ao trabalho.

O capítulo 2 situa o campo de análise, apresenta dados referentes ao crescimento do Vale do São Francisco, em especial os desdobramentos no pólo Juazeiro/Petrolina, bem como o lugar do Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, na cadeia produtiva de frutas da região. Traz, ainda, relatos de campo e observações sobre a dinâmica das relações sociais, visando a retratar o contexto de inserção dos atores sociais.

O capítulo 3, apresenta de maneira mais detalhada, uma discussão sobre as categorias em estudo e recortes da sua apresentação naquele ambiente, quais sejam: reflexividade, risco e confiança. A escolha dos entrevistados foi possível, a partir de pesquisa exploratória (BARBOSA, 2003), que demonstrou indícios de elementos significativos das relações sociais para inserção e manutenção das unidades produtivas. A opção metodológica é dada pelo trabalho etnográfico, com ênfase na análise do conteúdo do discurso com base nas entrevistas, em profundidade, num total de 37², realizadas no período de fevereiro a junho de 2003 (Anexo II). Os relatos foram fragmentados, categorizados e agrupados em matriz de análise, após leitura flutuante dos relatos de entrevistas e codificados, a partir dos temas relativos às categorias eixo da pesquisa; em seguida, agrupados em tópicos temáticos para síntese e análise dos

² Os dados foram colhidos até ser verificada a recorrência dos relatos.

resultados, possibilitando a conexão entre o universo de estudo e as categorias investigadas.

Finalmente, são apresentadas as considerações finais acerca dos delineamentos obtidos, confrontando-os com os elementos teóricos envolvidos, cujos resultados apontam para a existência de indícios de uma dupla lógica vigente: lógica de sociedade e lógica de comunidade. No cotidiano impregnado de elementos assimétricos, estabelecem-se sociabilidades voltadas para o vínculo mercantil, carregado de tensão em função do aspecto concorrencial e, concomitantemente, comportando atitudes voltadas para a solidariedade e cumplicidade dos atores sociais.

Um movimento ambivalente no espaço das trocas monetárias, em que as relações aparentemente estão voltadas, de forma objetiva, para fins individuais e estritamente mercantis, também é o espaço para o reconhecimento do outro como elemento referente, com quem é necessário compartilhar, solidariamente, no contexto da construção das sociabilidades e enfrentamento do risco, suplantando conexões meramente utilitaristas.

Em caráter complementar e meramente ilustrativo as imagens fotográficas do cotidiano dos indivíduos em ação, foram condensadas em um *CD book*, que acompanha a presente publicação.

CAPÍTULO 1

SOCIABILIDADES E FORMAÇÃO DE VÍNCULOS NO MUNDO DO TRABALHO

1.1 Sociabilidades

Falar das sociabilidades é ir ao plano do sujeito na sua construção cotidiana de relações sociais, como protagonista de sua própria história, no contato com os demais e, portanto, abarca múltiplas dimensões que geram impactos no seu modo de ver e perceber o mundo. Plano em que as ações sociais são tecidas a partir de uma perspectiva que precisa levar em conta o ‘outro’ com quem se compartilha diretamente, o contíguo, bem como o movimento geral da sociedade, na dinâmica de intercâmbios gerados dentro da sua complexidade (MARTINS, 2000 a; WOLF, 2001).

Compreender as peculiaridades da sociabilidade brasileira contemporânea implica incluir as questões regionais, passando obrigatoriamente pela discussão e reflexão dos problemas rurais, exigindo um tratamento campo-cidade em sua totalidade, como parte de um pacto social pelo desenvolvimento.

Este enfoque traz à baila a necessidade de consideração dos múltiplos processos que compõem as relações afetas à agricultura, da subsistência até os mercados mundiais, envolvendo formas de ordenamento espacial e de valores, incluindo questões desde comunidade, agricultura familiar, sustentabilidade, produção

de alimentos orgânicos, mercado de trabalho, qualidade de vida (SIQUEIRA; OSÓRIO, 2001; SILVA, 1999), ou a recente discussão sobre os transgênicos (GIULIANI, 2000).

São novos processos, identidades e relações que demandam um esforço para explicitar as sociabilidades e sua lógica interna. A noção básica que se coloca é que o meio rural não é absolutamente um *locus* específico da sociologia rural, mas um campo partilhado que tem o rural como o objeto da configuração social e os aspectos a ela inerentes no seu conjunto.

Neste sentido, é relevante considerar a visão dos diversos aspectos da vida social, especialmente quanto à apresentação de categorias transversais no seio da sociologia. A preocupação gira em torno de duas questões: a coerência interna do mundo rural e, ao mesmo tempo, a integração deste conjunto a uma lógica global da sociedade como um todo, como colocam Siqueira & Osório:

Sem dúvida, surgiram novos objetos, conceitos e caminhos explicativos, tendencialmente multidimensionais ou integrativos, indicando possibilidades de novas propostas epistemológicas e metodológicas, tais como o princípio da complexidade de Edgar Morin, que objetiva justamente superar a divisão dominante entre ciências da natureza e cultura (SIQUEIRA; OSÓRIO, 2001, p.69).

Alguns temas são recorrentes ao longo dos estudos que adotam esta perspectiva, quais sejam: a relação cidade-campo; os processos de transformação da agricultura tanto do ponto de vista do estabelecimento agrícola quanto da transformação da própria família como unidade de produção; o papel dos camponeses e agricultores na vida política; a sustentabilidade local e a questão do meio ambiente e qualidade de vida, numa estreita relação com as grandes temáticas da sociedade (JOLLIVET, 1998).

Temos a fragmentação das espacialidades, em um processo de ligação e justificação pela mesma lógica de espaços convergentes em sentido, no campo ampliado de trocas sociais. Num encaixe e maior entrelaçamento devido às “relações sinérgicas entre atividades urbanas e rurais” (VEIGA, 2002, p. 62), na medida em que essas duas esferas compartilham em muitos aspectos de um mesmo universo de trocas, sejam monetárias ou simbólicas (CARNEIRO, 1998). Neste sentido, Gómez coloca:

El tipo de relación social que caracteriza la ruralidad depende, en un grado importante, del grado de articulación entre los habitantes rurales tradicionalmente considerados como tales y los habitantes de concentraciones urbanas, depende de los grados de integración que exista entre estas concentraciones urbanas e su entorno rural (GOMEZ E., 2001, p. 26).

O espaço local é, nessa concepção, resultante da integração de espaços (WANDERLEY, 2001) até certo ponto diferenciados geograficamente, embora, ao mesmo tempo, integrantes do mesmo jogo de mercado, sem perder as suas particularidades, tendo a sua legitimação corroborada pelos investimentos, sejam eles diretos ou indiretos. Resulta de condições de mercado que se impõem às comunidades e suas populações, em um processo de mudança nas formas de produção, de trabalho e outros vinculados à vida econômica, sendo necessário compreender não somente o papel transformador da globalização, mas também a dinâmica do jogo de forças nestas situações.

Novas formas de fazer e viver, dos distintos atores sociais, confrontam-se com o universo de trocas tradicionais na esfera global, oferecendo respostas diferenciadas aos movimentos de mercado e ajustando-as uns aos outros, a despeito dos elementos de poder implícitos nas relações. Neste processo, as mercadorias trazem marcas para identificação de seu caráter exótico ou de luxo, até pelas referências

locais, contribuindo para esse processo a qualidade e o valor da distância dos lugares de produção, exemplo do que ocorre no Vale do São Francisco no cultivo de frutas visando ao comércio exterior (CAVALCANTI, 1998, 1999).

A finalidade da análise está em realizar as investigações situadas nos aspectos particulares da vida social, no âmbito dos espaços das sociabilidades voltadas para a constituição de vínculos mercantis, oferecendo novos *insights* para a compreensão dos laços sociais no contexto da sociedade global, pois uma perspectiva estrita, setorial, limita a compreensão e induz a erros de interpretação. Conforme Martins

é preciso fazer mais e insistentemente ... o que é próprio da sociologia: objeto de uma sociologia do conhecimento, uma sociologia crítica que nos permita remover compromissos que fazem dela um instrumento da economia e da engenharia social (MARTINS, 2000 b, p. 9).

O local e o rural aparecem, nesse cenário cambiante, como partes da mesma realidade global (CARNEIRO, 1998). O que se requer é a compreensão de como essas identidades são formadas e a partir de que processos deflagrados nas relações sociais, visto que o rural, em grande medida, afigura-se como solução de emprego e qualidade de vida, possibilitados seja pelo contato com a natureza, seja por oportunizar o aprofundamento de interações sociais, constituindo-se num espaço específico.

De grande relevância é a questão das redes de solidariedade, como sociabilidades capazes de referenciar e criar oportunidades de interlocução. Através delas, ocorrem interações com novas características e, por conseguinte, sociabilidades específicas, demarcando identidades sejam por oposição, sejam por

aproximação. As cadeias produtivas vão se constituir em bons exemplos de articulação desses novos arranjos sociais, pela sua capilaridade na aglomeração de atores sociais, conforme pode ser observado no Vale do São Francisco, enquanto área de expansão agrícola, que contribui para transformar a esfera do trabalho (CAVALCANTI; RAMOS; SILVA, 1998; CAVALCANTI; MOTA; SILVA, 2002).

O tratamento das configurações das relações comporta elementos múltiplos e diferenciados, já que as delimitações não são essencialmente espaciais, territoriais, mas construídas, socialmente, pelas diferenciações e identificações da vida cotidiana.

A compreensão dessa nova realidade de trabalho e emprego, decorrente das relações produtivas da atividade no campo, demanda um olhar que traga a ressignificação do rural como espaço para o emprego agrícola, como alternativa de atividades, cultivos e formas de gestão dentro da dinâmica da economia, mas também como espaço de vida e constituição de sentidos singulares para os indivíduos que as vivenciam. Como um ponto de cruzamento na formação dos relacionamentos leva a indagações sobre a sua relevância no cotidiano, sob que aspectos influencia na formação do comportamento coletivo, enquanto referente institucional do intercâmbio social.

1.2 Trabalho e cotidiano

Afinal ainda se pode falar numa sociedade voltada para o trabalho? Até que ponto o trabalho ainda é determinante para forjar a sociabilidade, tendo em vista as novas configurações sociais? O debate marxiano teria perdido a capacidade de explicar essa nova realidade carregada de conotações simbólicas, onde a informação

adquire espaço e forja valor? Essas são algumas das questões colocadas no debate contemporâneo, que se buscou abordar.

A tarefa de discutir a pertinência da visão da teoria marxista acerca da vida social e sua relação com a produção constitui-se num desafio, pois se trata de um debate que ainda guarda inúmeras polêmicas, nestes tempos em que a própria existência do trabalho é questionada.

Na concepção marxiana, o trabalho é tido como o pilar fundamental das relações sociais. Vê-se o processo histórico e de conhecimento como partícipes da mesma esfera. Conceito e realidade são esferas diferenciadas, todavia imbricadas: a consciência é originada das condições materiais dadas, objetivas. A privação do homem dos instrumentos de trabalho está ligada à noção de alienação, numa perspectiva diferente do homem total hegeliano, “que procurava unificar homem e natureza, espírito e matéria, humano e divino, tempo e eternidade” (TARNAS, 2001, p.406).

Para Marx, a alienação ocorre no processo histórico engendrado por relações sociais específicas, na segmentação dos processos produtivos do capitalismo, onde atinge sua forma elevada com a venda da força de trabalho, decorrência dos aspectos inerentes à ação individual, mais substancialmente da relação com a propriedade. De modo que, a superação da alienação está ligada à superação da propriedade privada, não somente à crítica como, principalmente, à transcendência das relações de trabalho capitalistas via emancipação política, já que a filosofia terá sentido apenas com a sua realização (MARX, 2001).

É constituído, desse modo, o materialismo dialético. Dialético por incorporar a idéia de mudança inerente. Materialismo porque se baseia não no mundo

das idéias, mas, sim, no terreno do ambiente físico e social. A este respeito, o próprio Marx coloca:

É fácil ver a necessidade de que todo o movimento revolucionário encontre sua base, tanto empírica quanto teórica, no movimento da propriedade privada, na Economia. Essa propriedade privada material, imediatamente sensível, é expressão material e sensível da vida humana alienada. Seu movimento – a produção e o consumo – é a manifestação sensível do movimento de toda a produção passada, isto é, da efetivação ou efetividade do homem. Religião, família, Estado, direito, moral, ciência, arte etc, são apenas modos particulares da produção e estão submetidos à sua lei geral. A superação positiva da propriedade privada como apropriação da vida humana é por isso superação positiva de toda alienação, isto é, o retorno do homem da religião, da família, do Estado etc, ao seu modo de existência humano, isto é, social.. (MARX, 1974, p. 14-15).

Elemento crucial é o conceito de mercadoria, cuja compreensão implica dois aspectos: valor de uso e valor de troca, onde o trabalho também se transforma em mercadoria precípua da classe trabalhadora nas relações de troca, dependendo exclusivamente dele como meio de sobrevivência. A mercadoria será o objeto gerador de mais-valia e lucro, constituindo-se em fetiche do capitalismo.

A centralidade do trabalho se torna fundamental pela sua visão como “essência humana”, pois a sociedade é construída sobre uma base econômica, definindo rendimentos, natureza da ocupação e, assim, a classe social pelo acesso aos meios de produção, numa relação necessariamente de oposição, pela sua propriedade ou não.

Toda a sociedade é formada por uma base econômica, na qual forças produtivas constituem elemento determinante, definindo o modo de produção sobre o qual se eleva um arcabouço jurídico e político (MARX, 2000), correspondendo-lhes

formas específicas de consciência social. Assim, o modo de produção domina o desenvolvimento da vida social, política e intelectual.

O que vai caracterizar o homem não é apenas o que pensa, mas a interação com a natureza, o *homo faber*. A maneira como essa interação é organizada vai determinar a razão de forma heterônoma. Neste contexto, as questões de classe afloram.

A burguesia, como detentora dos meios de produção, detém também o aparelho ideológico, mantendo o controle sobre a dinâmica social. A possibilidade do proletariado de acesso à verdade e não apenas a visão gerada pela ideologia, uma vez que ele se encontra num estado de alienação, está no despertar próprio de sua consciência com a reconstrução do universo simbólico de significação, partindo de uma ótica própria da divisão do trabalho social e não mais se vendo como mercadoria. Entretanto, é fundamental para o rompimento dessa lógica a quebra das relações vigentes na esfera prática, na qual uma nova organização seja forjada e possibilite novas formas de representação simbólica, aumentando o grau de autonomia humana. Assevera Marx:

... sob a pressuposição da superação positiva da propriedade privada, o homem produz o homem, a si próprio e a outro homem; como o objeto, que é a atividade imediata de sua individualidade, é ao mesmo tempo seu próprio modo de existência para o outro homem, o modo de existência deste e o modo de existência deste para ele... O caráter social é, pois, o caráter geral de todo movimento... A essência humana da natureza não existe senão para o homem social, pois apenas assim existe para ele como vínculo com o homem, como modo de existência sua para o outro e modo de existência do outro para ele, como elemento vital da efetividade humana; só assim existe como fundamento de seu próprio modo de existência humano. Só então se converte para ele seu modo de existência natural em seu modo de existência humano, e a natureza torna-se para ele o homem. A sociedade é, pois, a plena unidade essencial do homem com a natureza, a verdadeira ressurreição da

natureza, o naturalismo acabado do homem e o humanismo acabado da natureza (MARX, 1974, p. 15).

A interação apresenta assim dois modelos: de um lado o natural, em que o indivíduo possuiria controle sobre a produção, numa perspectiva de integração; do outro, o capitalista, em que ocorre a destruição do sistema natural, com a reorganização do pensamento do indivíduo na medida em que a mercadoria adquire centralidade pela mais-valia e negociação da força de trabalho.

Reafirmando esta posição é que se coloca o argumento de Lukács (*apud* LESSA, 1995), para quem o trabalho, o ato laborativo, é concebido como originador da sociabilidade, constituindo-se como característica de diferenciação das formas pré-humanas.

Deste modo, as relações de trabalho guardam um caráter teleológico da existência humana, ao permitir a mediação entre a necessidade e sua satisfação: o princípio de rompimento com a condição animal para galgar a racionalidade e a intencionalidade dos atos (ANTUNES, 2000b). A especificidade do ser social é determinada pela *praxis* social interativa, em que os outros indivíduos são partícipes da relação homem-natureza, de modo que a linguagem e o pensamento conceitual são partes integrantes desse mecanismo indissolúvel e incessante.

Destarte, o trabalho ocupa categoria intermediária e definidora da condição humana, tanto no que toca à transformação de recursos naturais quanto às representações sociais, num processo que o fortalece e intensifica. “As formas mais avançadas da *praxis* social encontram no ato laborativo sua base originária” (ANTUNES, 2000 b, p. 141). O que se defende é ser o trabalho a categoria ontológica inescapável da condição humana, caracterizada mesmo em suas formas mais

complexas. Quanto a essas, são uma relação de prolongamento, de distanciamento e não de separação e disjunção.

Uma outra visão se coloca frente à problemática de precisar onde está localizado o centro da sociabilidade da vida cotidiana. No cerne dessa questão, assomam teóricos como Habermas (1990, 2002), Offe (1983) e Baudrillard (1996) que apresentam sua análise colocando como principal motor das relações a esfera da linguagem, dos processos de comunicação na criação e constituição de valor.

O ponto de partida da crítica ao modelo centrado na economia é que a amplitude dos processos sociais se torna mais complexa no decorrer do século XX por uma maior diferenciação social, que comporta, de maneira mais enfática, elementos não determinados economicamente, constituindo-se numa nova configuração cultural.

Segundo Habermas, a história da humanidade pode ser entendida, até certo ponto, como a história da linguagem, pelo fato de que o sujeito é intersubjetivo. A noção de homem que se faz pela interação com a natureza, portanto pela ação transformadora do trabalho, teria envelhecido pela obsolescência da possibilidade de resposta de forma satisfatória aos processos sociais.

Tal assertiva está fundada na caracterização mesma do que seja homem, seu conceito original, pois apenas o trabalho social não é suficientemente esclarecedor já que várias espécies de animais também o utilizam, a exemplo dos macacos. O rompimento da condição animal é possível

tão somente quando o mesmo indivíduo pode reunir em si diversas posições de status e indivíduos diversos podem assumir o mesmo status é que se torna possível um intercâmbio socialmente regulado entre sistemas parciais dotados de uma sua especificidade funcional (HABERMAS, 1990, p. 117).

Coloca a existência na modernidade de dois tipos de ações: a) instrumental de controle do sistema, como o Estado e a Igreja; b) comunicativa, da esfera do entendimento no mundo vivido, como a arte, a moralidade, o conhecimento. Conhecimento perito e conhecimento cotidiano são entendidos como duas esferas que se intercomunicam, pois o indivíduo está referenciado pelos elementos institucionalizados, validados socialmente.

Tal posicionamento é posto claramente quando ele coloca que

... a perspectiva de emancipação não se origina precisamente do paradigma da produção, mas do paradigma da ação orientada para o entendimento recíproco. É a forma dos processos de interação que tem de ser alterada, se se quer descobrir praticamente o que os membros de uma sociedade poderiam querer em cada situação e o que deveriam fazer no interesse comum (HABERMAS, 2002, p. 119).

A colonização do sistema é muito mais, hoje, pela economia, visando à colocação de produtos, onde a mídia exerce papel estrutural de transformação da esfera pública. E é, através dessa esfera, que se torna possível alterar as interações.

Praxis e racionalidade estão internamente relacionadas à teoria da ação comunicativa, a negar a idéia de reificação como processo de perda de autonomia e reconhecimento do mundo, pois a apropriação naturalista restringe elementos como as formas de exteriorização cultural dos sujeitos capazes de agir e falar, a capacidade de obtenção de conteúdos normativos no metabolismo entre sociedade e natureza (HABERMAS, 2002) e, ainda, abre espaço para a discussão do curso forçado da sociedade do trabalho.

Ao discutir essa questão, Offe (1983) traz como argumento que as estruturas sociais não admitem mais como preponderante o trabalho ou a estrutura de produção no tocante à posição dos trabalhadores como princípio básico. No caso, por

exemplo, das eleições ou de seitas religiosas, a pesquisa sociológica não utiliza variáveis de status sócio-econômicos, pela sua inadequação à leitura acerca dessas interações. Nesse diapasão, argumenta:

Os estudos tradicionais de estratificação e mobilidade, que procuraram compreender o parâmetro estrutural 'crucial' da realidade social como status e prestígio ocupacional, também tiveram de ser submetidos a uma revisão, no sentido de darem mais atenção a variáveis como sexo, idade, status familiar, saúde, identidade étnica, direitos coletivos e exigências legais (OFFE, 1983, p. 173-174).

Ademais, são ainda relevantes fatos como as subdivisões na esfera do trabalho, que está crescentemente dissociada da relação de emprego, implicando heterogeneidade e quebra de significado quanto ao posicionamento da classe trabalhadora, pois não é mais o trabalho assalariado ponto central, como é o caso dos serviços reflexivos, o que traz uma nova divisão social e política não centrada do trabalho, onde a mediatização simbólica da interação entre falar e agir estão separados (HABERMAS, 1990).

Essa mudança está refletida no modo de avaliação subjetiva do trabalho, entre a própria população trabalhadora, com a predominância da racionalização que coloca o acesso ao mercado de consumo de lazer e educação, como prerrogativas proeminentes. Em Baudrillard, também a questão da linguagem vai ocupar papel relevante na compreensão da natureza das relações sociais. Concorda com Marx que a interação é dominada pela troca de mercadorias, já que a vida cotidiana, originalmente, está pautada por essas relações; reconhece, entretanto, que existe não apenas o elemento econômico, mas também a linguagem como mediadora de troca. Entra em jogo a compra/venda não apenas da mercadoria, mas também do símbolo.

A preponderância do elemento da troca acabou por operar uma revolução na economia clássica, uma revolução do próprio valor ao ultrapassar a forma mercadoria. Tem-se, dessa forma, uma ordem em que impera o simulacro, um hiper-real onde

o trabalho não é mais produtivo; ele se tornou reprodutivo da atribuição ao trabalho como aparência geral de uma sociedade que sequer sabe se deseja ou não produzir... Porém continua indispensável reproduzir o trabalho como ostentação social... (BAUDRILLARD, 1996, p. 21).

É anunciado o fim da produção causado pelo próprio capital, ao substituir a forma-mercadoria pela forma estrutural do valor, num processo de comutação de todos os setores da vida cotidiana, uma vez que todos foram transformados em signo, o que os faz guardar uma relação de igualdade e provoca a retirada de preponderância de um sobre o outro.

Nessa nova lógica o trabalho é forçosamente redefinido, pois o capital aprofunda sua dominação, a exemplo do capital financeiro, que apresenta desconexão da finalidade social e da produção, entrando no movimento especulativo e inflacionário. Melhor dizendo, neste cenário, o trabalho não é necessariamente imediato, mas a sua apropriação ocorre no ciclo social da produção (LAZZARATO; NEGRI, 2001).

Essa característica, que o processo social dá ao símbolo, empresta poder àqueles com capacidade de manipulá-lo. O que se verifica é a primazia do sentido e, assim, a manipulação da necessidade. O que vai limitar o capital é apenas a capacidade de manipulação, a forma do simulacro que varia historicamente apenas para perpetuá-lo.

Tem-se, portanto, um quadro teórico que aponta direções opostas: de um lado, a concepção de que o paradigma do trabalho se coloca com a dicotomia entre mecanização e alienação, mundo subjetivo e mundo sistêmico conforme Marx e Lukács; de outro, a primazia do poder da linguagem na constituição da sociabilidade.

O debate aqui exposto revela alguns elementos que traduzem a complexidade do tema na sociedade contemporânea. Muito embora boa parte das relações transcenda a simples transformação da natureza não se pode simplesmente falar na disjunção da esfera do trabalho como referência para os indivíduos, ao construir suas redes de relacionamento.

Por outro lado, não necessariamente apenas o trabalho é definidor do posicionamento dos indivíduos; também a linguagem e os signos gerados por ela podem ser capazes de se prestar a referenciação. Ora, se o mercado não tem fim e o poder está na linguagem, convém perguntar o que é o mercado, pois como espaço social de troca pressupõe um interesse comum, um objeto que dá lugar à transação, mesmo imaterial.

O que se tem hoje com a transformação do signo em valor propriamente dito, não retira do trabalho tradicional a primazia de definição das relações. A modificação sistêmica do próprio capitalismo, como forma de organização e produção econômica, traz uma divisão do trabalho em escala global, com novas conformações.

Acrescenta Antunes:

Deste modo, o trabalho imaterial expressa a vigência da esfera informacional da forma-mercadoria: ele é expressão do conteúdo informacional da mercadoria, exprimindo as mutações do trabalho operário no interior das grandes empresas, e do setor de serviços... Trabalho material e imaterial, na imbricação crescente que existe entre ambos, encontram-se, entretanto, centralmente subordinados

à lógica da produção de mercadorias e de capital (ANTUNES, 2000 a, p. 162).

Mas não seria apenas uma derivação já que, por exemplo, a “própria produção estética, que seria por definição um *locus* diferenciado, está hoje integrada à produção de mercadorias” (JAMESON, 2000, p. 30).

É fato que uma sociedade informacional gera valor de troca de modo incessante, mas estaria esse valor completamente desconexo de um referente? As recentes transformações culturais indicam que não há uma desmaterialização, mas, ao contrário, uma expectativa no vir a ser, uma expectativa de materialização que as trocas simbólicas trazem intrínsecas. Baudrillard (1996), ao colocar economia do símbolo, destaca o elemento de poder que a linguagem possui pela revolução do valor para além da forma-mercadoria, mas esse poder está calcado para os sujeitos na utilidade das suas relações, num movimento teleológico que dá nexos ao cotidiano.

A quebra dos laços de sociabilidade, em virtude da fragmentação causada pela impossibilidade de mapeamento cognitivo calcada na confusão espacial e social, na verdade, guarda uma lógica que não esmaece, a lógica do capital, que age no sentido da retroalimentação do mercado através do trabalho, de modo que a possibilidade de uso e de troca está inserida na própria linguagem, seu meio de difusão.

Ao paradigma do trabalho deve ser, pois, incluída a questão da linguagem como potência de realização, pois não são necessariamente pontos excludentes, mas ao que parece complementares nas vivências cotidianas contemporâneas. É necessário ultrapassar o sistema conceitual com categorias inclusivas, não dicotômicas, capazes de considerar como parte da dinâmica social novos campos de ação, sem

necessariamente excluir os anteriores, de modo a explicitar essa nova racionalidade de forma sintética.

A despeito do debate teórico, a sociedade contemporânea apresenta novas formas de contratualidade, ao mesmo tempo em que expulsa largas faixas da população economicamente ativa do mercado formal de emprego (MENEZES; CARRERA-FERNANDEZ, 1999), repetindo o processo de exclusão social. Conforme coloca Domingues (1999), sem dúvida a racionalização da atividade econômica e da gestão das organizações, tal como apontada por Weber (2000), é um elemento que se aprofunda cada vez mais.

Neste contexto, a marginalidade, embora se constitua, em parte, como negação da prática capitalista de apropriação direta da mais-valia, por outro lado está inserida neste mesmo contexto sócio-econômico e é dependente da sua lógica de determinação, comportando o conjunto de empresas e/ou pessoas ocupadas em atividades pouco organizadas que utilizam processos tecnológicos simples em mercados competitivos, ou na base da estrutura produtiva.

O pensamento contemporâneo coloca a problemática da desconstrução ontológica do trabalho como uma forma de readequação social para o convívio com novas formações econômicas, onde os lugares de pertencimento são continuamente reformulados, alterando-se a compreensão de tempo, espaço e valor. Isso implica novas definições e soluções para o mundo do trabalho, exacerbado no contexto da globalização dos processos econômicos e mundialização de hábitos culturais (ORTIZ, 1998), levando as empresas a uma busca pela eficiência, visando a manter ou alcançar níveis satisfatórios de competitividade, com aumento da produtividade marginal do trabalho, tanto no setor industrial quanto no de serviços.

De outra parte, questiona-se a possibilidade do fim do trabalho, dada a potencialização do excedente pelos ganhos tecnológicos e novas formas de gestão, que se por um lado traria, em tese, maior conforto social, por outro tem mostrado a faceta da excludência de levar cada vez mais expressivas de trabalhadores para fora do mercado formal. Especialmente do trabalho pouco especializado, que requer um esforço de nova qualificação e inserção, até o momento não responde de forma satisfatória aos reais ganhos. Afora isso, há a competição com jovens que estão entrando no mercado e que, ao longo do seu processo de formação, receberam treinamento para tratar com novas tecnologias.

No caso brasileiro, a despeito do aumento dos níveis de emprego nos setores de serviços e comércio na década de 90, ainda assim não foi suficiente para compensar as perdas no setor industrial. Segundo análise da CEPAL em dezembro de 2000 para a América Latina e Caribe (ALTENBURG, 2001), os fatos ocorridos na década de 90, como a flexibilização das relações de trabalho e os indicadores de qualidade de emprego, tenderam a piorar, contribuindo para desencadear um processo de heteroginização do mercado de trabalho nas seguintes dimensões: geração simultânea de emprego em pontos opostos da estrutura laborativa; maior distância entre o formal e o informal; diferenciação das condições de trabalho das empresas médias e grandes; diferenciação interna entre as microempresas do trabalho por conta própria (THEODORO, 2000).

Deste modo, falar do trabalho implica a abordagem do processo de desenvolvimento desigual e excludente, pois seu crescimento tem se verificado concomitante ao da pobreza e da marginalidade (RAMOS; VIEIRA, 2001), alheio à equidade social (BARROS; HENRIQUES; MENDONÇA, 2001), fazendo necessário refletir acerca dos fatores determinantes para ingresso e permanência da população

economicamente ativa nesse mercado, concebido como aquele que se caracteriza por apresentar estabelecimentos de baixa capitalização, com organização incipiente e desprotegida do amparo estatal (SOUZA, 1980).

Trata-se de produto das relações capitalistas de trabalho, que ao não comportarem todos aqueles com potencial produtivo, ou o fazendo de forma ineficiente, cria bolsões nos quais sobrevive parcela de mão-de-obra em espaços econômicos não preenchidos formalmente pelas organizações de produção capitalista, mas sofrendo, de modo continuado, deslocamento pela ação daquelas. Compreender este processo levará a uma percepção da natureza do nosso desenvolvimento, das soluções cotidianas para a questão do trabalho (CACCIAMALI, 1983).

De acordo com dados do IPEA (2002), estima-se que, no cenário nacional, essas atividades produtivas individuais e familiares têm contribuído para o aumento do PIB e, mais significativamente, como exaustor de tensões sociais, por minorar o agravamento de desigualdades causadas pela condição sócio-econômica provocada pelo desemprego, uma vez que o trabalho é um agente de integração do indivíduo com o ambiente, dando-lhe um espaço de pertencimento e de possibilidade de compartilhamento dos elementos da coletividade (POCHMANN, 2002) como exercício da cidadania, mesmo nas franjas da estrutura social, mas não desligado dela.

A despeito da concepção de Telles (2001), ao abordar a compreensão de Claus Offe sobre inclusão como dependente da formalidade, a expressividade das manifestações nos países em desenvolvimento demonstra a construção de novos espaços de coexistência e de representação, capazes de contrabalançar e, até mesmo em dado momento, alterar as relações de poder no mercado pela negociação de interesses de grupo. Partindo do pressuposto de que, ao abordar a questão das relações sociais e da conquista de espaços, devem ser levados em conta os elementos

singulares capazes de engendrar modificações significativas nas interações e formação de vínculos sociais.

1.3 Sociabilidades e constituição de vínculos mercantis

O plano das sociabilidades abarca o movimento do homem-coletividade. Diz respeito às formas e jogos de associação desenvolvidos com relação à dialética entre indivíduo e sociedade, no intuito de criar interação com os demais. Caracteriza-se pelos diferentes tipos de relações sociais entre os membros de uma totalidade social.

Na acepção adotada por Simmel (1983), a existência da sociedade está vinculada às formas de reciprocidade dos indivíduos, movidas pelas causas particulares e os fins, a matéria do processo social. Assim vai defini-la:

... o impulso de sociabilidade extrai das realidades da vida social o puro processo de sociação como um valor apreciado, e através disso constitui a sociabilidade no sentido estrito da palavra... Pois a forma é a mútua determinação e interação dos elementos da associação. É através da forma que constituem uma unidade... Como categoria sociológica, designo assim a sociabilidade como a forma lúdica de sociação (SIMMEL, 1983, p. 169).

Se por um lado tem muitas possibilidades, por outro, o homem sociável guarda a peculiaridade de só existir nas relações sociáveis, em função das quais as sociabilidades se constroem de forma mútua e múltipla, que por seu caráter móvel estão em construção contínua (WAIZBORT, 2000; CETRULO, 1999). Ocorrem concretamente através dos valores e estruturas de referência que orientam as ações e expectativas relativas aos demais membros do grupo, o “outro generalizado” a que se refere Goffmann (1985), ao analisar como os indivíduos estabelecem a dramaturgia do cotidiano, as relações sociais propriamente ditas. As interações são estabelecidas no

contato grupal e provocam modificações de comportamento, que se torna reciprocamente orientado.

A constituição das relações implica um movimento de mediações genéricas no plano conceitual, das representações coletivas, onde são forjadas as identidades individuais, num movimento de tensão, dado que a vontade do homem está sujeita aos desígnios da hegemonia social da coletividade.

É nas relações sociais próximas que estão definidos os valores vigentes no direcionamento dos atores, por sua vez sancionados pelo grupo, através das estruturas de referência. A identidade é assim forjada, de modo geral, por referência aos valores efetivamente praticados. O compartilhamento de sentidos reforça o processo de identificação dos agentes coletivos, nas esferas de suas interações, a socialização.

Por conseguinte, as sociabilidades se manifestam nas mais variadas formas que assumem as relações entre os indivíduos a envolver questões como família, classe social, gênero, trabalho, lazer, dentre outras, que podem ser passageiras ou duradouras, formais ou informais. Podem ser forjadas de forma espontânea, como decorrência das decisões intrínsecas dos indivíduos em função de suas conveniências e interesses, a exemplo de um grupo de amigos. Entretanto, também são construídas de modo organizado, com a formalização do comportamento especificamente no tocante as institucionalizações como nas associações (FORSÉ, 1981).

Dentre as mais significativas pela sua recorrência e importância nos grupamentos sociais estão as relações voltadas para o trabalho, pois os afetam de modo bastante abrangente e organizada (BIDART, 1988), já que estão na base dos interesses dos grupos pela importância tanto para sua sobrevivência, como para sua auto-afirmação. Isto ocorre, em especial, no caso da sociedade capitalista em que o

acesso a bens e serviços tem forte relação com a capacidade de trocas de bens e valor (LESSA, 1995).

A concepção do homem, como parte de um agrupamento social, traz no seu bojo a necessidade de considerar os múltiplos aspectos acerca da existência, a capacidade de se estabelecer a prática pelos elementos constitutivos do cotidiano, que materializa o domínio das estruturas através do *habitus* (BOURDIEU, 2001a).

Para entender as peculiaridades da sociabilidade contemporânea e verificar as suas formas de expressão torna-se necessário refletir sobre elementos que vão demarcar as relações sociais, como as aglomerações, transformações e imprevisibilidade, imputando-lhes o risco como espectro nas possibilidades.

A modernidade trouxe, na sua base, a idéia do homem iluminista, produtor de si mesmo pela via da racionalidade, onde o esforço cartesiano de compreensão e apreensão do real capacita para o princípio epistemológico da totalidade. Entretanto, o seu próprio desenvolvimento quebra a linearidade das relações, em grande parte pelo desenvolvimento da economia, numa dinâmica em contínua expansão, de modo que o plano da sociabilidade está composto por relações díspares em que o processo de difusão monetária abrange, de forma ampliada, boa parte da existência.

Objetividade, padrão, obrigatoriedade da norma são elementos que vão demarcar a esfera da vida cotidiana e estabelecer os alicerces da condição de homem moderno, onde prevalece a individualidade e, por conseguinte, o isolamento em decorrência dos efeitos da divisão social do trabalho.

A crítica contundente de Nietzsche (1983, 2001) sobre a pretensão de domesticar o homem e o real, através de imposição de leis gerais capazes de objetivá-lo, ganha corpo com a conjuntura vigente de rompimento com estruturas pré-determinadas. Sobre isso afirmava:

O caráter geral do mundo é, ao contrário, por toda eternidade o caos, não no sentido da falta de necessidade, mas da falta de ordem, articulação, forma, beleza, sabedoria... julgados a partir de nossa razão, os lances de dados infelizes são, de longe, a regra, as exceções não são o alvo secreto, e o jogo inteiro repete eternamente a sua toada, que jamais poderia chamar-se uma melodia (NIETZSCHE, 1983, p. 199).

Não passam, em suma, de niveladores, esses falsamente chamados 'espíritos livres' – escravos loquazes e escrevinhadores do gosto democráticos e suas idéias modernas (Ibid. p. 275).

Se no modernismo características como propósito, projeto, hierarquia, determinação prevalecem, no pós-modernismo são substituídas por jogo, acaso, anarquia, indeterminação. O rompimento de estruturas pré-determinadas, nas quais a mudança está incorporada como elemento intrínseco, desfaz a idéia de totalidade e a reivindicação de universalidade do discurso moderno (HARVEY, 2001).

O caráter irreversível da globalização das relações econômicas, com o papel transformador do capitalismo mundial, que penetra em todos os lugares com a ampliação do conceito de mercado e sem as amarras do poder político hegemônico, seja do Estado, seja de organismos internacionais (HOBBSAWM, 1995), forja uma segunda modernidade (BECK, 1999).

O movimento das forças produtivas altera as formas de apropriação, tanto do espaço, quanto do tempo, ao impingir uma temporalidade e espacialidade descontínuas. Traz impactos quanto à redefinição do lugar do sujeito e de suas relações com o coletivo, de maneira especial, no tocante à velocidade das interações, imprimindo-lhes fluidez.

Berman (1986) enfatiza o caráter cosmopolita que domina as esferas de produção e consumo. O rompimento dessas estruturas, por outro lado, carrega o

elemento do mundialismo dos aspectos culturais (ORTIZ, 1998), pela tendência à colagem, ao pastiche de tendências diversas, à superposição de estilos. Em contraposição a univocalidade do estilo moderno, o pós-modernismo é marcado pela desconstrução.

Elementos como classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, bem como as diversas manifestações culturais dos grupos sociais, fatores que solidificam as localizações dos indivíduos, ganham novas conotações. Deslocamentos de sentido, em que a estabilidade previsível é fragmentada em várias possibilidades, mais provisórias, variáveis e problemáticas.

Dessa conjuntura, resultam modificações no sentido do nós, na medida em que o indivíduo dele se despoja pela impermanência e permutabilidade das relações. Num ambiente social complexo, há uma multiplicidade de estruturas de referência com validade simultânea (D'INCAO, 1999), que atomizam o indivíduo ao colocá-lo em contraposição aos diferentes grupos com que mantém contato, seja de reafirmação identitária, seja de alteridade. O reforço da individualização traz um desequilíbrio na referência identitária, um traço característico da lógica da sociedade pós-moderna. Firma-se o *habitus* como uma “camada característica da filiação a determinado grupo social de sobrevivência... dado que não existe identidade-eu sem identidade-nós” (ELIAS, 1994, p. 151).

O esforço de Simmel no sentido da compreensão da condição do homem se dá na busca de apreensão da realidade fragmentária que se instala com a modernidade, por isso alheia a tentativas prescritivas (WAIZBORT, 2000). Cabe a identificação dos elementos recorrentes nas diversas formas de sociação, especialmente pelos meios simbólicos de representação coletiva, como é o caso do dinheiro, materializados nos indivíduos e em suas práticas cotidianas. Acerca do que coloca:

A essência da consideração e da apresentação estéticas repousa, para nós, no fato de que no singular se evidencia o tipo, no contingente a lei, no superficial e fugaz a essência e o significado das coisas (SIMMEL apud WAIZBORT, 2000, p. 75).

Neste sentido, a ligação por elementos simbólicos cada vez mais universais une os indivíduos, mas, ao mesmo tempo, separa-os pela autonomização da personalidade. A divisão do trabalho social opera aí um papel preponderante, ao infundir a especialização, alterando as relações entre os indivíduos, sejam enquanto produtores, ou consumidores.

O dinheiro permite a quantificação e a equalização de forças, por viabilizar, de forma bastante eficiente, a solução de conflitos de interesses, ao segregar posições em função da divisão do trabalho. Uma consequência bastante significativa é a velocidade que imprime em todos os aspectos da vida, dotando-os de grande intensidade que banaliza os elementos singulares, levando à diluição dos indivíduos na coletividade.

Sua circulação não deixa vestígios, pois não incorpora as singularidades das relações que possibilita, intermediando, concomitantemente, múltiplos interesses de forma contínua, o que o transforma em mote de compartilhamento de sentido, já que é passaporte de acesso universal a todas as coisas, através dele comparáveis e acessíveis. Dessa forma, despoja o sentido qualitativo das relações por vincular-lhes o elemento da calculabilidade como inerente, ao que Simmel denominou de *moderno estilo de vida*, calcado na plasticidade do exercício dos múltiplos papéis nos diferentes círculos sociais partilhados pelos indivíduos.

O indivíduo vai adquirir um caráter duplo como elemento social e de si mesmo, num pólo de tensões e relações onde cruzam os círculos sociais. A vida social, enquanto um fluxo histórico contínuo, apresenta uma tensão do grupo como

unidade psíquica em relação ao indivíduo, em reciprocidade de ação. A sociedade não é dada, ela se reconstrói a partir de cada interação; o que é permanente é a sociação através de um universo simbólico partilhado.

Ocorre que a descontinuidade do conceito de moderno implica também regiões da vida social em que a capacidade de penetração e redução das relações ao elemento monetário é reduzida, demonstrando que as formas de sociabilidade são motivadas por ações que extrapolam o cálculo racional (WEBER, 1997).

O fundamento da alteridade está na sociedade de consumo, através do desenvolvimento do comércio, produzindo socialmente o outro e, assim, a primazia da individualidade. Por outro lado, admite a convivência com elementos opostos com valores como companheirismo, colaboração, afetividade, partilha. Valores de sociedade que atomizam e valores de comunidade que unem. Nas relações mais próximas consolidam-se as referências identitárias, mesmo que permeáveis aos outros agrupamentos, de onde podem decorrer comunidades ampliadas, ou apenas uma sociedade exterior.

A admissão da relação funcional, em que prevalece a lógica da sociedade e afirmação da individualidade, não pressupõe a redução da vida social a esta esfera. Outros elementos também significativos referentes às sociabilidades primárias são detectáveis e, desta maneira, devem ser considerados, ademais porque intercambiáveis, pois:

... a grande maioria das relações sociais tem, em parte, o caráter da constituição comunitária e, em parte, da formação da sociedade. Toda a relação social, mesmo a teleológico-racional, prosaicamente criada e intentada (a clientela, por exemplo) pode produzir valores afetivos que vão além do fim simplesmente requerido (WEBER, 1997, p. 67).

Especialmente como nos argumentos propostos na Ética Protestante (WEBER, 1974, 1982; ARON, 1982), fica demonstrado que o sucesso do capitalismo decorreu, em grande medida, pelas afinidades eletivas com o elemento religioso, em especial as seitas pietistas. O modelo parece transcender as relações econômicas e seu sucesso indica estar calcado nas demais esferas da vida social, assimétricas, pois além do mero cálculo utilitarista.

O tratamento do conceito de capitalismo parte do levantamento de sua característica geral que é a ganância _ obtida pela comparação entre os diversos tipos de capitalismo ao longo da história _ mas também ultrapassa o elemento racional ao constatar-se a relevante relação entre capitalismo e protestantismo, este se constituindo um *ethos* através das seitas e sua compreensão de trabalho, como vocação e forma de glorificação de Deus, gerando uma conformação social específica.

A forma capitalística de uma empresa e o espírito pelo qual ela é dirigida estão geralmente ligados por alguma relação de adequação, não, porém, numa relação de interdependência necessária. E quando, apesar disso, usarmos provisoriamente a expressão espírito do capitalismo para descrever aquela mentalidade que o ponto de vista profissional equivale ao ganho sistemático e racional do tipo do exemplo apresentado por Benjamin Franklin, isto se justifica pelo fato histórico de que aquela atitude mental tenha por um lado encontrado sua mais condizente expressão na empresa capitalista, enquanto, por outro lado, a empresa derivou sua força impulsora mais adequada do espírito do capitalismo (WEBER, 1974, p. 196-197).

Em vista disso, é possível inferir que as relações sociais derivam das relações econômicas e de outros elementos como o ascetismo, capazes de mutuamente se definirem, reforçando-se e forjar o capitalismo ocidental por desdobramentos históricos coincidentes. As características do protestantismo são necessárias, mas não suficientes para gerar o capitalismo; são importantes dentre

outras causas indutoras da realidade, embora sejam identificados elementos de forte correlação como os elementos morais de laboriosidade, valorização da riqueza e do lucro, individualização do mérito e do sucesso ou insucesso (BENDIX, 1986; ARON, 1982).

De todo modo, a despeito das relações funcionais estabelecidas nas sociabilidades vinculadas à ordem econômica, o seu significado é definido culturalmente, no contexto das demais relações sociais. A esse respeito Sahlins (2003) discute a relação entre cultura e razão prática, levanta pontos acerca de quais seriam os elementos que influenciam as estruturas sociais, demonstrando que considerar os interesses práticos desvinculados do simbólico constitui-se em erro, pois “não há lógica material separada do interesse prático e o interesse prático do homem na produção é simbolicamente instaurado” (*Ibid.* p. 206).

Assim como proposto em Mauss (2001), observa-se a necessidade de compreensão dos elementos não econômicos da vida social, escorada não apenas em interesses e estratégias de mercado, mas também em outras relações de troca. Lê-se de acordo com esse pensador:

Entre a economia relativamente amorfa e desinteressada, no interior dos subgrupos que rege a vida dos clãs australianos ou americanos do norte, por um lado, e a economia individual e de puro lucro que as nossas sociedades conheceram, pelo menos parcialmente...; entre esses dois tipos, dizia, sobrepôs-se toda uma série de acontecimentos econômicos, a qual não é governada pelo racionalismo econômico cuja teoria se constrói facilmente (MAUSS, 2001a, p. 188).

Há que se considerar a idéia defendida por Bourdieu (2001) de que existem homologias estruturais entre os campos simbólicos, de modo que todos eles estão

interligados por elementos comuns, seja no sistema das socialidades primárias, ou no sistema das socialidades secundárias (GODBOUT, 1999).

Sobre isso, Caillé (1998, p. 9) coloca: “os fatos sociais, diríamos, para resumir da melhor forma a especificidade da visão maussiana, tornam-se totais (TAROT, 1996) e não devem ser considerados como coisas, e sim como símbolos”.

Tem-se estatuído um sistema de troca de dádivas, na estrutura do vínculo mercantil, que obriga/libera os sujeitos e está no centro das relações sociais. Dar, receber, retribuir são elementos de um sistema lógico na constituição de vínculos sociais, implicando numa consciência crítica do sujeito para inserção e manutenção em sua rede de interações.

O estudo das representações dos indivíduos, de sua atuação da vida cotidiana, permite delinear as múltiplas lógicas de construção das relações sociais, formação de identidade e estabelecimento de padrões de ação, na prática social. Importante salientar que se ultrapassa a perspectiva dicotômica do agente em oposição à estrutura, “observando-se prioritariamente... aquilo que circula entre os atores, a saber: os bens materiais e simbólicos de que a sociedade dispõe para se reproduzir por meio dos atores que a formam” (MARTINS, 2001, p. 2).

Sob esta perspectiva, o presente trabalho busca analisar como se dá a construção de sociabilidades nos espaços do trabalho em um campo social específico para as práticas comerciais, no caso em estudo, o Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, levantando fatores de relevância para sua determinação e o contexto em que se inserem.

CAPÍTULO 2

MERCADO DO PRODUTOR DE JUAZEIRO/BA: UM ESPAÇO DE PRODUÇÃO DE SOCIABILIDADES NO PÓLO JUAZEIRO/PETROLINA

O pólo Juazeiro/Petrolina está incluído no movimento de expansão da atividade agrícola promovido no Vale do São Francisco, o que gerou grande parte da produção para cultivo em larga escala, dirigido tanto para o mercado interno, quanto para a exportação de frutas. Constitui-se, também, como espaço de formação de sociabilidades que estão influenciadas direta ou indiretamente por esse movimento que cotidianamente produz efeitos no modo de associação dos indivíduos em suas práticas de interação, na medida em que abre vasos comunicantes necessários à dinâmica econômica (CAVALCANTI; MOTA; SILVA, 2002).

Geograficamente, o Vale do São Francisco está caracterizado com base no perfil longitudinal do rio que lhe empresta o nome e seus principais afluentes, tendo sido dividido em quatro grandes áreas: alto São Francisco, médio São Francisco, submédio São Francisco e baixo São Francisco.

O pólo Juazeiro/Petrolina está situado no submédio São Francisco e abrange os estados da Bahia e Pernambuco. Em que pese o papel de destaque que historicamente já ocupava no Nordeste por sua localização privilegiada, tanto no que se refere às distâncias equivalentes a todos os grandes centros (cerca de 770 Km de

Recife, 520 Km de Salvador e 850 Km de Fortaleza), servindo de entreposto comercial no sertão nordestino, quanto por propiciar acesso ao trecho navegável do Rio São Francisco. Ligando-se ao norte de Minas Gerais, a área do pólo Juazeiro/Petrolina vem fortalecendo seu destaque no contexto da economia regional e nacional pela pujança da sua produção agrícola, na área da fruticultura irrigada.

Possui uma população de 393.105 habitantes (IBGE, 2000), constituindo-se num dos mais expressivos centros de crescimento e desenvolvimento do Nordeste (ANDRADE; SERRA, 2000). Com a implantação dos projetos públicos de irrigação, de modo expressivo a partir da segunda metade da década de 80, foram abertas novas perspectivas (LIMA; MIRANDA, 2000). A agricultura de sequeiro, praticada com técnicas rudimentares³, deixou de prevalecer e, em seu lugar, a agricultura irrigada adotou o sentido de produção pautada na eficiência, eficácia e competitividade, destinada aos mercados interno e externo.

A singularidade do processo reforça a região como pólo de produção, transformação, comercialização e serviços (SILVA; REZENDE; SILVA, 2000). Deste modo, a confirmação das perspectivas quanto ao potencial exportador de frutos tropicais transformam o pólo em um centro de abastecimento alimentar para outras regiões e países.

Considerando as transformações referentes ao cenário agrícola, a tendência atual é o desdobramento das anteriores, o que decorre da associação entre irrigação artificial e propriedades favoráveis das condições climáticas, especialmente a insolação, bem como custo da mão-de-obra, preço da terra, custo do hectare irrigado e produtividade da terra (GOMES; SOUZA; MAGALHÃES, 1995), redundando na

³ A agricultura de sequeiro é aquela realizada de maneira extensiva limitada pelo calendário das chuvas.

implantação de um modelo de exploração agrícola intensivo, em que são efetuadas tanto rotação de culturas, quanto programação dos períodos de colheita.

Essas mudanças favorecem a uma racionalização do uso da terra, elevam sobremaneira a rentabilidade das áreas cultivadas, inclusive, permitem uma pauta de produtos com um grau maior de diversificação.

A implantação dos perímetros públicos trouxe novo fôlego à região e, com a atuação de agências de fomento, especialmente a Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco – CODEVASF e Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA, foi possibilitada uma nova perspectiva para a localização dos fatores tanto de viabilidade produtiva como de desenvolvimento de tecnologia de manejo, mas especialmente no que se refere ao planejamento das intervenções, com forte atração de capitais para cultivo em larga escala.

Dentre os principais projetos de irrigação é possível destacar: Senador Nilo Coelho, Bebedouro e Maria Tereza, em Petrolina; Mandacaru, Maniçoba, Curaçá e Tourão, em Juazeiro. Consolidou-se uma profunda reestruturação produtiva, com envolvimento de diversos segmentos, desde pequenos produtores em unidades familiares até a exploração de grandes áreas por grupos empresariais de outras regiões do país, dadas as vantagens comparativas⁴ que permitem um volume expressivo de atividade, com destaque para a exportação de manga e uva (Tabela 1), produtos de maior relevância na principal ponta da cadeia produtiva regional.

Os produtos com melhor resposta aos novos métodos de cultivo foram tomate, cana-de-açúcar, arroz, feijão, cebola, melancia e melão, na década de 80;

⁴ O conceito aqui utilizado considera que “um país tem vantagens comparativas na produção de um bem se o custo de oportunidade de produção do bem em torno de outros bens é mais baixo que outros países” (OBSTFELD; KRUGMAN, 2001, p.15).

banana, manga e uva, na década de 90, os dois últimos com maior valor agregado e alta aceitação nos mercados interno e externo, em substituição às culturas tradicionais de baixa rentabilidade/área.

TABELA 1 – Resultado de exportações de manga e uva do Vale do São Francisco 2000 – 2002

Ano	Manga (t.)	US\$*	Uva (t.)	US\$*	Total US\$*
2000	57.200	37.000.000	13.300	10.260.000	47.260.000
2001	82.000	44.000.000	19.600	20.500.000	64.500.000
2002	90.000	47.700.000	25.000	32.200.000	79.900.000
Total	229.200	128.700.000	57.900	62.960.000	191.660.000

Fonte: SECEX/Valexport

Observação: Dados referentes a 2003 ainda não disponíveis

* Valores estimados

Importante destacar a integração da produção à indústria, tecendo assim uma cadeia agroindustrial de grande relevância no semi-árido nordestino, como atesta o relato a seguir:

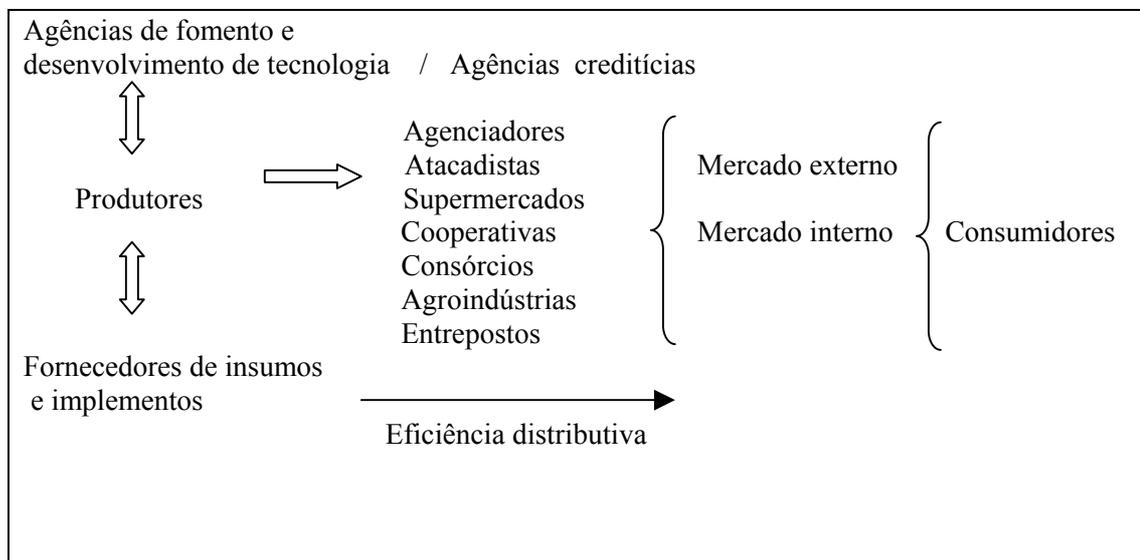
“No que se refere às firmas agroindustriais instaladas no pólo, verifica-se a presença significativa de grandes e médias empresas, com destaque para as processadoras de tomate, conservas alimentícias e grandes empresas diversificadas, como Agrovale (usina de açúcar e álcool e gado confinado) e o grupo Milano (vinícola e fruticultura). No segmento das pequenas e médias empresas, observa-se grande variedade por ramo de atividade, entre as quais – além das agroindústrias de processamento de frutas e legumes para consumo alimentar – destacam-se as de processamento vegetal intermediário (óleos, sucos concentrados, extratos aromáticos etc.), rações e sementes selecionadas” (SILVA; REZENDE; SILVA, 2000, p. 53).

Nesse cenário, o maior impacto foi dado sobre o emprego e a renda, com expansão nos setores secundário e terciário com novos pontos de crescimento dos

postos de ocupação. Dentre as diversas atividades que passaram a gravitar diretamente da agricultura, ganharam força aquelas ligadas ao escoamento da produção tanto no segmento agroindustrial, em que prevalecem contratos de suprimento entre indústrias e produtores, como no segmento agrocomercial, para o mercado de consumo de produtos *in natura* no qual podem ser identificados dois fluxos:

- a) produção de bens para o mercado externo, especialmente para uva e manga que são os produtos mais representativos em volume e preço;
- b) produção de bens destinada ao mercado interno, com maior ênfase em cebola, melancia, banana e melão.

A seguir, é traçada de modo bastante simplificado, a título de melhor visualização, a cadeia produtiva da fruticultura (Figura 1), numa adaptação dos modelos propostos pelo Banco do Nordeste (2000, p. 13) sobre a região e em Wanderley & Sanches (1997) sobre a cadeia da Feira da Sulanca, em Caruaru. São vários os agentes que têm atuação nas relações produtivas, as agências de pesquisa e fomento, a exemplo da EMBRAPA, CODEVASF e Banco do Nordeste, passando pelos produtores com porte diferenciado, variando desde pequenos lotes, até fazendas de envergadura expressiva quanto ao tamanho e profissionalização dos mecanismos de gestão, fornecedores de insumos até os consumidores finais, abrangendo tanto o mercado interno quanto o externo, com expressividade em manga e uva para os mercados americano e europeu.

FIGURA 1 – Cadeia produtiva da fruticultura no pólo Juazeiro/Petrolina

Fonte: BARBOSA (2003, p. 62).

Destaca-se o papel do Mercado do Produtor de Juazeiro/BA que, como entreposto na distribuição de produtos para o mercado interno, contribui para a eficiência da cadeia de distribuição de produtos agrícolas. Diferencia-se dos demais agentes quanto ao estabelecimento de padrões de qualidade, especialmente por aceitar os produtos abaixo dos padrões exigidos para exportação observados pelas *packing houses* e ainda aqueles oriundos dos pequenos produtores fora do circuito exportador, como analisado por Cavalcanti (1999). Por se tratar de um segmento de mercado aberto, a regulação é livre, com entrada e saída dos produtos obedecendo apenas à conveniência de compradores e vendedores, em negociações que, no geral, dispensam as formalidades de contratos escritos.

2.1 O Mercado do Produtor de Juazeiro/BA como *locus* de análise

O Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, na sua configuração atual, é desdobramento do processo de cultivo, em larga escala, implantado na região, com posição destacada na cadeia produtiva, por se constituir em expressivo entreposto comercial para o mercado interno, reforçando a polarização de Juazeiro/Petrolina quanto aos municípios do entorno, dada a sua capacidade de escoamento da produção. É um local de trocas mercantis em que abundam sociabilidades que se desenvolvem no trabalho, constituindo-se num lugar de construção de vínculos no cotidiano dos seus participantes.

Segundo dados da administração local, o Mercado foi instalado em 1986, na zona urbana da cidade de Juazeiro/BA, tendo uma estrutura de 1050 pontos fixos⁵ e espaço para 305 caminhões, com comercialização mensal média estimada em 70.000 ton. de hortifrutigranjeiros, oriundos dos projetos de irrigação oficiais, tanto de Juazeiro/BA, quanto de Petrolina/PE, de produtores particulares e, ainda, de outros 11 estados. Ocupa hoje o posto de sexto lugar no Brasil e primeiro do Norte e Nordeste, conforme pesquisa da Associação Brasileira de Centrais de Abastecimento – ABRACEN.

Funciona diariamente para atendimento ao público das 05h às 17 h, nos dias de segunda, quarta, quinta e domingo; terça, sexta e sábado das 06h às 17 h, todos os meses do ano, com público estimado de 6.000 pessoas em dias de maior movimento, quartas-feiras e domingos, e de 3.500 pessoas nos demais dias da

⁵ Pontos fixos definidos para comerciantes. Apesar de existirem vários tipos de trabalhadores como carregadores, carroceiros e prestadores de serviço diversos, o presente estudo detém-se mais amiúde sobre os comerciantes fixos justificado pela acessibilidade aos dados.

semana⁶. Para descarga de mercadorias, o horário de funcionamento estabelecido pela administração para as segundas, quartas, quintas, sextas e domingos é prolongado até às 22 h, nas terças e sábados, até às 24 h.

Os comerciantes ali estabelecidos estão distribuídos em pavilhões cobertos, onde estão instalados boxes e *pedras*⁷, como também em barracas, em regime de permissão⁸ concedido pelo governo do Estado da Bahia, sendo ainda possível comercializar em caminhões e carros utilitários. O local possui uma área de cerca de 100.000m² e está localizado na via de acesso à entrada da cidade de Juazeiro/BA, à cinco quilômetros do centro.

Possui uma estrutura física composta de 06 pavilhões cobertos e ainda outros equipamentos, como doze restaurantes, dois módulos policiais⁹, administração, sala de segurança, sala de Comissários de Menores, posto da Secretaria da Fazenda do Estado, agência do Banco do Brasil, perfazendo um total de 17.296m² da área construída (Anexo I).

O que chama a atenção é sua inserção no processo econômico como elo da cadeia produtiva, pois funciona como canal de escoamento e intermediação da produção agrícola da região e do entorno em grande escala, num movimento de continuidade do campo, de forma sincrônica, onde tanto os próprios produtores, quanto os demais comerciantes colocam a produção agrícola para o mercado consumidor¹⁰.

⁶ Conforme dados do 3º Batalhão da Polícia Militar da Bahia, 3ª Companhia.

⁷ Espaços de 2x3m delimitados por faixas de tinta em que são acomodadas as mercadorias.

⁸ A permissão é condicionada ao pagamento de taxas diferenciadas pelo tipo de instalação e por metro quadrado. Para os boxes de 36m² R\$ 100,00, para os de 24m² R\$ 67,00 mensais. Para as barracas é estipulado o pagamento semanal no valor médio de R\$7,00 e para as pedras o valor diário de R\$2,50.

⁹ Está montado um esquema de segurança que conta com 03 policiais militares e 12 vigilantes durante as 24 horas do dia.

¹⁰ De acordo com pesquisa realizada (BARBOSA, 2003) a maioria expressiva dos que aliam comerciam têm essa atividade como principal, de modo que o percentual de produtores que chegam a ponta final da cadeia é reduzido, cerca de 10%.

Os recursos movimentados nas negociações, segundo dados oficiais da administração local para o período entre 1996 e 2002, estão demonstrados a seguir (Tabela 2).

TABELA 2 - Demonstrativo de valores transacionados no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA (1996-2002)

Ano	Valor em R\$
1996	207.135.440,00
1997	363.121.440,00
1998	...
1999	308.709.840,00
2000	380.515.350,00
2001	349.780.012,00
2002	456.999.970,00
Total	2.066.262.052,00

Fonte: Pesquisa de campo/Dados da administração do Mercado do Produtor.

Observação: Valores obtidos em função do controle de entrada de mercadorias e pesquisa de preços diária.

Quanto ao volume comercializado, também é bastante expressivo, com uma média diária de 2,37 ton. de produtos como pode ser observado abaixo (Tabela 3).

TABELA 3 - Demonstrativo do volume de produtos comercializados no Mercado do Produtor Juazeiro/BA (1995-2002)¹¹

Ano	Vol. (t.)
1995	490.200,9
1996	668.088,0
1997	985.166,0
1998	...
1999	846.916,0
2000	911.120,0
2001	787.984,2
2002	862.932,0
Total	5.552.407,1

Fonte: Pesquisa de campo/Dados da administração do Mercado do Produtor.

¹¹ Ressalte-se na análise dos dados que a variação quanto ao volume a partir de 1996 demonstra certa propensão à estabilização na inserção do Mercado na cadeia produtiva da região, a despeito das sazonalidades inerentes ao cultivo agrícola.

Produtos como cebola, melão, melancia, tomate, laranja, abacaxi, dentre outros, são adquiridos dos produtores rurais e ali comercializados, servindo este mercado de entreposto para outras regiões produtoras, a exemplo da maçã vinda do sul do País. Em termos de variedade, são 25 tipos de hortaliças, 31 tipos de frutas, além de 11 tipos de outros produtos, como cereais e especiarias diversas, distribuídos para vários estados brasileiros (Anexo III).

O Mercado do Produtor de Juazeiro/BA é parte desse novo rural, que admite a convivência sem ruptura entre o campo e a cidade, de forma complementar e necessária à lógica de mercado implantada, no desempenho do papel de propiciar o escoamento da produção e viabilizar o intercâmbio com outras regiões.

Dentre os 1050 comerciantes fixos instalados, há uma preponderância de homens, 76,8% do total, enquanto apenas 23,2% são mulheres. Em geral, na distribuição social de atribuições, segundo perspectiva de gênero (GARCIA, 1992) as mulheres estão direcionadas para as atividades de menor rentabilidade, como a produção e comercialização de lanches e refeições.

Do ponto de vista etário 53,2% concentram-se na faixa dos 36 aos 55 anos, conforme se pode observar (Tabela 4), indicando a permanência no trabalho daqueles com maior tempo de atividade (Figura 4).

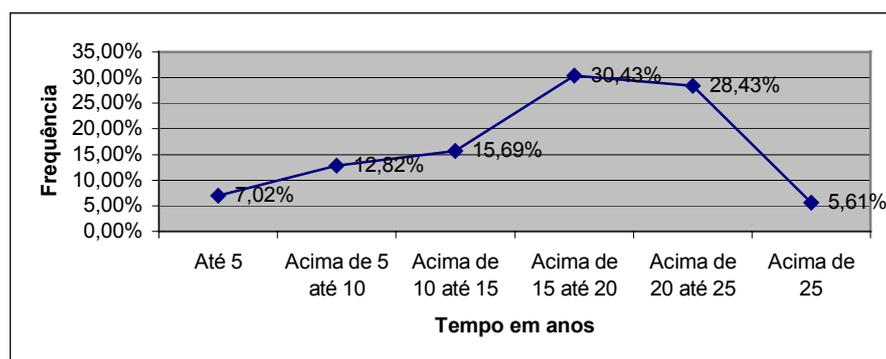
O tempo de exercício na atividade é, em geral, elevado, sendo que 58,8% estão vinculados ao Mercado há mais de 15 anos e 74,4% ali trabalham há mais de 10 anos, o que parece indicar a existência de especialização para manutenção dos comerciantes nessa rede de intercâmbios comerciais.

TABELA 4 – Distribuição dos comerciantes por faixa etária e sexo no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA (2002)

Faixa etária (anos)	Homens %	Mulheres %	%	Total %
Até 15	100,00	—	1,2	100,00
16 a 25	91,30	8,70	9,2	100,00
26 a 35	77,36	22,64	21,2	100,00
36 a 45	73,14	26,86	26,8	100,00
46 a 55	81,82	18,18	26,4	100,00
56 a 65	90,63	9,37	12,8	100,00
66 a 75	100,00	—	2,4	100,00
Total	76,80	23,20	100,0	

Fonte: BARBOSA (2003, p. 70).

FIGURA 2 - Distribuição dos comerciantes por anos de experiência na atividade no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA (2002)



Fonte: BARBOSA (2003, p. 86).

São agregados ao processo trabalhadores que, se há um tempo têm que estar sintonizados com as novas determinações do mercado global, por outro, perpetuam algo tão antigo quanto as feiras livres em seu atendimento no varejo. Mott (1975)¹², em sua análise sobre a feira de Brejo Grande/SE, já demonstrava a sua inserção

¹² O autor apresenta uma profunda revisão da literatura acerca do papel das feiras e das relações nelas estabelecidas.

institucional e parte do sistema econômico como espaço híbrido das representações de vizinhança e de amizade.

Surgem, nesse cenário, novas facetas do *continuum* rural urbano, com impactos que obrigam um olhar sobre os desdobramentos sociais, na perspectiva da construção de interações; despontam novas formas de atuação em distintos ramos de atividades agrícolas ou não (SILVA, 1999). Sobre a construção de redes de relacionamento como fator de especialização a ser considerado, Cacciamali (1989), ao abordar o trabalho informal em seus estudos, já indicava a sua importância para a viabilidade dos negócios. Veja-se:

é a cognição extensiva e qualitativa sobre o processo de trabalho que confere a base para a inserção contínua e bem sucedida, em muitos casos, do produtor informal na estrutura produtiva e no mercado de bens e serviços. Além disso, é vital para o produtor informal construir uma rede de informações sobre as características do mercado onde atua. Se o produtor informal não possuir estas habilidades há uma alta probabilidade de que seja expulso de sua atividade, ou pela concorrência, ou pela falta de mercado (CACCIAMALI, 1989, p. 17).

No caso específico, o Mercado do Produtor de Juazeiro/BA situa-se como *locus* de produção de relações de trabalho, dentro do novo rural que está estabelecido no urbano que revela modos e conteúdos diversos, em sua dinâmica de vida no trabalho. As trocas mercantis acompanham o funcionamento da economia no aspecto moderno das relações produtivas, em sintonia com os elementos macroconjunturais; em contraposição, estão também presentes elementos tradicionais no que se refere ao cultivo de valores de comunidade e preservação de singularidades na produção da subjetividade coletiva.

De outra parte, o tradicional se incorpora aos símbolos que marcam a identidade e estão associados às práticas de trabalho, de extrema relevância na

sociabilidade dos indivíduos da região (CAVALCANTI, 1997). Tem-se, assim, um quadro em que as temporalidades do velho e do novo estão em confronto cotidiano, conforme Martins:

Na América Latina, é uma modernidade constituída ao mesmo tempo por temporalidades que não são as suas. A diversidade dos tempos históricos que se combinam nessa modernidade difícil... incorpora também efetivas relações sociais datadas, vestígios de outras estruturas e situações que são ainda, no entanto, realidades e relações vivas e vitais (MARTINS, 2000 a, p. 22).

O impacto dos movimentos rurais, especialmente das suas articulações com outros atores e mercados, influi, de forma significativa, nas determinações do modo de funcionamento das trocas simbólicas e mercantis entre os indivíduos e suas múltiplas significações, como ilustra o depoimento a seguir.

- *“Aqui o cabra pra ficar tem que pensar, o freguês tem que confiar, tem que ter credibilidade, senão ele só compra uma vez. Aí você se enrola. Eu só garanto a cebola que eu conheço, pra quem eu conheço. Se não for freguês e não perguntar, aí eu não garanto...”* (M. O., 63 anos, produtor e comerciante de cebola estabelecido no mercado há 18 anos)

Perguntado sobre a gestão financeira do negócio, declarou o mesmo comerciante:

- *“O problema é o dólar, se o governo não garante, a gente tem que pensar na hora de vender o que tá fazendo, tem que ver se tem saída. O giro aqui é rápido, tem dias que você não tem nada, no outro dá pra pagar o que deve e emprestar pros colega, mas tem que saber negociar e botar o preço. E tem que andar direito”.*

É requerido um repensar dos modos de produção e dos relacionamentos deles decorrentes, numa concepção inclusiva capaz de comportar a compreensão dos múltiplos processos do local, enquanto espaço integrado (BONANNO; MARSDEM;

SILVA, 1999), em que se identificam as relações dos indivíduos com o trabalho e precisando-lhes a identidade, ligada ao lugar de pertencimento na estrutura social.

Os sujeitos na organização social dão um novo perfil ao Nordeste e singularizam os processos locais, que devem ser vistos também de forma particular pelas dinâmicas dos usos dos espaços rurais e urbanos, num contexto de mutações que imprimem novas formas de inter-relação sobre as quais é necessário debruçar-se com mais afinco.

Partindo do conceito de vínculo mercantil, entendido como a sociabilidade para o trabalho, fica perceptível a ambivalência estrutural do sistema de dívida instituído no trabalho informal, que apresenta as seguintes lógicas: familiar, com primazia nos de vizinhança voltados para a solidariedade; do trabalho, enquanto referente de identidade do indivíduo; e de mercado, calcada na funcionalidade das relações para o lucro e o interesse.

Dentro deste prisma, o objeto de análise é o conjunto das lógicas simbólicas que permeiam a estruturação dos vínculos mercantis e suas múltiplas complexidades, procurando romper com a idéia dominante que simplifica as relações comerciais em simples cálculo utilitarista, pois conforme Bourdieu (2001 c) o pré-construído está em toda parte, sendo necessária a prática da dúvida radical no espaço multidimensional das relações sociais.

O que se coloca é como os aspectos subjetivos do sujeito matriz e moeda (ELIAS, 1994), enquanto produtor e produto da estrutura social, são capazes de forjar os elementos de sociabilidade, dentro de relações de interesse e desinteresse, de confiança e também de concorrência.

Tais elementos são, com efeito, o cerne da economia de bens simbólicos constituídos na dupla viagem do dom que, sem negar a lógica da troca mercantil,

tampouco está submetida a ela e apresenta-se como uma economia antieconômica baseada na “denegação (Verneinung) do interesse e do cálculo...” (BOURDIEU, 2001 b, p. 235).

2.2 Um dia no mercado

Esta seção traz um relato que busca vislumbrar o ambiente na perspectiva de aproximar sua dinâmica através do olhar do ‘estranho sociológico’ (SIMMEL, 1983; MALINOWSKI, 1976) acerca do processo geral de construção do universo de referência de análise do jogo social. Resulta de observação realizada no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, no período das 05h30m às 18h, do dia 16 de abril de 2003.

FIGURA 3 - Vista interna do Mercado do Produtor de Juazeiro/BA (Pavilhão A)



Fonte: Pesquisa de campo (26/04/2003)

É quarta-feira, dia de maior movimento segundo informação da administração; são 05h35m. O termômetro registra 19 graus e uma grande quantidade de veículos, caminhões, carros, carroças (puxadas por burros ou cavalos) e carros de mão, fica aglomerada na entrada, provocando congestionamento nas vias de trânsito.

O mercado é cercado por uma mureta, de aproximadamente um metro, que dá sustentação a grades azuis; são dois portões principais, um de entrada e outro de saída, para veículos e para pedestres. Conta, ainda, com um portão lateral para pedestres. Logo à frente do portão de entrada, está instalada uma guarita de segurança, precedida de uma placa em que estão especificados os preços para o acesso a ser desembolsado para cada tipo de veículo. Os caminhões entram em fila para identificação da mercadoria, pesagem e pagamento da taxa de acesso¹³ na balança que está instalada em frente à administração do mercado.

O ambiente exala um aroma acre e o ritmo de pessoas é intenso. Todos parecem ter pressa, seja a pé, seja por veículos, assim como o grande número de bicicletas, motocicletas, carros utilitários ou de passeio que transitam pelo local, de modo que andar requer cuidado. Carros de mão adaptados com pneus de bicicletas, alguns carregados de frutas, verduras e/ou utensílios domésticos, a exemplo de facas, conchas, malas de couro, estão por todos os lugares.

O elemento que mais está presente é o colorido das caixas plásticas de armazenamento de frutas. Os contentores são, em geral, vermelhos, verdes, azuis ou amarelos. As frutas estão parcialmente agrupadas por setor, denotando certa tentativa

¹³ Diferenciada por tipo e porte dos veículos, varia de R\$ 5,00 a R\$70,00, definida em função da condição de ser ou não permissionário do mercado e da capacidade de armazenagem (por tonelada).

de especialização; estão mais definidos os setores de tomate, cebola, banana, mamão, melão e melancia.

Em frente ao posto do Banco do Brasil, estão instaladas barracas que comercializam laranjas, limões e artesanato de palha. Além destas, uma barraca de som toca músicas regionais, principalmente as de Luiz Gonzaga, tendo à frente vendedores de pastel.

Atravessando o portão de acesso, na direção esquerda, ficam as barracas de tomate, onde 07 caminhões estão estacionados, sendo descarregados; muitas caixas, no chão, são contadas e transportadas para dentro. Nas vias de acesso, os clientes e carregadores se comprimem no espaço, que fica diminuto para a quantidade de pessoas e carroças transitando. A seguir, estão instaladas barracas de especiarias (pimenta do reino, cominho, cravo, canela etc) e embalagens (sacos e sacolas plásticas).

Por um acesso, chega-se à parte de trás do setor, em que está localizada uma área aberta, formando uma arena circundada por barracas. No centro, ficam pilhas de caixas com tomates e mangas; junto a elas carros utilitários e caminhões. Os comerciantes estão concentrados na contagem da mercadoria ou no repasse¹⁴; as pessoas conversam em grupos de três ou, no máximo, quatro e observam.

Uns cem metros à frente, em um pequeno canto junto à guarita de saída do mercado, está instalada uma feira específica para o varejo, com cerca de 200 barracas, onde atuam principalmente mulheres com crianças, algumas abaixo dos 5 anos. Ali são vendidos todos os tipos de frutas, verduras, legumes e hortaliças em pequenas quantidades. Em cima de uma caminhonete são transportadas duas

¹⁴ O repasse é a denominação da transferência da mercadoria de uma caixa a outra separando-se os produtos pelo seu valor comercial, seja pela necessidade de classificação por critérios como tamanho, cor ou aspecto, seja pela perda de condição de venda.

abóboras gigantes, de cerca de 5 quilos cada. Uma senhora faz beiju na pedra em fogareiro, outros comerciantes debulham feijão-verde.

Há muito lixo espalhado, uma profusão de cascas de frutas, sacos e copos plásticos atirados ao chão tanto pelos comerciantes, quanto pelos clientes, cena comum em todo o mercado. Todavia, o zelo pela mercadoria nas bancas parece ser uma preocupação, com preparação constante para a venda; a mercadoria é arrumada e re-arrumada a espaços intermitentes, enquanto os fregueses são aguardados.

À frente há um pátio onde estão estacionados caminhões carregados de melancias, abóboras. Virando à direita, localiza-se uma área somente para roupas, sapatos e utilidades para o lar, funcionando como um comércio paralelo ao principal, com produtos que vão desde carrinhos de madeira a óculos de sol. Uma combinação sui generis em exposição no mesmo tabuleiro: faqueiro, banheira, xícaras, panelas, medidores de grãos, escovas para limpeza de vasos sanitários e veneno para matar rato. Os vendedores ficam sentados, observando atentamente os transeuntes que, ao se aproximarem, são convidados para conhecer as novidades.

Nas 'pedras' do Pavilhão A os comerciantes mais idosos conversam entre si; carregadores esperam dispersos, andando e conversando em pequenos grupos, em meio a pilhas de melancias e abóboras.

Passam das 09h30m e o movimento começa a arrefecer. Seguindo em frente, estão caminhões estacionados, contíguos ao muro de proteção do mercado, na sua extremidade esquerda, onde são vendidos predominantemente cocos, verdes e secos, e abacaxis. Os caminhoneiros fazem as vendas, auxiliados por carregadores posicionados no alto das carrocerias.

Atravessando o pátio é possível entrar no Pavilhão B, onde é comercializada uma grande variedade de produtos a exemplo de farinha, feijão,

cenoura, beterraba, batatas doce, repolho, melão dentre outros. Os pontos comerciais são 'pedras' e o movimento é intenso, em especial nas bordas, que têm cerca de 1,50m de altura, onde os caminhões encostam para carregar e descarregar. As pessoas conversam, em geral, em pequenos grupos, de no máximo quatro; os carregadores, também denominados de 'chapas', passam com sacos na cabeça, carregando e descarregando as mercadorias, num ritmo apressado, quase correndo. Dos grupos maiores ouvem-se somente brincadeiras, feitas em voz alta, às vezes aos gritos, que obtêm como respostas gargalhadas sonoras do grupo ao redor. Em meio a tudo isso, uma senhora, aparentando cerca de 50 anos, faz crochê junto a uma pilha de sacos de melões.

Numa das extremidades do pavilhão uma vendedora de lanches fica instalada com caixas de isopor e um balcão com bancos de madeira à frente. Outros comerciantes com carrinhos de lanche transitam com suas garrafas térmicas, oferecendo café e chá, como de resto fazem os ambulantes de roupas e lanches em geral que transitam de um lado a outro do mercado, disponibilizando a sua mercadoria.

Ao chegar um caminhão repleto de produtos variados, os carregadores gritam, fazem algazarra, movimentam-se apressados; um deles tem o braço engessado e mesmo assim leva um saco de batatas doce na cabeça. Outro grupo espera paciente e silenciosamente ao lado. São comuns adolescentes em carroças à espera de mercadoria, bem como carregadores, em pequenos grupos, aguardando para carregar e descarregar.

Caminhões transportando banana, cebola, laranja, repolho e mais uma grande variedade de frutas, verduras e hortaliças; caminhonetes e outros utilitários

são carregados e descarregados junto ao pavilhão, onde cada proprietário fiscaliza a sua mercadoria reiteradas vezes.

Saindo do pavilhão e andando cerca de 50 metros, há um corredor de barracas de mamão seguidas por outras de cebola, num total aproximado de cerca de 80. O vento levanta uma nuvem de palha da cebola, que é repassada¹⁵ na maioria das barracas. Caminhões e carroças passam quase sem cessar; a pressa de lidar com a mercadoria permanece.

Às 12h, retornando-se em direção à entrada principal, vê-se que as vias de acesso estão menos congestionadas de modo que o trânsito, seja de pessoas ou veículos, agora é mais calmo. No restaurante, as mesas estão repletas de comensais que assistem à televisão e conversam enquanto são servidos. O menu se repete, prevalece bode com cuscuz, macaxeira, bebe-se cerveja, aguardente e refrigerante. Apenas homens freqüentam o lugar. Aparece a cozinheira que, no espaço de uma hora, saiu da cozinha dirigindo-se até o balcão apenas uma vez.

Mais adiante, à cerca de 100 metros, chega-se ao Pavilhão 1, onde ficam os boxes. São inúmeros caminhões que estão no mesmo ir e vir de carregar e descarregar. Os carroceiros, pequenos caminhões e utilitários diminuem em quantidade e o ambiente é dominado por caminhões frigoríficos, ou de grande porte. Desse lado, as frutas são mais delicadas, como maçã, morango, kiwi, dentre outras, inclusive mangas, ou cebola e batata inglesa em larga escala.

Os trabalhadores, especialmente os carregadores, aqui são mais contidos, silenciosos; aparecem as figuras dos encarregados e supervisores a contar as caixas que estão a entrar e sair dos caminhões a todo instante, empunhando pranchetas e

¹⁵ A rotina de repassar a cebola implica a retirada da palha para dar-lhe um aspecto uniforme, para tanto são utilizadas máquinas manuais.

notas de venda. Em boa parte dos estabelecimentos estão montados pequenos escritórios com alguma infra-estrutura como móveis apropriados, telefone, funcionários fardados. As conversas são particularizadas, reservadas a grupos de duas ou no máximo três pessoas sempre em voz baixa. Os poucos gritos que se ouvem são destinados aos carregadores para apressar a entrega das mercadorias.

O armazenamento das mercadorias deixa de ser exclusivamente por sacos e contentores para incluir também caixas de papelão. As frutas que são conservadas, em geral, em câmaras frigoríficas. À frente de cada boxe estão expositores, exibindo amostra das mercadorias. Predomina no ar o cheiro de maçãs.

Contíguas à saída do pavilhão, estão instaladas mais barracas de cebola e à diante mais caminhões estão estacionados. Um pouco mais à frente, na extremidade direita do mercado, chega-se à ala dos caminhões de laranja,, em torno dos quais estão postos vários carros de mão, carroças e carros utilitários enquanto são realizadas as negociações de venda e outros aguardam a vez de se aproximar. As pessoas gesticulam bastante, conversam em voz alta e o preço da mercadoria é anunciado, aos gritos, pelos vendedores de cima dos caminhões, sob o sol causticante das 14h.

Do lado oposto, estão os boxes destinados às refeições do Pavilhão 3. O cardápio é novamente cuscuz, bode assado, macaxeira devidamente acompanhados de refrigerante, cerveja ou aguardente. As acomodações são pequenas mesas de madeira com bancos, repletas de freqüentadores, que assistem à televisão ou dialogam, em tom animado, enquanto aguardam o serviço.

O produto comercializado aí é especialmente banana, disposta em pilhas nas pedras do centro do pavilhão. Ao lado, ficam caminhões que são carregados, bem como carroças. A todo momento, passam carros de mão, levando mercadorias de um

lado a outro do mercado. O fluxo de pessoas e veículos é bem menor, o que torna possível o deslocamento entre os setores, sem muito esforço. Os caminhões começam a deixar o mercado e, em sua maioria, saem carregados.

Resta ainda o Pavilhão 2, também com boxes. Alguns estão fechados, outros têm os mais diversos usos, como funcionamento de agência do Programa CrediAmigo do Banco do Nordeste, funcionamento da associação dos comerciantes, posto policial, mas também para venda de produtos como manga, goiaba, alho, dentre outros, assim como embalagens e tempero seco.

Quase 17h e o movimento já está calmo. O pátio externo esvaziado, os carregadores passam já sem pressa, são poucos os carrinhos e carroças que ainda transitam com mercadorias. A equipe de limpeza faz a varrição do mercado, juntando e recolhendo o lixo que ficou espalhado.

Saindo do pavilhão, retorna-se ao portão de entrada. Antes, porém, há um último bloco de barracas: a primeira comercializa embalagens, jornais e uma miscelânea de artigos de artesanato, a exemplo de cordas e cestaria; na segunda, funciona uma espécie de restaurante, equipado com uma mesa, uma geladeira um pequeno armário e um fogão; da terceira até a última, no total de 09, comercializam cebolas.

Por volta das 18h, quando definitivamente os portões são trancados, os comerciantes vagarosamente fecham as barracas, os boxes, juntam e cobrem as mercadorias nas 'pedras' com lona. Alguns poucos ainda transitam no mercado; a polícia passa pelas vias, fazendo a ronda. Já não se ouve o barulho dos carros ou o burburinho das conversas. O mercado se prepara para fechar e retornar no dia seguinte.

As relações parecem estar voltadas especialmente para o resultado das negociações, justificando-se, assim, a pressa que os atores têm de finalizar as conversas e fazer circular as mercadorias. Entretanto, tais negociações são determinadas sempre de modo reservado, o que demonstra uma preocupação em preservar a sua realização da curiosidade alheia, do concorrente, que, via de regra, está instalado ao lado.

O aspecto da contagem e recontagem do estoque, em curtos espaços de tempos, indica uma tensão quanto à possibilidade de perda da mercadoria, seja por engano ou mesmo por roubo, pois são muitos os acessos a ela, especialmente nas barracas e pedras.

Outro elemento que chamou a atenção é uma certa cordialidade, pois as brincadeiras entre os componentes do grupo são constantes, bem como a forma atenciosa de saudar os fregueses. Tais comportamentos indicam tipos de sociabilidades específicas desenvolvidas para o trabalho, que parecem ser significativos para dar sustentabilidade às relações competitivas ali travadas.

A natureza do Mercado indica a convergência para duas vertentes aparentemente opostas: uma em que as relações buscam efetividade comercial e outra, em que se busca preservação de laços sociais, mas um elemento sobressai, o movimento como necessidade. Para compreender melhor os elementos significativos para os indivíduos lá estabelecidos, a seção a seguir retrata-os com base na história de um dia no cotidiano, protagonizada por um de seus personagens.

2.3 O cotidiano dos comerciantes

A narrativa a seguir retrata o cotidiano de L. B., 52 anos, comerciante de melões, num dia da sua rotina de vida e de trabalho no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA. Cotidiano como arena de compartilhamento do que é comum na produção das relações sociais, no tempo e lugar da eficácia das ações mutuamente orientadas (WEBER, 2000).

O que se apresenta aqui é uma percepção, pela visão de um de seus protagonistas, da vida cotidiana, como fruto das necessidades pessoais em que o novo tem que ser vivido a cada instante, no esforço individual de reinterpretar e dar sentido à construção de relações no universo de múltiplas significações e descontinuidades em curso dentro das relações mercantis.

São 04h do dia 21 de julho de 2003 e os primeiros raios de sol ainda não surgiram. Entretanto, L.B. já está de pé preparando-se para mais um dia de trabalho, rotina que cumpre todos os dias do ano, à exceção da Sexta-Feira da Paixão e do Dia de Natal. Após se despedir da mulher (46 anos), ele se junta aos quatro filhos (29, 26, 24 e 17 anos) e segue para o Mercado do Produtor de Juazeiro/BA. Voltar em casa agora, só mesmo à noite. Como reside num bairro próximo, o percurso não leva mais que 10 minutos.

A rotina dos mercados de produtos agrícolas ele conhece desde os sete anos, quando já acompanhava o pai nas feiras de Fortaleza e também pelo interior do Ceará. Tarefa que preferiu a considerar-se submetido aos deveres escolares. Malgrado

os esforços da família ele só sabe assinar o nome, pois na sua opinião era mais vantajoso comprar e vender produtos. Decididamente, o seu negócio desde aquela época é ganhar dinheiro e farrear, opção da qual não se arrepende. Pelo contrário, orgulha-se, pois foi com este trabalho que comprou sua primeira sandália, adquiriu casa e carro, dando-lhe a oportunidade de continuar trabalhando mesmo aos 52 anos.

Com seus filhos não foi diferente. Não estudaram muito e seguem o mesmo caminho. Um só chegou até a quinta série; os outros dois, nem isso. Assim o ajudam em um sistema de parceria onde ele fornece a mercadoria a crédito e após a negociação os lucros obtidos são divididos pela capacidade de negociação de cada um. Quem trabalha com maior competência fica com percentual maior dos lucros. Às vezes, só é preciso ajudar com a gasolina e eles fazem a negociação, o jogo. E, quando é assim, o lucro é todo deles. Somente a menina, que agora tem 17 anos, é que foi adiante, estuda até hoje. Aí ela faz o serviço de banco, uma boa ajuda, pois as filas são grandes e a demora atrapalha os negócios.

Na sua condição de comerciante essa é a oportunidade de ensinar-lhes o que sabe: negociar, comprar e vender. Tarefa que conhece bem, fruto da experiência da vida inteira. Primeiro teve que continuar o negócio, após a morte do pai, há 29 anos, comercializando nas centrais de abastecimento de Fortaleza, de Recife e Salvador, onde passou 12 anos. Até em Natal ele já andou.

Depois, os colegas lhe deram notícias do movimento em Juazeiro/BA e aí resolveu se mudar, afinal é sempre necessário procurar onde está melhor. Faz 15 anos e, na sua avaliação, não vale a pena sair. Às vezes ele tem vontade, tem tanto lugar bom como Paulo Afonso, Vitória, Belém ou quem sabe abrir um sacolão¹⁶...

¹⁶ Sacolão designa o estabelecimento que comercializa no varejo produtos hortifrutigranjeiros variados.

Mas então se recorda dos colegas que foram e perderam o que tinham, não conseguiram se estruturar em outro lugar e tiveram que voltar. De todo modo é necessário sustentar a família. Em primeiro lugar a mãe, para quem manda a feira toda semana porque ela já é velha e não pode ficar sofrendo; depois tem a família, os filhos pra acabar de criar. E se ele sair e um dia tiver que voltar? Dá medo. Aí ele vai ficando.

Chegando à porta do Mercado, o grupo se divide; dois dos filhos têm que ver a mercadoria ainda nos caminhões estacionados na entrada. Ele e os outros dois se dirigem ao Pavilhão B, para as pedras de melão ocupadas com a mercadoria que restou do dia anterior. Agora, eles têm que se organizar rápido, desamarrar as pilhas, embrulhar a lona e ver se não está faltando nada, mas é difícil, porque é muita coisa, não dá pra controlar tudo. Quem vai saber se não roubaram nada durante a noite!

Os meninos que foram observar chegam contando o que está entrando no Mercado, o que tem mais e com quem está a melhor mercadoria. Esse é um problema que todos os dias ele tem que resolver: decidir em que quantidade adquirir e quanto vai pagar em cada saca de melão. Conhecer a fruta não, isso ele já sabe com toda a prática que possui. Tem que se decidir rápido, pois os vizinhos também já estão começando a comprar. Às 05h o jogo já começou a esquentar.

Para estabelecer um parâmetro de preços observa quanto os vizinhos estão pagando e, também, quanto tem da fruta no mercado e se já tem comprador, agora que os caminhões encostam. Ele define o que vai comprar e entra na disputa pela melhor mercadoria; procura os vendedores, regateia, busca ser mais rápido que os concorrentes, senão pode não conseguir um bom produto e levar prejuízo na hora de vender.

Os chapas já começam a descarregar os sacos e empilhar nas *pedras* disponíveis. A essa altura os filhos já se espalharam pela pedra e dois controlam a entrega do que foi comprado; os outros estão observando o movimento, esperando e atendendo os compradores que aparecem.

Negociar com melão já foi mais fácil, quando não tinha tanta concorrência e o melão era apenas da região. Agora tem o pessoal de Mossoró/RN, que planta também, o que amedronta os produtores locais e, às vezes, termina reduzindo as praças de colocação do produto. Além dos vizinhos que chegaram e aceitam baixar o preço demais, reduzindo a margem de lucro, a administração que cobra taxa de todo mundo. Tudo isso influi.

Na sua avaliação há gente demais na disputa, atrapalhando os negócios grandes como os que costumava fazer. Ninguém ganha mais dinheiro como antes, dava até R\$1.000 em cada molho de mercadoria pra aqueles acostumados com o comércio. Hoje, o cabra que chega novo ganha R\$ 100,00 e acha grande coisa. A maioria é toda de fora que chegou nos últimos anos, aumentando a concorrência, tudo atravessador que fica na disputa, mais em cima do produtor que traz a mercadoria e não sabe a quem vai vender.

Ele mesmo já teve uns quarenta fregueses certos para fornecimento, agora não passam de dez. O dinheiro que apura só tem dado mesmo para a despesa do dia, que é grande e tem que ser certa, senão o negócio não vale a pena. Pensa:

_ Mas é assim mesmo. Assim está melhor!O jeito é dar graças a Deus. Só o que der pra mim que não tenho muita ambição!

O vaivém de pessoas é grande, os carregadores não cessam de atravessar a pedra de um lado a outro, tem que ficar atento e contar as sacas por dois motivos: primeiro para não perder; depois, para saber pagar os chapas que recebem ali na hora

ou, no máximo, no fim do dia. Alguns ele acha que são camaradas, quando dá pode até liberar um melão que sobra, ajeitar alguma coisa. Chama os meninos pra acompanhar os fregueses que se aproximam, senão pode ser negócio perdido.

A *pedra* fica apertada, não tem mais onde botar o melão; também no espaço do pavilhão só devia ter mamão, melão, melancia. Agora tem essa coisa de gente vendendo farinha, feijão, verdura... Tinha era que fazer um galpão e botar esse pessoal todo lá. É uma confusão medonha! Tudo porque a administração não organiza!

Os concorrentes estão no mesmo movimento. Cada um tem que fazer o seu. Só não deviam fazer negócio abestalhado na disputa, baixando ou aumentando o preço com variação na sua avaliação pouco significativa, com olho grande pra atrapalhar os outros por causa de R\$ 100,00 numa carga. Assim, eles atrapalham e ninguém ganha. Os negócios estão a todo vapor. Tem freguês comprando pedindo desconto, mas tem que ver se pode dar; o filho mais velho dá uma dica do preço praticado no outro lado da pedra. O jeito é negociar porque o concorrente ao lado já baixou e aí, à medida que as horas passarem, vai ficar mais difícil, tem que vender logo pra não mornar a mercadoria.

O negócio não é entrar ou sair do Mercado, o negócio é ficar. E pra ficar tem que saber, ter cabeça boa, ter conhecimento, porque quando você chega não sabe a quem vai vender, como vai receber e a mercadoria perde rápido. Tem que ter um bom capital porque o pessoal está é assombrado com tanto cheque sem fundo, tanta gente sem palavra, dando prejuízo. Se fosse outro negócio, uma loja ou um banco aí tem consulta, tem avalista e tudo, mas se for se envolver com isso é muita perda de tempo. Não dá tempo pra isso não.

L. B. sabe que muitos quebram porque não sabem fazer o jogo do comércio, o giro é rápido. Ninguém é de ninguém; se a pessoa não acompanhar, se

perde e não tem jeito. De alguns que chegam, arranjam um lugarzinho, ficam pra lá e pra cá e perdem tudo, ele sente pena. Mas só de vez em quando.

Com os vizinhos prefere não se meter, o que mesmo ele teria a ganhar? Podem fazer o que quiser: ter mulher ruim, vender droga, não interessa. A pessoa que se mete na vida do outro não resolve nada, por isso também que acha que está vivo até hoje. Tem uns camaradas que não têm condição, ficam é rindo quando o cabra fracassa. Mas tem outros que até vale a pena, às vezes, se precisam de uma força, nunca faltou, graças a Deus! Dá pra ajeitar R\$ 5,00, R\$ 10,00 e ajudar o colega tirar uma mercadoria, descarregar. Afinal, a base do negócio é a confiança, é poder contar com a solidariedade daqueles que dividem as mesmas dificuldades. Ele mesmo se precisar e estiver sem dinheiro arranja R\$100,00 de um, R\$ 500,00 de outro e faz um comércio de uma hora para outra assim, do nada.

São 12h e ainda tem mercadoria na pedra. Precisa mandar tirar o que se estragou, porque o melão perde rápido; dez, quinze dias no máximo, dependendo do calor. Assim se passar três ou quatro dias sem vender, babau! Às vezes, quando o Mercado está cheio, alguns concorrentes vendem a caixa das frutas até por R\$1,00 para não perder tudo. Pensa que é bem feito. Pra aprenderem a negociar!

O almoço, por volta das 14h, é no restaurante da entrada; lá é mais espaçoso e tem televisão. É bom porque precisa ver o que está acontecendo, ver um jornal. Está lotado! Muitos colegas já chegaram. Escolhe uma mesa perto dos conhecidos para assim poder conversar e saber das últimas do dia, quem ganhou, quem perdeu, quem boiou¹⁷, quem está devendo. A maioria está devendo, todo mundo

¹⁷ O termo boiar designa o fato do comerciante não conseguir revender a mercadoria adquirida para essa finalidade.

passando dificuldade, só não os grandes, uns quatro ou cinco que têm comércio pra fora, pra outros lugares.

A tarde transcorre sem grandes novidades. O movimento maior foi mesmo pela manhã, só aparece um freguês ou outro, pingado, negócio pouco. Assim é possível tomar um café, arrumar a mercadoria com calma, fazer algumas ligações telefônicas, cobrar o que tem por receber. De vez em quando até conversar alguma coisa com um colega.

No final do dia é hora de apurar o resultado, ver o quanto rendeu e pagar os filhos. Às vezes não dá pra todo mundo, então tem que tirar o que é mais necessário.

Finalmente L. B. vai para casa às 18h30m. Antes, porém, uma última conferência na mercadoria que restou, já coberta com lona e amarrada com cordas. Os filhos estão cansados, ele também; amanhã têm que acordar cedo que é dia de feira novamente.

Sobressai a tensão e os dilemas da convivência no processo histórico do cotidiano que viabiliza o homem, enquanto agente ativo de seu destino para o trabalho, mas também como parte das relações de parentesco e vizinhança. O esforço de compreensão do universo de subjetivação propicia a reflexão acerca dos vínculos sociais que é dada, segundo Bourdieu (2001), pelo *habitus*. Para compreendê-lo é necessário considerar os elementos que estão na sua constituição.

De sorte a permitir maior precisão na coleta de dados, inferências e interpretações foram eleitas categorias referentes à condição do homem contemporâneo, de modo a sistematizar a investigação da sua manifestação no ambiente do Mercado do Produtor de Juazeiro/BA. Quanto aos aspectos da velocidade

das interações, optou-se pela reflexividade e o risco a que está exposto, de forma especial nas relações econômicas e, ainda, a confiança no movimento de estruturação dos vínculos sociais no trabalho e que são objeto da análise do capítulo a seguir.

CAPÍTULO 3

VÍNCULOS MERCANTIS: RECORTES DE SOCIABILIDADES

O escopo deste capítulo se refere à vida cotidiana e visa a reconstituir aspectos da formação das sociabilidades presentes nas práticas dos indivíduos, na dimensão das relações produtivas geradas pela comercialização de produtos agrícolas. Suscita um olhar sobre alguns mecanismos sociais criados nas interações, suas manifestações e motivações.

Compreender o homem-coletividade em ação, na construção diária do *habitus* como “sistema das disposições socialmente constituídas que, enquanto estruturas estruturadas estruturantes, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto das práticas e das ideologias características de um grupo de agentes” (BOURDIEU, 2001 a, p. 191), que pela sua amplitude possui ampla gama de dimensões definidas pelas sociabilidades possíveis, formais e informais, no ambiente social.

A eleição da reflexividade e do risco como categorias de análise decorreu da necessidade de atender ao foco do estudo, pois caracterizam, em grande parte, a condição pós-moderna apontada pela literatura, em especial no que se refere à velocidade e fluidez (JAMESON, 2000; HARVEY, 2001), permitindo detectar a sua

pertinência na vida comum, onde as relações são cambiantes. Precisamente na constituição de interações voltadas para o trabalho, num ambiente carregado das vicissitudes de mercado e conflito de interesses em profusão.

Sistemas simbólicos em que a permutabilidade é acrescida de inconstância nas respostas obtidas, meras expectativas tornadas permeáveis ao novo e incondicionado, sujeitando aqueles que protagonizam as interações à aquisição da flexibilidade necessária ao melhor posicionamento possível.

Por outro lado, refletir sobre a confiança permite o contraponto, já que segue num diapasão oposto de sentido. Funcionando como estertor de tensões, permite vislumbrar em que medida os laços sociais são reforçados e como a coesão é mantida, na medida em que essa categoria está ligada à vida em comunidade e ao universo tradicional de reconhecimento do outro, como referente duradouro no jogo social.

A análise aqui realizada trata de elementos pinçados do *habitus* instalado no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, enquanto instituição de intercâmbio, usualmente caracterizada como comercial informal, dentro da cadeia produtiva agrícola do Vale do São Francisco, com o intuito de compreender sua vinculação a aspectos mais gerais que norteiam a sociedade e a pesquisa sociológica contemporâneas. Em outras palavras, a partir de um microcosmo singular, identificar a recorrência de categorias atinentes ao movimento da coletividade na construção das sociabilidades e como se manifestam na determinação dos vínculos entre os sujeitos. Interessa desvelar o que esse sistema pode dizer a respeito da natureza do vínculo mercantil e suas ramificações sociais, como meio para compreendê-lo enquanto parte do processo social.

A esse respeito, Bourdieu (2001c) fala de homologias estruturais presentes no contexto de uma sociedade, na ligação entre macro e microcosmo. Duas partes do

mesmo processo civilizatório, capaz de gerar lógicas diversas, mas não necessariamente excludentes.

3.1 Reflexividade. Usos do capital social e perícia no cotidiano.

Na atividade comercial, interagem compradores e vendedores, originando o mercado que, por meio de suas reais ou potenciais interações, determina o preço de um produto ou de um conjunto de produtos. O resultado das operações, seu produto final, é o total do montante arrecadado nas vendas subtraídos os custos operacionais. Deste modo, quanto maior a quantidade de transações, maior a possibilidade de permutar mercadorias e, por desdobramento, a obtenção de ganhos.

Em se tratando de mercados agrícolas com propensão a serem perfeitamente competitivos¹⁸, como no caso do Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, têm, como características inerentes, inexistência de barreiras à entrada e saída, indiferenciação das mercadorias, impessoalidade na dinâmica geral do processo econômico quanto à forma de determinação de preços, estipulados através da cotação diária dos produtos no movimento de auto-regulação do mercado (PINDYCK & RUBINFELD, 1999). Assim, seu movimento integra-se à dinâmica da cadeia produtiva, sincronizada aos movimentos dos mercados interno e externo.

Neste cenário de permutabilidade constante, a sobrevivência do negócio tem como forte fator de dependência uma capacidade de realização cotidiana de fechar as transações, de forma rápida, com garantia de margem de lucro. Esse movimento é realizado diuturnamente, como objetivo que organiza os espaços e a atuação dos

¹⁸ Mercados competitivos ou em concorrência perfeita existem “quando há muitos compradores e vendedores e nenhum deles, por si só, tem controle sobre o preço... Guardam ainda a característica de que os bens são facilmente substituíveis” (WONNACOTT; WONNACOTT, 1994, p. 62).

sujeitos, tanto individualmente quanto coletivamente, envolvendo todos os processos sociais vividos naquele âmbito, ainda que em horas específicas do dia venha a se acirrar o volume de transações concomitantes. Os participantes denominam essas de ‘horas quentes’, entre 05h e 12h, mobilizando todos os participantes sincronicamente, sejam comerciantes, compradores, ou simples carregadores, criando sociabilidades específicas para estruturação de vínculos mercantis.

Essa prática de movimento coletivo os comerciantes denominam *giro*, de fazer com que a mercadoria troque de mãos e resulte em lucro, objetivo da atividade comercial e dos sujeitos ali instalados. Especialmente dada a precibilidade dos bens, esse movimento é também muito comum nos supermercados, que encontram na rapidez da distribuição das mercadorias a razão de seu sucesso (CAVALCANTI et al., 2002).

A capacidade de fazer o *giro* está vinculada não só ao aporte de capital financeiro, mas também à rapidez de resposta manifesta pelo sujeito dentro do circuito comercial e às suas relações pessoais, características que os relatos a seguir destacam.

“_É o seguinte, aqui tá bom, mas também tem um detalhe... tem que saber negociar e ter alguns conhecidos” (M. S., 55 anos, comerciante de cenoura e beterraba, estabelecido no mercado há seis meses).

“_Pro cabra entrar nesse negócio hoje, se ele tiver vista com 30 ou 50 mil real dá. Se ele não tiver uma pessoa com a cabeça boa ele perde esse dinheiro todo. Eles sabe a quem compra, mas não sabe a quem vai vender. Aqui a gente só vende fiado.

...

_A mercadoria fica velha de um dia pra outro e se ele não vender já era, passou dois, três dia sem vender, babau. Às veiz eles arruma um lugarzinho e vai lá e vem cá, eu tenho pena” (L. B., 52 anos, comerciante de melão estabelecido no mercado há 15 anos).

Desta maneira, a velocidade influencia fortemente o cotidiano do homem simples, sobremaneira a forma de concepção de tempo e lugar nos relacionamentos voltados para a prática comercial. A fluidez, condição dos relacionamentos do homem pós-moderno, se incorpora como parte indissolúvel do processo de criação do universo de significação em que os indivíduos necessitam agir para a manutenção do espaço de relacionamentos. O fragmentário, o efêmero, o descontínuo, são incorporados como eternos imutáveis (HARVEY, 2001), não sendo passíveis de superação, mas uma imposição adaptativa. Embute tensão no convívio do duplo movimento de uma modernidade reflexiva em dois sentidos. O primeiro, da reflexividade estrutural das regras e imposições socialmente condicionadas; o segundo, da ação individual que reflete a si própria no escopo das narrativas de vida e relacionamentos de vizinhança (LASH, 1997).

Parece haver um grau de especialização de habilidade que influencia na comercialização, onde um aspecto relevante é o aumento do alcance do mercado, com impacto direto na amplitude e qualidade das transações, às quais se aplicam os princípios demandados por ele dentro de seu próprio *telos* específico. De forma precípua, coloca-se a manipulação do conjunto de informações disponíveis como instrumento de eficácia operacional no sentido de permitir alocação adequada de recursos e crescimento do capital, num consistente monitoramento do comportamento e seus contextos.

O saber adquirido no cotidiano desemboca em formas de regulação da condução do fluxo e aquisição de informações. Sobre este aspecto Bourdieu (2001 b, p. 226) afirma que “um dos móveis da luta simbólica é o poder do conhecimento, ou seja, o poder sobre os instrumentos incorporados de conhecimento, os esquemas de

percepção e apreensão do mundo social”, característica fundamental ao demarcar a possibilidade de efetivação das transações correntes e futuras.

Isso leva ao problema de formação das relações para estruturar o vínculo mercantil, admitindo-se que há uma variação nas avaliações dos comerciantes relativamente ao processo em si, alcançada pelas negociações de preço, explicitando as diferenças de valores associadas com as diferenças de qualidade, bem como a elasticidade da demanda.

Assim, é desenvolvido um sistema de trocas simbólicas em que a perícia se coloca como fator de extrema relevância na atividade, a indicar que os saberes comuns são desenvolvidos e requerem qualificação, uma capacidade específica adquirida via treinamento e descoberta dos elementos sensíveis na vida cotidiana (GIDDENS, 1991). Fator esse tratado pelos comerciantes como capaz de definir a sobrevivência dos sujeitos, devendo ser desenvolvido um sistema perito para as ações no sistema aberto de relações sociais (WEBER, 2000) ali travadas, em que impera a concorrência.

A experiência no tipo de trabalho é um indicador que demonstra esse processo, pois que em sua maioria os comerciantes já estão situados na atividade há dez anos ou mais, como demonstrado no Capítulo 2, Figura 2.

O preparo dos sujeitos não está diretamente vinculado a elementos de cunho formal, mas ao domínio de técnicas de negociação específicas para o trabalho que se mostrem eficazes, a envolver destreza no acompanhamento das dinâmicas inerentes ao processo como o depoimento a seguir revela.

“ Mas o que predomina é baixo nível cultural, né? Mas muita capacidade. Tem comerciantes que são extremamente inteligentes, são gênios no comércio... Você ser dotô num quer dizer nada. Pra ficar no comércio primeiro tem que saber comprar bem, porque se você comprar bem você consegue vender bem... Isso é uma grande complicação em hortigranjeiro ”

(A. C., 52 anos, comerciante de manga, ex-administrador do Mercado do Produtor durante 08 anos, estabelecido no ramo há 26 anos).

É possível então falar no desenvolvimento de um sistema perito que engloba ações voltadas para a constituição de interações específicas, onde a racionalidade do cálculo acompanha o processo de negociações. Nesse sistema, aparece como indispensável a capacidade de obter informações de forma rápida, mais precisamente de constituir uma rede de fornecedores e compradores nas atividades do dia-a-dia para a produção de bens substantivos que são também significações, a despeito dos interesses difusos dos demais sujeitos na dinâmica da coletividade.

A luta cotidiana é cognitiva no aspecto da apreensão do sentido do mundo social. Influencia no volume de contatos de cada comerciante a sensibilidade no reconhecimento do enquadramento dos produtos transacionados, quanto ao valor agregado e penetração no mercado naquele momento. Cabe-lhe direcionar, informar e orientar a percepção dos participantes nas interações, mesmo que no contato indireto e pouco duradouro. Admitindo-se que capacidade de análise e de ação caminham juntas.

A reflexividade, enquanto a capacidade de compreender as necessidades de alteração na interpretação e comportamento no sentido colocado por Giddens (1991), é uma característica aludida de forma recorrente nos discursos, necessariamente incorporada à sociabilidade que, ao requerer integração, vincula a obtenção de informação como item obrigatório para posicionamento eficaz no mercado, como se pode verificar no relato abaixo.

“_No início cê vai encontrar algumas dificuldades, cê num tem conhecimento... O conhecimento é o seguinte: aqui você concorre aí, passa a conhecer as pessoas que compram aquela mercadoria que cê vai

vender... aqui também num existe consideração de freguês. O negócio aqui é preço e mercadoria boa, qualidade e mercadoria. Mas aí com o passar do tempo cê vai pegando amizade, você sabe de quem pode pegar um cheque, um negócio” (M. N., 41 anos, comerciante de tempero seco e embalagens, três anos e meio no mercado).

Fazer-se perito está diretamente relacionado com a capacidade de obter informações confiáveis e atender às demandas *just in time*. São elas que permitem o direcionamento e a tomada de decisão num processo em que a comunicação ganha centralidade. A capacidade de conectividade torna-se o elemento primordial, em torno do qual giram as ações dos sujeitos, seja na transmissão de informações face a face, seja via a utilização de tecnologia da informação por meio de telefones ou *internet*. “Compreender, segundo sugeriu Wittgeinstein, é saber como prosseguir” (BAUMAN, 1999 b, p. 66). Vislumbra-se, assim, a condição de simbiose incorporada à sociedade no aspecto referente à integração ao ambiente, com atuação efetiva da tecnologia da informação, utilizando-se uma logística própria que define os espaços de intercâmbio.

“_O que facilita hoje no mercado e em todos os CEASA é a comunicação. Cê vê que a maioria tem celular e nós temos sempre disponível orelhões. Então sempre essas pessoas tá em atividade é através da comunicação.

Outra coisa, eles também fica na entrada do mercado para ver a entrada da mercadoria... tem um filho, um irmão, ele fica logo ali na saída. A mercadoria tá entrando ele já vai oferecer, ver a mercadoria de alguém para oferecer valores... são essas informações, o dia-a-dia, esses anos todos diz tudo. Porque cada dia que passa, quando quebra uns, aparece outros e assim sucessivamente e você vai aprendendo a quem vai vender” (C. A., 41 anos, funcionário da administração desde 1993).

O compartilhamento da informação aparece como elemento palpável do cotidiano, uma vez que vai nortear a conduta quanto aos cenários possíveis para compra e venda das mercadorias. Estabelece-se uma rede de informações que,

cotidianamente, permite o acompanhamento dos sujeitos em suas ações e demarcar as estruturas de poder e prestígio no grupo em função do sucesso nas negociações, transmutando capital simbólico em capital econômico, como expressão de uma sociabilidade organizada não institucionalmente (BIDART, 1998), porém em seus próprios termos. Norma interna das relações voltadas para o trabalho frente à diversidade dos fatores (FORSE, 1981) que as condicionam enquanto prática mercantil. Observe-se o testemunho a seguir:

“_Aqui na pedra é igual arrente fosse numa casa só, sabe? Que todo mundo vivesse naquela casa. Aí arrente saba a vida um do o. O o sabe do o, sabe como é?... Sabe quem tá bem, quem num tá, quem tá ganhando, quem tá perdendo, arrente sabe tudo...” (I. M. 49 anos, comerciante de uva, 08 anos no mercado).

Por outro lado, esse elemento de integração vai influenciar diretamente no critério de atribuição de preço, considerando-se oferta e demanda bem como qualidade e nível de preços aplicados pela concorrência. O funcionamento da rede requer dos sujeitos algum planejamento quanto a aspectos como abordagem dos fornecedores, sutileza na negociação de preços, colocação de prepostos em pontos estratégicos, de sorte a cobrir uma área suficientemente segura para posicioná-los de forma consistente e demarcando o senso de pertencimento ao grupo e de identidade.

Sobre os produtores e fornecedores de produto a perícia se faz também sentir na rapidez de colocação das mercadorias. De um lado, são alvo da disputa já que detêm a mercadoria; de outro, são ‘trabalhados’ pelo grupo que deseja coletivamente aumentar a margem de lucro via redução do investimento empregado na aquisição.

Desta maneira, a sua acessibilidade é controlada pela conveniência dos vendedores e funcionamento geral do mercado no momento de entrada da mercadoria. A relação é despersonalizada, na medida em que são transacionados elementos de cunho eminentemente objetivo como qualidade, preço e custo de oportunidade¹⁹, de forma a garantir o sucesso nas vendas.

De acordo com os relatos, são desenvolvidos mecanismos pelo grupo quanto ao tratamento dos fornecedores de mercadorias em favor de todos. Embora isto esteja limitado pela escassez ou abundância dos produtos e, ainda, pela demanda no mercado, há um componente da organização coletiva que, em certa medida, debilita a ação dos fornecedores, conforme pode ser observado no relato de produtores e fornecedores, abaixo.

“_Ali é um inferno, eles têm um sistema de comunicação que eu não sei como é. A gente chega e oferece a um, a outro. Mas eles só fazem é baixar. Aí você fica lá se sentindo mal porque vai fazer o que com aquele produto? Você é obrigado a vender... Eu demorei pra descobrir, perdi muita mercadoria ficava dois três dias até perdia. Então eles fazem um jogo com você entre eles lá, só de olhar um pro outro...” (P. S., 46 anos, produtor de coco e goiaba, vende no mercado há 03 anos).

“_Você entra meio às cegas... Se você vai vender pela primeira vez vender você fica à mercê dos que chegam ali, eles já têm todo um mecanismo. Manda um depois manda outro, tudo oferecendo. Manda um preço, depois outro com um preço mais baixo, aí você pensa: ‘tá ruim’ né? E aí você termina vendendo” (J. F., 42 anos, produtora de coco e manga, 06 anos de fornecimento ao mercado).

¹⁹ Custo de oportunidade é aquele dado em função da relação custo X benefício na aplicação dos recursos investidos, ou em outras palavras, é o “custo associado às oportunidades deixadas de lado por não se investir os recursos da empresa em projetos de máximos rendimentos” (PINDYCK; RUBINFELD, 1999, p. 753).

Neste cenário, leva-se em conta a importância da velocidade no cotidiano imposta ao mercado como componente das práticas e das representações, pois está em relação direta com o funcionamento da bolsa de mercadorias no restante do país. Sujeito, portanto, às vicissitudes do processo econômico, tendo em vista o seu perfil atacadista, atuando como centro distribuidor para o Nordeste e como canal de escoação para outras regiões do país. Produz uma intensificação da estratificação em que as relações se tornam permeadas de tomadas de decisão biográficas (GIDDENS, 1997), submetidas ao contexto, numa relação de sujeição.

Os comerciantes estão situados num cenário em que o microcosmo é constituído de relações dialéticas vinculadas aos demais espaços estruturais no campo econômico, o que força, em certa medida, sua reprodução. Trata-se da produção de relações que não permitem erros facilmente; a sua admissão implica na impossibilidade de operar.

Desta maneira, influi não apenas o custo. Em algumas oportunidades ele chega a ser desprezado em função da manutenção na rede de negócios, visando a uma recuperação futura. A possibilidade de permanecer inserido no processo parece ser tão significativa quanto ao resultado das operações em si, pois a conectividade na rede traz a possibilidade de, cedo ou tarde, ter o retorno esperado como o relato a seguir retrata.

“_É um jogo chamado. Esse mês, por exemplo, eu passei quase vinte dias trabalhando sem ganhar R\$1,00. Tem vezes que você passa até um mês... Trocando, perdendo de todo jeito. E aí quando dá certo recupera aquilo perdido” (G. R., 31 anos, comerciante de tomate estabelecido no mercado há 01 ano).

Tal qual a dinâmica geral do mercado dentro do advento da modernidade, em que a reflexividade “é introduzida na própria base da reprodução do sistema, de

forma que o pensamento e ação estão constantemente refratados entre si” (GIDDENS, 1991, p. 45) no Mercado do Produtor é necessário obter instantaneamente os dados e continuamente regular a sua participação no conjunto das transações efetivadas ou em vias de efetivação.

Diante da polissemia imposta pelo contemporâneo estilo de vida, importa a criação e manipulação de processos hermenêuticos reveladores dos conteúdos latentes (BAUMAN, 1999). O sistema de intercâmbios mercantis em ação no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA requer capacidade para lidar com as descontinuidades que lhe são peculiares, por tratar-se de relações voltadas para o dinheiro, gerando a despersonalização das interações já aludida por Simmel (1983). Entretanto, de outro lado, a perícia só é adquirida na e em função da coletividade, como decorrência dos vínculos constituídos pelo grupo.

A velocidade dos circuitos sociais que as relações comerciais são capazes de expressar impõe aos protagonistas das relações sociais o contato com múltiplos interesses, exigindo capacidade de adaptação ao movimento geral, o que demanda uma capacidade intrínseca de plasticidade na conduta. O sistema de interações pressupõe sentidos em construção, cabendo ao sujeito compreendê-lo e se agregar para poder influenciá-lo. Sobre a percepção do jogo social criada pelo *habitus*, Bourdieu (1996) vai colocar que

“Ter o sentido do jogo é ter o jogo na pele; é perceber no estado prático o futuro do jogo; é ter o senso histórico do jogo. Enquanto o mau jogador está sempre fora do tempo, sempre muito adiantado ou muito atrasado, o bom jogador é aquele que antecipa o que está adiante do jogo. Como pode ele antecipa o decorrer do jogo? Ele tem as tendências imanentes do jogo no corpo, incorporadas: ele se incorpora ao jogo” (Ibid., p.144).

O sentido de tempo e valor está relacionado com a informação enquanto meio de troca e de criação de valor. Neste contexto, a velocidade se estabelece como lógica de sociedade que atravessa as esferas da coletividade, obrigando uma integração forçosa ao contexto geral, na medida em que a dinâmica coletiva assim o requer. De acordo com a proposição de Ortiz (1998), é possível assim falar de uma categoria que está posta transversalmente na estrutura da sociedade, enquanto padrão cultural contextualizado nos domínios específicos das sociabilidades locais. Percebem-se os desdobramentos da ordem geral na organização da coletividade, ali constituída devido ao caráter cosmopolita que impregna a vida cotidiana.

3.2 Risco. O jogo do mercado.

A idéia do risco está vinculada a não compreensão da totalidade, cujos efeitos são sentidos por todos. Vincula-se também ao cálculo e à necessidade de segurança. Volta o sentido das ações para o futuro, de modo que opera na esfera do rompimento com o passado, em consonância com a propensão social à mudança que norteia o capitalismo moderno (GIDDENS, 2002).

O risco é um fator que se coloca como parte indissociável das relações econômicas, pois decorre da aceleração dos contatos e do aumento da quantidade de fatores a que estão expostos os sujeitos, como fenômeno social específico e comum. Assumir riscos está na base constitutiva da atividade mercantil, inserindo forçosamente assimetria no contexto de ações cambiantes para esse fim.

Aparece no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA como fator embutido nas relações, é elemento concreto e iminente. Sob vários aspectos pode ser encontrado nas relações sociais estabelecidas e, deste modo, vai demarcar as sociabilidades e

direcionar a ação dos sujeitos como dado de assimetria. Ao tensionar as interações, imprime a instabilidade como aspecto subjacente, lançando dúvidas sobre o ‘eterno ontem’²⁰ que sob muitos aspectos norteia os comportamentos.

Introduz a incerteza, fruto da difusão de interesses que se inter cruzam no ambiente social, não só por parte de compradores e vendedores na obviedade dos seus intentos de comprar ou vender pela melhor oferta, mas também das externalidades impostas, que afetam o sistema e sobre os quais não se tem controle, cabendo apenas contorná-los da melhor maneira possível.

Tais elementos se apresentam de vários modos, como por exemplo: safras mal sucedidas quanto à quantidade e/ou qualidade dos produtos, excesso de oferta ou a dependência da sua aceitação no mercado, não só o local, mas também em sincronia com outras regiões, como é o caso da competição com o melão de Mossoró/RN, além daquelas ocasionadas por fatores macroeconômicos conjunturais. O ‘jogo do mercado’ é também o ‘jogo das interações’, num processo que “a plena aceitação do risco é a própria fonte daquela energia que gera riqueza numa economia moderna” (GIDDENS, 2002, p.34). Tais fatores colocam os atores sociais em constante estado de alerta, considerando inclusive a inadimplência dos contratos firmados.

Observem-se as seguintes considerações:

“_ Feliz daquele que nunca tomou calote no mercado, se não tomou é porque nunca trabalhou no mercado” (C. D., 51 anos, funcionário da administração do mercado onde atua desde 1988).

²⁰ Eterno ontem como as certezas cotidianas, a repetição hoje do que foi ontem de modo a permitir estabilidade ao comportamento. Em sua análise sobre tradição Giddens coloca que “nós reproduzimos memórias de acontecimentos ou estados passados, e estas repetições conferem continuidade à experiência...” (GIDDENS, 1997, p. 81).

“_ Aqui é um jogo, você compra hoje, sempre vende. Agora nem que cê venda uma parte ganhando ôta perdendo ou empata” (G. R., 31 anos, comerciante de tomate estabelecido no mercado há 01 ano).

“_ Porque aqui se a pessoa não tiver cuidado e vender fiado aqui quebra de uma hora pra outra. O ano passado eu perdi R\$5mil e pouco só até o mês de setembro quando eu abri o olho... Quem sabe observar vai saber. Quem for só comprando e vendendo não sabe o que tá ganhando nem o que tá perdendo” (M. N., 41 anos, comerciante de tempero seco e embalagens, três anos e meio no mercado).

“_ Se você vacilar aqui chega um pessoal eles não tem palavra, tão aqui pra aventurar, compra mas não tem dinheiro pra te pagar, entendeu?” (A M., 63 anos, comerciante de mamão estabelecido no mercado há 05 anos)

Internamente o jogo de mercado funciona, em grande parte, com a entrega das mercadorias para recebimento posterior, pois o comprador não tem liquidez imediata e tem que repassá-las em outros pontos de venda para obter a remuneração e assim honrar os pagamentos. A característica de informalidade dos contratos inviabiliza o controle da inadimplência por meios legais, como títulos de crédito ou cobrança bancária, considerados, via de regra, ineficazes.

Por outro lado, os relatos apontam para que as relações assim se dêem de forma obrigatória, constituindo-se em regra convencionada no ramo em um regime de vendas em que o pagamento fica condicionado num acordo tácito à recolocação dos produtos no mercado. A aceitação da palavra como mecanismo institucionalizado expõe o negócio a fatores não controláveis de forma direta, elevando o risco e a tensão em torno da atividade, como coloca o depoimento.

“_ Mas é um negócio de altíssimo risco, é por ser muito informal, quer dizer, por ter a venda em cima de confiança, hoje é um negócio de altíssimo risco. É muito comum você vê um atacadista ganhar muito dinheiro em um ano e está quebrado no ano seguinte... Então o mercado é

de decisão rápida. Você tanto pode ganhar dinheiro rapidamente como pode se quebrar na mesma rapidez” (A. C., 52 anos, comerciante de manga, ex-administrador do Mercado do Produtor durante 08 anos, estabelecido no ramo há 26 anos).

Outro elemento importante a se considerar é que, por se tratar de material suscetível a rapidamente se deteriorar, seja pelo clima (que faz murchar e reduz o volume, pois os produtos em sua expressiva maioria não estão acondicionados em câmaras frias) seja pelo manuseio (que produz amassados e arranhões), causa uma depreciação qualitativa aos produtos, com comprometimento do valor de comercialização. Embutem a necessidade de rapidez no trâmite comercial sob pena de representar a sua perda, parcial ou total, bem como dos recursos investidos (FILGUEIRAS, 2000; COSTA, 2002).

Na acepção local, o comerciante pode ‘boiar’ com a mercadoria adquirida, que significa não colocá-la no mercado, ou fazê-lo com dificuldade. Deste modo, ao comprar ele está apostando na venda, numa escala de negociações invariavelmente passível de intercorrências. Atente-se para esses relatos:

“_Rapaz, às vezes perde 50 caixas, cem caixas, depende... Onte eu vendi a base de 19 caixa pro rapaz ali, hoje ele foi repassar tô vendo lá agora que só vai dar quinze, de um dia po ôto. Cê enche a caixa, no ôto dia ela tá baixa” (G. R., 31 anos, comerciante de tomate estabelecido no mercado há 01 ano).

“_Tem que conhecer a sua realidade... as pessoas vão aprendendo com o tempo né, com a convivência mesmo e tem problemas. Toda semana tem gente que boiou, com cebola com tomate, gente boiou. Boiou é ficar, não vender...” (F. Q., 54 anos, comerciante de frutas, em especial maçã e uvas, presidente da associação de comerciantes, 14 anos no mercado).

O quadro a seguir (Figura 3) demonstra o caráter perecível dos produtos que, após a colheita, têm um tempo relativamente curto para chegar ao consumidor final, levando-se em conta que a perda ocorre tanto em quantidade, quanto em qualidade. Devem ser considerados diversos fatores de estresse dos frutos que aumentam a possibilidade de deterioração no pós-colheita, tais como: manuseio inadequado com produção de abrasão ou corte, condições precárias de transporte e armazenamento, atrasos no transporte e também acúmulo de calor. Quando a maturação é atingida, o fruto alcança seu completo desenvolvimento fisiológico, momento em que a textura normalmente diminui, reduzindo a resistência ao manuseio e alterando seu aspecto, o que pode gerar sérios prejuízos na comercialização (CHOUDHURY, 2001).

FIGURA 4 - Quadro demonstrativo dos principais produtos comercializados no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA por tempo de deterioração*

Produto	Tempo de deterioração (em dias)
Banana	07
Batata inglesa	15
Cebola	40 a 60
Goiaba	10
Manga	07
Melancia	15
Tomate	07
Uva	07

Fonte: Pesquisa de campo

Dados: Administração do Mercado do Produtor/Relatos dos comerciantes

* Prazo limite estimado pelos comerciantes para comercialização dentro do mínimo desejável sem perdas consideráveis do capital investido, variável em função das condições climáticas.

A assimetria das informações é outra dificuldade a ser considerada no desempenho, na medida em que há parcialidade das informações acessíveis, creditada à rapidez e ao volume de negócios realizados, reduzindo a margem de segurança sobre até que ponto cada transação é a mais favorável. Existe uma consciência geral de que

o universo de ação é descontínuo, impregnado de oposições e conflitos de interesse, o que o torna hostil. Assim, “o risco se refere a infortúnios ativamente avaliados em relação a possibilidades futuras” (GIDDENS, 2002, p. 33).

Deste modo, o risco traz descontinuidade às relações, o que impõe o cálculo como um fator preponderante, já que é a partir dele que os sujeitos premeditam seus posicionamentos e ações. O cálculo aparece como estratégia de enfrentamento do risco, como medida de regulação e esforço, no sentido de estabelecer parâmetros confiáveis que balizem a ação. Em especial, por esta se inserir num contexto em que a desordem se instala como tônica do ambiente social pós-moderno (JAMESON, 2000; ANDERSON, 1999) consoante os processos que atingem a condição capitalista diante da globalização, revela interesses difusos e seguidamente contraditórios.

O risco é o fiel da balança, realinha as expectativas ao liberar as decisões (BECK, 1997) e torna a dimensão dos negócios repleta de suscetibilidades, trazendo a possibilidade de desordem em função da assimetria que limita o cálculo como coloca um dos comerciantes.

“_Aí o cara tem que entender mesmo do negócio e tá atento, senão em vez dele ganhar, faz é perder, que eu já perdi R\$ 5,00, com tanta prática que eu tenho, eu já perdi R\$ 5,00 num saco de cebola” (M. D., 59 anos, comerciante de cebola desde 1969).

A todo momento, a possibilidade da perda do capital é considerada, bem como a capacidade para lidar com ela, de forma natural, pois as relações são de risco por sua natureza. Oportunidade e perigo estão juntos, em equilíbrio, num mundo aberto em que vigora o contingente. Diante do que Beck vai asseverar: “os riscos, portanto, são infinitamente reprodutíveis, pois se reproduzem juntamente com as decisões e pontos de vista com que cada um pode e deve avaliar as decisões na

sociedade pluralista” (BECK, 1997, p. 20). Imprimem, pois, a desordem. Fragilizam a estrutura da ação calculada, da ordem que norteia o comportamento na experiência da incerteza e do movimento (BALANDIER, 1997).

A não permanência demarca, de forma indelével, a inserção do Mercado como parte do campo social, do *habitus* (BOURDIEU, 2001c) no ambiente de risco das trocas monetárias, como desdobramento abrangente dos mecanismos de mercado.

Para enfrentar o risco, recorre-se ao desenvolvimento de perícia na atividade como forma de minimizá-lo; entretanto, admitindo-se que a sua fragilidade está presente no processo, como elemento da sociabilidade traduzido pelos sujeitos como experiência.

“_ Tem que ter experiência, tem que se assujeitar ganhar e perder. Porque tem aqueles que só querem ganhar né, aí num fica entendeu? A gente fica porque a gente tem costume de ganhar e também perder” (J. M., 36 anos, comerciante de banana, estabelecido no mercado há 06 anos).

Considerando-se a concepção de Beck (1997) sobre o risco, tem-se a compreensão deste fator como intrínseco nas sociabilidades do ambiente globalizado enquanto lógica de sociedade, integrado a múltiplas dimensões que inserem a imprevisibilidade, forçando o cálculo como mecanismo de proteção individual e, ao mesmo tempo, impondo-lhe limites em função da ação coletiva.

Descontrole que abunda na dinâmica das relações voltadas para a lógica mercantil, no aspecto da impessoalidade e irrelevância dos indivíduos particularmente, levando a reformulação contínua do cálculo a respeito dos fatores constitutivos da economia de trocas monetárias, plena de significações simbólicas em que os sentidos não estão completamente dados, face à desconexão dos fatores que agem mutuamente nos processos sociais, influenciando negativamente a margem de controle.

Desconectam-se também os indivíduos, uma vez que o reconhecimento do outro se dá na direção da oposição de interesses, em um processo em que os vínculos pessoais de natureza solidária são desfeitos para atender a lógica do mercado. Vejam-se as falas:

“_Aqui ninguém é de ninguém...” (F.F., 56 anos, comerciante de amendoim, cestas e embalagens, estabelecido no mercado há 05 anos).

“_Na realidade é cada um por si, a disputa é acirrada, no sentido de vender mesmo e querer vender e... às vezes o cliente tá nas proximidades do outro tal e tá mostrando, dizendo o preço, o outro ali tá chamando e tal. Mas isso é de certa forma nós já estamos acostumado com isso, a gente leva de certa forma na brincadeira até pra essa coisa não ficar mais difícil ainda” (H. A., 44 anos, comerciante de manga, estabelecido no mercado há 04 anos).

“Nesse ramo de fruta é pior que cocaína, ninguém é de ninguém. Eu mesmo num tô gostando muito de quem planta melão. Esse é o ramo mais fraco que pode existir, ninguém é de ninguém, ninguém tem palavra” (L. C., 52 anos, comerciante de melão, estabelecido no mercado há 15 anos).

As identidades são descentradas na medida em que os laços pessoais são decompostos pela lógica mercantil, a exigir atuações focadas em resultados específicos alcançados, de modo preferencial, apenas individualmente, em função do aspecto concorrencial do mercado, deslocando-se pela experiência da dúvida e da incerteza (HALL, 2002). Torna os vínculos sociais fugidios, minando a sua consistência em termos de laços duradouros, numa lógica em que prevalece o interesse do retorno financeiro. A essa perspectiva soma-se a necessidade de estar com o outro, não de forma altruísta, mas como fruto da natureza sociável das relações.

3.3 Confiança. O jogo social no giro do mercado.

A palavra confiança remete a sensação de proteção, de pertencer a algum lugar em que aja acolhida em caso de real necessidade, a uma comunidade. Afigura-se como potência de realização, está localizada no futuro como objetivo esquivo diante do estado de permanente insegurança, que inviabiliza planos individuais (BAUMAN, 2003).

O pertencimento a uma comunidade pressupõe um sistema de atributos e relações, no qual os indivíduos participam, direta ou indiretamente, dos interesses comuns (BOUDON; BOURRICAUD, 2001). Apresenta-se como uma realização de segurança, numa relação de tensão com a liberdade de ação individual, dentro do processo de compartilhamento de aspirações.

A lógica de comunidade, vinculada ao sentido de identidade e pertencimento ao grupo, pressupõe elementos de solidariedade construídos nas interações, dado que são garantidores da coesão social (WEBER, 1997, 2000). Estabelecer redes sociais que se configurem válidas torna-se fundamental, por serem meio de acesso a informações, bem como de satisfação de eventuais necessidades mútuas como pressuposto, o que leva a um processo de acúmulo de capital simbólico (BOURDIEU, 2002).

O intercâmbio se estende para além do simples cálculo utilitário, englobando a capilaridade dos relacionamentos, a aquisição de capital social, de poder de relacionamento e de construir imagens positivas sobre si para fortalecer posições intragrupo. Segundo Fukuyama (2000), capital social é aquele que se estabelece no conjunto das interações, constituindo-se na capacidade dos sujeitos de compreender e se inserir na dinâmica do jogo social, são “normas informais que

promovem o comportamento cooperativo” (*Ibid.* p. 39) como se observa nos relatos a seguir.

“_Pra entrar aqui é preciso primeiro ter o espaço... E, claro, um capital de giro e tal, começar é... esse elo de amizade com os colegas, porque nós sabemos que é necessário...” (J. P., 47, comerciante de batatas, 19 anos no mercado).

“_Aqui são todo mundo família... Ser família é conversinha, a gente saber conversar. A pessoa as veiz num tem uma coisa, vem aqui tá vendo a gente troca. Tem freguês mas num tem, aí diz : ‘vai lá, pá fulana’. O vizinho da gente aqui é assim.” (E.M., 40 anos, comerciante de alimentos, 04 anos no mercado)

Cumplicidade e expectativa de contraprestação também fazem parte das sociabilidades ali estabelecidas, materializadas no ‘andar direito’, que conforme a acepção local está em relação direta com a valorização da palavra empenhada e honestidade no cumprimento dos compromissos. Nada mais é que o reconhecimento de um capital tão relevante quanto o capital monetário, capaz, inclusive, de viabilizá-lo.

O sistema simbólico exerce um poder de conformação de condutas em função de uma ordem *gnoseológica* (BOURDIEU, 2001c) que tende a compreender a perícia não só como capacidade técnica de negociação, mas também como capacidade de efetivar relações impregnadas de uma solidariedade específica que torna possível o vínculo entre os comerciantes.

A denegação do interesse prático não é um simulacro, mas uma necessidade para que os negócios prosperem, numa conversão de capital simbólico em capital econômico. Sobre esse processo Bourdieu adverte que “existe lugar para a acumulação do capital simbólico, como capital econômico ou político denegado,

irreconhecido e reconhecido – portanto, legítimo -, crédito capaz de garantir, sob certas condições e sempre a prazo, ganhos econômicos” (BOURDIEU, 2002, p.20).

Dentre as características mais relevantes, os relatos apontam, além da honestidade, a competência de estar inserido numa rede eficaz de favorecimento ao negócio, explicitada, por exemplo, na possibilidade de pequenos empréstimos para capital de giro. Necessidade que pode se manifestar a qualquer momento, devido à volatilidade das transações, continuamente refeitas dentro do ‘giro’ do mercado. Os mecanismos de proteção estão vinculados a redes de solidariedade, criam formas de sociabilidades específicas como meios de estruturar o vínculo mercantil onde a possibilidade de reversibilidade _ leia-se obrigação e interesse _ está sempre presente (BOURDIEU, 2001a) conforme evidenciado pelos relatos.

“ _ Aqui o jogo é rápido. E dinheiro aqui, cê tá precisando de R\$500,00 aí você não tem, aí você vai num colega, arruma. Quando é amanhã você tem dois mil pra emprestar a ele. O jogo aqui é assim, qualquer um empresta pro outro ” (V. A., 60 anos, comerciante de pimentão, estabelecido no mercado há 21 anos).

“ _ Eu diria que amigo ali não tem não mas tem cumplicidade. Um ajuda o outro, muitas vezes fornecendo uma mercadoria, uma coisa. E você vê, qualquer problema eles estão juntos ” (J. F., 41 anos, segurança do mercado há três anos).

A confiança aparece como fator que dá coesão às redes de interação, de modo que as sociabilidades adquirem sustentabilidade, especialmente por demarcarem o papel de cada um no processo de relacionamento. Posições referidas ao poder econômico, dependente da correspondência entre a riqueza e um campo de relações econômicas. Giddens vai defini-la como

“crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema, tendo em vista um dado conjunto de resultados ou eventos, em que essa crença expressa uma fé na probidade ou amor de um outro, ou na correção de princípios abstratos” (GIDDENS, 1991, p. 41).

A manifestação da confiança como item necessário na estrutura dos relacionamentos, aponta para a constituição de um élan moral que vincula os indivíduos, mesmo em situação de concorrência, dando-lhes sentido de pertencimento, que materializa a coesão social na dinâmica intra-social (MAUSS, 2001). As ações solidárias parecem funcionar como estratégia de enfrentamento do risco em que a confiança é meio de conferir competências; aquele que se afasta dela será rapidamente chamado à ordem.

Os limites da ação individual no mercado ocorrem pelo julgamento que se forma e é manifesto pelo coletivo na avaliação integral da conduta e na prescrição de princípios para o comportamento, especialmente entre os participantes do mesmo grupo, como demonstrado a seguir.

“_ A confiança a gente ganha falando a verdade, sendo verdadeiro, nós também procuramos cooperar com os outros ... As vezes o colega se ausenta e pede, as vezes a gente colabora e essa colaboração de certa forma sempre que há uma certa reciprocidade no sentido de que eu ajudo o colega, o colega me ajuda ... Cê observa é ... os colega mais distantes que geralmente já tem seus grupo, né? Cada um já tá mais apegado, mais próximo, mais familiarizado com outras pessoas...” (L. R., 36 anos, comerciante de banana, 02 anos no mercado).

“_ Eu confio naquelas pessoa, as pessoa que anda com os papel direito, que trata, que cumpre, quer dizer nessas pessoa aqui e pelo tempo que eu tenho vivido eu sei o seguinte: que quando, é o tipo da coisa, quando a pessoa é direito, quando ele vim faiá numa coisa é porque na verdade ele vai te contar uma verdade que aconteceu de errado com ele, que não deu certo...E a coisa mais pió que eu acho num é quem trata e não cumpre” (J. A., 60 anos, comerciante de cebola, no ramo há 47 anos).

“ _ A base do negócio é a confiança, mesmo que você não ganhe dinheiro, mas você ainda arruma um dinheiro aí. Eu mesmo se não tenho um conto, posso chegar aqui a qualquer hora, tomo emprestado e pago os juros. Bota R\$100,00, R\$ 500,00, R\$200,00 e vamos fazer um comércio assim de uma hora pra outra” (L. B., 52 anos, comerciante de melão, 15 anos no mercado).

De modo bastante significativo, aparece o elemento da honra como parte relevante da economia de trocas simbólicas tradicionais, enquanto estratégia não banida pelo mercado. Os homens de respeito podem ir ao mercado tendo apenas o seu rosto como elemento de troca de crédito e de confiança. Constitui ficha simbólica efetiva, meio de intercâmbio circulável e de encaixe, pois são capazes de concluir um negócio sem desembolsar um centavo, decorrente de sua reputação. Afigura-se como fator concorrente para a legitimação da identidade.

A confiança de que usufruem reflete o seu capital social, as qualidades estritamente pessoais além de riqueza e da solvência que funcionam como meio efetivo de troca nas relações objetivas. De fato, situa-se numa linha intermediária entre os extremos do cálculo e da boa fé. Ao analisar tal característica, Bourdieu (2002) lembra sua desconexão com motivações altruístas, mas como elemento de reforço que se estabelece no mecanismo de totalização do sistema de trocas monetárias.

Com relação ao cliente, este aspecto também se manifesta, pois para garantir mercado também é necessário adquirir confiança, em que pese não haver garantia de que o cliente voltará, funciona como indicador desta possibilidade.

“ _ Ôta, você tem que vender o que é bom e falar a verdade a ele que ele confia. Tem gente que chega aí e diz: ‘ _E aí você tem isso? Como é? É boa, é média ou é fraca’. Eu digo. Ele leva porque confia. Pior que tamem tudo é confiança... Essa semana mesmo teve uma mulher que atrapalhou eu

vender, eu fiquei sorrindo, eu fico mangando, eu nem tô aí. Porque na outra semana o freguês que está acostumado a comprar a você, que você só vende a ele e garante, ele vem te comprar outra vez. Aqui é isso” (G. D., 49 anos, comerciante de melancia, estabelecido no mercado há 18 anos).

A concorrência pelo mercado configura-se tanto na aquisição, na disputa pelos fornecedores de produtos de melhor qualidade, quanto na venda. A coexistência do outro é compreendida como fator natural da ordem convencionada vigente. Tanto nos boxes, barracas ou *pedras* a atitude de aceitar o contraditório como parte do jogo social obriga a que se trabalhe com o interesse difuso, sem negar a possibilidade de inviabilização dos relacionamentos. Os encontros mais informais, em geral à hora das refeições, funcionam também como momentos de distensão das tensões, além da troca de informações sobre o panorama do mercado, invariavelmente do interesse geral.

Outra forma detectada sobre a possibilidade de ajuda mútua é a garantia pela palavra. Como os negócios são informais e muito rápidos, às vezes no espaço de poucas horas, a simples demonstração de que, a despeito do comerciante não possuir dinheiro, tem o hábito de cumprir suas promessas atestado por outro comerciante, o avalista, funciona como poderoso instrumento de inserção de um sujeito na rede de crédito. É mais efetivo do que papéis, a exemplo de cheques ou notas promissórias. Observem-se os seguintes depoimentos:

“_ E também falando de companheirismo no relacionamento, eles são bons, mas tem momento que eles fervem. ..Agora são muitos anos de amizade entre eles aí na pedra e costuma um dando força ao outro, sempre ... eles bebem junto, até porque quando termina, eles vendem as mercadorias, já não tem mais a mercadoria nós temos vários restaurantes aqui dentro do mercado, eles ficam papeando, até falando

sobre a mercadoria, o dia-a-dia do mercado. Pra quem vendeu, pra quem deixou de pagar....”

“_ Olha, ajudar, ajudar diretamente assim não, mas dá uma força... Eu não vou te dar dinheiro, mas se você precisa comprar uma mercadoria então tem um apoio moral. Diz: ‘o rapaz caiu aí, mas nós confia nele, pode ir’. Então você dá um apoio, como se você tivesse sendo um... um avalista. Pelo meno verbal. E acontece isso e também o cidadão se erguer novamente. Graças a Deus tem acontecido isso aqui, muitos quebram mas se erguem novamente” (C. D. 51 anos, funcionário da administração do mercado onde atua desde 1988).

Em que pese a disputa acirrada, existe um esforço coletivo no sentido de respeitar o espaço mútuo, sem que se perca de vista o aspecto da esperteza do negócio. Assim, os comerciantes estabelecem uma estrutura que admite a controvérsia, a diversidade, mas, ao mesmo tempo, procura preservar o elemento do senso de solidariedade.

“_ É aquela disputa que você vê lá na Bolsa de Valores, um empurrando o outro e tal, mas ninguém briga não... A grande disputa é em cima do produtor, que é ele que tem a mercadoria” (J. L., pesquisador da Embrapa com estudos no mercado sobre formação de preços).

“_ Se a gente conversa e o outro abre, se ele fala azar o dele. Faz parte do jogo no mercado né?... Mas aí a gente é amigo, num fica mágoa não que o mercado é assim, se ele fala sabe que a culpa é dele que disse” (Z. L., 43 anos, comerciante de batata inglesa, atua no mercado há 23 anos).

“_ É o seguinte, eu não vou chamar o seu freguês, eu tô aqui na minha banca, a senhora tá na sua. Freguês chegou na sua tá na sua, eu não vou me adiantar pra chamar ele pra minha. Agora se ele sair da sua banca e vai passando eu digo: ‘ô freguês eu tenho um precinho bom aqui. Olhe aqui, venha aqui. Num deu certo lá não?

....

Então nós não pode chamar criente de ninguém, tem que esperar ele sair do cumécio lá, compre ou não compre pra gente poder conquistar...” (M. S., 55 anos, comerciante de cenoura e beterraba, 06 meses no mercado).

O funcionamento do campo remete à produção de um *ethos* singular que constitui o produto da interiorização de um conjunto de esquemas de ação, concepção, percepção e apreciação objetivamente disponíveis na formação social que dá a característica do *habitus* como um campo de socialização, como “um corpo estruturado, um corpo que estruturou as estruturas imanentes de um mundo ou de um setor particular desse mundo, de um campo, e que estrutura tanto a percepção desse mundo como a ação nesse mundo” (BOURDIEU, 1996, p.144).

É possível perceber que o ambiente está carregado de ambivalência, de modo que o fato social é total na medida em que a lógica de comércio não suprime a lógica de grupo que necessita de confiança para perpetuar os demais membros, mesmo que, no futuro próximo, seja um concorrente. No relato a seguir é delineada a lógica paradoxal estabelecida.

“_ Aqui a gente tem colegas. Amigos você pode contar, o amigo ele é fiel. É colega é assim, só conversa né? (E.C., 56 anos, comerciante de verduras e ambulante de lanches desde 1998).

Mas, em seguida, ao falar sobre solidariedade diz:

“_ Quando ele quebra às vezes ainda acha alguém ainda que tenha confiança e começa a fornecer, mas só que fornece e recebe de imediato. Assim que terminar de vender vem pega o dinheiro. Ainda dá uma chance ainda”.

Na relação entre os concorrentes há uma verdade, a separação entre bem e mal, amigos e inimigos, não está clara, é potencial. Recorrendo a Simmel (1983) é possível afirmar que o conflito está na forma arquetípica de sociação, é parte da sua matriz. Cada elemento da coletividade tem seus próprios oponentes individuais, mas

esse oponente é também coletivo, o que leva à união e formação de grupos. Assim se posiciona:

“O conflito pode não só elevar a concentração de uma unidade já existente, eliminando radicalmente todos os elementos que possam obscurecer a clareza de seus limites com o inimigo, como tende a aproximar pessoas e grupos, que de outra maneira não teriam qualquer relação entre si” (SIMMEL, 1983, p. 157).

Os relatos sobre as interações levam a inferir que seu modo de funcionamento não está limitado exclusivamente pela lógica simétrica do cálculo, mas também por outros elementos que agregam valores como confiança e solidariedade, resgatando uma lógica de comunidade que até certo ponto ameniza as vicissitudes de mercado a que estão expostos os sujeitos coletivamente, pois estão na esfera de convívio com o estranho, o indefinível, capaz de solapar a possibilidade da sociação (BAUMAN, 1999).

Interesse e desinteresse operam de forma flexível no sistema simbólico instituído no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA. Neste particular, a ação dos agentes no jogo social os incorpora ao seu sentido como prática do mecanismo social de reprodução. Deste modo, é possível destacar o argumento levantado por Bourdieu (1996), de que remeter tudo a finalidades lucrativas é provocar uma redução dos objetivos da ação a finalidades meramente econômicas, mesmo num campo eminentemente econômico como o das relações comerciais enquanto prática profissional.

Fica perceptível a presença de elementos da classificação apontada pelo esquema weberiano de ação social, carregada de sentido em relação ao outro, em dimensões diferenciadas. Numa racionalidade vinculada a fins específicos e diretamente mensuráveis e outra vinculada a valores, na esfera da “ação real,

influenciada por irracionalidades de toda espécie (afetos, erros), como ‘desvio’ do desenrolar a ser esperado no caso do comportamento puramente racional” (WEBER, 2000, p. 5).

O sistema instituído coloca os sujeitos numa relação em que o conflito parece ser atenuado pela confiança, ante a necessidade de dar coesão às sociabilidades e dessa maneira garantir a existência do grupo e, por extensão, a individual. O ambiente comporta diferentes racionalidades com motivações não necessariamente lineares para a ação social e nem sempre facilmente definíveis.

Por conseguinte, é possível inferir que operam duas lógicas no sistema de trocas simbólicas: a lógica mercantil que desvincula, gera o anônimo, o estranho, de acordo com a qual dar e receber devem ser proporcionais, baseando-se na utilidade e interesse. De outra parte, a ela é acrescida uma lógica moral que funciona como mediadora nas relações, em que a dádiva positiva impregna as relações de confiança no sentido de estar junto, de compartilhar os mesmos elementos valorados, vinculando os indivíduos.

Os agentes sociais envolvidos em seus afazeres têm a sua prática inscrita no jogo social, de modo que a contraprestação complementa o movimento da dádiva. Dar, receber e retribuir se apresentam como parte do conjunto de interesses coletivos que florescem nos relacionamentos. À racionalidade instrumental, somam-se dimensões simbólicas como resposta aos desafios do cotidiano de análise e enfrentamento das contingências.

Os indícios apontam para um jogo ambivalente que incorpora a diversidade do fenômeno social do intercâmbio, visto que são inseparáveis as categorias envolvendo atos econômicos e atos sociais. Velocidade, reflexividade e risco, enquanto categorias explicativas, estão presentes nas práticas cotidianas. São vividas

no jogo social como parte das sociabilidades que estruturam os vínculos mercantis, carregados de fluidez como parte da orientação comum das relações.

Noutro sentido o tradicional se incorpora, mediante a sua admissão enquanto práticas de solidariedade, como “cola que une as ordens sociais pós-modernas” (GIDDENS, 1997, p.80), retomando o passado e ao mesmo tempo apontando para o futuro. Deste modo o cenário é carregado de antinomias, oposições não excludentes que se influenciam mutuamente, como parte do movimento geral da coletividade que admite uma validade múltipla de referentes nas formas de sociabilidades constituídas.

Revela-se a presença da solidariedade como estratégia para enfrentamento do contingente, dentro das antinomias da pós-modernidade, num cenário onde a tolerância da convivência no mercado fragmenta, em vez de unir. Contrapartida ao aspecto econômico e interessado no sistema dos grupos, a confiança no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA é uma categoria que se põe como parte necessária das relações sociais, apontando para a existência de uma ambivalência na base das sociabilidades ali instituídas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Mercado do Produtor de Juazeiro/BA coloca-se como parte da dinâmica geral que altera e realinha a atuação dos agentes voltados para o processo que envolve uma nova concepção de trabalho no segmento de comercialização, como parte da cadeia produtiva do sistema agroalimentar do Vale do São Francisco.

As formas que as sociabilidades tomam naquele ambiente fazem parte de duas lógicas que se entrecruzam no processo de integração dos comerciantes, a de comunidade e a de sociedade. A primeira, retrata o tradicional, fundamentando o sentido de pertencimento experimentado pelos comerciantes, cuja motivação está estritamente vinculada a uma ordem regulamentar de conduta voltada para ações de solidariedade não altruístas de caráter moral; a segunda, o moderno, estribado em ligações de interesse calculado.

Os sujeitos estudados revelam, nas suas ações, a existência de vínculos que apontam para a construção de um *habitus* que institui comportamentos ambivalentes. As relações interpessoais estão permeadas de elementos que transcendem o cálculo, onde o conflito e a disputa são encarados como naturais.

Ainda que o mercado esteja voltado, na sua essência constitutiva, para a obtenção de vantagens econômicas, os sentidos empregados às ações estão para além daquelas. As relações comportam simetria e assimetria concomitantemente.

Os múltiplos sentidos do cotidiano do trabalho no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA permitem estabelecer inferências acerca da racionalidade das ações sociais, voltadas para fins estritamente definidos, em que a lucratividade ocupa lugar central. Atingir os fins requer compreensão do ambiente de forma rápida, reflexiva, acompanhando a velocidade das interações e considerando os elementos internos e externos ao microcosmo, de modo que o cálculo é elemento fundamental para análise e posicionamento dos sujeitos. Vai atingir a definição da oportunidade dos investimentos, escolha dos produtos nos itens qualidade e quantidade, além de colocação de preço.

Em que pese, na estrutura do vínculo mercantil, o fator econômico se constituir como causa necessária, enquanto referente do elo de ligação das relações voltadas para o trabalho, existem outras motivações para a ação social que vão estar presentes na abrangência do *homo socius*, conforme já colocado por Weber (1997) ao definir a sua tipologia das ações sociais.

Na sua configuração, os laços de relacionamentos sociáveis vão demonstrar que, no seu delineamento, é relevante considerar o significado dos bens e dos usos simbólicos de natureza tradicional²¹, partindo-se do pressuposto de que o capital social é também considerado indispensável para obtenção de eficácia nas redes de interação.

Os depoimentos apontam que o nexos no vínculo mercantil está posto de forma multidimensional. Se, por um lado, a lógica mercantil gera o estranho, o anônimo; por outro, o seu estabelecimento está posto num contexto de maior amplitude na formação da sociabilidade no trabalho; as relações preexistem e devem

²¹ Segundo Belshaw (1968), a economia tradicional está mais voltada para a satisfação de necessidades sociais em detrimento da maximização dos recursos e do lucro.

sobreviver à troca (BOURDIEU, 2002). Neste sentido, o que circula na sociedade permite a coexistência de vários tipos de interesse paradoxais, ambivalentes.

A questão da ordem, intolerante aos elementos conflitantes do ‘caos’ devidamente polidos pela cuidadosa admissão e assimilação de limites, tornou-se um exercício de força e vontade proporcionado pelo uso do cálculo (BAUMAN, 1999). Em contraposição ao projeto inicial, o racional iluminista tem que conviver com o movimento entre ação e estrutura como partes da mesma totalidade, estatuidando uma condição dinâmica da desordem como parte da ordem. É importante compreender o incessante “jogo duplo das forças da ordem e da desordem, e dos símbolos pelos quais operam” (BALANDIER, 1997, p.19).

O ‘tradicional’, vislumbrado nas relações de confiança com base na palavra e troca de contraprestações solidárias, acresce assimetria aos processos de interação e construção de sociabilidades entre os sujeitos ali estabelecidos, na medida em que limita o cálculo puramente racional, que passa a admitir em sua matriz de análise cumplicidade, camaradagem, solidariedade, melhor dizendo, valores na formação de parcerias no trabalho.

A concorrência ali instalada demarca relações de oposição. Perder as disputas significa perder capital, vital para continuidade das operações mercantis, em especial quando o capital de giro é pequeno. Assim, o risco também é fator que vai tocar na concepção das relações, seja em função das vicissitudes gerais do mercado, seja pelas limitações impostas pelo tipo de mercadoria transacionada.

Como elemento de grande significação está a reflexividade, no sentido empregado por Giddens (1991), como movimento de readequação incessante de comportamento para acesso a produtos e clientes, oportunidades de concretização de negócios ou, ao menos, de se manter integrado ao jogo social.

Ponderar acerca das contingências do cotidiano requer competência técnica, uma qualificação do saber comum, de modo a possibilitar a inserção e manutenção das redes sociais. Criou-se um sistema perito que, para ser penetrado, deve ser reconhecido e apreendido, englobando elementos de um universo simbólico que, se desprezado e reduzido a elementos puramente voltados para a finalidade econômica, pode levar ao fracasso. Relações de dívida e dádiva se apresentam, conforme um dos entrevistados:

“_ Se o cara entrar aqui pensando só em ganhar ele se quebra. Prá ficar no mercado tem que fazer amigo, tem que vender fiado entendeu? Tem que fazer tudo isso... É andar direito, saber resolver as coisa, trabalhar direitinho... Principalmente ser honesto e ter amizade” (J. M., 43 anos, comerciante de manga e maçã, estabelecido no ramo há 17 anos).

É interessante ressaltar a recorrência nos relatos da confiança no funcionamento do sistema simbólico: o sujeito é matriz no seu comportamento, todavia, ao mesmo tempo, é moeda (ELIAS, 1994). A formação de laços, nos quais a confiança e a palavra dada são a materialização da solidariedade, apresenta-se como de fundamental importância para amalgamar as relações sociais, bem como a uma rede confiável de parceiros no trabalho, que trocam prestações de favor entre si.

No caso do vínculo no trabalho, enquanto sociabilidade secundária, as relações são, em princípio, funcionais, o que implica dar e receber de forma simétrica, onde o cálculo redonda em condição para o enfrentamento da concorrência, da disputa. Entretanto, as convivências também estão impregnadas de confiança, uma característica que complementa as trocas simbólicas.

Tem-se, portanto, um sistema de dádivas em que rivalidade e solidariedade coexistem, socialmente justificadas, já que florescem nos relacionamentos como

decorrência do processo de constituição do vínculo mercantil. Desdobra as contingências dos novos mundos do trabalho da sociedade globalizada a exigir integração, rompimento de estruturas pré-formadas, forçando o acompanhamento das estruturas coletivas gerais que determinam posições no jogo do mercado econômico e, por conseguinte, dos sujeitos que as integram, indicando a recorrência de homologias estruturais conforme Bourdieu (2001 c) coloca.

Categorias como velocidade, reflexividade e risco se manifestam, ao mesmo tempo em que outras, como a confiança, a amizade e o uso da palavra como referente. Um movimento que revela que a ordem social admite também elementos que a princípio parecem aleatórios, mas que seguem lógicas próprias, como no processo analisado.

Convivem, lado a lado, variantes da atitude moderna, com interpenetração de áreas superpostas (ORTIZ, 2001) numa justaposição temporal do moderno e do tradicional na esfera das sociabilidades.

A complexidade do ambiente provoca o contato com estruturas múltiplas de referentes concomitantemente válidos. A dimensão da totalização do fato social é atingida ao integrar-se cálculo e aparente desinteresse como razões práticas de conduta. Também permanecem aspectos e sentidos da tradição, desconstruindo, mesmo parcialmente, a lógica do cálculo utilitarista ao admitir a *res extra commercium*.

Determinações materiais e simbólicas que dinamizam as estruturas sociais, historicamente contextualizadas. Daí, é possível inferir que a funcionalidade está em relação com um esquema cultural seletivo, organizado a partir de um conjunto de possibilidades, de modo que a produção racional visando ao lucro se move junto com a produção de outros valores. O que nos remete à definição ambígua do termo valor,

“... que pode referir-se ao preço de alguma coisa, ao seu significado (como conceito diferencial de uma palavra), ou de uma maneira geral como tudo aquilo de que as pessoas gostam por motivos morais ou monetários” (SAHLINS, 2003, p. 212).

Aquilo que torna suportáveis as trocas objetivas, como uma série de atos descontínuos e livres, é a experiência propiciada pela troca do dom. De um lado, o egoísmo do interesse calculável pelo produto obtido nas ações; de outro, o desinteresse com atos livres e generosos (BOURDIEU, 2001 b). Revela-se como condição necessária na coexistência cotidiana do comportamento sociável, por guardar a característica de amalgamar as ações dos sujeitos e forjar condições para a sociabilidade.

A ambigüidade detectada nas relações sociais que têm lugar no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA, dentro da sua singularidade, mimetiza o fenômeno de insolvência da classificação que separa nitidamente amigos de inimigos, o bem do mal, pela admissão do estranho, no eixo central da modernidade. Pois, “definir a estranheza como fenômeno cultural é o ponto de partida de um processo que leva inexoravelmente à ‘revelação’ de que a ambivalência não pode ser eliminada da existência...” (BAUMANN, 1999 b, p. 83).

Da complexidade dos aspectos das sociabilidades aqui analisados, é possível inferir que as ações sociais estão para além de motivações puramente voltadas para resultados econômicos. Entrementes, ao incorporarem aspectos gerais que estão contextualizados historicamente como velocidade, reflexividade e risco, incorporados ao cotidiano do trabalho, as práticas dos comerciantes apontam para a possibilidade da existência de homologias estruturais, via categorias transversais, da

condição do homem “pós-moderno”, sujeito e objeto em que é construída a diversidade.

Como demonstrado, evidencia-se que traduzem, através da sua singularidade no cotidiano dos sujeitos no âmbito das ações de intercâmbio mercantil, o entrelaçamento de elementos que permite uma lógica de organização das relações sociais referida ao processo produtivo contemporâneo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTENBURG, Tilman et all. (2001), *Modernización económica y empleo en América Latina. Propuestas para un desarrollo incluyente*. Santiago, CEPAL – Série Macroeconomía del desarrollo.

ANDERSON, Perry. (1999), *As origens da pós-modernidade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

ANDRADE, Thompson Almeida; SERRA, Rodrigo Valente. (2000), “Desempenho produtivo dos centros produtivos da rede urbana brasileira no período de 1975-96”. *Revista Econômica do Nordeste*, 31, 41: 1018-1032.

ARON, Raymond. (1982), *As etapas do pensamento sociológico*. São Paulo, Martins Fontes; Brasília, UNB.

ANTUNES, Ricardo. (2000a), *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. São Paulo, Cortez; Campinas, UNICAMP.

_____ (2000b) *Os sentidos do trabalho*. 3ª edição, São Paulo, Boitempo.

BALANDIER, Georges. (1997), *A desordem: elogio do movimento*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.

BANCO DO NORDESTE. (2000), *Segmento fruticultura irrigada: os casos das regiões de Petrolina-Juazeiro e norte de Minas Gerais*. Relatório final, Fortaleza.

BARBOSA, Anna Christina Freire. (2003), *Comércio informal na cadeia produtiva agrícola*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Ceará, digitado.

BARDIN, Laurence. (1997), *Análise de conteúdo*. Lisboa/Portugal, Edições 70.

BARROS, Ricardo Paes de; HENRIQUES, Ricardo; MENDONÇA, Rosane. (2001), “A estabilidade inaceitável: desigualdade e pobreza no Brasil”. *Texto para discussão*, 800, Rio de Janeiro, IPEA. Disponível em: www.ipea.gov.br. Acesso em: 07 ago.2001.

BAUDRILLARD, Jean. (1996) *A troca simbólica e a morte*. São Paulo, Edições Loyola.

BAUMAN, Zygmunt. (1999 a), *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

_____ (1999 b), *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

_____ (2003), *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

BECK, Ulrich. (1997) “A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva”, in A. Giddens, U. Beck & S. Lash, *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*, São Paulo, UNESP.

_____ (1999), *O que é globalização*. São Paulo, Paz e Terra.

BELSHAW, Cyril S. (1968), *Troca tradicional e mercado moderno*. Rio de Janeiro, Zahar Editores.

BENDIX, R. (1986), *Max Weber. Um perfil intelectual*. Brasília, Universidade de Brasília.

BERMAN, Marshall. (1986), *Tudo que é sólido desmancha no ar*. São Paulo, Companhia das Letras.

BIDART, Claire. (1988), “Sociabilités: quelques variables”. *Revue Française de Sociologie*, XXIX: 621-648.

BONANNO, Alessandro; MARSDEM, Terry; SILVA, José Graziano da. (1999), “Globalização e localização: elementos para entender a reestruturação dos espaços rurais” in J. S. Cavalcanti (org.), *Globalização, trabalho, meio ambiente: mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação*, Recife, Editora Universitária.

BOUDON, Raymond. (1989), *Os métodos em sociologia*. São Paulo, Ática.

_____ ; BOURRICAUD, François. (2001), *Dicionário Crítico de Sociologia*. 2ª edição, São Paulo, Ática.

BOURDIEU, Pierre. (1996), *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas/SP, Papirus.

_____ (2001a), *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo, Perspectiva.

_____ (2001b), *Meditações Pascalianas*. São Paulo, Bertrand Brasil.

_____ (2001c), *O poder simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.

_____ (2002), *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo, Zouk.

_____ (2003), *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. 4ª edição, Campinas/SP, Papirus.

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. (1999), *A profissão de sociólogo*. 2ª edição, Petrópolis, Vozes.

CACCIAMALI, Maria Cristina. (1983), *Setor informal urbano e formas de participação na produção*. São Paulo, USP.

_____ et al. (1989), *Informalização recente do mercado de trabalho brasileiro*. São Paulo, IPE/USP/MT.

CAILLÉ, Alain. (1998), “Nem holismo, nem individualismo metodológico: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 13, 38: 5-37.

CARNEIRO, Maria José. (1998), “Ruralidade: novas identidades em construção”. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 11: 53-75.

CAVALCANTI, Josefa Salete Barbosa. (1997), “Frutas para o mercado global”. *Estudos Avançados da USP*, 11, 29: 79-93.

_____ RAMOS, Juliana Vilar; SILVA, Ana Cristina Belo da. (1998), “O Trabalho Feminino na Agricultura de Exportação. As Trabalhadoras da Viticultura” in L. Abramo & A R. A. Paiva (orgs.), *Gênero e Trabalho na Sociologia latino-americana*, São Paulo, ALAST/SERT, Série II, Congresso Latino Americano de Sociologia do Trabalho.

_____ (1999a), Desigualdades sociais e identidades em construção na agricultura de exportação. *Revista Latino-americana de Estudos do Trabalho*, ano 5, 9: 151-171.

_____ (org.). (1999b), *Globalização, trabalho, meio ambiente: mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação*. Recife, Editora Universitária.

_____ ; MOTA, Dalva Maria da. (2000), *Trabalhadores rurais no Brasil no fim do milênio*. Recife, digitado.

_____ ; MOTA, Dalva Maria da; SILVA, Pedro Carlos Gama. (2002), “Mirando hacia el norte: clase, género y etnicidad en los espacios de fruticultura del nordeste de Brasil”. *AREAS*, Revista de Ciencias Sociales, 22: 161-181.

CERTEAU, Michel de. (1994), *A invenção do cotidiano*. Petrópolis, Vozes.

CETRULO, Francisco. (1999), “Simmel: sociabilidade e sociedade moderna”, in M. A. D’Incao (org.), *Sociabilidade: Espaço e sociedade*, São Paulo, Grupo Editores.

CHOUHDURY, M. (editor técnico). (2001), *Uva de mesa. Pós-colheita*. Brasília, Embrapa Informação Tecnológica. (Frutas do Brasil)

COCCO, Guisepe. (2000), *Trabalho e cidadania*. São Paulo, Cortez.

COSTA, Nivaldo Duarte. (2002), *A cultura da cebola*. Brasília, Embrapa Informação Tecnológica.

D'INCAO, Maria Ângela (org.). (1999), *Sociabilidade: espaço e sociedade*. São Paulo, Grupo Editores.

DOMINGUES, José Maurício. (1999), *Sociologia e modernidade*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

_____ (2001), *Teorias sociológicas no século XX*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

ELIAS, Norbert. (1994), *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

FILGUEIRAS, Heloísa (org.). (2000), *Manga. Pós-colheita*. Brasília, Embrapa Comunicação para Transferência de Tecnologia. (Frutas do Brasil, 2)

FORSÉ, Michel. (1981), "La sociabilité". *Economie et Statistique*, 132: 39-48.

FUKUYAMA, Francis. (2000), *A grande ruptura*. Rio de Janeiro, Rocco.

GARCIA, Marie-France. (1992), "O segundo sexo do comércio: camponesas e negócio no Nordeste do Brasil". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 19.

GIDDENS, Anthony. (1991), *As conseqüências da modernidade*. São Paulo, UNESP.

_____; BECK, Ulrich; LASH, Scott. (1997), *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo, UNESP.

_____ (2002), *Mundo em descontrolé*. 2ª edição, Rio de Janeiro, Record.

GIULIANI, Gian Mario. (2000), "O dilema dos transgênicos". *Estudos Sociedade e Agricultura*, 15: 13-38.

GOFFMAN, Erving. (1985), *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, Vozes.

GOMES, Gustavo Maia; SOUZA, Hermínio Ramos de; MAGALHÃES, Antonio Rocha (orgs.). (1995), *Desenvolvimento sustentável no Nordeste*. Brasília, IPEA.

GÓMEZ E., Sergio. (2001), "¿Nueva ruralidad? Um aporte al debate". *Estudos Sociedade e Agricultura*, 17: 5-32.

GONZÁLES, Rey Fernando. (1997), “La investigación cualitativa en las ciencias sociales” in *Epistemologia qualitativa y subjetividade*, São Paulo, PUC/EDUC.

GODBOUT, Jaques T. (1999), *O espírito da dádiva*. Rio de Janeiro, Editora Fundação Getúlio Vargas.

GUATTARI, Félix. (1990), *A três ecologias*. 13ª edição, Campinas/SP, Papirus.

HABERMAS, Jürgen. (1990), *Para a Reconstrução do Materialismo Histórico*. São Paulo, Brasiliense.

_____ (2002), *O Discurso Filosófico da Modernidade*. São Paulo, Martins Fontes.

HAGUETTE, Tereza Maria Frota. (1997), *Metodologias qualitativas na Sociologia*. Petrópolis, Vozes.

HALL, Stuart. (2002), *A identidade cultural na pós-modernidade*. 7ª edição, Rio de Janeiro, DP&A.

HARVEY, David. (2001), *Condição Pós-Moderna*. São Paulo, Loyola.

HOBSBAWM, Eric. (1995), *Era dos Extremos: o breve século XX*. São Paulo, Companhia das Letras.

IANNI, Octavio. (1999), *A sociedade global*. 8ª edição, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

IBGE. (2000), *Censo*. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 16 nov. 2003.

IPEA. (2002), *Mercado de Trabalho. Conjuntura e análise*. Disponível em: www.ipea.gov.br/publicações.

JAMESON, Fredric. (2000), *Pós-modernismo – A lógica cultural do capitalismo tardio*. 2ª edição, São Paulo, Ática.

JOLLIVET, Marcel. (1998), “A vocação ‘atual’ da sociologia rural”. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 11: 5-25.

LASC – Laboratório de Análises da Sociabilidade Contemporânea. (1996), *Sociabilidades*. São Paulo, LASC.

LASH, Scott. (1997), “A reflexividade e seus duplos: estrutura, estética, comunidade” in A. Giddens, U. Beck & S. Lash, *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*, São Paulo, UNESP.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. (2001), *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro, DP&A.

LESSA, Sergio. (1995), *Sociabilidade e individuação*. Maceió, EDUFAL.

LEVINE, Donald N. (1997), *Visões da tradição sociológica*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

LIMA, J. Policarpo; MIRANDA, Érico. (2000), “Norte de Minas Gerais: fruticultura irrigada, arranjos inovativos e sustentabilidade”. *Revista Econômica do Nordeste*, 31, Especial: 508-529.

MALINOWSKI, B. (1976), *Os argonautas do Pacífico Ocidental*. São Paulo, Abril Cultural. (Os Pensadores)

MARTINS, José de Souza. (2000a), *A sociabilidade do homem simples*. São Paulo, HUCITEC.

_____ (2000b), “O futuro da sociologia rural e sua contribuição para a qualidade de vida rural”. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 15:5-12.

MARTINS, P. H. (2001), *A sociologia de Marcel Mauss e sua utilidade teórica*. GT: O paradigma da dádiva e as Ciências Sociais no Brasil, Caxambu, ANPOCS, XXV Reunião Anual.

_____ (2002), *A dádiva entre os modernos*. Discussão sobre os fundamentos e as regras do social. Petrópolis/RJ, Vozes.

MARX, K. (1974), *Manuscritos econômico-filosóficos e outros escritos*. São Paulo, Abril Cultural.

_____ (1985), *A miséria da filosofia*. São Paulo, Global.

_____ ; ENGELS, F. (1999), *A ideologia alemã*. São Paulo, Hucitec.

_____ (2000), *Para a crítica da economia política; Do capital; O rendimento e suas fontes*. São Paulo, Abril Cultural. (Os Pensadores)

_____ (2001), *Manuscritos econômicos e filosóficos*. São Paulo, Martin Claret.

MAUSS, Marcel. (2001a), *Ensaio sobre a dádiva*. Lisboa/Portugal, Edições 70.

_____ (2001b), *Ensaio de Sociologia*. 2ª edição, São Paulo, Perspectiva.

MELO, Hildete Pereira de; TELES, Jorge Luiz. (2000), “Serviços e informalidade: o comércio ambulante no Rio de Janeiro”. *Texto para discussão*, 773, Rio de Janeiro, IPEA.

MENEZES, Wilson; CARRERA-FERNANDEZ, José. (1999), “A inatividade econômica na RMS: uma realidade escondida”. *Bahia Análise & Dados*, 8, 4: 36-43.

MOTT, Luis Roberto de Barros. (1975), *A feira do Brejo Grande. Estudo de uma instituição econômica num município sergipano do Baixo São Francisco*. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas, datilo.

NIETZSCHE, F. (1983), *Obras incompletas*. 3ª edição, São Paulo, Abril Cultural. (Os Pensadores)

_____ (2001), *Além do bem e do mal. Prelúdio de uma filosofia do futuro*. São Paulo, WVC.

OBSTFELD, Maurice; KRUGMAN, Paul R. (2001), *Economia internacional*. Teoria e política. 5ª edição, São Paulo, Makron Books.

OFFE, Clauss. (1983), *Capitalismo Desorganizado*. São Paulo, Brasiliense.

ORTIZ, Renato. (1998), *Mundialização e cultura*. São Paulo, Brasiliense.

_____ (2001), *A moderna tradição brasileira*. 5ª edição. São Paulo, Brasiliense.

PINDYCK, Robert; RUBINFELD, Daniel L. (1999), *Microeconomia*. 4ª edição, São Paulo, Makron Books.

PROSÉRPIO, Renata. (1998), “Desemprego: Diferentes causas demandam soluções distintas”. *Conjuntura & Planejamento*, 47: 3-4.

POCHMANN, Marcio. (2000), *O trabalho sob fogo cruzado: exclusão, desemprego e precarização no final do século*. 2ª edição, São Paulo, Contexto.

RAMOS, Lauro; VIEIRA, Maria Lúcia. (2001), “Desigualdade de rendimentos no Brasil nas décadas de 80 e 90: evolução e principais determinantes”. *Texto para discussão*, 803. Disponível em: www.ipea.gov.br. Acesso em: 09 jan 2002.

SAHLINS, Marshall. (2003), *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

SILVA, José Graziano da. (1999), *O novo rural brasileiro*. Campinas, UNICAMP/IE. (Coleção Pesquisas, 1)

SILVA, José Maria da; REZENDE, Alberto Martins; SILVA, Carlos Arthur Barbosa da. (2000), “Condicionantes do desenvolvimento do pólo agroindustrial de Petrolina/Juazeiro”. *Revista Econômica do Nordeste*, 31, 01: 48-64.

SIMMEL, Georg. (1983), *Sociologia*. São Paulo: Ática.

SIQUEIRA, Deis; Osório, Rafael. (2001), “O conceito de Rural” in N. Giarracca (org.), *?Una nueva ruralidad en América Latina?* Buenos Aires, CLACSO.

SOUZA, Paulo Renato. (1980), *Empregos, salários e pobreza*. São Paulo, HUCITEC.

TARNAS, Richard. (2001), *A epopéia do pensamento ocidental*. 4ª edição, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.

TELLES, Vera. (2001), *Pobreza e cidadania*. São Paulo, USP.

THEODORO, Mário. (2000), “As bases da política de apoio ao setor informal”. *Texto para discussão*, 762. Brasília, IPEA. Disponível em: www.ipea.gov.br. Acesso em: 17 dez. 2002.

TÖNNIES, Ferdinand. (1977), “Comunidade e sociedade” in P. Birnbaum & F. CHAZEL (org.), *Teoria Sociológica*, São Paulo, HUCITEC/EDUSP.

VEIGA, José Eli. (2002), *Cidades imaginárias*. Campinas/ SP, Autores Associados.

WAIZBORT, Leopoldo. (2000), *As aventuras de Georg Simmel*. São Paulo, USP/Ed. 34.

WANDERLEY, Livio Andrade; SANCHES, Cristina Argiles. (1997), “Distritos industriais marshalianos no Nordeste: uma proposta de metodologia de pesquisa”. *Revista Econômica do Nordeste*, 28, 3: 279-292.

WANDERLEY, Maria de N. B. (2001), “A ruralidade no Brasil moderno. Por um pacto social pelo desenvolvimento rural” in N. Giarracca (org.), *?Una nueva ruralidad en América Latina?* Buenos Aires, CLACSO.

WEBER, Max. (1974), *Ensaio de sociologia e outros escritos*. São Paulo, Abril Cultural.

_____ (1982), *Ensaio de sociologia*. 5ª edição, Rio de Janeiro, Guanabara Koogan.

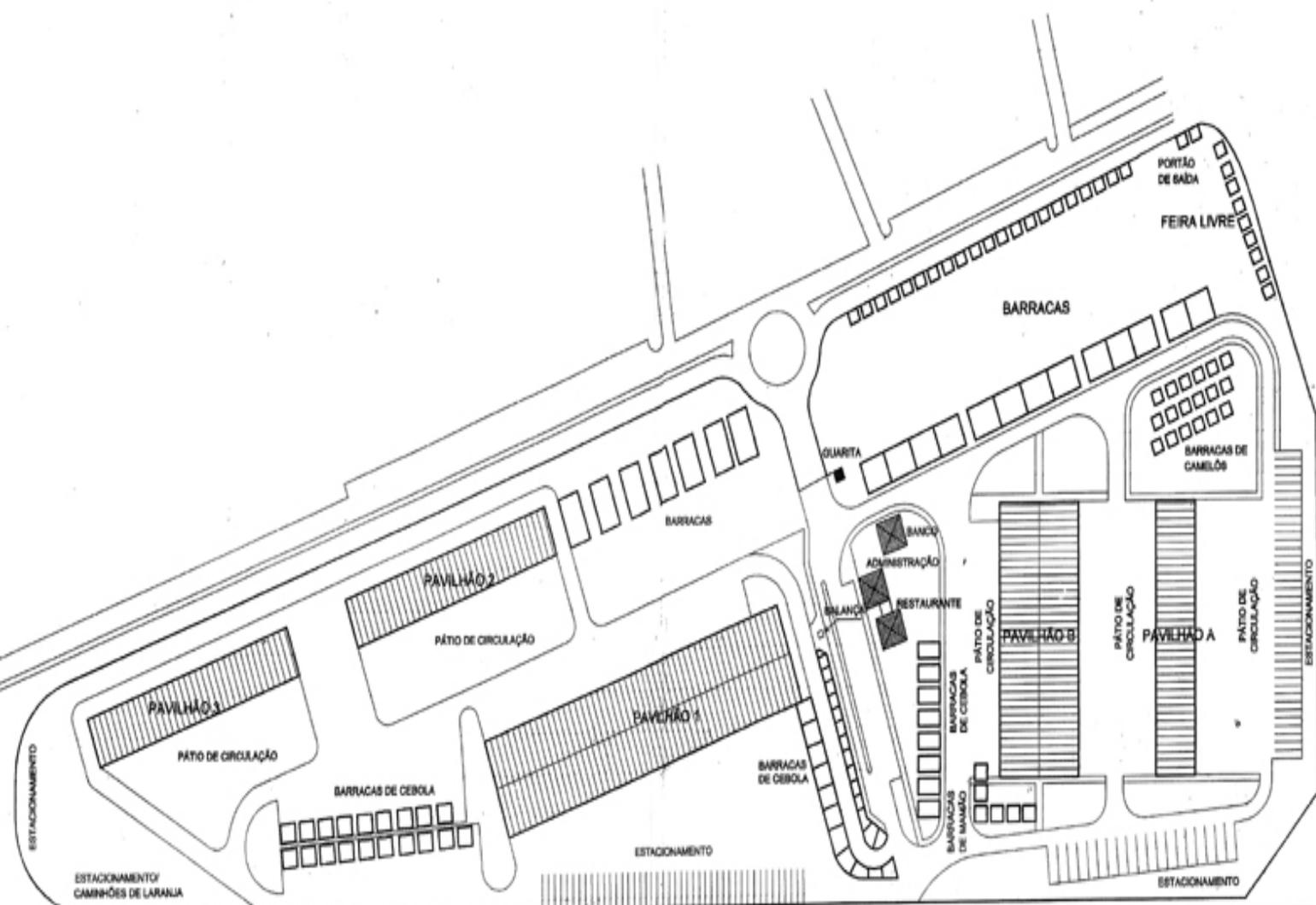
_____ (1997), *Conceitos sociológicos fundamentais*. Lisboa, Edições 70.

_____ (2000), *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. 3ª edição, Brasília, Editora Universidade de Brasília.

WOLF, Eric. (2001), “As perspectivas globais na antropologia: problemas e possibilidades” in L. Arizpe (org.), *As dimensões culturais da transformação global*, Brasília, UNESCO.

WONNACOTT, Ronald; WONNACOTT, Paul. (1994), *Economia*. 2ª edição, São Paulo, Makron Books.

ANEXO I



MERCADO DO PRODUTOR
DE JUAZEIRO/BA
MAPA ESQUEMÁTICO

ANEXO II

ROTEIRO E ANÁLISE DE ENTREVISTA

Apresentamos a seguir o roteiro que norteou as entrevistas acompanhado de exemplo de análise de extrato.

1 – Motivo de ter entrado para o negócio

“_Eu num tenho estudo, meu pai me botou mas eu num ligava...Com 7 anos eu já vendia com meu pai. O lucro mais era pra ele, menos era pra mim. Isso era em Fortaleza e em todo sertão do Ceará. Meu negócio era ganhar dinheiro e ‘farrá’.

2 - Sobre a importância do trabalho para a família:

“ _ Meus filhos, são quatro, também num ligaram muito pra estudar não. Todos assina o nome, sabe fazer um cheque, tão todos aqui comigo”.

“_Com os menino é uma sociedade, eles compra fiado. O que trabalha mais perto, eu dou dinheiro na segunda e na quinta, R\$ 5,00, R\$10,00 por dia. Quem sabe fazer o jogo, eu só boto a gasolina, o lucro é deles.”

3- Por que permanece nessa atividade

“_Em Juazeiro tem muitos cabra que saíram daqui e não adquiriram o que tinham aqui e depois voltaram. O meu maior medo é de um dia ter que sair daqui e depois voltar. Eu penso em sair, mas depois se eu tiver que voltar? Aí eu num saio”.

4- Como vê o relacionamento com os demais

“_Num me meto em negócio de ninguém, a pessoa pode fazer o que quiser. Pode roubar, pode ter mulher ruim, vender cocaína. Num quero saber, só me meto com minha vida, é por isso que tô vivo até hoje.

A pessoa que se mete na vida do outro num vai resolver nada, só tem problema aqui. Eu tenho o maior medo, tem os meu fio pra criar, tem minha mãe, eu ajudo ela. Primeiro ela, segundo minha família, eu não quero deixar minha mãe, que eu ajudo ela.”

Rapaz, uns aqui são unido, já outros quando vê o cabra no fracasso dão risada. Já eu sou assim, se Deus o livre eu vê um camarada no fracasso eu num falo dele. Porque um colega bom serve muito a gente. As vez o cabra tá apertado. Graças a Deus questão de R\$4 ou R\$5 num falta não um dia de domingo pra tirar a mercadoria. Tem uns cabra bom aqui, que vale a pena dizer que tá na batalha nesse mercado. Mas tem outros que num tem condição.”

5- Sobre entrada no mercado, como é resolvida.

“_Pro cabra entrar nesse negócio hoje, se ele tiver vista com 30 ou 50 mil real dá. Se ele não tiver uma pessoa com a cabeça boa ele perde esse dinheiro todo. Eles sabe a quem compra, mas não sabe a quem vai vender. Aqui a gente só vende fiado.

A mercadoria fica velha de um dia pra outro e se ele não vender já era, passou dois, três dia sem vender, babau. Às vez eles arruma um lugarzinho e vai lá e vem cá, eu tenho pena. O negócio num é sair, o negócio é ficar. Ó, você chega aqui num mercado desse tem que ter conhecimento, senão o negócio já era. Esse negócio aqui muita gente vem e compra. Um saquinho disso ou daquilo, tudo pra 15 dia, pra mês. Depois vem com pré-datado pra mais 8 ou 15 dia. Quero ver chegar aí, num chega não. Tem que ter muita paciência e um pouco de capital de giro.

Comerciante mesmo daqui é João de Paes Mendonça e Ismael, os outro Vito Grene, Elenildo. Esses outro é só pra atrapalhar nosso outro. Eu mesmo tinha uns 40 freguês, hoje num tenho mais 10 não. Chegou uma turma de fora aí que me arrasaram, em nem posso dizer de onde é não. Graças a Deus, com o que eles fizeram tô melhor que há três anos atrás que num tenho ambição, só o que der pra mim tá bom.

Comerciante forte esses tem estrutura sabe, os que num tem é só pra atrapalhar os outro. Tem cabra aí que é o seguinte: na terra deles é acostumado a ganhar R\$ 5,00, R\$ 10,00 no máximo como profissional. Ele aqui se ganhar R\$ 100,00 num moio de mercadoria é como nós ganhar R\$ 1000,00 a gente aqui que é do comércio.

Eles atrapalha o nosso, que a gente sabe vender. Ninguém ganha mais dinheiro, é só pra despesa. A despesa é grande, se o cabra não saber o que tá fazendo, aí num vai nem a despesa. A despesa do dia-a-dia tem que ser certa né?”

6- Sobre permanência no mercado

“ _Tem que ter um capital bom, que o pessoal aqui tá assombrado com tanto cheque sem fundo. No pessoal da ‘pedra’ aqui não, é direito. Tem uns dois enrolados mas no final chega junto.

A base do negócio é a confiança, mesmo que você não ganhe dinheiro, mas você ainda arruma um dinheiro aí. Eu mesmo se não tenho um conto, posso chegar aqui a qualquer hora, tomo emprestado e pago os juros. Bota R\$100,00, R\$ 500,00, R\$200,00 e vamos fazer um comércio assim de uma hora pra outra.”

7- Como são organizados os espaços, a divisão das áreas para guardar a mercadoria.

“_A mercadoria aqui fica guardada aqui mesmo, como eu tenho muita não vou dizer que ninguém me roube. Não dou fé porque não gosto de mercadoria em peso”.

8- Se este trabalho lhe dá satisfação

“_É, aqui já foi muito bom, eu cheguei em 87. De 92 a 93 foi muito bom, depois chegou uma turma aqui de fora, 3 a 4 família, aí depois foi chegando aquele pessoal e falando que Juazeiro é bom. Hoje em dia tem esses de fora . Aqui num tem 150 famílias baianas não, é tudo de fora.

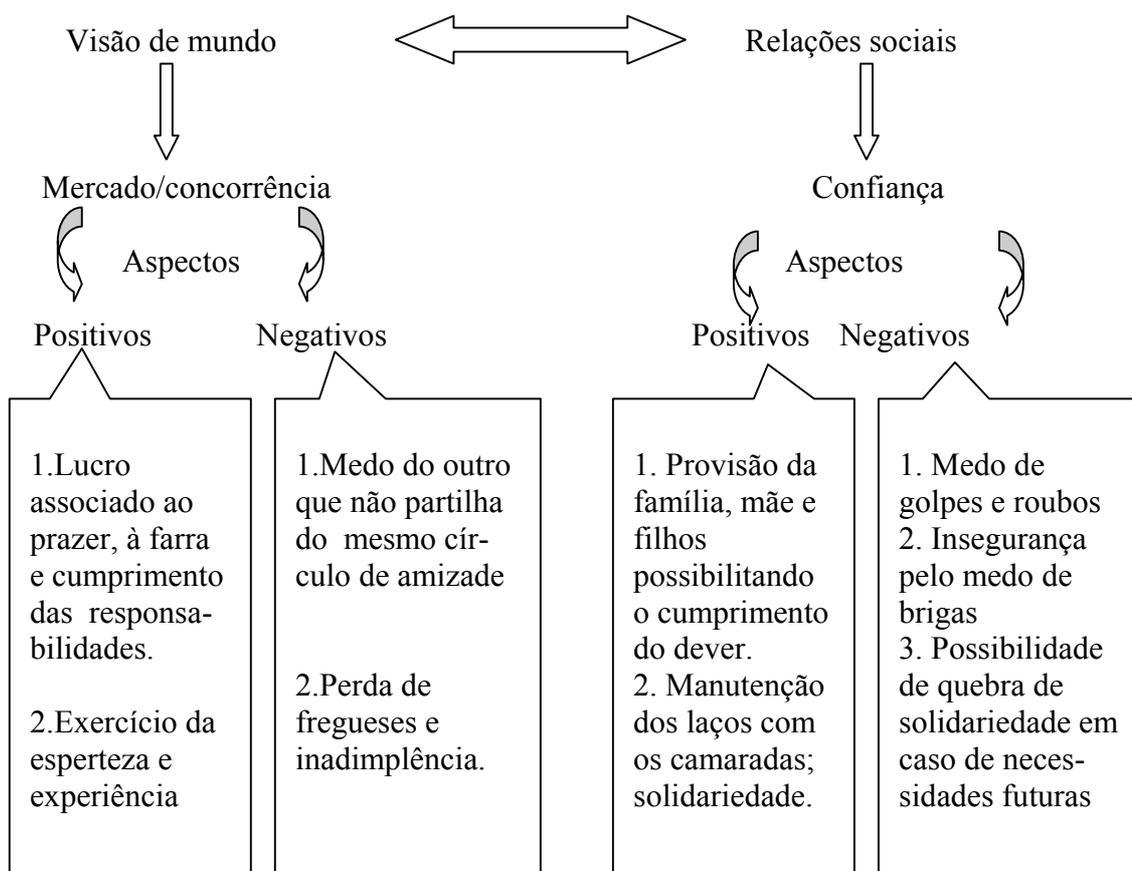
Nesse ramo de fruta é pior que cocaína, ninguém é de ninguém. Eu mesmo num tô gostando muito de quem planta melão. Esse é o ramo mais fraco que pode existir, ninguém é de ninguém, ninguém tem palavra.

Eu mesmo já era pra ter saído daqui há muito tempo. Tô com um plano aí, tudo indica que eu não passo mais um ano aqui não. Só fico mesmo por causa de minha mãe e outro negócio aí que eu num quero destruir barato.”

Da análise

Considerando a estrutura da entrevista optou-se para análise através do estudo das significações, visando apreender a estrutura geral do discurso.

a) - Análise de significação da fala



b) - Estudo da narrativa

1. Existência do negócio como positivo, ligado a ganhos monetários, afirmação de identidade e provisão da família.
2. Concorrência como algo negativo, provocador de tensões, traduzido pelo sentimento de medo.
3. Solidariedade e experiência como necessidade de sobrevivência.

4. Concorrência como fator desestabilizador

5. Retorno ao argumento de prover a família e de manutenção do lucro.

b) – Conclusão

Do ponto de vista pessoal a permanência dessas relações se colocam como necessárias, apresentam contradições entre a necessidade de manutenção do lucro e laços pessoais e familiares. Têm o lado desagradável de provocar tensões que se agravam com o aumento da concorrência e provocam insegurança pela quebra dos laços de solidariedade.

ANEXO III

DEMONSTRATIVO DOS PRODUTOS COMERCIALIZADOS POR DESTINO

MERCADO DO PRODUTOR DE JUAZEIRO/BA - JULHO 2003 (Expresso em 1.000kg)

ESTADO	AL	AP	AM	BA	CE	DF	GO	MA	MG	MS	PA	PR	PB	PE	PI	RN	RS	RJ	SC	SP	SE	TO
PRODUTO																						
Hortaliças																						
Abobora Com.	2,5		16,0	72,0	40,0			12,0			25,0		33,0	20,0	86,0	49,0			35,0		12,0	
Abobora Jac.	7,0			27,0	22,0			18,0			15,0		22,0	12,0	71,0	51,0					4,0	
Aipim	3,0				37,0			32,0					14,0		64,0	15,0						
Alface	1,0				1,0			2,0					1,0		2,0	2,0						
Alho	2,0		3,0	2,0	3,0			4,0					5,0	1,0	8,0	3,0						
Amendoim					4,0			15,0					5,0		5,0	8,0						
Batata-Doce	32,0		25,0	98,0	93,0			198,0			17,0		189,0	18,0	174,0	93,0						
Batatinha	28,0			6,0	195,0			159,0					108,0	115,0	226,0	107,0						
Beringela					14,0			8,0					13,0		13,0	3,0						
Beterraba	16,0			4,0	63,0			41,0					27,0	3,0	85,0	48,0						
Cebola Pera	212,0	115,0	120,0	480,0	730,0	495,0	480,0	745,0	990,0	180,0	495,0	550,0	285,0	280,0	970,0	295,0	1.784,0	1.740,0	630,0	2.980,0	180,0	153,0
Cebola Roxa	36,0		15,0	72,0	98,0	42,0	37,0	95,0	180,0	32,0	45,0	120,0	72,0	48,0	195,0	59,0	130,0	370,0	125,0	480,0	30,0	
Cenoura	2,9			4,0	152,0			150,0			72,0		194,0	76,0	198,0	123,0						
Chuchu	18,0			2,0	59,0			93,0			5,0		28,0		85,0	46,0						
Coentro				1,0	9,0			4,0					1,0		4,0	4,0						
Cominho					7,0			3,0					1,0		2,0	2,0						
Feijão Verde	15,0			4,0	35,0			89,0			4,0		49,0		72,0	49,0						

Melão	72,0	40,0	45,0	171,0	208,0	146,0	296,0	475,0	10,0	32,0	384,0	88,0	101,0	168,0	123,0	270,0	486,0	176,0	983,0	141,0	130,0
Pera				3,0			2,0					2,0		2,0	1,0						
Pinha	1,0			5,0			13,0					2,0		11,0	12,0		13,0		72,0		
Tangerina				60,0			84,0			25,0		69,0		149,0	23,0						
Uva Italia	45,0	15,0	26,0	172,0	116,0	56,0	164,0	56,0	10,0	16,0	50,0	95,0	80,0	185,0	92,0	70,0	95,0		250,0	41,0	85,0
Uva Benitaka																					
Uva Red Globe	8,0		12,0	86,0	22,0	12,0	53,0	15,0		12,0		20,0		76,0	36,0		20,0		110,0		
Cereais																					
Feijão Arranca	26,0			45,0			47,0					15,0		85,0	40,0					12,0	
Feijão de Corda	2,0						15,0							15,0							
Milho							3,0					3,0		5,0	3,0						
Outras Espec.																					
Canela				1,0			1,0							0,5							
Colorau							2,0							2,0	1,0						
Cravo														0,5							
Pimenta Reino				2,0			3,0					1,0		3,0	2,0						
Out. Gen.Alim																					
Farinha	8,0			51,0			25,0					12,0	4,0	42,0	16,0						
Ovos							2,0								20,0						
Tapioca							4,0					3,0		4,0	3,0						

FONTE: Sindicato Patronal Rural de Juazeiro / Administração do Mercado do Produtor de Juazeiro/BA

