

CADEIAS GLOBAIS DE ALIMENTOS, REDES DE ATORES E QUALIDADES NA PRODUÇÃO DE FRUTAS PARA EXPORTAÇÃO: elos entre Brasil e Alemanha

Josefa Salete Barbosa Cavalcanti¹
Gustavo Henrique Dias²

Resumo

Este artigo tem como objetivo compreender os processos que demonstram como cadeias alimentares globais se manifestam em determinados contextos históricos e socioeconômicos. Diferentes atores, incluindo agroindústrias e empresas de logística, trabalhadores migrantes e o Estado contribuem para a inserção de regiões, localidades e produtos na área de disputas globais em mercados de alimentos frescos, frutas em particular. Com base em pesquisa realizada no Vale do São Francisco no Nordeste do Brasil e na Alemanha, este artigo analisa confrontos que dão visibilidade aos atores e dinâmicas de coordenação que interagem na definição e certificação de qualidade como também às relações tensas entre consumidores, produtores e distribuidores na gestão dos mercados globais.

Palavras-chave

Globalização. Cadeias Agroalimentares. Qualidades. Regiões Globais. Brasil. Alemanha

¹ Professora Titular da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

² Pós-doutorando na área de Economia Agrícola na Universidade Humboldt zu Berlin, Alemanha

GLOBAL FOOD CHAINS, ACTOR NETWORKS AND QUALITIES IN FRUIT PRODUCTION FOR EXPORT: Links between Brazil and Germany

Abstract

This article aims to understand processes that expose how global food chains are manifested in particular historical socio-economic contexts. Different actors, including agro industrial and logistics companies, migrant workers and the state contribute to the insertion of regions, locations and products in the field of global disputes in fresh food markets, fruits, in particular. Based on research carried out in the São Francisco Valley in Northeastern Brazil, and in Germany, this article analyzes disputes that lend visibility to actors and coordination dynamics involved in the definition and certification of quality, as well as the strained relations between consumers, producers and distributors in the governance of global markets.

Keywords

Globalization. Food Chain. Qualities. Global Regions. Brazil. Germany.

Introdução

Os estudos sobre a globalização encontram um lugar especial no campo das ciências sociais. A literatura sobre o desenvolvimento da agricultura traz ao debate a complexa rede de relações de poder que promove a globalização dos alimentos (BONANNO et al., 1994; BUSCH; JUSKA, 1997; MCMICHAEL, 1994). Entre os elos que dinamizam o amplo processo situam-se territórios, Estado, trabalhadores e empresas agroindustriais e de logística. O aporte oferecido pelo Estado por meio de projetos de desenvolvimento regional para o provimento de uma infraestrutura de produção tornou-se o elemento primordial desse processo, especialmente nos chamados países do Sul (CAVALCANTI; BENDINI,

2014). A atual fase de produção para exportação está pautada em demandas que surgiram segundo escolhas de consumidores do Norte, interpretadas pelos distribuidores, referentes à transformação ocorrida nas práticas e hábitos de consumo alimentar (WARDE, 1997) de sociedades capitalistas avançadas, nas quais frutas e vegetais frescos sobressaem nas dietas (FRIEDLAND, 1994). Como argumenta Warde:

A fase contemporânea da cultura do consumo registra uma obsessão com a variedade; um novo discurso de variedade e escolha, sustentado e legitimado pela ideologia política dominante do período, tornou-se predominante tendendo a obscurecer continuidades subjacentes à prática alimentar (WARDE, 1997, p. 179).

Para Warde (2005, p.134), as práticas devem ser observadas segundo o que se diz e o que se faz, sugerindo que nas suas análises: “Deve-se preocupar tanto com a atividade prática como com suas representações”

No âmbito da globalização dos alimentos, novas práticas culturais são instituídas, em atenção aos tipos de rastreabilidade, certificações e controles que se estendem do campo às embalagens e aos espaços de distribuição. Essas demandas passam a orientar o trabalho e as formas de controle sobre os locais e os demais atores envolvidos. Da construção das mercadorias (TANAKA; BUSCH, 2003; LARA FLORES, 1998) à sua circulação (STIGLITZ; CHARLTON, 2005), os estudos revelam que as experiências locais estão pautadas por uma estreita relação com esferas globais; os aspectos das mudanças nas práticas culturais e nas relações de poder merecem uma contínua investigação. Um campo especial de observação se apresenta por meio de práticas e selos de certificação exigidos para dar legitimidade aos processos e cuidados relativos ao reconhecimento de mercadorias de qualidade. O debate especializado acerca dos significados das mudanças desse período para as regiões produtoras dos países do Sul, no empreendimento das reestruturações produtivas implicadas e na participação nos mercados consumidores mais competitivos, levou à instituição do termo “cultura da auditoria” para referir-se à proliferação de um arcabouço

regulatório que passou a estruturar os sistemas agroalimentares globais (CAMPBELL; LAWRENCE; KIAH, 2006; CAMPBELL, 2005).

No caso estudado, a participação de instituições públicas como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA – e a Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e Parnaíba – CODEVASF – demonstra os interesses do Estado em adequar os projetos de desenvolvimento regional às mudanças nos mercados globais. O Estado atua segundo a sua “dupla face: uma olhando para fora para o sistema mundial e outra olhando para dentro para sua própria sociedade e economia” (GRIECO; IKENBERRY, 2003, p.95). Contestadas quanto às suas formas de atuação, em alguns momentos, essas instituições figuram como suporte das ações destinadas ao setor. O aumento de investimentos na infraestrutura de transporte e atualização dos meios de comunicação revela, no caso do Vale do São Francisco, a importância do setor para as economias regional, nacional e global (CAVALCANTI, 1997, 2009). Entre os elementos da infraestrutura, destacou-se a busca por transporte ágil para o escoamento da produção do Vale do São Francisco, de modo a garantir a entrega dos produtos em menor tempo, com a preservação da qualidade dos produtos perecíveis, com redução das perdas e o aumento da lucratividade dos produtores, mas esse objetivo ainda não foi plenamente atingido e, como veremos no estudo feito, ainda é um elemento complicador para a competitividade da produção regional nos mercados globais.

A expectativa de aumento das transações comerciais dos principais produtos de exportação do Vale, a manga e a uva, motivou os empreendimentos locais e ofereceu possibilidade de estreitamento das relações com redes varejistas Carrefour, Ahold (substituída pelo Walmart), Casino/Pão de Açúcar, mas não apenas essas contribuíram para a construção dessa região global (SADDLER, 1992).

Segundo o autor, as mudanças ocorridas nas últimas décadas do século XX trouxeram ao debate “as características sociais e espaciais dessa nova fase na economia mundial”, evidenciando uma “nova divisão internacional do trabalho”. Ele chama a atenção para o “crescente poder e a sofisticação do capital multinacional e sua habilidade para tirar vantagem de diferentes possibilidades” de ganhos por meio da “descentralização da

produção no espaço global”(SADLER, 1992, p. 3-5).

Acessar mercados e permanecer neles não é uma tarefa fácil. As exigências impostas pelos grandes distribuidores e consumidores são muitas. Apesar dos protocolos da OMC, nota-se que as barreiras fitossanitárias passaram a atuar fortemente como barreiras não tarifárias. Da mesma forma, não se pode negligenciar as questões de gosto (WARDE, 1997) e atualização de símbolos que fazem o mundo dos bens (DOUGLAS; ISHERWOOD, 1996). A expectativa de exportação de manga, após ver cumpridas as suas exigências fitossanitárias, parecia abrir novas perspectivas para a fruticultura brasileira, a depender de consumidores do Norte, europeus em particular, e controles estabelecidos.

O controle sobre as mercadorias produzidas se materializa por meio das certificações, que agem como um passador e rótulo para o reconhecimento dos produtos ou para o seu rechaço nas gôndolas dos supermercados mundiais. Os padrões de qualidade determinados para a obtenção dos selos variam conforme os compradores e estão na dependência de convenções e auditorias várias, segundo analisamos abaixo. Não sem razão, um produtor de frutas, por exemplo, deve ter o conhecimento prévio do local, do comprador, do distribuidor ou da instituição de destino da sua mercadoria.

O atendimento a essas exigências é um processo árduo, reconhecido por aqueles que lidam com os vários tipos de certificações: GLOBALGAP, PIF, USGAP. Adequar os produtos à diversidade das exigências externas não é uma tarefa fácil. Tal dificuldade está nitidamente expressa na fala de um produtor local quando ele argumenta que

Você tem que trabalhar com produtos registrados no Brasil, então qualquer defensivo, qualquer agrotóxico que seja lançado ele só pode ser usado se tiver registro na ANVISA, ou seja, a empresa multinacional que vende, geralmente são multinacionais que vendem os agrotóxicos, ela tem que ter feito todo o processo de registro... aí você tem o produto registrado e você pode usar naquela cultura, manga ou uva, por exemplo, só que os países pra quem a gente tá vendendo eles têm suas normas próprias, às vezes, o produto tá registrado no Brasil mas não na Holanda ou na Alemanha e nós

vamos vender pra lá, então, você não pode ter usado aquele produto... a gente tem que se preocupar mais com aquilo que eles aceitam na realidade e tentar adequar isso ao que tá registrado no Brasil... e nem sempre é fácil... (Produtor de manga).

Essas determinações externas de padrão de qualidade visam garantir a inserção ou a exclusão de produtos na cadeia global de comercialização. Elas são aceitas, mas:

Há uma arena de contestação permeando as respostas aos controles instituídos; as disputas tendem a se expressar quando, por exemplo, os colonos reclamam dos rigores do controle de qualidade de suas mercadorias, estabelecendo um contraste entre o que, segundo sua avaliação, é um produto de boa qualidade e o tipo de avaliação que rejeita essa mercadoria, porque não se enquadra nos padrões requeridos.(CAVALCANTI, 1999b, p. 165)

Os trabalhadores reclamam do maior controle e exploração do seu trabalho (BONANNO; CAVALCANTI, 2012); os que não se qualificam para esses mercados tendem a recorrer a estruturas de mercados alternativos, como sugere Bonanno (2005), e com isso deixam a esfera global para ocupar o mercado local, uma vez que, segundo afirmam, as exigências locais são menos rigorosas que as externas.

Essa estratégia de comercialização no mercado local é frequentemente utilizada pelos produtores do Vale do São Francisco quando seus produtos estão fora do padrão de qualidade internacional ou os preços não compensam. A participação nesses mercados depende igualmente de conjunturas nacionais, regionais, globais. As condições de produção, a variabilidade das demandas, assim como as crises de mercado, influenciam fortemente as relações entre produtores e distribuidores e as estratégias usadas pelos outros atores envolvidos na cadeia. Para dar apenas um exemplo, as

mudanças sofridas com a crise do crédito global de 2008 influenciaram na redução gradual das exportações do Vale do São Francisco, apesar das estratégias usadas por algumas cooperativas para seguir vendendo para o exterior (PIRES; CAVALCANTI, 2012). Após a crise que afetou os países europeus, a retomada das exportações se dá ainda lentamente. Sendo assim, a produção do Vale foi dirigida para o mercado nacional em sua maior parte; em 2014 o percentual de exportação chegou a menos de 20%, quando se sabe que o Vale já chegou a exportar mais da metade da sua produção para a Europa (CORREIA; ARAUJO, 2010).

Entretanto, em 2015³ a conjuntura nacional mudou. A crise econômica do país e a alta do dólar concorreram de modo inverso para ampliar a quantidade da produção para a exportação. Há uma expectativa de aumento de 25% até 30% no total das exportações, embora, segundo comenta o presidente da VALEXPORT: “os produtores estão querendo voltar ao mercado externo, mas esse é um processo lento, têm que ser feitas adaptações à colheita. Terão que ser feitas adaptações aos canais de exportação”. Segundo a mesma fonte, os produtores estão apostando na retomada da economia europeia e na esperança de aumento do consumo. Considerando que as frutas do Vale, principalmente a uva, são exportadas para a Bélgica, Holanda, Alemanha e Inglaterra, os produtores que visam à exportação devem ter as certificações exigidas para a venda no exterior. Mas, há outras preocupações dos produtores com o reajuste do preço da energia e a redução no nível de água disponível para irrigação. Persistem ainda problemas com os portos, a rotina e preços de meios de transporte das frutas. O Porto de Suape, em Pernambuco, não se adéqua à velocidade da demanda em tempos de exportação. No Porto de Salvador, as companhias marítimas Hamburg Süd, CSVA, CMA, CGM e Hapag-Lloyds oferecem o serviço com linhas semanais para a Europa e são as mais usadas para o transporte de frutas do Vale.

³ *Jornal do Commercio*, 10 de outubro de 2015, Caderno Economia, p.3.

Governança e convenções nas rodas das cadeias globais

O estabelecimento de cadeias produtivas numa escala global e os efeitos de seus processos contíguos para os prospectos de desenvolvimento dos estados-nação tornaram-se objeto de interesse acadêmico para um grande número de autores (MCMICHAEL, 1994, p.1-2). Ainda, pela própria diversidade das abordagens e teorias empregadas, os esforços analíticos coincidem quanto à identificação do tempo como a coordenada de unificação para o fim de análises comparativas (MCMICHAEL, 1994, p.2, p. 278) e à necessidade de dar atenção para as inconsistências políticas e os níveis de desigualdade que marcam os padrões de liberalização econômica atuais (BAIR, 2005, p.154).

Como argumentam os analistas, a partir destas premissas (e.g. HAMILTON; GEREFFI, 2008; BAIR, 2005; RAIKES; FRIIS-JENSEN; PONTE, 2000), somente com o estabelecimento de um programa de pesquisa em cadeias globais de *commodities* construiu-se um paradigma relativamente coerente em termos da provisão de instrumentos para investigação sobre a emergência de um novo sistema de manufatura global (RAIKES; FRIIS-JENSEN; PONTE, 2000, p.392-393). Tal sistema responde a uma lógica global de “demanda-e-oferta” (HAMILTON; GEREFFI, 2008) conectando redes de atores. Ainda, esta lógica de relação é marcada por processos contrastantes de difusão de informação e de variáveis em múltiplos níveis, incidindo sobre a condição de incerteza onipresente dos sistemas econômicos na contemporaneidade (BAIR, 2008, p.347).

Dessa forma, um dos férteis conceitos disponíveis para o estudo de fenômenos correlatos a esse debate é o de cadeias globais. De acordo com Gibbon et al. (2008, p.330), apesar de dificuldades teóricas oriundas da significativa interdisciplinaridade envolvida neste campo de estudo, a fertilidade da metáfora da cadeia de produtos reside no fato de que permite que uma ideia fundamentalmente abstrata (globalização econômica) seja tornada palpável em termos da série de relações organizadas em torno das entidades mais tangíveis de uma economia (bens ou produtos).

Central a este debate é a conceptualização de arranjos institucionais específicos encontrados em cadeias internacionais de produtos particulares.

Estes arranjos “não mercantis” são entendidos como determinantes de esquemas de coordenação de atividades produtivas e comerciais, definindo o que, como, quanto, quando e os meios de transporte de uma determinada produção de mercadorias (HUMPHREY; SCHMITZ, 2002). Esses aspectos institucionais, ou os esquemas de governança da cadeia, são tidos, em última instância, como capazes de conformar uma certa divisão do trabalho e (crescentes) exigências de performance a fornecedores diretos (GIBBON; PONTE, 2008, p. 366). Dessa forma, adquirem a condição de manipular mecanismos específicos relacionados à natureza das barreiras de entrada e das competências produtivas fundamentais de cada setor (PONTE, 2009, p. 237). Esse debate se relaciona com uma visão mais ampla (BENDINI; CAVALCANTI; LARA FLORES, 2006; MCMICHAEL, 1994; SCHAEFFER, 1997; BUSCH, 2000; CAVALCANTI, 2006) acerca da extensão na qual as transformações trazidas com o estabelecimento de tais cadeias globais de valor (“global value chains” ou “GVC”) influenciam as sociedades atuais e, em específico, sistemas agroalimentares internacionais.

Nesse sentido, consideramos reflexões correlatas a esses tópicos no contexto de firmas específicas operando em cadeias de mercadorias particulares distribuídas globalmente, desde a produção primária até a distribuição e o consumo nos mercados de destino. De acordo com isso, uma sequência de processos emerge conforme os atores sociais, objetos e trabalho são organizados entre arenas locais e globais. A literatura relacionada ao tema sustenta a importância de que os contextos regulatórios e, mais amplamente, normativos sejam examinados mais detidamente no tocante à influência nos processos relevantes à governança dessas cadeias de produtos (GIBBON, 2008, p.46). Neste sentido, a importância dada ao refinamento da compreensão dos distintos aspectos das dinâmicas sociopolíticas de cadeias globais posiciona-se em oposição ao estado de negligência quanto às contingências na abordagem de “governança enquanto coordenação”. Contribuições mais recentes sob o escopo do que foi chamado de abordagem de “governança enquanto normalização” apontam para a importância dos efeitos mais amplos dos ambientes de regulação, bem como a de certos “atores externos” (“e.g. ONGs, *experts*, organizações de certificação e/ou provedores de serviços de consultoria e apoio”) que entram em jogo na

estruturação de práticas de governança (GIBBON et al., 2008, p. 324). Para isso, estudos situados nessa linha conceitual lançam mão da corrente das “convenções sociais” no intuito de situar “as dinâmicas da relação vendedor-comprador em contextos normativos mais amplos”.

O foco desses estudos se volta para o exame de práticas dos discursos de gestão, o histórico de seus processos constitutivos, a investigação de “fontes institucionais de legitimidade” embasando tais práticas e a influência desses processos para esquemas de governança (PONTE, 2002; DAVIRON; GIBBON, 2002; PONTE; GIBBON, 2005; GIBBON, 2008; PONTE, 2009). Em particular, Gibbon e Ponte (2008) situam, assim, o papel desempenhado pelo “conhecimento perito” (entendido “como complexo de instituições formais”) e “práticas” (ou, mais especificamente, programas “de governo” ou o “conjunto de lógicas de referência, técnicas prescritivas e táticas de governo do que se tornou conhecido por cadeias de abastecimento”) no tocante à definição de “parâmetros” para governança de GVCs. Concernente a estas questões, os autores também investigaram acerca dos processos constitutivos e de formação da legitimidade de “modelos de prática evocados”. Para isso, o *design* de pesquisa utilizado considerou o escopo e fontes de dados de “estudos em governabilidade”:

Revistas especializadas, manuais de treinamento e periódicos de categorias profissionais que servem a executivos na área de aquisição no setor da manufatura americana [...]; as literaturas acessadas por gerentes para lidar com abastecimento e fornecedores, aquelas disponíveis nos currículos dos cursos que frequentaram e nos padrões formais de avaliação utilizados para medir seu desempenho (GIBBON; PONTE, 2008, p.367).

Ainda, investigações foram realizadas acerca da ascensão e do estabelecimento da lógica de gestão baseada no valor do acionista (“*shareholder value*”), de sua conexão com a conformação do modelo corporativo de

tomada de decisão e sua relação com o modelo de governança liderado por compradores (PALPACUER; GIBBON; THOMSEN, 2005; PALPACUER, 2008) como redes supermercadistas ou grandes firmas varejistas. Ademais, aparentemente, como apontam Ponte e Gibbon (2005, p.22), esta abordagem poderia se beneficiar de um escrutínio refinado dos fatores permeando as instituições concretas que servem à ordenação de instrumentos e procedimentos reconhecidos para exame e controle de qualidade, tais como órgãos de acreditação, sistemas de auditoria e *standards* privados.

Bons exemplos desse programa de pesquisa são encontrados em trabalhos como o de Barham (2002), sobre aspectos básicos e os movimentos originários que formatam tópicos e valores sociais endereçados por um número de padrões e selos, e de Renard (2003), acerca de desenvolvimentos tardios do movimento em favor do “Mercado Justo”. Abordagens tais como as de Hatanaka, Bain e Busch (2005), acerca da ascensão da certificação terceirizada; de Campbell (2005), sobre atributos do EurepGAP (atual padrão GlobalGAP de qualidade para o mercado de alimentos frescos) e sua influência em mercados internacionais através do que o autor chama uma “cultura da auditoria”; de Busch e Bain (2004), sobre a configuração do conceitual para sistemas de auditoria nos ambientes regulatórios globais atuais; e um número considerável de outros trabalhos acerca de padrões públicos e privados e o corpo de instituições correspondentes são analisados em Humphrey (2008), Humphrey e Memedovic (2006), Nadvi e Wältring (2002) e Van der Gripp, Marsden; Cavalcanti (2005).

Uma noção central que emerge para pesquisa sociológica neste contexto informa que, no caso de GVCs, transações comerciais “fracamente embasadas” envolvem o problema da definição do conteúdo e atributos de qualidade de produtos e serviços. Isso configura um pano de fundo onde atores sociais necessitam fundar a base de mecanismos de coordenação que desfrutem amplamente de um *status* de “validade” ou legitimidade reconhecido. Sujeito ao conceitual teórico tratado aqui, argumenta-se que, dada a necessidade de relacionar com sucesso comportamentos e disposições a um bem comum de referência, os atores sociais necessitam ser bem-sucedidos na mobilização de “entidades referenciais” (THÉVENOT, 2006).

Isso nos leva ao interesse por questões envolvidas na conformação de instrumentos e estratégias, do conjunto de valores compartilhados e procedimentos legitimados que estão disponíveis para profissionais em cadeias globais de valor, interessados em capitalizar sobre esses “ativos de legitimidade” que podem influir, em última instância, na divisão funcional do trabalho e nas barreiras de entradas ao longo das GVCs (PONTE; GIBBON, 2005, p. 22-23). Seguindo essa linha de investigação com uma abordagem alternativa de governança de cadeias globais de valor (governança enquanto normalização), o foco se volta para os processos sociais auxiliares na constituição de práticas comerciais ou “discursos” permeando as relações comprador-fornecedor, por meio da ênfase no conteúdo concreto de transações comerciais e nas capacidades dos fornecedores (GIBBON et al., 2008, p. 324). Estas observações contribuem na medida em que permitem sustentar o argumento em relação às implicações mais amplas perpetuadas pelas práticas particulares de gestão empregadas por “empresas-líderes” em setores econômicos específicos (GIBBON et al., 2008, p. 324).

Metodologia

A estratégia metodológica adotada aqui responde aos objetivos de obter dados que elucidassem processos que perpassam a cadeia de exportação de uvas e mangas do Vale do São Francisco à Europa em sua complexidade⁴. A coleta de dados se deu por meio de entrevistas semiestruturadas com informantes-chave baseadas em roteiros de tópicos que enquadravam desde temas tangentes ao campo de atividade dos entrevistados até temas englobantes da reestruturação produtiva experimentada pela região produtora. Com o intuito de realizar a investigação pretendida, os roteiros de entrevista foram ancorados às categorias de análise relativas ao principal escopo deste trabalho. As entrevistas foram realizadas no Brasil e na Alemanha, gravadas

⁴ Este artigo resulta de atividades realizadas pelo Grupo de Pesquisa Globalização e Agricultura da UFPE e da pesquisa para a tese de doutorado defendida na Universidade de Humboldt (DIAS, 2014), com apoio da CAPES/DAAD. As ideias iniciais aqui desenvolvidas foram apresentadas em seminário apresentado na Universidade de Hamburgo em 2006, apoiado pela CAPES/DAAD.

e posteriormente transcritas. A análise de dados, por sua vez, foi realizada com auxílio de um *software* para métodos qualitativos, *ATLAS.TI*, que permitiu designar códigos baseados nas principais categorias de análise que serviram para firmar um índice de blocos de texto das transcrições de cada entrevista.

Após a delimitação das fases da cadeia em foco, o próximo passo consistiu na identificação de informantes-chave, da sua acessibilidade para fins de pesquisa e de funções estratégicas nos distintos campos de atividade em que atuavam, levando, portanto, em consideração sua posição em uma determinada firma ou instituição, em termos de sua influência no estabelecimento de parâmetros e condições para transações comerciais com parceiros na cadeia (produtores, gerentes, supervisores, entre outros). Ao todo, a pesquisa realizada referente a esse tema pôde contar com 29 entrevistas com profissionais ao longo da cadeia de exportação de uvas e mangas, incluindo dados acerca das fases de transporte marítimo, estocagem e distribuição na Europa.

A construção da qualidade. Entre governança e convenções

Cavalcanti (1999b) destaca a relevância do fortalecimento de intercâmbios com órgãos governamentais para a construção do conjunto de atores envolvidos no mercado internacional de frutas e verduras frescas. Para essa autora, isto oferece condições favoráveis de participação dos diferentes atores numa arena internacional crescentemente coordenada por um corpo de instituições suprarregionais e companhias multinacionais. Neste contexto, apesar de níveis mais ou menos elevados de integração das economias nacionais no comércio internacional, os estados-nação ainda mantêm um papel de relevância enquanto ponto de apoio no tocante ao arcabouço legal de regulação subjacente ao comércio de produtos e serviços (CAVALCANTI, 1999b, p.172-175). Esse aspecto permanece o quanto mais significativo na medida em que os determinantes de qualidade para frutas e vegetais frescos são efetivamente desconectados de percepções e condições da produção local, são internalizados a partir de demandas externas. Essas dinâmicas contribuem para uma fragmentação das noções

de tradição. Por sua vez, Appadurai (1986) destaca precisamente a centralidade das dinâmicas sociais relativas a bens de consumo que podem desaparecer, ressurgir, em jornadas longas e bem-sucedidas, ou cair em desprestígio ao observar sua substituição por outros bens emergentes. Este último fato revela “os processos sociais por onde capital, trabalho, territórios e tecnologia confluem no processo produtivo para a concepção de novos signos imbricados nestes produtos” (CAVALCANTI, 2004, p. 29). Segundo argumentam Callon, Méadele Rabeharisoa, 2002:

A organização dos mercados econômicos e a formulação de suas regras de funcionamento são crescentemente objeto de interesse não apenas para cientistas sociais e tomadores de decisão política, mas também para os próprios agentes econômicos. A ascensão dessa atividade reflexiva é refletida em particular na emergência do que sugerimos chamar da economia das qualidades. Nessa economia, habitada por atores que são profissionais reais na qualificação de produtos e na definição de mercadorias, consumidores são constantemente pressionados a questionar suas preferências e vontades, e, finalmente, através dos debates patentes implicados nisso, suas próprias identidades sociais. Como a antropologia do consumo demonstrou tão claramente, a classificação de produtos, seu posicionamento e avaliação inevitavelmente levam à classificação das pessoas...conectadas a esses produtos (consumidores são constantemente referidos à construção de sua identidade social, já que suas escolhas e preferências tornam-se objeto de deliberação: a distinção de produtos e a distinção social são partes do mesmo movimento) (CALLON; MÉADEL; RABEHARISOA, 2002, p.212).

As dinâmicas das relações sociais que permeiam o mercado global de

produtos frescos, conseqüentemente, exigem que práticas locais encontrem suporte numa elevada reflexividade implícita nas interações com sistemas complexos. Esses efeitos gerais, embora não restritos a isso, podem ser fértilmente referidos a percepções acerca de como a qualidade dos produtos chega a ser influenciada por atributos da cadeia favorecidos por firmas-líderes internacionais. Isso pode ser ilustrado nos depoimentos sobre o caso da manga de variedade Tommy Atkins no Vale do São Francisco.

O caso da manga Tommy Atkins

Explorando o sentido desse debate, essa seção oferece uma coleção de inflexibilidades ou “processos estabilizados” revelados por entrevistados relacionados a sistemas práticos de abastecimento no caso da cadeia global da manga de variedade Tommy Atkins. De acordo com os depoimentos analisados, tais inflexibilidades estruturam a natureza da qualidade do produto e aquela de seus canais de distribuição ao longo da cadeia. Essa seção registra, portanto, como uma série de atores aponta a manga de variedade Tommy Atkins como sendo de uma “qualidade inferior tangível” em relação a outras variedades de manga (em essência, às relativamente melhor estabelecidas Palmer, Kent e Keitt, mas também à emergente Ataulfo mexicana).

É um mercado de assentamento ou mercado das licitações feitas na Codevasf. [...] As áreas têm 6ha, 5ha. Não mais do que isso [...] Um grande número de produtores produzindo manga Tommy Atkins quase que exclusivamente hoje - talvez 70% da manga do Vale do São Francisco hoje seja da variedade Tommy Atkins e quase 90% dos pequenos produtores produzem variedade Tommy Atkins. São pouco tecnificados, [apenas] poucos deles agora conseguem boas práticas agrícolas, principalmente por causa do trabalho com o Sebrae, que implantou isso na região visando o selo de certificação GlobalGAP e Produção Integrada de Frutas do Brasil. Mas o que é que eles fazem: eles são subsidiados pelas grandes empresas exportadoras, ou pelos packings de exportação...

O que é que acontece: a variedade Tommy Atkins é uma variedade agronomicamente fantástica quanto a: pragas, durabilidade de fruto,

manejo. Só que infelizmente ela é fibrosa e não atrai ao paladar aí do europeu. [...] se você for passear [por exemplo, em lojas ou quitandas alemãs] você vai encontrar mangas Tommy Atkins brasileiras que não sei o que é que fazem numa gôndola como aquela (funcionário num órgão de suporte técnico e de marketing atuante na região).

De acordo com isso, pode-se dizer que a percepção de qualidade é lida com um pressuposto de falso apelo ao consumidor ou de que esse deveria ser mais exigente; embora reconhecendo que o mercado europeu não é único,. Essa reflexão se volta ao processo que leva à adoção dessa variedade na etapa da produção. Isto envolve considerações agronômicas, logísticas e administrativas tal qual o montante de trabalho implicado na produção da variedade e demais custos de produção envolvidos. Essas considerações se deparam com a existência “paradoxal” de uma fatia de mercado atrativa para o fruto. Por sua vez, esse fato determina a necessidade da profissionalização ou especialização nos atributos dessa cadeia. Sob essa ótica, a presença dominante de varejistas corporativos ou redes de supermercados multinacionais sustenta o entendimento que esses mercados são tornados possíveis na medida em que esses agentes da cadeia são capazes de conformar as tendências ou hábitos de consumo, ou de “manufaturar sua própria demanda” (LARA FLORES, 1998, p. 75). Os depoimentos abaixo, proporcionados por um profissional em importação e distribuição na Europa, ilustram o sistema de difusão de padrões de qualidade praticado particularmente em grandes redes supermercadistas no continente. De acordo com isso, produtores e exportadores em regiões produtoras recebem parâmetros estritos que definem os atributos dos produtos e que exigem credenciais tais quais padrões internacionalmente institucionalizados.

Nós temos nossas “Specs” (especificações de qualidade como média do nível de açúcar, variação da coloração, calibre médio dos frutos, exigências em relação à embalagem, etc.) [...] (Os produtores sabem disso) antes da temporada comercial [...] Eles têm (que deixar claro) que eles querem (embarcar pra clientes particulares) [...] E aí pra Europa nós temos nossas próprias “Specs” e aí é assim: pra (cada) container [...] nós temos nosso [...] time de qualidade, [...] que na maior parte das vezes se trata de um fiscal independente que checa (a conformidade em

relação às especificações transmitidas), nos enviando um relatório que nós reenviamos aos produtores. (O controle de qualidade antes do embarque é feito) nos balcões de processamento (packing houses). (Os exportadores têm seus próprios controles de qualidade [...]). (Então, no início da temporada se ele diz) “ok, nós queremos fazer algo pro (Supermercado Y)” então ele olha para as especificações do (Supermercado Y) e ele já sabe. Nós estamos traduzindo isso para Português para todos eles e aí mandamos (para o exportador e ele manda) para os produtores. Então eles têm um livro com todas as especificações. E antes que eles iniciem... ou antes que eles colham a fruta, então eles vão ter “ok, esse tipo eu posso usar” ou “eu tenho que preparar um volume X para esse programa. Que fruta eu posso usar?”. (Então, ele pode) dar uma olhada “Ok (para supermercado Y) eu posso fazer isso ou não”. Mas cada exportador tem [...] roteiros de qualidade para a colheita e para o pós-colheita. (Entre cada uma das “Specs” particulares) existem grandes, grandes diferenças. (Pode ser dito que os mais rigorosos são) os ingleses e os americanos. (Funcionário de uma empresa de importação e distribuição de alimentos na Europa)

De acordo com isso, o entrevistado ilustra a inexistência de vantagens na margem de negociação na gestão da qualidade com cada cliente-comprador na extremidade final da cadeia. Isso fica particularmente claro nos comentários acerca do perfil de uma extensa rede de supermercados alemães. De acordo com esse depoimento, mesmo em se considerando diferentes níveis de *expertise* entre distintos participantes da cadeia, especificações permanecem inflexíveis e rigidamente associadas aos programas de venda estabelecidos por esses grandes agentes. Portanto, comparando a grande cadeia de supermercados “Y” exercendo atualmente um forte papel no mercado de uvas e mangas com outros clientes,

“Eu não diria que é a maior, mas é mais agressiva. Mais agressiva e... pois é. Eles (estabelecem o programa deles de acordo com o estoque programado, o que) funciona, você pode dizer, para maçãs e peras mas (por exemplo) não para uvas [...]. Porque uvas são muito sensíveis então não podemos comercializá-las como maçãs. Maçãs você as tem, você pode estocar elas e aí você pode vendê-las, mas uvas... Você tem que dizer “ok, eu tenho uvas” depois disso (você tem que perguntar se eles estão atrás

daquela qualidade) “e daí, eu posso vender... ok. Essa qualidade é boa. Eu posso estocar e vender na próxima semana” – ou não: “Isso eu preciso vender imediatamente”. (Funcionário de uma empresa de importação e distribuição de alimentos na Europa)

Ao mesmo tempo, como ilustrado por depoimentos de profissionais envolvidos em funções da distribuição de companhias produtoras de larga escala da região, estratégias de barganha mais direta exercem constrangimentos adicionais às opções de produtores. Esses profissionais trazem à tona a pressão exercida por corporações varejistas internacionais sobre marcas individuais de produtos. De acordo com isso, uma das estratégias de combate dessas corporações é restringir a visibilidade dessas marcas a uma diferenciação básica durante o *design* das caixas dos produtos. O depoimento abaixo expande as razões pelas quais essa estratégia da “diferenciação mínima” é restrita a um alcance mínimo de esforços de *marketing*.

Faz tempo que eles (os supermercados) lutam contra (isso). Por exemplo, na Inglaterra eles exigem a caixa de tal cor e você tem o limite de botar seu nome numa cabeceira só. Não em duas cabeceiras. Nada de desenhos. [...] Porque... eles querem evitar que um fornecedor comece a ganhar uma certa fama, e obrigue a esse supermercado a continuar com essa marca. Por exemplo, tipicamente na Inglaterra os supermercados se recusam a trabalhar com (companhias produtoras multinacionais D, C ou M) porque... são marcas que não pertencem ao supermercado... que eles não controlam e eles detestam isso aqui. (Então no caso de produtos frescos, eles garantem) a qualidade porque eles têm o controle de qualidade deles, mas decepciona, né? Então, eles não querem que outros se beneficiem porque ele sabem que [...] Porque uma vez que você tem sua marca, que ela é bem conhecida por boa qualidade gustativa, boa qualidade de apresentação e (etc.) e você dê o nome aos bois... os clientes... os teus clientes vão começar a pedir aquela marca e não a outra. [...] E aquele que está no meio, o intermediário, repassando essa fruta para frente, a única coisa que ele não quer é ser obrigado a trabalhar com uma marca. Porque aí ele tem que entrar no sistema do preço daquela marca. Então, por isso que eles lutam desesperadamente contra qualquer diferenciação por marca... uma marca. Eles detestam isso. É a briga... Quem pode

exigir vai teimar, vai continuar com a marca. Quem não pode... (Gerente comercial de exportação de uma grande produtora-exportadora da região).

As considerações acima acerca do perfil dessas demandas de qualidade de grandes compradores finais da cadeia, seus estritos programas de venda e, mais diretamente, estratégias de barganha não centradas no valor do preço de fornecimento são registradas pela literatura sobre mercados de frutas e verduras frescas (DOLAN; HUMPHREY, 2000, 2004; GREEN; SCHALLER, 2000; BELIK et al., 2001; LAVALLE, 2004a e 2004b; BUSCH; BAIN, 2004). Essas estratégias empregadas por agentes na etapa da distribuição exercem pressão na configuração da cadeia produtiva das mangas da variedade Tommy Atkins. De acordo com isso, o foco nos atributos de qualidade desses produtos conforma a natureza dos desafios encarados por atores sociais nessa cadeia. Abaixo, um profissional ativo numa firma de suporte técnico e de mercado e um pequeno produtor da região consideram os gargalos particulares da cadeia, crescentemente causas de alerta na região.

A Tommy ela chegou num ponto que tá, assim... (não dizemos realmente) que tá “saturada” mas tá chegando à saturação, entendeu? (Saturação) significa dizer que o que produz tá acima do que o mercado consegue absorver. Então, o que se tá pensando hoje para o (novo projeto de irrigação pública) Salitre é a diversificação [...] da espécie da manga, né? Então, tá se falando aqui em várias... tem a Palmer... tem a Kent... A Kent é mais voltada para exportação [...] (Outra coisa:) o que acontece aqui no mercado interno também acontece no mercado [...] externo. [...] O que a gente observa... [...] (Eu tive a chance de ir) pra uma rodada de negócios há uns 3 anos atrás – que eu estava assessorando uma cooperativa – aí eu sentei com um comprador lá... Acho que era da Alemanha [...] Ai ele disse pra mim o seguinte [...] “Agora, se você tem outras variedades a gente conversa” cara traduzindo, lá, né? – ele disse “Olhe, Tommy eu não quero né, tá entendendo? Então, na realidade o que a gente sente é que a Tommy tá chegando no ponto de saturação do mercado”. (Pedro Augusto, 55 anos, supervisor de departamento de uma firma de suporte técnico e de mercado atuante na região).

É... eles colocaram, assim, como que... a manga Palmer seja, na realidade,

uma manga [...] do futuro, você tá entendendo? E até eles falaram por que a manga Tommy estava perdendo um pouco de espaço pra Palmer. Segundo eles, eles já (estavam atribuindo o problema à) manga colhida verde. Porque a manga quando é colhida verde, quando chega no mercado, ela não tem aquele sabor... [...] Diz que ela tá perdendo espaço por isso. Enquanto a manga Palmer é uma manga que ela exige que seja colhida num ponto de maturação mais avançado e que ela chegue no mercado com um sabor bastante diferente. Mas a gente está com a esperança [...] (que a manga, enquanto fruto) ainda continua sendo e vai continuar sendo o carro-chefe das zonas irrigadas (Maciel, cerca de 60 anos, pequeno produtor irrigado há mais de 30 anos, ex-presidente e membro de associação de pequenos produtores de manga).

Esses depoimentos ilustram diferentes aspectos do acesso de supermercados às informações de pontos de venda, no extremo final da cadeia, que são os fatores cruciais definidores da percepção dominante acerca da qualidade dos produtos (atributos como calibre, coloração, aroma, rigidez, etc.) e processos produtivos (ponto ideal de colheita, insumos utilizados, forma de organização dos processos e do trabalho, etc.). É importante ressaltar que um componente fundamental dessa última observação é o fato de que ela sublinha o propósito exclusivamente de *marketing* de algumas frutas tropicais como prática comum entre varejistas corporativos internacionais, como descrevem Dolan e Humphrey (2000, p. 152-153). Isso precisa ser contraposto com uma compreensão abrangente de hábitos de consumo em países de destino como um fato dado.

A gente tem frequentado a Fruit Logística todo ano e eu visitei várias feiras de supermercados na Alemanha e perguntei a todos os chefes da seção de (frutas e verduras frescas) se eles comeriam aquelas frutas tropicais que eles estavam ofertando no mercado. E eles dizem que não. Que aquela fruta tá lá porque tem que ter uma fruta tropical, uma pera tropical. Mas eles vendem uma caixa por dia, uma caixa e meia, pra curiosos ou pra latinos e por isso eles mantêm isso lá no estoque... Mas uma fruta de péssima qualidade. Variedade Tommy Atkins, mandada de navio, colhida em estágio 3... Quer dizer, aí não vai amadurecer jamais! Ela pode apodrecer, mas amadurecer, não. Então, vamos lá: esse é um grande problema de nossa cadeia de manga.

[...] o europeu e o americano não consomem frutas tropicais. Eles estão acostumados a comer maçã, pera, ameixa, nectarina, uva. Frutas que se morde e se come com casca, muito mais fácil, já tá no hábito de consumo, de uma hora pra outra você começa a mandar variedades tropicais, frutas tropicais que eles não conhecem, fora do ponto do consumo, ele consome, não gosta, não volta a comprar! (Funcionário de um órgão de suporte técnico e de marketing atuante na região).

Ainda, a participação no mercado para Tommy Atkins é analisada enquanto produto do conjunto de coordenadas determinando: os canais logísticos utilizados; ponto de maturação e colheita; especificações para embalagens; termos de contrato. Nesse sentido, após as condições de participação tornarem-se claras para todos os participantes da cadeia, os indivíduos na produção são deixados tão somente com a alternativa de retirar-se do mercado particular da manga Tommy Atkins. As perspectivas apresentadas nessa direção sugerem o papel desempenhado pelos princípios de empreendedorismo que subjazem ao modelo de desenvolvimento consolidado na região. De acordo com isso, investimentos governamentais e a natureza experimental dos projetos de irrigação pública desenvolvidos na região, em esforços conjuntos (DAMIANI, 1999, p. 64-97) com empresas agroindustriais e produtores pioneiros (SILVA, 2001, p. 77-81), sustentam um compromisso com os arranjos estruturais que afetam opções produtivas e de *marketing* dos atores na região.

Os preços [estão] muito baixos pela nossa própria concorrência; a gente tá concorrendo Brasil com Brasil. A gente exportou agora no ano de 2009 110.000 toneladas, valor inferior a 2008 que foi de 133. [...] A manga no mercado internacional [está] muito barata porque a gente está mandando coisa demais! Quaisquer 2 containers a mais nos Estados Unidos ou na Europa o nosso preço vai abaixo. E aí o que é que acontece? O exportador descapitalizado fez um acordo com o produtor de entrega de insumos, [...] custeou toda a produção. Chegou no final, descobriu que o custeio do produtor foi maior do que o preço que ele atingiu no produto final. E aí ele está cobrando do produtor a diferença. Quer dizer: é um absurdo! O produtor trabalhou o ano todo e está devendo dinheiro, embora tenha entregue essa manga. [...] O produtor descapitalizado, que é que ele fez?

Ele se voltou para o mercado interno em algumas áreas vendendo frutas sem trato cultural algum, com preços quase iguais aos que ele vendia na exportação, ou, se não igual, mais baixo, mas sem custo. [...] (O nosso medo é que a uva não cometa os mesmos erros cometidos pela manga quanto a volume de produção, aumento de área muito rápido e muito drástico para janelas que vêm acabando no mercado internacional. E o que é pior é que você começa a ver países na África com climas parecidos com o Brasil em épocas parecidas com o Brasil plantando manga! A nossa janela tende a um fechamento. Mesmo porque se você pensar em África ela está do lado da Europa. Os preços de frete competitivos vão para o espaço, né? [...] Na verdade eu acho que uma grande burrice que foi feita pelo Brasil.... A gente cometeu esse erro na manga 15 anos atrás. 16 anos atrás. Fez a migração do modal de aéreo pra marítimo, né? Pensando em redução de custos e pensando numa melhor remuneração. Na verdade, o importador conhece muito melhor que a gente os custos desse transporte mesmo porque o Brasil vende na sua grande maioria a FOB. E os preços reduziram! É óbvio! Se eu estou mandando de aéreo a marítimo os preços são diferenciados. E uma vez que esses preços caíram no mercado internacional eles não voltam mais, né? E foi um tiro no pé. E agora o Brasil repete essa mesma burrice com o mamão. Você começa a ver mamão saindo quase 90% hoje do Brasil marítimo em detrimento da qualidade, com variedades mais resistentes e sem gosto.

Essas condições de participação se relacionam com desafios encontrados essencialmente em dois níveis. Por um lado, em termos do estabelecimento de novos arranjos produtivos e condições de barganha *vis-à-vis* empresas-líderes da cadeia. De outro, em relação a assegurar opções alternativas de mercado por meio da prospecção e *marketing* bem-sucedidos de novas variedades de maior qualidade relativa. As informações acima lançam luz no processo pelo qual as coordenadas da cadeia de produtos estabelecidas pelas demandas de empresas-líderes determinam aspectos do negócio, tais como volumes praticados, limiar de preços, especificações particulares de embalagens, entre outros, como informado pelos profissionais entrevistados. Este último fato é tanto mais relevante quando considerado que esse estado de coisas é destinado a mudanças significativas causadas pelo arrefecimento recente das demandas para essa variedade do fruto de uma grande rede de supermercados alemã. Dessa forma, o nível

de especialização implicado pelas coordenadas da cadeia que são em larga parte conformadas pelos determinantes estabelecidos pelos grandes agentes desse campo engendra uma noção de qualidade estritamente relacionada aos aspectos “técnicos” da gestão de abastecimento dessa cadeia. Isso é mais bem apreciado quando em contraponto com aquilo defendido pelos agentes regionais como a principal evidência de qualidade do fruto: o sabor.

Conclusão

Ao finalizar este artigo, temos evidências importantes de processos de internacionalização do capital em suas inter-relações com o Estado e o desenvolvimento regional. Os resultados alcançados no artigo contribuem para expor novas configurações das cadeias globais de alimentos e as desigualdades inerentes a esses processos.

O caso descrito fornece dados elucidativos acerca de como as reivindicações que parecem fundamentais para um setor de agentes da cadeia são mais ou menos indiretamente conformadas para uma articulação formal posterior. Ajuda, assim, portanto, a iluminar o fato de que, apesar das percepções contrastantes de um leque de profissionais envolvidos na cadeia, a qualidade do produto vem a ser definida pelo conjunto de componentes que estruturam a governança da cadeia. Isso está em linha com uma estratégia central dos agentes centrais dessa cadeia que pode ser definida, como defende Lara Flores (1998), pela proporção em que eles são capazes de realizar uma “demanda manufaturada”. Por outro lado, como os depoimentos assinalam, a contribuição de um conjunto de princípios de empreendedorismo informados por um modelo de desenvolvimento estabelecido na região está claramente refletida no padrão pelo qual os agentes regionais logram sua entrada nos mercados externos. Além disso, a discussão que emerge se relaciona, portanto, ainda que indiretamente, com a questão da polêmica atual acerca da falha na tentativa de harmonizar o padrão de qualidade da produção integrada de frutas do Brasil (PIF) e o padrão internacional GlobalGAP, praticado no mercado global de alimentos frescos (LOBO, 2007).

Depoimentos complementares foram cedidos durante a coleta de dados por

profissionais no campo de serviços de suporte técnico e de mercado acerca do conjunto de padrões internacionais praticados na região. Esses depoimentos revelam o posicionamento ambíguo do corpo de organizações públicas e privadas de apoio na sustentação de argumentos legais e consistentes, assim como linhas lógicas de debate em torno desses mecanismos institucionais de organização da produção, isto é, as medidas e padrões de qualidade internacionais. Como exposto por analistas, tais mecanismos institucionais de organização da produção, de fato, estabelecem uma padronização cultural por meio de sistemas de produção e gestão no globo, ou o que foi batizado de “cultura da auditoria” (CAMPBELL, 2005). Portanto, o tópico também chama atenção a um interesse contíguo: aquele a respeito da emergência de lógicas institucionais em torno da consolidação de práticas produtivas. O que ganha terreno na arena através da qual os atores sociais investem em dispositivos tais quais as concepções estatais acerca de práticas produtivas sancionadas por meio do conjunto de leis e padrões técnicos públicos. A análise revela a trama de relações sociais implicadas na atribuição da qualidade ou desenho de mercadorias. Conforme ficou demonstrado, os meandros das cadeias globais requerem investigação continuada. Isto porque os limites e liames usados parecem não ser tão firmes e fortes à luz de uma investigação completa. O espaço do mercado se constrói em meio a convenções, negociações e, assim sendo, depende de conjunturas e estruturas que atravessam as relações globais-locais que prevalecem na rede de relações tecida no campo da globalização dos alimentos.

Referências

APPADURAI, Arjun. Introduction. 1986. In: APPADURAI, A. (Ed.). *Commodities and the politics of value*. The Social Life of Things. Cambridge: Cambridge University Press, p. 3-63.

BAIR, Jennifer. 2005. Global Capitalism and Commodity Chains: Looking Back, Going Forward. *Competition & Change*, v. 9, n. 2, p. 153-180.

BAIR, Jennifer. 2008. Analyzing global economic organization: embedded networks and global chains compared. *Economy and Society*, v. 37, n. 3, p. 339-364.

BARHAM, Elizabeth. 2002. Towards a Theory of Values-Based Labeling. *Agriculture and Human Values*, v. 19, n. 1, p. 349-360.

BELIK, Walter; SANTOS, Roseli R.; GREEN, Raul. 2001. Food Retailing, Quality Signals and the Customer Defence1. In: *World Food and Agribusiness Symposium of the International Food and Agribusiness Management Association-IAMA*. Sydney. p. 1-10. Disponível em: <<https://ifama.org/events/conferences/2001/cmsdocs/BelikWalter.PDF>>.

BENDINI, Monica; CAVALCANTI, Josefa Salette B.; MURMIS, Miguel; TSAKOUMAGKOS, Pedro. 2003. *El campo en la Sociología actual: perspectiva Latino Americana*. Buenos Aires: La Colmena.

BENDINI, Mónica I.; CAVALCANTI, Josefa Salette B.; LARA FLORES, Sara M. 2006. De la Sociología Rural en América Latina. Una Mirada Sobre el Campo. In: DE LA GARZA, Enrique (Ed.). *Tratado Latinoamericano de Sociología*. Barcelona: Anthropos Metropolitana, p. 247-263.

BIGGART, Nicole W.; BEAMISH, Thomas D. 2003. The Economic Sociology of Conventions: Habit, Custom, Practice, and Routine in Market Order. *Annual Review of Sociology*, v. 29, n. 1, p. 443-464.

BONANNO Alessandro. 2005. Agricultura familiar y medio Ambiente: Una perspectiva global. In: MOTA, Dalva M. da; SCHMITZ, Heribert;

VASCONCELOS, Helenira E. M. (Org.). *Agricultura familiar e abordagem sistêmica*. Fortaleza: Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção, p. 121-133.

BONANNO, Alessandro; BUSCH, Lawrence; FRIEDLAND, William H.; GOUVEIA, Lourdes; MINGIONE, Enzo. 1994. (Eds.). *From Columbus to ConAgra*. The Globalization of Agriculture and Food. Lawrence: University Press of Kansas.

BONANNO, Alessandro; CAVALCANTI, Josefa Salete B. 2012. Globalization, Food Quality and Labor: The Case of Grape Production in Northeastern Brazil. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, v. 19, n. 1, p. 37-55.

BUSCH, Lawrence. 2000. The moral economy of grades and standards. *Journal of Rural Studies*, v. 16, n. 3, p. 273-283.

BUSCH, Lawrence; JUSKA, Arunas. 1997. Beyond political economy: actor networks and the globalization of agriculture. *Review of International Political Economy*, v. 4, n. 4, p. 688-708, Winter.

BUSCH, Lawrence; BAIN, Carmen. 2004. New! Improved? The Transformation of the Global Agrifood System. *Rural Sociology*, v. 69, n. 3, p. 321-346.

BUTTEL, Frederick. 2001. Some reflections on late twentieth century agrarian political economy. *Cadernos de Ciência e Tecnologia*, Brasília, v 18, n 2, p. 11, maio/ago.

CALLON, Michel; MÉADEL, Cecile; RABEHARISOA, Vololona. 2002. The economy of qualities. *Economy and Society*, v. 31, n. 2, p. 194-217.

CAMPBELL, Hugh. 2005. The rise and rise of EurepGAP: European (re) invention of colonial food relations. *International Journal of Sociology of Food and Agriculture*, v. 13, n. 2, p. p. 1-19.

CAMPBELL, Hugh; LAWRENCE, Geoffrey; SMITH, Kiah. 2006. Audit Cultures and the Antipodes: The Implications of EurepGAP for New Zealand

and Australian Agri-food Industries. In: MARSDEN, Terry; MURDOCH, Jonathan (Eds.). *Between the Local and the Global* (Research in Rural Sociology and Development, Volume 12). Emerald Group Publishing Limited, p. 69-93.

CAVALCANTI, Josefa Salete B. 1997. Frutas para o mercado global. *Revista do Instituto de Estudos Avançados da USP*, São Paulo, v. 11, n. 29, p. 79-93.

CAVALCANTI, Josefa Salete B. 1999a. Globalização e processos sociais na fruticultura de exportação do Vale do São Francisco. In: CAVALCANTI, J. S. B. *Globalização, trabalho, meio ambiente: mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação*. Recife: Ed. Universitária da UFPE, p. 123-170.

CAVALCANTI, Josefa Salete B. 1999b. Desigualdades sociais e identidades em construção na agricultura de exportação. *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, São Paulo, v. 9, n. 5, p. 155-175.

CAVALCANTI, Josefa Salete B. New challenges for the players in global agriculture and food. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, v. 12, n. 1, p. 29-36, 2004.

CAVALCANTI, Josefa Salete B. 2006. The Dynamics of Local Development: From Hunger to Quality Food Cases from Northeastern Brazil. *Research in Rural Sociology and Development*, v. 12, p. 175-201.

CAVALCANTI, Josefa Salete B.; BENDINI, Mónica I. 2014. Globalization and change in labor relations in fruit regions of Brazil and Argentina. In: BONANNO, Alessandro; CAVALCANTI, Josefa Salete B. (Org.). *Research in Rural Sociology and Development*, Ed. Bingley - UK: Emerald Group Publishing Limited, v. 1, n. 20, p. 3-32.

CORREIA, Rebert Coelho; ARAUJO, José Lincoln Pereira. Ago/2010. *Cultivo da mangueira: mercado*. Embrapa semi-árido. Sistemas de produção, 2, ISSN 1807-0027 Versão Eletrônica, Diapnível em: <<https://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Manga/CultivodaMangueira/mercado.htm>>.

DAMIANI, Octavio. 1999. *Beyond market failures: irrigation, the state, and non-traditional agriculture in Northeast Brazil*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, Department of Urban Studies and Planning.

DAVIRON, Benoit; GIBBON, Peter. 2002. Global Commodity Chains and African Export Agriculture. *Journal of Agrarian Change*, v. 2, n. 2, p. 137-161.

DIAS, G. H. S. 2014 *The Social Dimension of Quality Structuring in the Global Value Chain of Grapes and Mangoes from the São Francisco Valley, Brazil to Europe*. 1ª ed. Göttingen: Cuvellier, pages 264.

DOLAN, Catherine; HUMPHREY, John. 2000. Governance and Trade in Fresh Vegetables: Impact of UK Supermarkets on the African Horticulture Industry. *The Journal of Development Studies*, v. 37, n. 2, p. 147-176.

DOLAN, Catherine; HUMPHREY, John. 2004. Changing governance patterns in the trade in fresh vegetables between Africa and the United Kingdom. *Environment and Planning A*, v. 36, n. 3.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. 1996. *The world of goods*. London: Routledge.

FRIEDLAND, William H. 1994. The New Globalization: The Case of Fresh Produce. In: BONANNO, Alessandro et al. *From Columbus to ConAgra: The Globalization of Agriculture and Food*. Lawrence: University Press of Kansas, p. 210-231.

GIBBON, Peter. 2008. Governance, Entry Barriers, Upgrading: A Re-Interpretation of Some GVC Concepts from the Experience of African

Clothing Exports. *Competition & Change*, v. 12, n. 1, p. 29-48.

GIBBON, Peter; BAIR, Jennifer; PONTE, Stefano. 2008. Governing global value chains: an introduction. *Economy and Society*, v. 37, n. 3, p. 315-338.

GIBBON, Peter; PONTE, Stefano. 2008. Global value chains: from governance to governmentality? *Economy and Society*, v. 37, n. 3, p. 365-392.

GREEN, Raúl; SCHALLER, Bernard. 2000. Logística e racionalização comercial na área dos produtos alimentares frescos. In: BELIK, W.;

MALUF, R. S. (Orgs.). *Abastecimento e segurança alimentar: os limites de liberalização*. Campinas: Editora da Unicamp e CPDA.

GRIECO, Joseph M.; IKENBERRY, John G. 2003. *State power and World Markets*. New York and London: W.W. Norton and Company, p. 383.

HAMILTON, Gary G.; GEREFFI, Gary. 2008. Global Commodity Chains, Market Makers, and the Rise of Demand-Responsive Economies. In: BAIR, Jennifer (Ed.). *Frontiers of Commodity Chain Research*. Stanford: Stanford University Press.

HATANAKA, Maki; BAIN, Carmen; BUSCH, Lawrence. 2005. Third-party certification in the global agrifood system. *Food Policy*, v. 30, p. 354-369.

HUMPHREY, John. 2008. *Private Standards, Small Farmers and Donor Policy: EUREPGAP in Kenya*, Brighton: University of Sussex/Institute of Development Studies (IDS).

HUMPHREY, John; SCHMITZ, Hubert. 2002. How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? *Regional Studies*, v. 36, n. 9, p. 1017-1027.

HUMPHREY, John; MEMEDOVIC, Olga. 2006. *Global Value Chains in the Agrifood Sector*. Vienna, Austria: United Nations Industrial Development Organization.

LARA FLORES, Sara. M. 1998. *Nuevas experiencias productivas y nuevas formas de organización flexible del trabajo en la agricultura mexicana*. México: Juan Pablo Editor.

LAVALLE, Cesar. 2004a. *O serviço de distribuição física como fator determinante no processo de decisão de compra do comércio supermercadista (Parte 1)*. Disponível em: <<http://www.cel.coppead.ufrj.br/fs-public.html>>.

LAVALLE, Cesar. 2004b. *O serviço de distribuição física como fator determinante no processo de decisão de compra do comércio supermercadista (Parte 2)*. Disponível em: <<http://www.cel.coppead.ufrj.br/fs-public.html>>.

LOBO, Alfredo Carlos O. 2007. Inmetro. Sua contribuição para a competitividade das empresas brasileiras. *Agroanalysis* (9º Fórum Abag), Disponível em: <http://www.agroanalysis.com.br/index.php?area=conteudo&esp_id=0&from=especial&epc_id=158>.

MCMICHAEL, Philip. 1994. *The global restructuring of agro-food systems*. New York: Cornell University Press.

NADVI, Khalid; WALTRING, Frank. 2002. *Making sense of global standards*. Duisburg: Edward Elgar Publishing.

PALPACUER, Florence. 2008. Bringing the social context back in Governance and wealth distribution in global value chains. *Economy and Society*, v. 37, n. 3, p. 393-419.

PALPACUER, Florence; GIBBON, Peter; THOMSEN, Lotte. 2005. New Challenges for Developing Country Suppliers in Global Clothing Chains: A Comparative European Perspective. *World Development*, v. 33, n. 3, p. 409-430.

PIRES, Maria Luiza L. S.; CAVALCANTI, Josefa Salete B. 2012. Imagens da fruticultura do Vale do São Francisco: cooperativas, reinvenção de estratégias e criação de oportunidades em tempos de enfrentamento da crise global. In:

CRAVIOTTI, Clara (Coord.). *Tramas productivas y agentes sociales en la fruticultura globalizada*. Buenos Aires: Miño y Dávila, p. 223-246.

PONTE, Stefano. 2002. The ‘Latte Revolution’? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain. *World Development*, v. 30, n. 7, p. 1099-1122.

PONTE, Stefano. 2009. Governing through Quality: Conventions and Supply Relations in the Value Chain for South African Wine. *Sociologia Ruralis*, v. 49, n. 3, p. 236-257.

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

RAIKES, Philip; FRIIS JENSEN, Michael; PONTE, Stefano. 2000. Global commodity chain analysis and the French filière approach: comparison and critique. *Economy and Society*, v. 29, n. 3, p. 390-417.

RENARD, Marie-Christine. 2003. Fair trade: quality, market and conventions. *Studies*, v. 19, n. 1, p. 87-96.

SADLER, David. 1992. *The Global Region*. Production, State Policies and Uneven Development. Oxford, New York, Seoul and Tokyo: Pergamon Press, p. 274.

SCHAEFFER, Robert K. 1997. *Understanding globalization: The social consequences of political, economic, and environmental change*. Maryland: Rowman & Littlefield.

SILVA, Pedro Carlos G da. 2001. *Articulação de interesses públicos e privados no polo Petrolina-PE/Juazeiro-BA*: em busca de espaço no mercado globalizado de frutas frescas. Campinas: Universidade Estadual de Campinas.

SORJ, Bernardo. 2000. *A nova sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Zahar.

STIGLITZ, Joseph E.; CHARLTON, Andrew. 2005. *A Fair Trade for All*. How Trade can promote development. New York: Oxford University Press.

TANAKA, Keiko; BUSCH, Lawrence. 2003. Standardization as a means for globalizing a commodity: the case of rapeseed in China. *Rural Sociology*, Columbia, v. 68, n. 1, p. 25-45.

THÉVENOT, Laurent. 2006. Convention School. In: BECKERT, J.; ZAFIROVSKI, M. (Eds.). *International Encyclopedia of Economic Sociology*. London: Routledge.

URRY, John. 2004. *Global Complexity*. Cambridge and Oxford: Polity Press/Blackwell Publishing Ltd., p. 171.

VAN DER GRIPP, Nicolien M.; MARSDEN, Terry K.; CAVALCANTI, Josefa Salete B. 2005. European retailers as agents of change towards sustainability: the case of fruit production in Brazil. *Environmental Sciences*, v. 2, n. 4, p. 443-445.

WARDE, Alan. 1997. *Consumption, Food and Taste*. London: SAGE Publication.

WARDE, Alan. 2005. Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, London: SAGE Publications, v. 5, n. 2, p. 131-153, 1469-5405 [DOI: 10.1177/1469540505053090]