

CADEIA PRODUTIVA E COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA NO BRASIL

CHAIN PRODUCTIVE AGRICULTURAL MARKETING IN BRAZIL

CADENA PRODUCTIVA Y COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA EN BRASIL

Diana Mendonça de Carvalho

Doutoranda em Geografia (NPGeo/UFS) e Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Sobre Transformações no Mundo Rural – GEPRU/UFS.

José Eloízio da Costa

Doutor em Geografia Agrária pela UNESP/Rio Claro. Professor do Núcleo de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe- NPGeo/UFS.

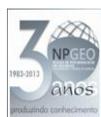
RESUMO

A comercialização agrícola se apresenta como atividade complexa dentre aquelas que envolvem o “sistema da agricultura”, uma vez que opera no momento em que a produção assume a condição de mercadoria, na ponta da cadeia. Essa condição envolve a integração de mercados, compreendendo diversos segmentos que se apropriam da produção e passam a impor metas de quantidade e de qualidade, formando cadeias, redes ou arranjos produtivos. O presente trabalho buscou apresentar uma análise teórica e histórico-espacial sobre a cadeia produtiva e a comercialização de produtos agrícolas no Brasil, com ênfase nas relações espaciais. Essas reflexões partiram de questionamentos sobre as especificidades existentes na cadeia produtiva e na comercialização agrícola. Para a constituição desse estudo foram realizados levantamentos bibliográficos e análise as seguintes categorias: “cadeia produtiva”, “comercialização agrícola” e “políticas agrícolas” no Brasil. Nesse país, a atividade agrícola e sua comercialização é historicamente dinâmica, tendo acarretado o enlace da relação campo-cidade em várias regiões e contribuído para a formação de “arquipélagos urbano-econômicos”. Durante quase quatro séculos o país se voltou inteiramente à produção de gêneros agrícolas para exportação. A partir do século XX, a utilização de capital, tecnologia e informação nas atividades produtivas do campo criou uma nova relação rural-urbana, na qual o Estado participou com investimentos e auxiliou para a associação do capital privado nacional com o internacional na implementação de infraestrutura, incentivos fiscais, programas e pesquisas.

Palavras- Chave: Comercialização Agrícola, cadeia produtiva e Políticas Agrícolas.

ABSTRACT

The agricultural marketing itself is the complex activity among those involving the “system of agriculture”, since it operates at the time of production assumes the condition of merchandise, in the end of the chain. This study aimed to present a theoretical analysis of the production chain and some contemporary public policies that contributed to the marketing of agricultural products in Brazil. This study sought to present a theoretical analysis and historical space on the supply chain and marketing of agricultural products in Brazil, with emphasis on spatial relationships. These reflections of the questions left about the particularities in the production chain and in agricultural



marketing. This literature review was conducted by theoretical analysis of the following: "production chain", "Agricultural Marketing" and "Public Policies in Brazil". In this country, farming and marketing is historically dynamic, having led to the linkage of rural-urban ratio in various regions and contributed to the formation of "urban-economic archipelagos." For nearly four centuries the country has turned entirely to the production of agricultural export genres. From the twentieth century, the use of capital, technology and information in the productive activities of the field created a new rural-urban ratio in which the state participated in investments and helped the association to the national private capital with the international implementation of infrastructure, incentives, programs and research.

Key Words: Agricultural Marketing, supply chain and agricultural policy.

RESUMEN

La comercialización agrícola se presenta como una actividad compleja entre las que implican el "sistema de la agricultura", una vez que opera en el momento en que la producción se lleva a la condición de mercancía, en la punta de la cadena. Esta condición implica en la integración de los mercados, que comprende varios segmentos que apropiarse de la producción y comenzar a imponer objetivos de cantidad y calidad, formando cadenas, redes o arreglos productivos. Este trabajo tuvo como objetivo presentar un análisis teórico y histórico-espacial sobre la cadena productiva y la comercialización de productos agrícolas en Brasil, con énfasis en las relaciones espaciales. Estas reflexiones surgió de los cuestionamientos acerca de las especificidades que existen en la cadena productiva y en la comercialización agrícola. Para la constitución de este estudio se realizaron levantamientos bibliográficos y análisis de las siguientes categorías: "cadena productiva", "comercialización agrícola" y "políticas agrícolas" en Brasil. En este país, la actividad agrícola y su comercialización es históricamente dinámico, y condujo a la vinculación de la relación campo-ciudad en varias regiones y han contribuido para la formación de "archipiélagos urbano-económicos". Durante casi cuatro siglos, el país se volvió por completo a la producción de productos agrícolas para la exportación. Desde el siglo XX, el uso del capital, tecnología y información en las actividades productivas del campo creó una nueva relación rural-urbana, en el cuál el estado participó con inversiones y ayudó para la asociación del capital privado nacional con el internacional en la implementación de infraestructura, incentivos fiscales, programas e investigaciones.

Palabras-clave: Comercialización Agrícola; Cadena Productiva y Políticas Agrícolas.

1 INTRODUÇÃO

A comercialização agrícola se apresenta como atividade complexa dentre aquelas que envolvem o "sistema da agricultura", uma vez que opera no momento em que a produção assume a condição de mercadoria, na ponta da cadeia¹. Essa complexidade reflete a dinâmica que a atividade

¹ Sob a ótica marxista, a mercadoria é produzida pelo trabalho e seu valor é calculado pelo tempo de trabalho despendido na produção. Logo, ela materializa-se na produção, que antecede a comercialização.

assume e que atualmente envolve o circuito integrado de mercados, abrangendo diversos segmentos e setores que se apropriam da produção e passam a impor metas de quantidade e de qualidade, formando cadeias, redes ou arranjos produtivos.

O acordo de vontade dos produtos agrícolas apresenta características particulares quando da articulação, interação e dispersão de bens e serviços, pois organiza fluxos de atividades relacionadas à agricultura através da produção e da organização espacial para sua comercialização. Esse processo envolve vários atores sociais que compõem a cadeia produtiva, integrando etapas de beneficiamento ou processamento.

Essa cadeia tende a se estender ou encolher conforme a demanda econômica por um determinado produto, variando assim no tempo, no espaço e no número de atores envolvidos para promover a interação produtor-consumidor.

Nesse contexto, o artigo em tela tenta apresentar essa temática, inicialmente a partir de uma análise teórica e histórico-espacial sobre a cadeia produtiva e a comercialização de produtos agrícolas no Brasil, com ênfase nas relações espaciais. Essas reflexões implicam questionar as particularidades existentes na cadeia produtiva e as atribuídas a comercialização agrícola em meio a função e a estrutura presentes nesse segmento da economia rural.

Para a constituição desse estudo foram realizados levantamentos bibliográficos e análise as seguintes categorias: “cadeia produtiva”, “comercialização agrícola” e “políticas agrícolas” no Brasil. Por estes foram analisadas as definições de comercialização agrícola, suas estruturas e funções da cadeia produtiva, analisando os atores que a constitui; e a ocorrência desses processos no espaço brasileiro, assim como os impactos para a economia nacional.

2 UMA BREVE ABORDAGEM SOBRE A CADEIA PRODUTIVA DOS PRODUTOS DA AGRICULTURA

A cadeia produtiva compreende os alicerces do processo produtivo e a configuração de fases pelas quais os produtos passam por determinadas estruturas (processamento, armazenamento e etc.) até alcançar o mercado consumidor, podendo ser iguais, padronizados ou diferentes, destacando especificidades locais e regionais, ou ainda, evidenciando a integração dos atores sociais e institucionais que visam minimizar problemas e tornar mais eficiente a cadeia. Essa concepção é

típica de produtos de *commodities*, não abarcando as “cadeias curtas” onde não existe em seus segmentos alterações na estrutura dos produtos.

O sentido de cadeia produtiva tem se aprimorado e agregado novos elementos no contexto da nova economia internacional. Este contexto, com suas características básicas de fluxo instatâneo de capitais financeiros, abertura de mercados, desenvolvimento das telecomunicações, mudanças nos papéis dos Estados-nação e nas relações de produção-consumo, tem contribuído para o aparecimento de novas estratégias sócio-econômicas no que se referem aos setores de produção, comércio e consumo de alimentos.

Isso decorre do envolvimento de vários atores sociais e coletivos, entre os quais: 1- fornecedores de insumos, representados por empresas que têm por finalidade ofertar implementos agrícolas e tecnologia; 2- agricultores, que trabalham diretamente a terra, com a finalidade de produzir alimentos; 3- Processadores, representados pelas “[...] agroindústrias que podem pré-beneficiar, beneficiar ou transformar os produtos in-natura (SILVA, 2005, p.02); 4- Comerciantes, que na forma atacadista, têm por função distribuir as mercadorias para postos de venda, e na forma varejista, comercializando o produto para o consumidor final; completando-se com, 5- o mercado consumidor, que está na ponta do processo de comercialização. O arranjo desses atores econômicos fundamenta uma ampla compartimentação da cadeia produtiva em várias etapas até chegar ao mercado consumidor final.

A cadeia de produtos agrícolas começou a impor mudanças no padrão da realização produção-consumo no Brasil a partir da década de 1960, face ao crescimento de empreendimentos agroindustriais que passam a ser entendidos como uma sucessão de operações de transformação; um conjunto de relações comerciais e financeiras; um conjunto de ações econômicas que valorizam os meios de produção e seus resultados e asseguram a articulação das operações (BATALHA, 2007).

Essa transformação no campo contribuiu para a constituição de novas cadeias produtivas agroalimentares. Na perspectiva de Vilela (1999, p.43), a estrutura dessa cadeia tem se alongado e agregado outras empresas ligadas ao setor de serviços, tanto os voltados a produção, no caso a terceirização, quanto aos de pessoas, tipo personalizado; e a logística, no que se refere a distribuição. Sendo assim,

Esse processo de alongamento da cadeia vem acompanhado de um processo de agregação de valor ao produto [...]. Assim, muitos produtos chegam, muitas vezes, à mesa do consumidor com um preço até 500% superior ao pago ao produtor. O que é novo neste processo é que a apropriação destas margens ocorre no elo da intermediação (logística, distribuição, marketing, comercialização), momento do processo em que devem ser concentrados os esforços para a compreensão dos seus

mecanismos de funcionamento, de forma a situar os diversos agentes, com suas respectivas importâncias, na relação produção-consumo agroalimentar (VILELA, 1999, p.44-45).

A modernização desses suportes na cadeia produtiva é atribuída à associação de um conjunto de atividades que visam facilitar o fluxo de produtos do ponto de aquisição de matéria-prima até o ponto de consumo final e também dos fluxos de informações que colocam os produtos em movimento, de modo a obter níveis de serviços adequados aos clientes, com o menor custo possível. Neste sentido, para que haja a concretização da comercialização, em meio às etapas da cadeia de produção, são necessários produtores, intermediários, transportadores, comerciantes varejistas e consumidores. Assim, a participação do comerciante e do transportador torna-se essencial na integração das áreas produtoras aos mercados internos e externos o que torna determinante o segmento da logística, um dos pontos chaves em ganho de tempo do produto.

Assim, o segmento do transporte mostra-se responsável pela concretização da cadeia da comercialização, que é majoritariamente rodoviário, representado pelos caminhões. Esses veículos são responsáveis pelo transporte de cerca de 70% dos produtos agrícolas comercializados no Brasil, “[...] enquanto que perto de 30% são repartidos entre o transporte fluvial, marítimo, ferroviário e, em menor escala, o aéreo (CORTEZ, 2002, P. 27). Entre os veículos em circulação, os caminhões, representam cerca de 950 mil unidades, sendo os refrigerados representados por cerca de 18 mil unidades (CORTEZ, 2002).

Por conseguinte, a comercialização de produtos agrícolas está inserida no contexto da cadeia da produção que interage em um processo de oferta de produtos ou serviços com o complexo e multifacetado mercado consumidor. A constituição e efetivação dessa cadeia não ocorrem da mesma forma em todos os lugares, uma vez que, “[...] cada arranjo depende de inúmeras variáveis, que normalmente estão associadas aos contextos regionais e as exigências de mercado” (SILVA, 2005, p.05).

3 COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA: PROCESSO, FUNÇÃO, FORMA E ESTRUTURA

A comercialização agrícola envolve a transferência de bens, no caso a produção agrícola ou produtos semi-processados aos consumidores. Na perspectiva funcionalista, a comercialização

agrícola perpassa a teoria e a prática de comércio, envolvendo “[...] todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência de bens e serviços dos locais de produção aos de consumo” (STEELE, 1971, p.23). Além disso, a comercialização compreende atividades que resultam “[...] na transformação dos bens, mediante utilização de recursos produtivos – capital e trabalho - que atuam sobre a matéria-prima agrícola” (BARROS, 2007, p.01).

Tais concepções referendam a agricultura como uma atividade primária persistente, cujos resultados são apresentados como intermediários na interfase produção-consumidor. Essa intermediação, em sua função contribui para valorizar os produtos. Desta forma, a comercialização agrícola é uma esfera da circulação de mercadorias e da circulação de capitais, pois esse processo direciona a produção agrícola para que o mercado seja na forma *in natura* ou (semi-) processada, considerando a natureza dos agentes econômicos envolvidos (capital comercial, capital agrário, unidades familiares, cooperativas e a agroindústria) e de suas lógicas de reprodução.

Desse lado, a inter-relação dos diversos “agentes da circulação” define os preços dos produtos agrícolas no mercado, isso porque os preços finais são resultantes do preço da produção, da qualidade, da sazonalidade e claro, da circulação da mercadoria, a qual pode envolver muitos outros atores que intermedeiam esse processo.

A cadeia da comercialização não opera da mesma forma para todos os produtos agrícolas, ela depende de variáveis estruturais como: *as alterações de posse*, ou seja, a transferência do produto, do produtor ao consumidor final, a partir do intermediário; 2- *forma*, que remete a transformação do produto, da forma bruta em produto beneficiado/processado e em condições para consumo; 3- *tempo*, uma vez que, a produção agrícola é sazonal e o consumo deve ocorrer durante todo o ano, por isso recorre-se ao armazenamento e a conservação de alimentos, até alcançar o consumidor final; e 4- *espaço*, decorrente do consumo dos produtos agrícolas que ocorrerem fora de sua região de produção, sendo necessária a presença do intermediário no processo de transporte até os locais de consumo (Marques e Aguiar, 1993).

No Brasil, essa variação ocorre em função das condições naturais e econômicas. As condições econômicas se justificam nos fatos históricos e das políticas agrícolas implementadas pelo Estado no incentivo à produção e para a consolidação de espaços de comercialização. Por suas dimensões espaciais, o Brasil apresenta aptidão para o plantio de diversas culturas agrícolas, desde as que perpassam climas tropicais a temperados, além disso, possui solos e disponibilidade de água que favorecem quase todas as regiões nacionais.

Desse modo, as políticas agrícolas são determinadas por produtos e a intervenção Estado pode ser observada tanto em seu caráter emergencial, como também na estratégia de desenvolvimento da agricultura sendo um dos principais segmentos atuais da economia brasileira, particularmente para o mercado de exportação. Os financiamentos ligados a comercialização é de fundamental importância face a existência de gargalos estruturais, como é o caso do armazenamento e beneficiamento, e que recentemente tem dado prioridade por parte do governo federal.

4.1. COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS NO BRASIL

4.1.1. Práticas Comerciais: Do período Colonial ao Século XIX

A comercialização de produtos agrícolas historicamente sempre foi dinâmica no Brasil. Isso decorre do modelo de colonização imposta, da extensão territorial, da diversidade e das tendências produtivas, bem como da evolução dos sistemas técnicos que incluem ciência, informação e os modos de organização e regulação do trabalho social, impostos e estruturados no país.

O modelo de colonização imposto ao Brasil, mesmo no período pré-técnico (SANTOS, 2001), acabou estruturando o seu mercado de produtos agrícolas aos interesses lusitanos que, inicialmente, se fixou na extração de madeiras e, posteriormente, na monocultura de produtos de grande valor econômico nos mercados da Europa, a exemplo da cana-de-açúcar, do café e do fumo, que impulsionaram o setor agrícola da antiga colônia e tornou o Brasil, uma espécie de “celeiro agrícola” do mundo, durante grande parte do período colonial.

O Brasil, por aproximadamente três séculos, se voltou à produção de produtos agrícolas para exportação, deixando os gêneros alimentícios voltados ao consumo interno, a cargo dos escravos e brancos livres, que promoviam cultivos às margens das *plantations*. Assim, verifica-se que a tradição monocultora dificultou a organização de um sistema policultor voltado ao mercado interno. Segundo Prado Júnior (1942, p. 26),

Se vamos à essência da nossa formação veremos que na realidade nos constituímos para fornecer açúcar, tabaco, alguns outros gêneros; mais tarde, ouro e diamantes, depois algodão, e em seguida café para o comércio europeu. E nada mais que isto. É com tal objetivo, objetivo exterior, voltado para fora do país e sem atenção a

qualquer outra coisa, que se organizarão a sociedade e a economia brasileira. Tudo se disporá naquele sentido: a estrutura, bem como as atividades do país. Virá o branco europeu para especular, realizar um negócio; inverterá seus cabedais e recrutará a mão-de-obra que precisa: indígena ou negros importados.

No século XIX, o país exportava para várias partes do mundo, expressivas quantidades de açúcar, café, cacau, algodão, arroz, além de madeiras e matérias-primas variadas de extração vegetal. Tal fato foi possível, segundo Santos (2001, p.31), através da invenção e difusão das máquinas, típico do período técnico, no qual alguns espaços foram mais privilegiados que outros e acarretou a formação de “arquipélagos econômicos”. Aliado a questão técnica, foram observadas as primeiras imposições estruturais visando à integração das regiões brasileiras e a integração do país a novos mercados exógenos. Entre as infraestruturas, Santos (2001), destaca:

Os portos, lugar de solidariedade entre navios, rotas de navegação e zonas produtivas, as ferrovias, as primeiras estradas de rodagem e usinas de eletricidade permitiram a constituição dos primeiros sistemas de engenharia no território brasileiro. [...] As primeiras linhas regulares de navegação entre o Brasil e o Velho Mundo, a partir de 1850, convidam à construção de cais nos portos do Rio de Janeiro, Bahia, São Luiz do Maranhão, Recife, Cabedelo e as docas em Belém do Pará, que até então operavam como pontos de um precário desembarque. No Rio de Janeiro, as novas infra-estruturas portuárias nascem em solidariedade com as primeiras estradas de ferro, como a Pedro II (SANTOS, 2001, p. 33).

Além disso, através do impulso dado a imigração europeia para o meio rural, iniciou-se a especialização agrícola no território, que rompia com a tradição da monocultura em bases latifundiárias e introduziam culturas voltadas à demanda interna, principalmente no extremo sul do país, com cultivos de alfafa, aveia, centeio, cevada e trigo. Nesse espaço passariam a ser cultivados vinhedos, para a fabricação de vinho, e frutas não tropicais, como maçã, pêra, marmelo, pêssego, que posteriormente se irradiariam com êxito para outras regiões. Na região norte, focava-se o cultivo de seringueira e de guaraná, enquanto na região nordeste se produzia a carnaúba e o babaçu. Posteriormente, com a imigração de japoneses para o Brasil, principalmente para o sudeste, começa-se a produzir a horticultura e a pomicultura.

4.1.2 Políticas Agrícolas e a Comercialização Agrícola no Brasil do Século XX

No século XX, as políticas agrícolas (e econômicas em geral) estimularam os investimentos em infraestruturas, com a instalação de redes viárias aliadas ao desenvolvimento da engenharia de comunicação que se colocaram como algumas das mais importantes variáveis estratégicas de conexão do país com suas regiões, pois diminuiriam distâncias e condicionariam trocas rápidas nas redes de mercado. Nesse sentido, a intervenção do Estado foi sentida a partir da aptidão produtiva de cada área com investimentos em infraestrutura que possibilitaram a organização e a distribuição dos produtos.

Essa ação é sentida desde a década de 1920, com a construção das primeiras malhas rodoviárias no Brasil que se iniciaram com o programa de combate a seca no Nordeste. Ainda nessa década era inaugurada a primeira rodovia pavimentada, Rio-Petropolis.

Na fase Desenvolvimentista (1930-1961), cujo ideário preconizava o desenvolvimento econômico por meio de política de investimento estatal, bem como da inserção do capital estrangeiro, o Brasil passaria por transformações sociais e econômicas. Nessa fase, a “integração rodoviária nacional” do governo Vargas era impulsionada a partir da criação do Fundo Rodoviário Nacional (1946), formado através de tributos oriundos da venda de combustíveis e derivados, com a finalidade de construir estradas.

Nesse período, a ação do estado na agricultura era sentida principalmente na política dos preços mínimos. Tal política foi instituída no governo de Getúlio Vargas e estabelecia o preço mínimo para os portos de embarque e para grandes centros de consumo (Beskow, 1999). Tal política era utilizada como critério para operações de compra e financiamento e como assistencial para produtores e cooperativas, principalmente nos cultivos de algodão e de trigo.

Ainda na década de 1950, a implementação de programas visando o desenvolvimento rural foram propostos para a região Nordeste do país, tendo iniciado com a criação da Superintendência De desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), que promoveu a transformação da agricultura, da industrialização e incentivou os incentivos às exportações. Nesse momento foram criados programas que se estenderam entre as décadas de 1970 e 1980, como o Programa de Apoio do Pequeno Produtor Rural (PAPP); o Programa de Irrigação do Nordeste (PROINE) e Programa de financiamento federal, como o Financiamento do Nordeste (FINOR) e o Fundo Constitucional do Nordeste (FNE) (Souza, 1997).

No governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961) não houve preocupação para com a expansão do setor agrícola do país, mas teve importância a expansão da malha rodoviária do país, e a implantação da indústria automobilística nacional (1957).

Entre 1960 e 1970, o Brasil aderiu ao pacote tecnológico norte-americano, denominado “Revolução Verde”. Esse pacote definiu mudanças na base produtiva do país, com a implementação de maquinaria, insumos, fertilizantes e defensivos químicos.

Nesse momento, o Estado teve importante influência na modernização agrícola, pois, era de seu interesse o crescimento do setor para apoiar a urbanização e a industrialização, consolidar o modelo desenvolvimentista no Brasil e por vezes, manter superávits na balança comercial. Desta forma, observa-se que,

[...] a agricultura passou a ocupar posição subordinada, tanto no nível econômico como no das decisões, passando a liderança do processo ao setor urbano-industrial, ressalvadas as profundas fragmentações existentes não apenas no interior destes setores, mas no conjunto das elites (GONÇALVES NETO, 1997, p.137).

A utilização de capital, tecnologia e informação nas atividades produtivas do campo criou uma nova relação rural-urbana que pode ser relacionada à abordagem do *continuum*, onde “[...] o avanço do processo de urbanização é responsável por mudanças significativas na sociedade em geral, atingindo também o espaço rural e aproximando-o da realidade urbana” (MARQUES, 2002, p.100).

Nesta articulação dos espaços rurais-urbanos, o Estado participou com investimentos e contribuiu para a associação do capital privado nacional com o internacional na implementação de infraestrutura, incentivos fiscais, programas e pesquisas.

Entre os programas que visam o desenvolvimento do meio rural brasileiro destacam-se:

PROTERRA (1971) – Programa de Redistribuição de Terras e Estímulos a Agroindústria do Norte e Nordeste; PROVALE (1972) – Programa Espacial para o São Francisco e o; POLOAMAZONIA – Programa de Desenvolvimento das Áreas da Amazônia. Na região Centro-Oeste destaca-se a criação do PROAGO (1973) – Programa de Garantia de Atividade Agropecuária; POLOCENTRO (1975) – Programa de Desenvolvimento dos Cerrados; PRODECER (1976) – Programa Nipo-Brasileiro de Desenvolvimento Agrícola da Região dos Cerrados (MATOS, 2006, p.69).

Além desses programas, o crédito rural foi outro significativo impulso para a modernização da agricultura brasileira. Segundo Gonçalves (2008), esse crédito foi instituído em escala nacional, com a criação do Sistema Nacional do crédito Rural (SNCR), na metade da década de 1960, visando o financiamento de fertilizantes, sementes, máquinas e defensivos. Esse programa justificou-se pela escassez de alimentos verificada desde a década de 1950 e no incentivo estatal na

implementação da reforma agrária na década de 1960, com objetivo estrutural de ampliação do mercado interno e contraditoriamente na consolidação da burguesia industrial monopolista com seus complexos agroindustriais (Graziano da Silva, 1999).

Destarte, o período de 1964 a 1980 é demarcado por intervenção direta do Estado na economia, principalmente no que se refere aos elementos comerciáveis, ou seja, na consolidação de políticas urbano-industriais e depois no crescimento da agropecuária no país. Nesse momento, a política agrícola centrou-se principalmente no crédito para o setor rural, que desejava responder as necessidades de modernização da agricultura brasileira. Todavia, o segmento rural até então era analisado como entrave para a economia, pois ela continuava dependente de fatores exógenos, ou seja, só tinha valor quando agregava demanda internacional.

Na década de 1970, a produção *per capita* de produtos agrícolas ainda era pequena, demonstrando que a agricultura brasileira não havia expandido sua produção de alimentos. Nesse mesmo período, o Estado, através de políticas agrícolas, alavancou o processo de modernização da agricultura brasileira e contribuiu para viabilizar as transformações estruturais do campo, através da criação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e da Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMBRATER). Essas empresas tinham por objetivo promover respectivamente, o desenvolvimento de tecnologias aplicadas ao campo e a prestação de orientação técnica e de extensão rural. Como política territorial essas entidades estariam pulverizadas em todo o território nacional, a depender da atividade produtiva dominante.

Além disso, o desenvolvimento de portos e aeroportos, na década de 1970, não só foram importantes para a circulação de mercadorias nacionais em nível interno e externo, como também, foram essenciais para o desenvolvimento rural e para a articulação rural-urbano, por meio da implementação de programas estatais, que pretendiam modernizar, estimular a circulação e a comercialização de produtos agrícolas, impulsionando assim, o segmento primário da economia brasileira.

Entre esses programas, o Estado passaria a implantar Centros de Abastecimento (CEASAS), com o intuito de dinamizar a comercialização de mercadorias agrícolas, concentrando o comércio no modo atacadista. Esse projeto seguiu o modelo da Central Geral de Abastecimento do Estado de São Paulo (CEAGESP) – “maior mercado atacadista da América Latina” (CORTEZ, 2002, p. 23).

Segundo Cortez (2002), o Brasil conta com cerca de 50 CEASAS, que distribuem cerca de 25 milhões de toneladas de frutas e hortaliças/ano. Essas centrais de abastecimento encontram-se localizadas próximo do mercado consumidor, fato que favorecia a comercialização e circulação de

produtos agrícolas. Contudo, a infraestrutura dessas centrais tem ficado obsoleta e sem capacidade de se adequar as condições mercadológicas, isto é, elas não contam com sistema de refrigeração, falta energia elétrica e tecnologias capazes de manter os produtos com qualidade.

Para Santana (2005, p.33),

O governo brasileiro estimulou a criação de centrais nas principais cidades do país, principalmente nas capitais, que já se destacavam como principais centros consumidores. Atualmente, além das capitais há centrais nas principais cidades que em alguns casos são denominados apenas de mercados.

Dentro o período militar, o segmento agrícola só ganhará impulso propriamente, a partir do projeto de Metas e Bases para a Ação de Governo e do I Plano Nacional de Desenvolvimento - PND (1972-1974), quando a agricultura deixa de ser vista como um entrave para a economia; e posteriormente, no II PND, quando o setor torna-se mais dinâmico e é evocado a suprir as necessidades de alimentos, de matérias-primas agrícolas e de produtos agrícolas industrializados, num momento em que se configurava uma crise mundial. Com isso, visualiza-se que, as políticas agrícolas brasileiras sempre tiveram por objetivo atender as solicitações do grande capital nacional e internacional.

A partir da década de 1980, os financiamentos em escala nacional para o segmento agropecuário foram diminuídos significativamente, se restabelecendo na segunda metade da década de 1990, quando os créditos de investimentos passam a ser ministrado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) (Gonçalves, 2008).

Entre os principais programas voltados para o desenvolvimento rural e efetuados por este banco, destacam-se: Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF)²; Programa de Modernização da Frota de tratores agrícolas e implementos associados a colheitadeiras (MODERFROTA); Programa de incentivo à Irrigação e à armazenagem (MODERINFRA); Programa de Modernização da Agricultura e Conservação de Recursos Naturais (MODERAGRO); Programa de Desenvolvimento Cooperativo para Agregação de valor à Produção Agropecuária

² Segundo Hespanhol (2007), na década de 90, os estudos desenvolvidos por Lamarche (1993) e pela FAO/INCRA(1994), demonstravam a importância da agricultura familiar no volume da produção brasileira, especialmente para o mercado interno e na absorção de mão-de-obra no campo. Decorrente disso, os movimentos sociais e a Confederação dos Trabalhadores na Agricultura(CONTAG) pressionaram o governo de Fernando Henrique Cardoso à instituírem o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), “[...] por meio do qual os produtores rurais com até quatro módulos fiscais e até dois trabalhadores contratados passaram a usufruir de tratamento diferenciado, tendo acesso ao crédito oficial a taxas de juros mais baixas do que as das modalidades convencionais de crédito, sendo utilizados, para tanto, recursos do Fundo de Amparo do Trabalhador (FAT) (HESPANHOL, 2007, p.275).

(PRODECOOP); Programa de Incentivo ao Investimento no Agronegócio (INVESTIAGRO); Programa de Estímulo à produção agropecuária sustentável (PRODUSA).

Ainda na década de 1980, surgem as centrais de compra e centrais de distribuição, substituindo os sistemas de integração ou pontos de concentração instalados pelos governos anteriormente. Tradicionalmente, a comercialização de hortifrutigranjeiros ocorria sob três funções: 1- Informação Comercial, quando o comprador obtinha informações a respeito do preço e das características do produto; 2- Negociações, com pagamento ou troca de produtos; e 3- Logística, quando se transportava o produto para o ponto de comercialização e distribuição.

Segundo CARVALHO apud Revista Rural (2003), até a década de 1980 o mercado de produtos agrícolas brasileiros vinha decaindo em função da maior eficiência no mercado de manufaturados, apresentando assim, taxas de participação no mercado agrícola internacional de 3,8% para 1970 e 3,1% para 1980.

O governo brasileiro ainda, em suas escalas Federal, Estadual e Municipal tem adotado medidas a fim de inserir agricultores familiares no mercado. Entre essas medidas estão o programa Parceria e Mercado, “[...] que foca a formação de parcerias para alcance de mercadorias locais, regionais e internacionais (SANTANA, 2005, p.51); prêmio Parceiro da agricultura familiar que visa aumentar a produtividade, com melhoria de qualidade dos produtos, agregando valor e incrementando a renda do campo; disponibilização de atenção à pequena produção familiar e a sua comercialização, através do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), via CONAB e do fortalecimento dos mercados periódicos e feiras livres com produtos de menor custo.

Em função do apoio estatal disponibilizados aos agricultores para a comercialização dos produtos agrícolas, começaram a surgir as feiras que contribuíram para o crescimento de cidades a partir do estabelecimento de novas funções urbanas. Logo,

[...] o surgimento de várias cidades está associada aos mercados periódicos . De acordo com o desempenho e a dinâmica assumida, as cidades surgem em decorrências do seu uso comercial e chegam a desaparecer pelo onsucesso comercial. Em outros casos, tornam-se verdadeiros entroncamentos comerciais e rodoviários prósperos, como Itabaiana, em Sergipe; Feira de Santana, na Bahia; Arapiraca, em Alagoas; Caruaru, em Pernambuco; Campina Grande, na Paraíba; Campinas, em São Paulo; Caixias do Sul, no Rio Grande do Sul; Lages, em Santa Catarina; Londrina, no Paraná, dentre outras (SANTANA, 2005, p. 63).

O Estado Nacional interviu por meio de diversos programas na implementação de infraestrutura visando desenvolver o campo, criando condições de competitividade em âmbito internacional, e articulando-o as necessidades da cidade. Além disso, parcela da população local

tem dado sua contribuição nesse intercâmbio comercial (rural-urbano), a partir de estímulos ao crescimento da circulação das mercadorias, que resultam no desenvolvimento de cidades de porte médio.

Na década de 1990, o país volta a exibir índices de crescimento no setor agrícola, tendo no triênio de 1997 a 1999 uma participação de 3,4% no mercado nacional. Segundo Vilela e Henz (2000, p. 72), no ano de 1998, os segmentos de frutas e hortaliças responderam por 9,4% da movimentação financeira do agronegócio, tendo representado 3,5% do Produto Interno Bruto agrícola do Brasil, distribuindo-se: 68% na região Sudeste, 17% na região Sul e 15% na região Nordeste e Centro-oeste.

Esse crescimento na década de 1990 pode ser explicado pelo aumento de fluxo do comércio internacional, em função do crescimento das quantidades, da diversificação dos produtos comercializados e das exigências de qualidade dos mercados consumidores. Desse modo, a agricultura teria um papel fundamental nas transações comerciais externas, como marco central na produção de divisas.

No início do século XXI, o Brasil apresentou uma área de aproximadamente 550 milhões de hectares propícios para cultivos agrícolas. Nesse espaço nacional quase não existem limitações para o cultivo de frutas e hortaliças, apesar de concentrarem 2/3 da produção no sul e sudeste, enquanto no Nordeste encontra-se cerca de 30%. Deste modo,

[...] uvas são cultivadas nos Estados do Rio Grande do Sul, Bahia e São Paulo; maçãs em Santa Catarina; pêssegos, em São Paulo; melões, no Rio Grande do Norte; e outras culturas como Laranja e Banana podem ser encontradas numa vasta extensão do território. Entre as hortaliças, embora não existam limitações importantes do ponto de vista agrônomo, são cultivadas predominantemente por pequenos produtores nas regiões vizinhas aos grandes centros urbanos [...] (CORTEZ et al, 2002, p. 18).

Essa diversidade produtiva justifica-se nas condições de clima e de localização do país, que se encontra numa zona tropical, ou ainda, no caso das hortaliças, na proximidade dos mercados consumidores. Além disso, o país tem buscado melhorar a qualidade das frutas e hortaliças comercializadas interna e externamente, com a introdução de lojas varejistas e com a utilização de refrigeração, além de corresponderem a demanda do mercado consumidor por produtos de qualidade e saudáveis.

Entre 2000 e 2004, os fluxos de produtos agrícolas em termos de exportação mostravam-se inverso aos de importação. Nesse período as exportações de produtos agrícolas cresceram a uma

taxa anual de 20% e as importações se contraíram a uma taxa média anual de 3% (JALES, 2005). No ano de 2004, o Brasil foi o maior exportador mundial de açúcar, etanol, carne de frango, carne bovina, óleo de soja e farelo de soja. Ainda conforme Jales (2005, p.05), o Brasil não tende a sofrer de surtos de importação, pois dos seis produtos mais importados mundialmente, o país é exportador de quatro, que são: algodão, leite, milho e soja.

Os produtos agrícolas importados pelo Brasil advêm principalmente do Mercado Comum do Sul e dos Países ricos (Figura 01). Entre os produtos importados destacam-se: arroz, trigo, malte, vinhos, pescados chilenos, ameixa, ameixa seca, coco, maçã, nectarina, pêra, pêsego. Tais importações foram favorecidas pela política cambial com o dólar americano, pela diminuição do poder do intermediário e pela oferta de frutos de clima subtropical.

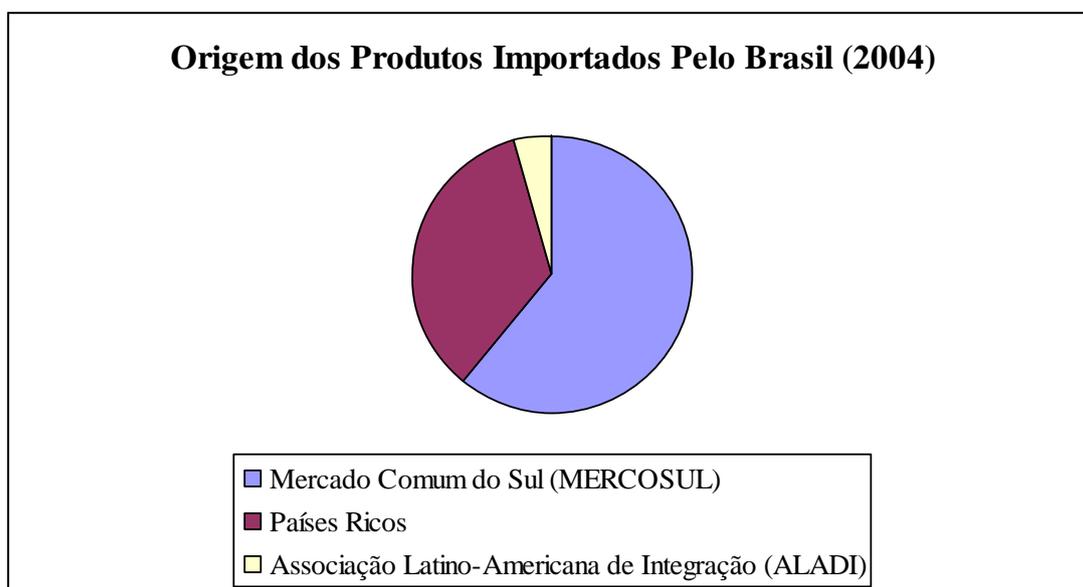


Figura 01. Origem dos Produtos Importados pelo Brasil (2004). Fonte: Jales (2005).

Por tudo isso, verifica-se que existe a ação do Estado na promoção dos espaços de comercialização. Todavia, não há, por parte desse ator, incentivo a manutenção de tais espaços e também faltam auxílios a uma produção agrícola mais heterogênea, conforme as necessidades do mercado e políticas públicas, na comercialização desses produtos. Esse processo comercial é dominado pelo capital privado, que na figura do intermediário ou da indústria atua desde a etapa de produção, quando exige o que deve ser produzido; de transporte, garantindo a locomoção dos produtos da área produtora ao mercado ou aos espaços de processamento e consumidor; e mesmo na etapa de comercialização, realizando a venda do produto junto ao consumidor final.

Assim, a articulação do capital privado e estatal no setor agrícola e comercial demonstra que a dominação exercida pelo sistema capitalista contribuiu para a articulação da relação cidade-campo, na contradição da idéia de centro-periferia (CARLOS, 2004). Fato exemplificado no papel assumido pela metrópole paulista que domina, articula e mantém fluxos de toda a produção agrícola brasileira, controlando-a através da Bolsa de Cereais oficiais, da Bolsa de Mercadorias e Futuros, sendo também responsável pela comercialização e fluxos de parte dos produtos agrícolas do país.

A comercialização de produtos agrícolas tem ocorrido através de cotação e de negociação global em bolsa de valores. Fato que torna essa comercialização conhecida, por *commodity*. A *commodity* significa mercadoria e é utilizada como referência para os produtos *in natura*, em estado bruto ou com pequeno grau de industrialização, que apresentam qualidades quase homogêneas, sendo produzidos por atores diferentes, mas em grandes quantidades. Em virtude das commodities, os produtos agrícolas não só estão suscetíveis as oscilações do mercado global, como também, têm impacto significativo nos fluxos financeiros mundiais, podendo causar perdas a agentes econômicos e até mesmo a países.

Deste modo, a economia nacional, mesmo com o desenvolvimento industrial, sempre se manteve ligada de forma direta e indireta ao campo. Tal fato justifica-se ainda na analogia que Santos (2005) faz a respeito de “dois Brasis”, um urbano, onde prevalecem atividades complexas, e outro rural, no qual sobressaem atividades produtivas. Ambos os espaços se inter-relacionam e colaboraram para que muitas cidades se desenvolvessem atreladas às atividades agrícolas circundantes, assim como contribuiu para o desenvolvimento de outros segmentos econômicos. Conforme Elias (2003),

As cidades próximas às atividades agrícolas e/ou agroindustriais modernas têm, dessa forma, crescido freneticamente, nos últimos anos, reorganizando seu espaço e sua economia fundamentadas nas demandas mais imediatas dessas produções. As suas transformações foram numerosas e intensas nesse último meio século, especialmente na sua segunda metade (ELIAS, 2003, p.285).

Com o aceleramento da urbanização no Brasil, cresceram o número de cidades e intensificou-se o modo de vida urbano, as quais se tornam lócus de produção e de trocas globalizadas, mesmo estando submetido à produção e as necessidades do campo. Esse processo resultou na dispersão espacial da produção, no relacionamento entre diferentes regiões, na concentração de atividades e de população em algumas cidades, e na definição de circuitos urbano-econômicos no espaço (SANTOS, 2004).

A demanda produtiva e o consumo auxiliaram, durante todo o século XX, a reestruturação da agricultura brasileira (ELIAS, 2003). Esta se encontra hoje sistematizada em um novo modelo técnico, econômico e social de desenvolvimento que se integra a globalização. Sendo assim, nos últimos trinta anos, a agricultura brasileira tem se utilizado dos meios técnicos-científicos-informacionais para aumentar sua produção e atender as demandas internas e externas. A introdução desses elementos gerou,

[...] uma contínua renovação das suas forças produtivas, que passam a responder com velocidade às necessidades colocadas pelos agentes econômicos hegemônicos do setor, refletindo no aumento da produção e da produtividade, assim como na sua inter-relação crescente com as demais atividades econômicas (ELIAS, 2003, p.54).

A modernização da agropecuária nacional se refletiu na associação com a atividade industrial, sendo esta situação reforçada em primeiro lugar pelas políticas do Estado, na imposição de infraestruturas, que introduziram o Brasil na rota de produção, comercialização e distribuição de produtos no mercado mundializado e, em seguida pela intensificação do trabalho, que por meio de trocas inter-setoriais consolidaram a especialização da produção em todo o país.

Ainda no século XX, aliado ao crescimento urbano, o comércio de produtos agrícolas no Brasil foi impulsionado com o crescimento demográfico e com a chegada de novos imigrantes, que possibilitaram o crescimento do mercado de consumo, o desenvolvimento das redes de transporte e de comunicação.

Dessa maneira, o contexto de comercialização de produtos agrícolas no Brasil foi favorecido pela ação do Estado, mas tem na figura do capital privado, seja através de atravessadores, enquanto atores que comercializam direto com o consumidor, ou de indústrias que integram a lógica dos complexos agroindustriais, ou ainda, pela associação de ambos (Graziano da Silva, 1999), o eixo fundamental para sua consolidação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Comercialização de produtos agrícolas é uma etapa da cadeia produtiva que envolve diversos atores sociais na sua constituição. Esse processo tem a função de transportar os bens

desejados pelo consumidor final, ao lugar e no tempo definido, na forma e nas quantidades solicitadas com preços satisfatórios para todos os atores dessa cadeia.

A articulação dessa cadeia ocorre de diferentes formas, a depender do produto e do local de comercialização, estando associada à esfera de circulação da mercadoria e do capital. Isso decorre da condição de subordinação que a prática agrícola assumiu em função da integração econômico-financeira modernizante, justificada nos obstáculos ao desenvolvimento da concorrência capitalista no campo e na conseqüente concentração de produção pelos capitalistas agrários.

A modernização do setor agrário significou uma crescente integração do capital, tanto estatal quanto privado, tendo como principais dimensões: a eliminação dos pequenos comerciantes da participação no processo de acumulação de capital; e a ocorrência da integração entre produtor e sistema de comercialização atacadista e varejista, especificamente com supermercados. Essa conjuntura contribuiu para a consolidação do grande capital comercial como agente dominante na comercialização de produtos agrícolas.

No Brasil, esse processo vem sendo acompanhado historicamente na integração da economia primária às necessidades externas por produtos agrícolas, além disso, na relação com o capital financeiro internacionalizado. Deste modo, a produção agrícola nacional passa a ter rebatimento econômico principalmente, pós década de 1960, quando passa a integrar-se ao sistema agroindustrial. Tal integração favoreceu na disponibilização de produtos processados ou semi-processados ao mercado, seguindo lógicas pré-determinadas pelos mercados internacionais para exportação.

Retomando os objetivos iniciais, foi realizada análise teórica e conceitual sobre a cadeia produtiva e a comercialização de produtos agrícolas. No segundo momento, focalizou-se essa temática no contexto histórico-espacial do Brasil, demonstrando como a agricultura e a comercialização dos produtos agrícolas foi desenvolvida, e mais recentemente, como as políticas públicas estatais e privadas têm contribuído para o crescimento do setor no país.

Agregado a isso, verificou-se o crescimento da comercialização dos produtos com o mercado internacional e a consolidação da Bolsa de Cereais oficiais e da Bolsa de Mercadorias e Futuros do Brasil, as quais passaram a ser responsáveis pela comercialização e fluxos de parte dos produtos agrícolas do país para o mercado externo.

Portanto, a comercialização de produtos agrícolas, assim como a constituição da cadeia desses produtos, está imbricada nas especificidades que remete ao desenvolvimento capitalista, uma vez que se encontra subordinado às atividades de circulação e de distribuição. Esses processos têm

diminuído a participação de intermediários e colaborado para a consolidação de grandes capitais comerciais, além de centralizar os fluxos das mercadorias agrícolas, sendo que a comercialização por si só pressupõe a etapa de circulação e de distribuição de mercadorias e por conseqüência, a de capitais.

6 REFERÊNCIAS

BARROS, G. S. A. de C. **Economia da Comercialização Agrícola**. Piracicaba/SP: ESALQ, LES, CEPEA, 2007. Disponível em <http://www.cepea.esalq.usp.br/pdf/1_economia_comercializacao_agricola.pdf>. Acesso em 08 de dezembro de 2008.

BATALHA, Mário Otávio (Coord.). **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007. v. 1.

BECKER, B. K. A geopolítica na virada do milênio: Logística e Desenvolvimento sustentável. In: CASTRO, I. E. de (org.). **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

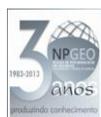
BESKOW, P. R. Agricultura e política agrícola no contexto brasileiro da industrialização do pós-guerra (1946-1964). **Estudos Sociedade e Agricultura**. Revista semestral de ciências sociais aplicadas ao estudo do mundo rural. Nº 12, Abril de 1999. Disponível em <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/brasil/cpda/estudos/doze/beskow12.htm>>. Acesso em 05 de dezembro de 2009.

CORTEZ, L. A. B.; HONÓRIO, S. L.; MORETTI, C. L. **Resfriamento de frutas e hortaliças**. Brasília: Embrapa Hortaliças E Embrapa Informação Tecnológica, 2002. 428 p.

GONÇALVES, J. S.; VICENTE, J. R.; SOUZA, S. A. M. **Balança comercial dos agronegócios paulista e brasileiro no ano de 2007**. São Paulo: IEA/APTA, jan. 2008. Disponível em:<www.iea.sp.gov.br>. Acesso em 10 de agosto de 2009.

GONÇALVES NETO, W. **Estado e Agricultura no Brasil. Política agrícola e modernização econômica brasileira, 1960-1980**. São Paulo: Hucitec, 1995/ 1997.

GRAZIANO DA SILVA, J. A. **Tecnologia e agricultura familiar**. Porto Alegre: Ed. Universidade, UFRS, 1999.



MARQUES, M. I. M. O conceito de espaço rural em questão. **Terra Livre**. São Paulo: Ano 18, nº 19. Jul/dez, 2002.

MARQUES, P. V.; AGUIAR, D. R. D. de. **Comercialização de produtos agrícolas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1993.

MARX, Karl. **Contribuição para a crítica da economia política**. Lisboa: Estampa, 1977.

_____. **O capital**. Vol. 3. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

_____. **O capital**. Vol. 3. Tomos I e II. São Paulo: Abril Cultural, Coleção “Os Pensadores”, 1984.

MATOS, P. F. de. A consolidação da modernização agrícola no Cerrado e os impactos ambientais. Mediação: **Revista da Universidade Estadual de Goiás** – Unidade Universitária de Pires do Rio, v. 01, nº 01. Pires do Rio: UEG, 2006.

PRADO JR., Caio. **Formação do Brasil Contemporâneo**. São Paulo: Brasiliense, 1942.

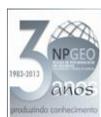
SANTOS, M. & SILVEIRA, M. L. **O Brasil: Território e Sociedade no início do século XXI**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Ed. RECORD, 2001.

SILVA, L. C. S. **Olericultura e Trabalho Familiar em Itabaiana-Se**. Dissertação de Mestrado em Geografia. Aracaju/SE: Núcleo de Pós –Graduação em Geografia NPGeo, 2001.

SILVA, L. C. da. Cadeia Produtiva de Produtos Agrícolas. Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Departamento de Engenharia Rural. **Boletim Técnico**. Mato Grosso do Sul: 01/05 em 21/04/2005. Disponível em: <<http://www.agais.com/ms0105.pdf>>. Acesso em 25 de novembro de 2008.

SOUZA, H. R. De. Agricultura e Política Agrícola no Nordeste: do GTDN à liberação comercial. **Revista Econômica do Nordeste**. Fortaleza: 1997, vol.28, nº04, out./dez. pp. 499-518.

STEELE, H. L.; FILHO, F. M. V. & WELSH, R. S. **Comercialização agrícola**. 1ª Ed. São Paulo: 1971.



VILELA, S. L. de. **Globalização e Emergência de Múltiplas Ruralidades: Reprodução Social de Agricultores Via Produtos para Nichos de Mercado.** Tese de Doutorado em Ciências Sociais, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas. São Paulo: Setembro/1999. Disponível em < <http://gipaf.cnptia.embrapa.br/publicacoes/artigos-e-trabalhos/tese-completa1.pdf/view>>. Acesso em 25 de novembro de 2008.

