

A construção social do mercado de bovinocultura de corte na região central do estado do Tocantins a luz da sociologia econômica

The social construction of the cattle breeding market in the central region of Tocantins in the light of economic sociology

Mariane Freiesleben
mariane@ifto.edu.br

Flavio Eliziario de Souza
flavioeliziario@ifto.edu.br

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar a bovinocultura de corte na região central do estado do Tocantins. Essa atividade é responsável por um volume substantivo de recursos e movimentações de trocas entre os vários agentes nos diversos municípios analisados. A cadeia produtiva tem a participação de produtores, indústria frigorífica, rede varejista e consumidores. Todos esses atores produzem relações de troca que acabam por formar um mercado na região, onde compradores, vendedores e atravessadores se encontram. O estudo tem caráter exploratório e foi construído por meio de pesquisa em sítios da internet, publicações especializadas e estudos empíricos sobre os mercados. Como base teórica utilizou-se da sociologia econômica. Os resultados demonstram que existe uma concentração no setor com poucos estabelecimentos frigoríficos, que existe uma disputa entre pecuaristas e indústria de carnes e entre esta e os grandes varejistas, que a confiança entre esses atores é um ponto de fragilidade no sistema e que a indústria utiliza a oferta de outras regiões para equilibrar os preços a seu favor.

Palavras-chave: sociologia econômica; pecuária de corte; mercado.

Abstract

The aim of this article is to analyze beef cattle breeding in the central region of the state of Tocantins. This activity is responsible for a substantial volume of resources and moves exchange transactions among the various agents in several municipalities analyzed. The productive chain has the participation of producers, refrigeration industry, retail chain and consumers. All these actors produce exchange relationships that eventually compose a market in the region, where buyers, sellers and middlemen meet. The study is exploratory and was constructed through research on websites, specialized publications and empirical studies on the markets. As a theoretical basis, economic sociology was used. The results show that there

is a concentration in the sector with few fridge stores, that there is a dispute between cattle ranchers and the meat industry and between the latter and the big retailers, that trust among these actors is a weakness in the system and that the industry uses The offer of other regions to balance prices in their favor.

KEYWORDS: Economic Sociology; beef cattle; marketplace

1. Introdução

Ao se analisar os mercados¹, necessariamente há que se questionar em que consiste este fenômeno. A teoria econômica neoclássica até então o tinha como algo dado, axiomático, abstrato. Todas as variáveis eram até então analisadas a partir dos seus frutos, o resultado já pronto de todo um processo, ou seja “[...] centraram sua análise num indivíduo genérico isento de relações sociais, que busca atender ao seu próprio interesse, e que se orienta invariavelmente por suas preferências subjetivas (PRADO, 2001, p. 11). Não obstante, esse caminho foi questionado pela sociologia, principalmente por tornar a esfera econômica autônoma dos demais segmentos da vida. Polanyi (2000) em “A grande transformação” questiona a economia de mercado como sendo autorregulável e demonstra que a sua inviabilidade foi na verdade uma forma de proteção engendrada pela própria sociedade. O trabalho de Granovetter (2007) ao propor essa discussão em “ação econômica e estrutura social: o problema da imersão” trouxe à tona as concepções de subsocialização e supersocialização da ação humana na sociologia e na economia. Entre Deus e o diabo de Abramovay (2004) explicita bem a questão que durante muitos anos permeou a agenda de estudo dos mercados.

Feitas as devidas ponderações, o estudo dos mercados não se deve ater a uma visão exígua de sua essência ou mesmo tentar entendê-lo a partir de certos pressupostos metodológicos. Toda a sua estrutura é razoavelmente entendida pelo acúmulo de conhecimento construído pelas diversas áreas do saber, mesmo que isso signifique, em certo momento, uma contradição. Dentre os mercados conhecidos, um tem chamado a atenção: o mercado da pecuária de corte. Esse ramo sustenta uma cadeia ampla de agentes e instituições que se relacionam e transacionam entre si. Pequenos e grandes produtores, grandes contratos de venda para frigoríficos, compradores (atravessadores) de gado, pressão nos preços pela

¹ Mercado aqui está no sentido sociológico, como sendo estruturas sociais construídas a partir das interações em contextos institucionais, conforme discussão apresentada por Wanderley (2002).

estrutura de mercado existente, transportadores e, na ponta desse processo, o consumidor local, regional e internacional.

Dentro do exposto propõe-se uma análise exploratória a partir da bovinocultura de corte, precipuamente as relações de troca entre os principais agentes e como as relações entre eles são estabelecidas. O estudo tem como polo a região do município de Paraíso do Tocantins, com duas unidades frigoríficas de bovinos, as quais atuam na demanda diária por gado de corte. A cidade também é sede administrativa de mais 13 municípios, sendo responsável pela oferta de serviços públicos e pela centralização comercial na região. Os demais municípios agem tanto na região central como no mercado local com a venda de pequenas quantidades destinadas a subsistência das famílias. Outra forma de funcionamento dessa estrutura social se dá por meio das transações de compra e venda de gado com trocas entre os vários sistemas de produção de cria, recria e engorda, o que, muitas vezes, se realiza por intermédio dos leilões de gado.

Metodologicamente, buscou-se fundamento bibliográfico na sociologia econômica, a partir da construção social dos mercados, pesquisa em publicações especializadas, bem como em sites da indústria frigorífica, cujos resultados subsidiaram no entendimento do mercado da bovinocultura de corte na região central do estado do Tocantins. Na sequência tem-se a primeira seção que apresenta a sociologia econômica como um caminho para o estudo do fenômeno.

2. Um caminho para o estudo dos mercados

Em uma análise de mercado, as relações de troca entre as pessoas geralmente tornam-se os primeiros temas. E quem está mais acostumado a uma visão econômica o vê na relação de preços, basicamente nas relações entre oferta e demanda, concorrência, monopólio, oligopólio, livre mercado e *tutti quant*². Basicamente essa instituição³ ganha vida própria e é alvo, por assim dizer, de grandes debates ideológicos. Esse paradigma está centrado na visão econômica neoclássica. Para essa corrente, os seus atributos são “[...] muito mais particularizados, obtidos por métodos fundamentalmente indutivos e apoiados, sobretudo, na recomposição de narrativas históricas” (ABRAMOVAY, 2004, p. 36). Parte-se de

² Expressão italiana que significa “todos quantos”

³ A palavra instituição está no sentido sociológico, como sendo um conjunto de regras e procedimentos aceitos e valorados socialmente. Nesta categoria encontra-se o fenômeno do mercado.

pressupostos de racionalidade e da maximização da ação isolada dos indivíduos. Em um contexto mais amplo, poder-se-ia afirmar que se trata de uma consequência das ideias de Adam Smith, por meio de um mercado autorregulável, no qual a coordenação se constitui de forma voluntária e não intencional.

Logicamente que uma explicação nesses termos tem o seu lugar no mundo do conhecimento. No entanto, ao se estudar o mercado, vê-se logo de início que existem outros aspectos a serem considerados. O que se apresenta como algo abstrato, consiste na verdade, num emaranhado de indivíduos e organizações tomando decisões como causa ou mesmo consequência de outras decisões em um espaço e tempo determinado. Estudar esse fenômeno social sob a ótica de apenas uma área do conhecimento seria limitar o seu entendimento. Fligstein e Dauter (2007, p. 485) apresentam os campos da economia política, da sociologia dos mercados de trabalho e da teoria organizacional em que “[...] descobriram que os agentes atomizados, orientados pelo preço, com informação perfeita e simétrica, tal como presumido pela teoria neoclássica, não pareciam existir empiricamente”.

É esse o ponto nevrálgico que possibilita novos rumos ao estudo dos mercados, pois a análise empírica explicita a necessidade de novas abordagens. Nesse sentido, há de se entender que o estudo dos mercados pressupõe, então, a sociologia econômica como o campo conceitual em construção para subsidiar os fatos empíricos das relações mercantis entre os indivíduos. Nas palavras de Abramovay (2004, p. 58) “os mercados só podem ser compreendidos como espaços reais de confronto entre atores, cuja forma depende exatamente da força, da organização, do poder e dos recursos de que dispõe cada parte”. São os fatos acontecendo nas relações entre os indivíduos que produzem um novo fenômeno. Modelos abstratos e totalmente dedutivos tendem a manter um status de “mãos limpas” conforme descritos por Hirsch, Michaels e Friedman (2003). Ao contrário, a sociologia econômica dos mercados trabalha no modelo de “mãos sujas”, em que parte-se das relações altamente conflitantes e não aparente entre os indivíduos.

Nas palavras de Bourdieu (2005, p.17) trata-se de uma construção social, pois “[...] tudo o que a ortodoxia econômica considera como um puro dado, a oferta, a demanda, o mercado, é produto de uma construção social, é um tipo de artefato histórico, do qual somente a história pode dar conta”. Para Steiner (2012, p.111) “o mercado caracteriza assim uma forma específica de relação social: aquela na qual os preços determinam as relações entre os indivíduos, mesmo quando esses preços resultam de uma luta entre agentes antes que os

resultados dessa luta imponham-se a eles”. Para além de qualquer dúvida, o mercado tem seu caráter político, justamente por estar inserido em um sistema tipicamente originário dos movimentos entre os seres humanos. É assim que Steiner (2012, p. 111) lança a premissa que “um mercado é assim concebido como um *dispositivo político*”.

Bourdieu em seu estudo sobre o mercado de casas próprias na França, demonstra como essa instituição é produto de uma construção social, de onde o Estado age tanto por meio da construção da demanda, suprindo os recursos necessários, como também da construção da oferta por meio de condições favoráveis de crédito. Nesse sentido que o autor introduz a noção de campo, principalmente pelo significado social da casa própria no contexto coletivo, assim o sujeito das ações econômicas é posto diante de uma decisão de compra não isoladamente, mas num contexto amplo, “a de um coletivo, grupo, família ou empresa, funcionando a maneira de um campo” (BOURDIEU, 2005, p. 18).

Nessa esfera, Bourdieu (2005, p. 22) lembra que “as trocas nunca são completamente reduzidas a sua dimensão econômica, e, como lembra Durkheim (1999), os contratos têm sempre cláusulas não contratuais”. Nesse aspecto, o campo segundo o autor é onde “os agentes criam o espaço, isto é, o campo econômico, que só existe pelos agentes que se encontram nele e que deformam o espaço na vizinhança, conferindo-lhe uma certa estrutura”. O autor expõe ainda que essa teoria é contrária a uma visão mecanicista, a qual demasiadamente valoriza os efeitos do preço com a redução das ações dos agentes por meio de previsões simplistas.

Nesse sentido, o campo econômico é entendido como um espaço de lutas, pois “o campo de forças é também um campo de lutas destinadas a conservar ou a transformar o campo de forças, um campo de ação socialmente construído onde se afrontam agentes dotados de recursos diferentes” (BOURDIEU, 2005, p. 33). Dentro desse contexto surge o Estado, agindo diretamente nas regulações e na garantia das regras que geram confiança. O mercado, portanto, constitui-se em uma construção social “[...] uma estrutura de relações específicas, para a qual os diferentes agentes engajados no campo contribuem em diversos graus, através das modificações eles conseguem lhe impor, usando poderes detidos pelo Estado, que são capazes de controlar e orientar” (BOURDIEU, 2005, p. 40).

O campo econômico se torna, então, um campo social de onde as interações humanas são significantes. A sociologia econômica passa então a estudar o mercado e a criar suas próprias abordagens teóricas para empreender uma nova agenda. A partir dos estudos de

Polanyi (2000) e mais especificamente de Granovetter (2007), esse paradigma ganha força ao questionar as abordagens atomizadas sobre o mercado. Abramovay (2004, p. 44) o apresenta no sentido de “[...] conceber os mercados como resultados de formas específicas, enraizadas, socialmente determinadas de interação social, e não como premissa cujo estudo pode ser feito de maneira estritamente dedutiva”.

Uma definição sociológica para o campo do mercado segundo Fligstein e Dauber (2007) se tornou mais difícil pela variedade de abordagens teóricas. Ao passo que para a teoria neoclássica, “os mercados implicam em simples troca de bens e serviços entre atores”, onde o preço é determinado basicamente pela oferta e demanda de mercadoria (FLIGSTEIN e DAUTER, 2007, p. 489). Pelo lado da sociologia, os mercados nascem das interações entre as pessoas, ou seja, “atores do mercado tem de se encontrar. O dinheiro precisa existir de modo a permitir que os atores possam fazer mais do que regatear bens não equivalentes. Esses precisam saber qual é o preço. Por trás de toda a troca está o fato de que tanto os compradores quanto os vendedores creem que não serão trapaceados (FLIGSTEIN e DAUTER, 2007 p. 489). É nesse sentido, que para os sociólogos, “a troca mercantil implica todo um pano de fundo de arranjos sociais dos quais a economia mal toma conhecimento” (FLIGSTEIN e DAUTER, 2007, p. 489).

Abramovay ao apresentar a economia em um contexto inserido dispõe sobre a necessidade de uma análise histórica, ampla e empírica, “é um convite a que os mercados sejam estudados concretamente, historicamente, e não apenas como pontos de equilíbrio que já se conhece de antemão” (ABRAMOVAY, 2004, p. 53). Nesse sentido, a nova sociologia⁴ econômica busca um aprofundamento desses estudos. “O caráter formalmente impessoal dos mercados - tão justamente ressaltado pelos mais importantes clássicos das ciências sociais - não impede então que eles sejam construídos, na verdade, por formas concretas de coordenação, cujo estudo empírico é o objeto principal da nova sociologia econômica” (ABRAMOVAY, 2004, p. 55).

No entanto, é bom frisar que a sociologia dos mercados tem um papel decisivo nesse ponto. “Ela está preparada para abrir a caixa preta da troca, competição e produção. Os sociólogos partem da constatação de que os atores do mercado estão envolvidos em relações

⁴ Para melhor entendimento sobre a nova sociologia econômica, consultar Abramovay (2004, p. 34) quando afirma: “destaca-se o surgimento, no início dos anos de 1980, da chamada nova sociologia econômica, que faz parte de um movimento geral de questionar alguns dos pressupostos comportamentais básicos da tradição neoclássica, num registro diferente daquele que marca a crítica a ela dirigida pelos próprios economistas”.

sociais cotidianas uns com os outros, relações baseadas em confiança, amizade, poder e dependência” (FLIGSTEIN e DAUTER, 2007, p. 489). Assim, segundo os autores “a primeira coisa que uma sociologia dos mercados sugere é que os atores do mercado vão desenvolver estruturas sociais para mediar os problemas que encontram na troca, competição e produção”.

Esse estudo, portanto, tem na sociologia econômica um campo teórico em construção e que tem passado por um amadurecimento nos últimos anos. Os avanços construídos possibilitam assim um ferramental necessário a uma agenda de pesquisa ampla, pois segundo Fligstein e Dauter (2007, p. 499) “os estudiosos desenvolveram um conjunto de conceitos para descrever e entender como as relações sociais estruturam todas as formas de mercado”. No entanto, o aspecto científico deve ser considerado na análise dos fenômenos empiricamente estudados. Isso para não incorrer em conceitos predeterminados sobre qual deve ser a função do mercado. É o que Abramovay intitulou de “Entre Deus e o Diabo” ao abordar os aspectos radicais do estudo desse campo. Ora o mercado como o céu, com sua coordenação perfeita, autossuficiente e solução para todos os problemas; ora como o inferno, expressão do egoísmo extremado, uma distorção da cooperação entre os indivíduos.

Essas duas vertentes são incapazes de uma análise neutra e sem vieses, pois segundo Abramovay (2004, p. 2004) “esses dois extremos - o mercado enaltecido e o mercado demonizado - tocam-se por lidarem com uma categoria abstrata e não com análises históricas e empíricas [...]”. Assim, a análise realística dos fenômenos deve ser a tônica, pois “[...] eles são incapazes de enfrentar os desafios reais das inúmeras formas que assume a cooperação humana em uma sociedade descentralizada”. Portanto, o estudo dos mercados requer uma abordagem ampla e interdisciplinar⁵, com o fim de agregar novos conhecimentos a esse campo. As ciências sociais nesse sentido se apresentam com o desafio de “[...] estabelecer programas conjuntos de pesquisa que ultrapassem fronteiras disciplinares muitas vezes artificiais e que permitam compreender os mercados como produtos da interação social” (ABRAMOVAY, p. 59, 2004). É, portanto, a sociologia econômica um dos caminhos para o estudo dos mercados, pois consiste na “[...] aplicação de ideias, conceitos e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos [...]” (SWEDBERG, 2004, p. 7).

⁵ São vários os campos do conhecimento que contribuem para o estudo dos mercados: antropologia, sociologia, economia etc.

3. Sociologia econômica e estudos empíricos sobre mercados

Os estudos empíricos possibilitam uma melhor compreensão da realidade e, ao mesmo tempo, confrontam as teorias à luz dos problemas reais. Com base nessa premissa, um questionamento prudente seria saber se há a possibilidade da construção de um mercado perfeito, com uma coordenação dada a priori, a exemplo da “mão invisível⁶” de Adam Smith. Este questionamento suscita o estudo dos mercados engendrada pela sociologia econômica, mais especificamente pelos estudos de Garcia-Parpet (2013) a respeito do mercado produtor de morangos de mesa, na sua forma computadorizada, na região de Solagne, na França. A relevância da investigação está na demonstração de que os fatos empíricos não sustentam um modelo abstrato de relação social entre os indivíduos. Ao contrário, o mercado de Solagne foi construído por indivíduos em constante interação social. Se acaso fosse deixada uma análise puramente econômica, o social apareceria “[...] sempre nessas análises como uma variável residual e como um obstáculo à plena realização do modelo” (GARCIA-PARPET, 2013, p. 6).

Um modelo de concorrência pura e perfeita à luz dos economistas, segundo Garcia-Parpet (2013) consiste em quatro condições, como a atonicidade (i), em que nenhuma das partes é forte o bastante para exercer influência sobre os preços; a homogeneidade (ii), em que o produto tem o mesmo uso social; a fluidez (iii), em que a entrada e a saída são livres; e a transparência (iiii), em que os agentes possuem conhecimento perfeito. Esses quatro pontos à luz da teoria econômica fundamentam então um mercado de concorrência perfeita. No entanto, a autora constata que o mercado de Fontaines-en-Solagne não repete o padrão dos requisitos elencados, estando mais próximo de uma invenção social, pois há mais “mudanças das correlações de força entre agricultores e comerciantes do que à aparição espontânea de um mecanismo liberador de energias econômicas que se importa graças à racionalidade e à eficácia de seus processos (GARCIA-PARPET, 2013, p. 24).

Em suas considerações, a autora apresenta que as transações mercantis, como a do caso analisado, “não são dados a priori, mas foram preparados por todo um trabalho com investimentos nos dois sentidos da palavra: investimento financeiro, e em equipamentos (locais e pessoal) que nunca poderia ter sido realizado se dependesse exclusivamente de indivíduos isolados, tanto da parte dos agricultores como dos investidores” (GARCIA-

⁶ No sentido dado por Smith de mercado auto-regulável, sem a intervenção do Estado.

PARPET, 2013, p. 35). Nesse sentido, “o funcionamento “perfeito” do mercado não é de “mecanismos” dados “naturalmente” (em que pese o paradoxo destes termos), nem decorre de uma “mão invisível” restaurada por meio da aplicação do “*laissez-faire, laissez passer*”⁷ [...]” (GARCIA-PARPET, 2013, p. 35). Com isso, a autora demonstra empiricamente que o mercado objeto de seu estudo é mais complexo do que se imagina, pois “[...] se deve ao trabalho de alguns indivíduos com interesse em que ele viesse a existir e da aceitação dos limites do jogo impostos a todos os demais participantes que também chegaram a se beneficiar de sua existência (GARCIA-PARPET, 2013, p. 35).

Singulano (2016) ao estudar o mercado de café na região de Matas das Minas, em Minas Gerais, a partir da ótica da sociologia dos mercados, com enfoque nas relações de poder estabelecidas entre os agentes econômicos bem como nas estruturas de comercialização, apresenta que o “ambiente institucional condiciona as estratégias econômicas dos produtores e, conseqüentemente, as formas de coordenação das transações no mercado” (SINGULANO, 2016, p. 43). Fato este observado no caso estudado pela diferenciação da qualidade do café construída socialmente pelos produtores, gerando assim novas formas de coordenação. Ou seja, todo o processo de coordenação construído ao longo do tempo se deu por meio da intervenção de grupos preocupados com a elaboração e a consolidação de um mercado que os atendessem.

Mazon (2016) ao pesquisar o mercado do leite no contexto brasileiro, questiona a ideia de qualidade numa perspectiva neutra. A autora analisa os aspectos da construção desse mercado sob a ótica de diferentes atores, abordando o processo de globalização a partir da abertura de investimento direto estrangeiro no país, bem como as disputas em torno da qualidade. Sua análise parte de um referencial com base em aspectos culturais dos mercados, principalmente a partir de Durkheim e Weber. Em suas considerações aponta que em um primeiro momento a intervenção estatal teve um papel importante na construção dos meios à expansão da demanda e produção do leite. Num segundo momento, aponta o processo de abertura comercial e a globalização desse mercado por meio do acesso de empresas multinacionais, de onde os padrões de qualidade e segurança alimentar passaram a ditar as regras do setor. E é justamente esse rearranjo de instituições que propiciaram a construção do mercado de leite tal como ele se constitui hoje.

⁷ Expressão francesa que significa deixar fazer, deixar passar. Seu sentido está relacionado as idéias do liberalismo econômico.

Magalhães (2007) ao analisar o mercado de leite nas cooperativas dos agricultores familiares na região sul do Brasil apresenta a contribuição da Economia Institucional e da Sociologia Econômica, de forma complementar, sobre as formas concretas de interação social. Aponta para o contexto de concorrência entre os vários portes de organização e como as habilidades sociais se mostraram determinantes para que certas organizações ocupem um espaço de destaque. Ainda, demonstra que a falta de capital econômico é compensada por outros tipos de capital, a exemplo do simbólico, do social e do tecnológico. Em um contexto como este “o conhecimento concreto revela que o preço não é dado, nem é o resultado abstrato do equilíbrio entre oferta e demanda, mas é objeto de constantes tentativas de manipulação pelo uso do poder que cada agente dispõe” (MAGALHÃES, 2007, p.18). Torna-se, portanto, evidente a afirmativa do autor de que todos os mercados são regulados por estruturas sociais.

Oliveira Neto et al (2016) ao analisar as transações sociais construídas no setor de pescado no mercado Ver-o-Peso em Belém do Pará, fundamentam-se nos temas da confiança, da reciprocidade e da cooperação. A respeito da confiança, os autores afirmam a sua importância no processo, principalmente a partir da figura dos balanceiros, pois o processo [...] de comercialização ocorre pela confiança estabelecida entre os agentes, em que pescadores (vendedores) e feirantes (compradores) interagem sob mediação dos balanceiros, enquanto carregadores e viradores aceitam e cumprem suas ordens com precisão”. E mais “a confiança, estabelecida a partir da frequência das transações, é superior ao oportunismo, e as sanções por descumprimento das regras comerciais podem ser tão impactantes socialmente, ao ponto de poderem expulsar definitivamente um agente deste mercado” (OLIVEIRA NETO, et al, 2011, p. 494).

Perrota (2016) ao estudar as novas exigências do mercado de carne bovina por meio de abate bovino sob a ótica ética e moral de sacrifício dos animais, com vistas ao atendimento de padrões humanísticos externos, aponta que no ambiente industrial houve uma ressignificação do sentido atribuído ao novo tratamento dispensado aos animais. O discurso inicialmente sensível transformou-se em um processo agregador da qualidade da carne. “Aceitar os aspectos que garantam a boa vida e morte dos animais significa garantir a qualidade e a eficiência da transformação dessa matéria-prima em mercadoria” (PERROTA, 2016, p. 94). Os pressupostos morais são reavaliados para se enquadrarem em uma realidade diferente da inicialmente ponderada. Perrota (2016, p. 94) pondera que é “[...] através de uma pressão

externa e moral, as questões em torno do bem-estar animal são apropriadas e ressignificadas, tornando-se uma diretriz gerencial interna, implicada com a lógica produtiva”.

Os estudos empíricos dos mercados demonstram que a variação torna-se a regra ao se analisar como os indivíduos e instituições agem frente a pressões e necessidades de se manterem dentro do jogo social do mercado. Assim, torna-se importante a constatação de que a análise de determinado objeto deve, à luz do seu entendimento, levar em consideração as várias formas de interação social por meio dos vários sujeitos do campo. Ampliar essa visão se torna premente para a compreensão das nuances que estão imbricadas, para usar o termo de Granovetter (2007), nas relações construídas pelo homem que comumente são denominadas de mercado. Essa análise pode se utilizar de todo o aparato teórico-metodológico da sociologia econômica, no entanto, ater-se somente a esse paradigma, incorrer-se-ia também no mesmo erro da abordagem econômica neoclássica.

4. Organização do mercado bovinocultor na região de Paraíso do Tocantins

O mercado de pecuária de corte brasileiro é forte e está inserido no contexto global de carnes. Segundo a Associação Brasileira de Frigoríficos (ABRAFRIGO, 2016) de janeiro a novembro de 2016, o país exportou 4,9 bilhões de dólares, o que representa 1,2 milhão de toneladas. O principal item de exportação é a carne desossada e congelada, com o volume de 69%. Os principais destinos da carne brasileira em 2016 foram Hong Kong, China, Egito e Rússia, com 57% do volume comercializado. Segundo o Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos do Bradesco (DEPEC, 2016), a carne bovina responde por 38,6%, a carne suína por 14,5% e a carne de frango por 46,8% do consumo interno.

Do ponto de vista da produção dos estados para exportação, tem-se São Paulo como o maior comerciante externo, seguido de Mato Grosso e Goiás. O estado do Tocantins exportou 2,8% do volume total de 2016. Em unidades monetárias, isso equivale a 120 milhões de dólares (ABRAFRIGO, 2016). O rebanho do estado está estimado em 8.401.580 milhões de cabeças, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017). Já o abate de animais nesse mesmo ano ficou em 1.008.129 de cabeças, segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2017). A atividade pecuária movimenta o agronegócio nacional como um importante setor gerador de outras atividades econômicas.

Movimenta assim toda uma indústria de sanidade animal, genética, lácteos, couro, suplementação bem como de implementos agrícolas.

A pecuária de corte tem sua dinâmica produtiva organizada por meio de sistemas de produção. Tem-se desde as pequenas propriedades, de onde muito desses animais estão voltados para a atividade de subsistência do pequeno produtor rural até propriedades de médio e grande porte com uma produção direcionada à indústria de carnes. Segundo Cezar et al (2005, p. 17) as atividades relacionadas à pecuária de corte são caracterizadas pelas fases de cria, recria e engorda, combinadas ou mesmo de forma complementar. Cada uma dessas fases, Quadro 1, demanda um tipo específico de manejo e requer uma estratégia de comercialização.

Quadro 1. Tipos de sistema de produção da pecuária de corte

Sistema de produção	Descrição
Cria	Compõe-se do rebanho de fêmeas em reprodução, podendo estar incluída a recria de fêmeas para reposição, para crescimento do rebanho e para venda. Todos os machos são vendidos imediatamente após a desmama, em geral com 7 a 9 meses de idade. Além dos machos desmamados são comercializados bezerras desmamadas, novilhas, vacas e touros. Em geral, as bezerras desmamadas e as novilhas jovens (1 a 2 anos) são vendidas para reprodução, enquanto as novilhas de 2 a 3 anos, as vacas e os touros descartados se destinam ao abate.
Recria	Difere da anterior pelo fato de os machos serem retidos até 15 a 18 meses de idade, quando então são comercializados. Estes são comumente denominados garrotes.
Cria, recria e engorda	Considerada como atividade de ciclo completo, assemelha-se às anteriores, porém os machos são vendidos como bois gordos para abate, com idade de 15 a 42 meses, dependendo do sistema de produção em uso.
Recria e engorda	Essa atividade tem início com o bezerro desmamado e termina com o boi gordo. Entretanto, em função da oferta de garrotes de melhor qualidade, também pode começar com esse tipo de animal, o que, associado a uma boa alimentação, reduz o período de recria/engorda. O mesmo ocorre com bezerros desmamados de alta qualidade. Embora essa atividade tenha predominância de machos, verifica-se também a utilização de fêmeas.
Engorda (terminação)	Nas décadas passadas foi exercida pelos chamados “invernistas”. Estes se localizavam em regiões de boas pastagens e aproveitavam a grande oferta de boi magro (24 a 36 meses de idade) da época. Atualmente, encontra-se bastante restrita como atividade isolada, sendo desenvolvida por um número reduzido de pecuaristas que também fazem a terminação de fêmeas. Essa mudança de cenário deve-se à expansão das áreas de pastagens cultivadas em regiões onde tradicionalmente não existiam e, por consequência, à redução da oferta de boi magro.

Fonte: Adaptado de Cezar et al (2005, p.17-18)

Outra classificação importante desse sistema apresentado por Cezar et al (2005, p. 19) é segundo o regime alimentar, o qual está dividido em: “a) sistema extensivo - regime exclusivo de pastagem; b) sistema semi-intensivo - pastagem com suplementação em pasto; e c) sistema intensivo - pastagem com suplementação e confinamento”. O regime extensivo é caracterizado basicamente pelo uso de pastagens nativas e cultivadas como fonte de alimento

para o gado. No entanto, esse tipo de alimentação é insuficiente para os animais, sendo necessária a suplementação mineral para complementação de “[...] fósforo, zinco, sódio, cobre, cobalto e iodo, incluindo-se também enxofre e selênio [...]” (CEZAR et al, 2005, p. 19). Ainda segundo os autores esse grupo representa aproximadamente 80% dos sistemas de produção de carne bovina no país.

Corroborando essa ideia Mello et al (2013) apresentam que no Brasil, a fase de cria da pecuária de corte ocorre em regime predominantemente extensivo, com a base da alimentação sendo pastagens nativas e/ou cultivadas [...]. A região central do estado do Tocantins segue essa condição, com um sistema alimentar predominantemente extensivo, por meio de pastagens nativas e cultivadas, porém complementadas por meio de suplementação mineral. Com base nessas informações, tem-se que a região produz então uma quantidade substantiva de carne, o que segundo o IBGE (2015) passa de um milhão de cabeças. Esse mercado produtor fornece para as cidades circunvizinhas e o excedente é exportado para outros estados e países.

Englobando esse mercado, tem-se a cidade de Paraíso do Tocantins localizada na região central do estado do Tocantins. O município tem uma área de 1.268,060 Km², por meio da qual desenvolve a atividade da pecuária de corte. O rebanho bovino do município está estimado em 95.552 cabeças de gado, segundo o IBGE (2017). No entanto, quando se analisa esse ramo, é importante observar toda a região, com vistas a entender a dinâmica social do seu desenvolvimento. Essa região administrativa é composta por 14 municípios, com uma área de 37.664,28 km² a qual tem um rebanho de 1.034.447 cabeças, tabela 1.

Tabela 1 - rebanho bovino da região central do estado do Tocantins

Município	Área (km²)	Habitantes (2016) (IBGE)	Rebanho 2015 (IBGE)
Abreulândia	1.895,212	2.555	57.959
Barrolândia	713,13	5.622	65.416
Caseara	1.691,614	5.193	38.482
Chapada de Areia	659,249	1.402	32.442
Cristalândia	1.848,241	7.380	71.656
Divinópolis do Tocantins	2.347,434	6.823	110.896
Lagoa da Confusão	10.564,661	12.501	93.729
Marianópolis do Tocantins	2.091,374	4.976	103.088
Monte Santo do Tocantins	1.091,553	2.248	58.283
Nova Rosalândia	516,308	4.159	21.459
Paraíso do Tocantins	1.268,060	49.727	95.552
Pium	10.013,794	7.447	178.105
Pugmil	401,834	2.621	21.352
Santa Rita do Tocantins	3.274,947	2.322	86.028
Total	37.664,281	114.976	1.034.447

Fonte: IBGE (2015).

A região de Paraíso, a exemplo das demais regiões do país menos desenvolvidas economicamente, convive com um sistema mais simples de distribuição, com o abate por meio de abatedouros com menor fiscalização, principalmente nas pequenas cidades e nos povoados. Neste modelo, as relações entre compradores e vendedores são mais próximas. Há uma confiança implícita nas trocas, isso é aumentado pelo tempo e pela experiência, são as cláusulas não contratuais de Durkheim. A figura do atravessador existe, mas nem sempre é tão evidente. Ao passo que a venda para um frigorífico maior depende de outras variáveis. A confiança é um ponto crítico, os negócios dependem de uma credibilidade construída socialmente em torno dos grupos de produtores. Honrar um compromisso financeiro consiste em um valor reconhecido por todos os vendedores.

Nesse ponto o município está servido com dois frigoríficos, num ambiente de 10 unidades em todo o estado do Tocantins, quadro 2, caracterizados como matadouro de bovinos classe MB4, com capacidade de abate de 20 a 40 cabeças por hora (MAPA⁸, 2017). Uns dos estabelecimentos têm maior capacidade e está em fase de expansão. Estes fazem a compra, o transporte, o abate e a exportação. É um grande demandante e exerce um poder nesse sentido.

⁸ Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Quadro 2. Unidades frigoríficas do estado do Tocantins com SIF

CIDADE	CLASSIFICAÇÃO
Araguaína	MB1
	MB2
	MB3
	MB4
Paraíso do Tocantins	MB4
	MB4
Gurupi	MB3
Nova Olinda	MB3
Alvorada	MB3
Araguaçu	MB4
Total de matadouros frigoríficos	10

Fonte: Mapa/SIF (2017)

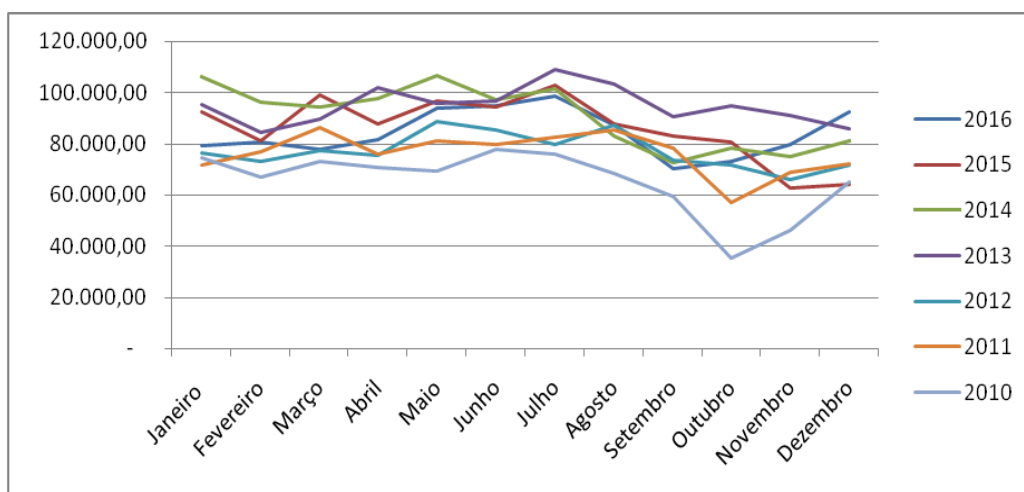
Com abate substancial de cabeças, a indústria frigorífica pode então pressionar os preços junto aos produtores, principalmente na época de safra, período de maior produção, em que há chuva e melhores níveis de pastagens. No período de seca, na entressafra, os animais sofrem com a falta de pastagem e a oferta decresce, o que tende a uma alta nos preços. No entanto, essa realidade nem sempre é assim, por vezes, outras regiões ofertam para o mesmo comprador, o que acaba por pressionar os preços neste mercado. Um exemplo é a compra de animais do território sul do estado do Pará e do estado de Mato Grosso.

Só a região de Conceição do Araguaia tem um rebanho estimado de 301.103 cabeças de gado, Redenção 294.355 e Vila Rica, em Mato Grosso tem 657.676. Ou seja, esses três municípios respondem por uma oferta de aproximadamente 1.253.134 de cabeças, segundo o IBGE (2017). Estando esses estados livres de febre aftosa com vacinação, de acordo com o Conselho Nacional da Pecuária de Corte (CNPIC, 2013), torna-se mais fácil a comercialização entre esses mercados e facilita a atuação da indústria frigorífica. A atuação desses atores nem sempre são evidentes e postuladas apenas como busca da maximização do interesse individual. Além disso, os maiores produtores levam vantagem, pois podem vender maiores quantidades de animais e assim fechar contratos com um nível de confiança superior, em virtude de uma relação direta com a indústria frigorífica.

A região tem, assim, aproximadamente um milhão em rebanho bovino, do qual cerca de 12,5% é destinado ao abate. Isto significa uma produção de abate mensal estimada de 10.000 animais, pois só no ano de 2016 o estado do Tocantins teve uma média de abate

mensal de 84.000, segundo dados da ABRAFIGO (2017). Como os meses de agosto a outubro são de um período de estiagem, com a escassez de chuvas e a redução substancial das pastagens, a oferta de gado fica restrita, gráfico 1. Ao passo que no mês de novembro a indústria frigorífica começa a abater mais animais. Sendo, portanto, que na menor oferta o setor diminui o seu ritmo e na maior oferta aumenta a sua atuação no mercado. Todas essas são variáveis importantes na pecuária de corte e que acaba por apresentar as estratégias de grandes compradores do mercado e, por conseguinte, em um ambiente de conflito.

Gráfico 1. Quantidade de abate anual de bovinos para o estado do Tocantins de 2010 a 2016



Fonte: elaborado a partir dos dados do MAPA (2017)

Por toda uma disputa entre produtores e indústria frigorífica é que a rivalidade nesse setor é acentuada, o que é apresentado por Coleman e Zylbersztajn (2012). Mesmo em se tratando de uma análise a partir da nova economia institucional (NEI), o trabalho dos autores apresenta a importante informação desse conflito. Estes relembram a crise de 2008 e o processo de recuperação judicial de várias empresas, levando a um calote nos pecuaristas de corte. Por isso que o processo de construção da confiança é sempre muito sensível. O contrato firmado deve ser honrado para o êxito das relações subsequentes. O preço se torna assim um dos motivos de disputa dentro desse espaço de negociação. A indústria frigorífica, cada vez mais concentrada e globalizada mostra seu peso nas negociações com os produtores locais.

A ABRAFRIGO (2009) fez uma consideração quanto a concentração no setor de carnes, principalmente após a aquisição do frigorífico Bertin pelo JBS/Friboi e as intenções

acordadas pelo Marfrig com os Frigoríficos Margen e Mercosul para o arrendamento de 11 unidades. Segundo a entidade, esse novo desenho implicaria em capacidade de abate de 8,8 mil cabeças de gado/dia e de uma indústria charqueadora de 1.700 toneladas mês, mostrando-se assim uma convergência preocupante para o setor.

Essa concentração, segundo a entidade, poderia trazer problemas ao mercado porque os fornecedores receberiam menos e os consumidores pagariam mais, além disso, a associação mostrou preocupação pela operação ter sido financiada pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). O receio da ABRAFRIGO, emitida por meio de nota, dava-se justamente com a questão da concorrência no dia a dia dos mercados do boi e da carne, como expressou: “[...] que possa haver concorrência leal e salutar entre todas as empresas, e que, sob nenhuma hipótese, vamos tolerar quaisquer indícios de manipulação de preços e distorção do padrão de comportamento comercial que deve haver nestes mercados” (ABRAFRIGO, 2009, p. 35). Cita ainda como exemplo o caso do estado de Mato Grosso, em que o grupo JBS passaria a controlar quase 50% do abate naquela região.

Já no ano de 2010, entretanto, a ABRAFRIGO recebeu como um de seus associados o conglomerado JBS/Friboi, o maior do mundo no setor e que era motivo de preocupação até então. A esse respeito, tem-se, portanto, um conflito entre os pequenos e médios estabelecimentos e mais evidente, com os produtores rurais. No entanto, a entidade passou a se posicionar como conciliadora, como observado em sua fala: “[...] “a liderança exercida pelo JBS/Friboi significa um norte para os pequenos e médios frigoríficos, podendo ser um exemplo de caminho a ser trilhado para a efetiva consolidação do mercado de carnes brasileiro [...]” (REVISTA DA ABRAFRIGO, 2010, p. 22). Nesse ponto, observa-se o peso que uma grande corporação tem sobre as entidades do setor e como as relações podem mudar rapidamente.

Outro ponto de disputa está relacionado a comercialização com outros estados da federação, pois o Tocantins mesmo com um rebanho de 8,4 milhões de cabeças de gado ainda não se mostra autossuficiente nessa produção. Segundo o portal de notícias Norte Agropecuário (2015), os frigoríficos são obrigados a importar cerca de 20% a 30% dos animais que são abatidos no estado. Para os representantes do setor, o Sindicato das Indústrias Frigoríficas de Carnes Bovinas, Suínas, Aves, Peixes e Derivados (SindCarnes), o problema recai na alíquota do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) sobre a venda de animais vivos, pois o percentual cobrado pelo estado é de 7% enquanto o estado de

Goiás é de 12%. Segundo o SindCarnes, um percentual maior estimularia uma política de proteção à industrialização do estado do Tocantins, a exemplo do estado de Goiás.

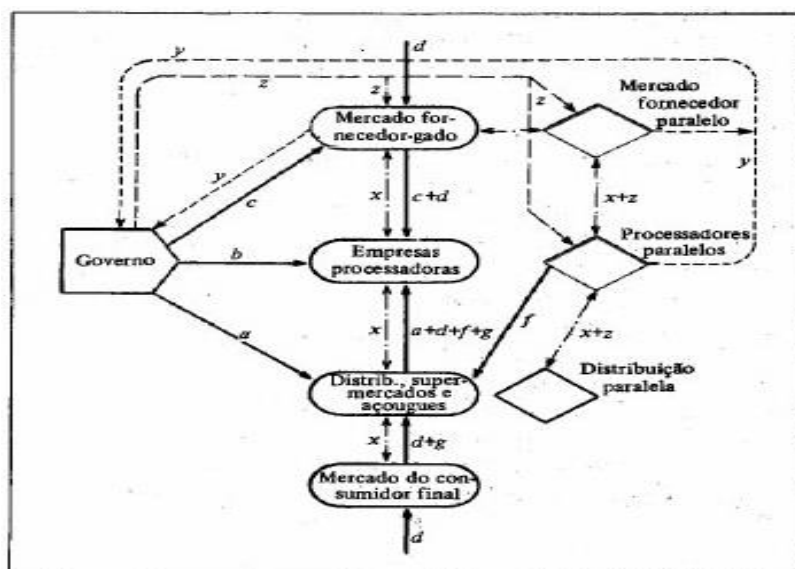
Para se ter uma ideia dessa disputa, ainda segundo o portal Norte Agropecuário, em 2011, o governo do estado do Tocantins havia decidido reduzir a alíquota do ICMS de 7% para 3% a pedido da Confederação Nacional da Agricultura (CNA). Contrária à redução, a Federação das Indústrias do estado do Tocantins (FAET), posicionou-se contra a medida, alegando desestímulo à industrialização. O governo do estado, por sua vez, não deu uma decisão definitiva, alegando que iria analisar o caso. O que se tem, portanto, é uma disputa na cadeia produtiva de gado de corte, onde entidades pecuaristas e frigoríficas disputam espaço e usam de seus recursos de poder para obterem benefícios do governo.

Pascoal et al (2011, p.83) afirmam que “o processo de diferenciação da carne bovina em mercados específicos fez surgir diferentes agentes entre os elos dessa cadeia produtiva.” Com base nisso, os autores apresentam que “[...] existem duas relações comerciais geradoras de conflitos que abrangem três elos da cadeia: pecuaristas e frigoríficos e frigoríficos e varejistas” (PASCOAL et al, 2011, p. 83). Dos pontos apresentados, o de maior tensão entre pecuaristas e frigoríficos está no rendimento de carcaça, onde os pecuaristas questionam sobre a pesagem realizada e o conseqüente valor recebido.

Ainda segundo Pascoal et al (2011) estando o conflito centrado na agroindústria, tem-se ainda o jogo de interesses entre este e o mercado varejista, pois os pecuarista querem fazer negócios assim como as grandes redes de supermercado e hipermercados também. “A agroindústria, de posse dos preços de aquisição de matéria, mapeamento do custo industrial e possibilidades de receitas, determina a demanda por boi gordo e, dessa forma, a oferta de carne no mercado, seja *commodity* ou carne de marca” (PASCOAL, 2011, p. 92). Essa tensão acaba por trazer ao setor um ambiente não de cooperação entre os envolvidos, mas sim de rivalidade. A relação, portanto, é marcada pela desconfiança.

Esse sistema produtor está organizado a partir dos pecuaristas, de onde começa todo o caminho até chegar ao consumidor final, figura 1.

Figura 1. Diagrama de fluxos existentes no sistema macroeconômico do mercado de carnes



Fonte: Yardley-Podolsky (1981, p. 52)

Yardley-Podolsky (1981) apresenta o campo institucional desse setor. Nele tem-se o mercado fornecedor de gado, os pequenos e grandes pecuaristas de corte; as empresas processadoras, por meio da agroindústria frigorífica; o sistema de distribuição através dos supermercados e açougues e por fim o consumidor final. Nesse fluxo, o governo exerce uma atuação importante na regulamentação e fiscalização sanitária do início da cadeia, o produtor, até o sistema de distribuição. Outro ponto apresentado pelo autor é o sistema paralelo, que não passa pelo crivo do Estado. Neste, fornecedores, processadores e distribuidores agem paralelamente ao sistema instituído. Mesmo a análise do autor sendo da década de 1980, o sistema é atual e convive nessa mesma lógica. Salvo em função dos controles sanitários para exportação que exigem maior controle e são rigorosamente inspecionados.

Essa organização perdura e está em consonância com a indústria da região central do estado do Tocantins. Os grandes abatedouros, com Serviço de Inspeção Federal (SIF), estão dentro do ambiente institucional monitorado pelo Estado. Órgãos estaduais fazem o controle da saúde animal bem como monitoram os rebanhos de cada propriedade. Os órgãos federais inspecionam e certificam as condições de comercialização do produto. Além disso, a agroindústria frigorífica se organiza por meio de sindicatos patronais os quais cobram do Estado isenções fiscais e a atuação segundo os seus interesses. Por tudo isso, que esse mercado é complexo e depende de investigações empíricas para o seu entendimento à luz da sociologia econômica.

5. Considerações finais

Ao longo de todo esse percurso sobre o mercado de carne bovina do estado do Tocantins, foi possível interpretar a importância dessa atividade e como essas relações fluem para além das simples trocas. A partir do estudo pode-se inferir que existe mais complexidade entre esses sistemas do que aparentava. Por meio da sociologia econômica como referencial teórico, pode-se observar a imbricada cadeia de relações no ramo da bovinocultura de corte e como essa interação para a formação dos mercados. Longe de um sistema perfeito, apresenta uma imperfeição nata, singular temporal e espacialmente diferenciada dentro das várias regiões.

67

Nessa lógica, vê-se que o desenvolvimento dos mercados se dá por meio de estudos que busquem a realidade como ela realmente se apresenta. Para isso, alguns casos empíricos demonstraram que esse fenômeno está enraizado nas relações sociais. Ele surge dessas relações e a partir delas toma forma. O que se tem, então, é que o desenvolvimento do mercado de pecuária de corte no Tocantins e especificamente da região de Paraíso do Tocantins segue esse mesmo caminho. O levantamento exploratório se mostrou necessário para o conhecimento dos principais atores que estão envolvidos nesse campo. Tem-se assim uma estrutura formada por pecuaristas de corte, indústria frigorífica no centro, rede varejista por meio de supermercados e hipermercados, atravessadores, consumidores e governo.

Na região em análise há uma demanda por parte da indústria que oscila nos meses de maior estiagem, com menor volume de abate. Isso implica nas oscilações de preço, mas a maior disputa nesse ramo é, sem dúvida, quanto a confiança entre pecuaristas e indústria frigorífica, pois em ambos os casos a disputa se mostra evidente, seja na pesagem do animal vivo, com a desconfiança gerada pelo comprador, seja no rendimento de carcaça, com a desconfiança gerada pelo vendedor. Outro aspecto relevante diz respeito ao poder exercido pelo setor frigorífico, justamente por ser uma atividade muito concentrada, esses agentes se posicionam na demanda por animais conforme a necessidade de resultados favoráveis. Além disso, utilizam o poder de outras regiões para equilibrar os preços a seu favor.

Destarte, este estudo permitiu conhecer a atividade da pecuária de corte na região de Paraíso do Tocantins à luz da sociologia econômica, demonstrando, portanto, que esse mercado se apresenta com a influência de vários atores, organizada institucionalmente. Por ser um estudo inicial, muitas das relações precisam ser pesquisadas, a exemplo da construção

da confiança pelos agentes, as disputas pelo controle dos preços, o papel dos leilões e a atuação do Estado como regulador do setor. Esses aspectos estão imbricados nas conexões entre as pessoas e instituições, gerando então algo que não está dado. Assim, a utilização do referencial teórico da sociologia econômica e os seus parâmetros de análise permitem uma melhor investigação dessa realidade.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Entre Deus e o diabo**. Tempo Social revista de sociologia da USP, v. 16, n. 2, p. 36-64, 2004.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRIGORÍFICOS (ABRAFRIGO), 2017. **Exportação de carnes e derivados de bovinos**. Disponível em: < www.abrafrigo.com.br>. Acesso em: 19 fev. 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRIGORÍFICOS (ABRAFRIGO). Revista da Abrafrigo. Ed. n.º 3, ano 1, 2009. Disponível em: <<http://www.abrafrigo.com.br/noticias-abrafrigo/wp-content/uploads/2015/05/Revista-Abrafrigo03.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRIGORÍFICOS (ABRAFRIGO). Revista da Abrafrigo. Ed. n.º 4, ano 2, 2010.

BANCO BRADESCO. **Departamento de pesquisas e estudos econômicos (DEPEC)**, 2016. Disponível em: <<https://www.economiaemdia.com.br>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

BOURDIEU, P. **O campo econômico**. Política & Sociedade, v. 6, n. 6, p. 15-58, 2005.

CALEMAN, S. M. de Q.; ZYLBERSZTAJN, D. **Falta de garantias e falhas de coordenação: evidências do sistema agroindustrial da carne bovina**. Revista de Economia e Sociologia Rural, v.50, n.2, p.223-241, 2012.

CEZAR, I. M. et al. **Sistemas de produção de gado de corte no Brasil: uma descrição com ênfase no regime alimentar e no abate**. Campo Grande, MS: Embrapa Gado de Corte, 2005. 40p. (Documentos/ Embrapa Gado de Corte, 151).

CONSELHO NACIONAL DA PECUÁRIA DE CORTE (CNPC), 2013. Disponível em: <<http://cnpc.org.br/>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

DA SILVA MAZON, M. **O mercado do leite e agricultores: a qualidade em questão**. Política & Sociedade, v. 15, n. 33, p. 46-67, 2016.

DURKHEIM, E. Solidariedade orgânica e solidariedade contratual. In: **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. **A sociologia dos mercados**. Caderno CRH, Salvador, v. 25, 2007.

GARCIA-PARPET, M. F. **A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-Sologne**. Estudos Sociedade e Agricultura, v. 1, 2013.

GRANOVETTER, M. **Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão**. RAE , v. 6, n. 1, 2007.

HIRSCH, P. MICHAELS, S. FRIEDMAN, R. *“Mãos sujas” versus “modelos limpos: estará a sociologia em risco de ser seduzida pela economia?”* In. MARQUES, R. PEIXOTO, J. (Org.). **A nova sociologia econômica**. Celta Editora: Oeiras, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), 2015. Disponível em:< <http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

_____. Cidades, 2015. Disponível em:< <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

MAGALHÃES, R. S. **Habilidades sociais no mercado de leite**. Revista de Administração de Empresas, v. 47, n. 2, p. 1-11, 2007.

MELLO, J. C. C. B. S. de et al. **Análise de desempenho de sistemas de produção modais de pecuária de cria no Brasil**. Prod., São Paulo , v. 23, n. 4, p. 877-886, Dec. 2013 .

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Serviço de inspeção federal (SIF), 2017**. Disponível em:< <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-animal/sif>>. Acesso em: 15. fev. 2017.

NORTE AGROPECUÁRIO. Disponível em: <<http://www.norteagropecuario.com.br>>. Acesso em: 01 mar 2017.

OLIVEIRA NETO, A. et al. **Coordenação do Comércio Atacadista de Pescado no Mercado do Ver-o-Peso, em Belém-Pará**. Rev. Econ. Sociologia Rural, Brasília, v. 54, n. 3, Set. 2016.

PASCOAL, L. L. et al. **Relações comerciais entre produtor, indústria e varejo e as implicações na diferenciação e precificação de carne e produtos bovinos não-carcaça**. Revista Brasileira de Zootecnia, v.40 ,p.8292, 2011.

PERROTA, A. P. **Abate bovino e rede industrial: um estudo sobre a introdução e gestão racional e econômica das emoções dos animais**. Política & Sociedade, v. 15, n. 33, p. 68-96, 2016.

POLANYI, K. **A grande transformação**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PRADO, E. F. S. **A ortodoxia neoclássica**. Estudos Avançados, v. 15, n. 41, p. 9-20, 2001.

SINGULANO, M. **Um mercado controlado por intermediários: padrões de qualidade e formas de coordenação das transações em uma região produtora de café em Minas Gerais.** *Política & Sociedade*, v. 15, n. 33, p. 11-45, 2016.

STEINER, P. **Mercado, transação e laços sociais: a abordagem da Sociologia Econômica.** *Revista de Sociologia e Política*, v. 20, n. 42, 2012.

SWEDBERG, R. **Sociologia econômica: hoje e amanhã.** *Tempo Social, revista de sociologia da USP*, v. 16, n. 2, p. 7-34, 2004.

70

WANDERLEY, F. **Avanços e desafios da Nova Sociologia Econômica: notas sobre os estudos sociológicos do mercado.** *Sociedade e Estado*, v. 17, n. 1, p. 15-38, 2002.

YARDLEY-PODOLSKY, W. J. H. **Um perfil da indústria de carnes e de seu futuro.** *Rev. administração empresas, São Paulo*, v. 21, n. 2, p. 49-58, Junho 1981 .