



COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA NO BRASIL¹

Diana Mendonça Carvalho
Universidade Federal de Sergipe

José Eloízio da Costa
Universidade Federal de Sergipe

Resumo

A comercialização agrícola se apresenta como a atividade mais complexa dentre aquelas que envolvem o sistema da agricultura, uma vez que se trata do momento em que a produção assume a condição de mercadoria. 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 sobre a cadeia produtiva e algumas políticas públicas contemporâneas que contribuíram para a comercialização de produtos agrícolas no Brasil. Essas reflexões partiram dos questionamentos sobre as especificidades existentes na cadeia produtiva e na comercialização agrícola. Para tanto foi realizado levantamento bibliográfico e análise teórica dos seguintes aspectos: “Cadeia produtiva”, “Comercialização agrícola” e “Políticas Públicas no Brasil”. A atividade agrícola e sua comercialização são historicamente dinâmicas no Brasil, 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 públicas.

Agricultural marketing in Brazil

Abstract

The agricultural marketing itself is the most complex activity among those involving the system of agriculture, since this is the moment when the production takes the condition of merchandise. 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 space on the production and marketing of agricultural products in Brazil, with emphasis on rural-urban relationship. 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 public policy.

INTRODUÇÃO

A comercialização agrícola se apresenta como a atividade mais complexa dentre aquelas que envolvem o sistema da agricultura, uma vez que se trata do momento em que a produção assume a condição de mercadoria. Essa condição reflete a dinâmica que a atividade assume sob o modo de produção capitalista e que atualmente envolve a integração de mercados, compreendendo 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.

Desse modo, o presente trabalho buscou apresentar uma análise teórica sobre a cadeia produtiva e algumas políticas públicas contemporâneas que contribuíram para a comercialização de produtos agrícolas no Brasil. Essas reflexões implicam questionar as especificidades existentes na cadeia produtiva e na comercialização agrícola em meio à função e a estrutura presentes nos âmbitos espaciais, verificando como as políticas públicas têm promovido o mercado agrícola no Brasil.

Para a constituição desse estudo foram realizados levantamentos bibliográficos e análise das temáticas: "Comercialização agrícola", "Cadeia produtiva" e "Políticas Públicas no Brasil". A partir dessas temáticas foram analisadas as definições de comercialização agrícola, suas estruturas e funções na constituição da cadeia produtiva e a ocorrência dessas ações no espaço brasileiro, assim como seus impactos para a economia nacional.

COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA: PROCESSO, FUNÇÃO, FORMA E ESTRUTURA

A comercialização agrícola envolve a transferência de bens, no caso a produção agrícola ou produtos semiprocessados aos consumidores. Em seu aspecto 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. Dessa forma, a comercialização agrícola é uma esfera da circulação de mercadorias e da circulação de capitais, pois direciona a produção agrícola para o mercado seja na forma in natura ou (semi) processada.

A comercialização de produtos agrícolas ganha forma nos diversos agentes que compõem sua cadeia que compreende os alicerces e as fases pelas quais os produtos passam (processamento, armazenamento e etc) até chegar ao mercado consumidor. Tais fases podem ser iguais, padronizadas ou diferentes, destacando especificidades locais e regionais, ou ainda, evidenciando a integração de atores sociais que visam minimizar problemas e promover o crescimento econômico.

A cadeia produtiva de artigos agrícolas é constituída por: fornecedores de insumos, representados por empresas que tem por finalidade ofertar implementos agrícolas e tecnologia; agricultores, que trabalham a terra, com a finalidade de produzir alimentos; processadores, representados pelas “[...] agroindústrias que podem pré-beneficiar, beneficiar ou transformar os produtos in-natura (SILVA, 2005, p.02); comerciantes que, na forma atacadista, têm por função distribuir as mercadorias para postos de venda e, na forma varejista, comercializar o produto para o consumidor final; e o mercado consumidor, que está na ponta do processo de comercialização. Todo esse processo fundamenta uma ampla

compartimentação da cadeia produtiva de agrícolas em várias etapas até chegar ao mercado consumidor final (Figura 01).

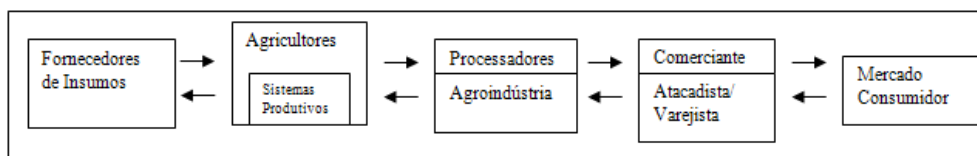


Figura 1. Etapas da cadeia produtiva.

Fonte: SILVA (2005, p.1).

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

Nesse sentido, a cadeia produtiva se aprimora e agrega novos elementos no contexto comercial a partir de características básicas de fluxo instantâneo de capitais financeiros, abertura de mercados, desenvolvimento das telecomunicações, mudanças nos papéis dos Estados-nação e nas relações de produção-consumo. Tais características têm contribuído para o aparecimento de novas estratégias socioeconômicas no que se referem aos setores de produção, comércio e consumo de alimentos.

Desse modo, a cadeia de comercialização não acontece da mesma forma com relação a 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; forma, que remete à transformação do produto em sua forma bruta em produto processado e em condições para consumo; 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 conservação de alimentos até alcançar o consumidor final; e 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, principalmente, em função das condições naturais e econômicas. As condições econômicas se justificam nos fatos históricos, isto é, nas formas como o Estado tem trabalhado para a geração

de riqueza na agricultura brasileira e nas políticas públicas definidas para a viabilização da 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. Todavia, mesmo em meio às políticas de promoção do espaço agrário, ainda tem faltado, no país, incentivos diretos na estruturação e na produção agrícola e comercial.

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

No século XX, as políticas públicas estimularam os investimentos em infraestruturas com a instalação de redes viárias aliadas ao desenvolvimento da engenharia de comunicações que se colocaram como algumas das mais importantes variáveis estratégicas de conexão do país com suas regiões, pois diminuiu distâncias e condicionou trocas rápidas dentro das 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 redes 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, atualmente conhecida como rodovia Washington Luiz.

No período denominado Estado Desenvolvimentista (1930-1961), cujo ideário preconizava o desenvolvimento econômico por meio de política de investimento liberal em relação ao capital estrangeiro, o Brasil passou por transformações econômicas e sociais com a intervenção do Estado. Nesse período, a integração nacional no governo de Getúlio Vargas era impulsionada pela criação do Fundo Rodoviário Nacional (1946) que estabelecia imposto sobre combustíveis líquidos, utilizado para a construção de estradas; e pela fundação da Petrobrás (1954) que estimulou a produção de asfalto.

Nesse período, a ação do estado na agricultura era sentida principalmente na política de 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 foi proposta para a região Nordeste do país, tendo iniciado com a criação da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), com a transformação da agricultura, com a industrialização e com os incentivos às exportações. Nesse período, 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, com a implantação da indústria automobilística nacional (1957), teve importância a expansão da malha rodoviária do país.

Entre 1960 e 1970, o Brasil aderiu ao pacote tecnológico norte-americano, denominado “Revolução Verde”, programa idealizado para aumentar a produção agrícola no mundo por meio do 'melhoramento genético' de sementes, uso intensivo de insumos industriais, mecanização e redução do custo de manejo. Esse processo 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. Dessa 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).

Na 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 pelo incentivo estatal para a “Reforma Agrária Camponesa”, na década de 1960, visando à ampliação do mercado interno e a manutenção 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-urbana. Isso decorreu da implementação de programas estatais como instalação de 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 das Centrais Gerais de Abastecimento do Estado de São Paulo (CEAGESP) – “maior mercado atacadista da América Latina” (CORTEZ, 2002, p. 23).

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

Entre os principais programas voltados para o desenvolvimento rural e efetuados pelo BNDES destacam-se: Programa Nacional de Fortalecimento

da agricultura Familiar (PRONAF); 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 (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 vinham decaindo em função da maior eficiência no mercado de manufaturados, apresentando, assim, taxas de participação no mercado agrícola internacional de 3,8% em 1970 e 3,1% em 1980.

Naquele momento, o Estado nacional interviu por meio de diversos programas na implementação de infraestrutura visando desenvolver o campo brasileiro, criando condições de competitividade em âmbito internacional e articulando-o às necessidades de consumo 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. Tal aspecto pode ser exemplificado em cidades como Itabaiana (SE) e Feira de Santana (BA), que produzem artigos agrícolas a serem comercializados em seu comércio local e também compram artigos agrícolas em várias partes do país e vendem-nos para tantos outros lugares. Tudo isso facilitado pelo fluxo de transporte e de comunicação.

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, assim distribuídos: 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 encontram-se cerca de 30%. Essa diversidade produtiva justifica-se pelas condições de clima e de localização do país, que se encontra numa zona tropical, ou ainda, no caso das hortaliças, pela 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 à 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 inversos 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, a saber, algodão, leite, milho e soja.

Os produtos agrícolas importados pelo Brasil advêm principalmente do Mercado Comum do Sul (61%), dos membros da Associação Latino-americana de Integração (ALADI) (4,3%) e dos Países ricos (35%). Entre os produtos importados destacam-se arroz, trigo, malte, vinhos, pescados chilenos, ameixa, ameixa seca, coco, maçã, nectarina, pêra, pêssego. 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.

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 à manutenção de tais espaços e também faltam auxílios a uma produção agrícola mais heterogênea, conforme as necessidades do mercado, e políticas públicas para a 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; perpassa pelo domínio do fluxo de transportes, quando garante a entrega dos produtos da área produtora ao mercado ou aos espaços de processamento e consumidor; e até a 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 (BM&F), sendo também responsável pela comercialização e fluxos de parte dos produtos agrícolas do país. Tal aspecto exemplifica como São Paulo é grande receptor de produtos agrícolas do Brasil e que desse estado partem fluxos para o atendimento de demandas internas e externas em nível nacional.

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.

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 pelos obstáculos ao desenvolvimento da concorrência capitalista no campo e na consequente concentração de produção pelos capitalistas agrários.

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

Portanto, a comercialização de produtos agrícolas, assim como a constituição da cadeia desses produtos, está imbricada nas especificidades que remetem ao desenvolvimento capitalista, uma vez que essa se encontra subordinada 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 consequência, a de capitais.

REFERÊNCIAS

BARROS, G. S. A. de C. Economia da Comercialização Agrícola. Piracicaba/SP: ESALQ, LES, CEPEA, 2007.

BESKOW, P. R. Agricultura e política agrícola no contexto brasileiro da industrialização do pós-guerra (1946-1964). Estudos Sociedade e Agricultura. Revista de Ciências Sociais Aplicadas ao Estudo do Mundo Rural, n. 12, Abril de 1999.

CARLOS, A. F. A. A questão da cidade e do campo. Teorias e políticas. Revista Mercator. Fortaleza-CE: v. 5, p. 8-13, 2004.

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.

JALES, M. Inserção do Brasil no Comércio Internacional Agrícola e Expansão dos Fluxos Comerciais Sul-Sul. Instituto de Estudos do Comércio e Negociações internacionais – ICONE: 2005. Disponível em <http://argus.iica.ac.cr:19555/Documents/insercao_brasil_comercio_internacional_agricola.pdf>. Acesso em 24 de agosto de 2009.

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

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.

Revista Rural. Economia – Brasil depende do Investimento Externo. Rev. 64, abril de 2003. Disponível em <http://www.revistarural.com.br/edicoes/2003/Artigos/rev64_economia.htm>. Acesso em 18 de maio de 2009.

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.

¹ Resultado da dissertação de Mestrado: Comercialização de Hortifrutigranjeiros em Itabaiana/SE, defendida em 19 de março de 2010. Financiada pela CAPES.

Contato com o autor: dianamendoncadecarvalho@yahoo.com.br
Recebido em: 24/01/2011
Aprovado em: 13/12/2011