

## V Workshop Empresa, Empresários e Sociedade

### O mundo empresarial e a questão social

2 a 5 de maio de 2006

PUCRS

GT 4 - A dimensão cultural da vida empresarial

#### **A produção cultural da competitividade nas trocas econômicas do mercado citrícola em São Paulo**

Marie Anne Najm Chalita (IEA/SP)

##### Resumo

A análise do mercado citrícola indica que os agentes econômicos que se produzem local e regionalmente produzem, mas também absorvem, assimilam e (re)transformam orientações produtivas e comerciais que circulam em esferas situadas para além de suas capacidades de domínio exclusivo e nem podem as instituições presentes pretenderem o domínio total sobre as regras de funcionamento do mercado. A produção social das formas de organização do mercado do suco concentrado e congelado de laranja revela as linhas de tensão entre os determinantes globais e locais que orientam as formas pelas quais se opera a produção cultural da competitividade. As interações entre produtores de laranja e agroindústrias esmagadoras indicam a ocorrência de distintas objetividades e subjetividades que constituem o conjunto de regras formais e informais sobre as quais se estabelecem os contratos de fornecimento das frutas a partir e através da identidade de empresário rural. Analisa-se as trajetórias sociais dos produtores rurais em um contexto histórico marcado por sucessivas transformações nas relações entre estruturas e lógicas de ação através dos conceitos de habitus, ethos e identidade de Pierre Bourdieu e outras contribuições da sociologia econômica.