

Représentations savantes et pratiques marchandes

In: Genèses, 25, 1996. Ethnographie économique. pp. 50-71.

Résumé

■ Marie-France Garcia-Parpet: Représentations savantes et pratiques marchandes Dans le cadre du débat qui anime les sciences sociales à propos du rapport entre l'économie, la sociologie et l'histoire, l'auteur réfléchit sur le rôle que jouent les représentations sociales de l'économie, notamment les représentations savantes, et montre que loin d'être neutres, celles-ci jouent un rôle actif sur l'existence même des institutions économiques. Elle s'appuie sur des recherches menées dans des contextes géographiques et historiques différents, en France et au Brésil, pour analyser comment, dans des configurations particulières, les modèles mis en œuvre pour saisir les pratiques des différents agents peuvent contribuer à les consacrer ou au contraire à les discréditer.

Citer ce document / Cite this document :

Garcia-Parpet Marie-France. Représentations savantes et pratiques marchandes. In: Genèses, 25, 1996. Ethnographie économique. pp. 50-71.

doi : 10.3406/genes.1996.1415

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/genes_1155-3219_1996_num_25_1_1415

REPRÉSENTATIONS

SAVANTES

ET PRATIQUES

MARCHANDES

**Marie-France
Garcia-Parpet**

1. Pour les tenants de la théorie néo-classique on peut citer, à titre d'exemple, les travaux de Gary Becker ; il occupe une position extrême, car il ne se contente pas de considérer l'économie comme fondamentalement autonome et indépendante du reste de la société, mais il utilise les concepts néo-classiques pour expliquer des phénomènes traditionnellement pensés à l'aide de concepts sociologiques : *The Economic Approach to Human Behaviour*, Chicago, University of Chicago Press, 1976 ; *A Treatise on the Family*, Mass., Harvard University Press, 1981. Pour un repérage des conceptions de l'économie qui font partie du système social dans la littérature américaine cf. Richard Swedberg, *Une histoire de la sociologie économique*, Paris, Desclée de Brouwer, 1994 et Viviana Zelizer « Repenser le marché » *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°94, Éd. Minuit, sept. 92 ; dans la littérature française, on peut citer l'introduction au numéro spécial consacré à l'économie des conventions, *Revue économique* n°2, mars 1989, et l'article de Robert Boyer « L'agriculture, terrain de choix pour les recherches en économie institutionnelle », *Cahiers d'Économie et Sociologie rurales*, n°19, 1993.

Dans le cadre du débat qui anime les sciences sociales à propos du rapport entre économie, sociologie et histoire¹, nous nous proposons de réfléchir sur le rôle que jouent les représentations sociales de l'économie, notamment les représentations savantes, et de montrer que loin d'être neutres, celles-ci jouent un rôle actif dans l'existence même des institutions économiques². En effet, on constate dans les sociétés les plus avancées la coexistence de formes diverses de marchés qui n'ont pas toutes le même statut et qui sont dans un rapport de concurrence, voire de lutte ouverte, à l'exemple de celles qui donnent lieu à des prix strictement contrôlés par des administrations, d'une part, et à des prix fluctuant librement, d'autre part.

Les modèles d'analyse, à partir desquels on saisit la « réalité », constituent peut-être un des éléments décisifs de l'évolution de cette compétition ; certains modèles peuvent renforcer l'institutionnalisation de réseaux marchands et marginaliser les formes concurrentes. De quels modèles disposent les différents agents (hommes politiques, conseillers techniques, entrepreneurs, etc.) pour créer de nouveaux marchés ? Quels modèles inspirent la construction de l'infrastructure nécessaire aux échanges courants, la mise en place des dispositifs juridiques, l'attribution de subventions ou de financements nécessaires à la création et au fonctionnement de nouveaux circuits d'échanges ?

D'ordinaire on pense les modèles comme étant tout au plus une « photographie de la réalité ». Ici nous voudrions étudier plutôt leur contribution à la mise en forme de la « réalité sociale »³ : comment certaines théories peuvent

faciliter la mise en place de nouveaux réseaux marchands ? Comment ces mêmes théories peuvent-elles aussi contribuer à la perception que certains réseaux existants sont dépassés ? Cette question m'est apparue lors de l'étude du marché au cadran de Fontaines-en-Sologne⁴, région connue pour son « retard économique » : la création d'un marché qui utilisait une technologie de pointe, l'informatique, et la transformation rapide subséquente des producteurs de fraises – paysans déclassés – en agriculteurs performants sur la scène économique nationale et internationale, ont permis une revalorisation de la Sologne comme région pourvue d'une agriculture moderne. Pour expliquer comment ces nouvelles formes sont apparues (mettant l'accent sur la transparence des transactions, l'homogénéité des produits, etc., autant d'éléments constitutifs du modèle néo-classique), il m'a fallu rendre compte de l'action décisive d'un technicien de la chambre d'agriculture et des modèles qu'il véhiculait.

En revanche, lors d'enquêtes précédentes sur des marchés périodiques du Nordeste au Brésil, nous avons pu observer que les paysans considéraient leur accès récent au marché comme une conquête de la liberté, une ouverture sur le monde et que celui-ci jouait un rôle central dans leurs stratégies de reproduction⁵. Parallèlement nous avons constaté une quasi-absence de travaux scientifiques ainsi que le silence des organisations politiques et syndicales à ce propos. Cette absence de discours savant contribuait à reléguer ces réseaux au rang de formes désuètes, destinées à disparaître avec l'évolution de l'économie. Nous pouvions dès lors supposer l'existence de différentes modalités du rapport entre les modèles savants et les réseaux marchands : dans un cas la théorie semblait légitimer de nouvelles pratiques, dans l'autre les modèles savants les discréditaient. Ces différentes expériences d'enquête nous serviront de support pour une réflexion sur le crédit ou le discrédit jeté par les modèles savants sur les pratiques marchandes.

Modèles de marchés et marchés modèles

Avant la création du marché au cadran, en 1981, les trois quarts de la production de « fraise à bouche » étaient vendus par les producteurs solognots à des courtiers (petits commerçants locaux travaillant à la commission, drainant la production vers Rungis et pratiquant souvent

2. Je tiens à remercier Marie-Françoise Badis et François Bonvin pour leur aide lors de la rédaction de cet article. Je reste seule responsable de ce que j'y avance.

3. Parmi les chercheurs en sciences sociales, ce sont sans doute les historiens qui semblent plus sensibles à cette problématique. On peut citer notamment l'ouvrage de Dominique Margairaz, *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, Paris, Éditions EHESS, 1988, qui étudie le rapport entre l'idéologie libérale naissante, à partir des dernières décennies de l'Ancien Régime, et la multiplication des foires et marchés pourtant considérés à l'époque comme un obstacle à la circulation des marchandises.

4. Marie-France Garcia, « La construction sociale d'un marché parfait : le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°65, 1986.

5. Marie-France Garcia, « Espace public et participation féminine : paysannes et commerce dans le Nordeste du Brésil », *Informations sur les Sciences Sociales*, n°30, London and New-Delhi, Sage, 1991 ; « Espace de marché et modes de domination », *Études rurales*, n°131-132, 1994.

DOSSIER

Ethnographie économique
Marie-France Garcia-Parpet
*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

l'agriculture en même temps que le ramassage des produits légumiers ou tenant par exemple une épicerie ou un café), à des expéditeurs (commerçants locaux de plus grande envergure que les courtiers, travaillant en partie à la commission avec les mandataires de Rungis, mais dont la plupart des transactions se font avec leur capital propre) et à des mandataires (commerçants installés sur Rungis). Dans tous les cas, le producteur ne savait pas à quel prix serait vendu son produit, il ne le connaissait qu'une semaine ou deux après la vente et ne recevait le paiement que plus tard encore, d'après les agriculteurs plusieurs mois après la vente; en revanche, les commerçants leur accordaient fréquemment des avances d'argent. Le commerçant achetait non seulement la production de fraises, mais aussi toute la production légumière éventuelle de l'exploitation. L'agriculteur faisait confiance au commerçant qui le «débarrassait» de toute sa production. Les coopératives ne commercialisaient qu'un quart de la production de la «fraise à bouche». Si jusque dans les années 1960 elles avaient constitué un réseau commercial important, elles connurent dans les années 1970 une phase de déclin marqué. Leurs politiques commerciales ne leur permettaient pas de concurrencer les courtiers et surtout les expéditeurs. Parfois même, elles étaient dépendantes de ces derniers pour l'obtention de certains marchés, notamment pour l'exportation. Ces différentes modalités de commercialisation étaient perçues comme un des aspects du retard de la Sologne.

Dans d'autres régions ces rapports personnels entre expéditeurs et producteurs ont été supplantés depuis longtemps par d'autres formes d'institutionnalisation des rapports marchands. C'est le cas en Bretagne, notamment à Saint-Pol de Léon, où la création du marché au cadran en 1961 fut liée à l'ampleur, à la violence et à la complexité de luttes politiques et à leur répercussion au niveau national⁶.

La question de la réorganisation des marchés était présente depuis longtemps dans le débat politique national et chaque tendance politique avait été amenée à se prononcer⁷. Si l'on peut observer un consensus sur la nécessité d'établir une bonne connaissance de l'offre, de réduire les écarts entre les prix des produits agricoles à la production et à la consommation jugés démesurés, de réduire le flou dans la définition de la qualité des produits, les solutions envisagées par les différents protagonistes (producteurs,

6. Fanch Elegoët, *Révoltes paysannes en Bretagne à l'origine de l'organisation des marchés*, Plabennec, Éditions du Léon, 1984.

7. En 1967, Waldeck Rochet se soucie à la Chambre de l'organisation des marchés et propose une réglementation des cultures maraîchères. Le rapport du comité Armand-Rueff chargé d'examiner les situations de fait ou de droit qui constituent d'une manière injustifiée un obstacle à l'expansion de l'économie, notamment l'imparfaite organisation des marchés agricoles, attire l'attention sur l'insuffisance de la connaissance de l'offre des fruits et légumes; il a été approuvé par de Gaulle.

expéditeurs, diverses instances de pouvoir et d'organisation professionnelle) furent en revanche des plus diverses: création de «marchés d'intérêt national», vente directe au consommateur, simple installation de balance publique, vente aux enchères, simple multiplication et réglementation de marchés locaux, création d'une société d'économie mixte, etc. Le modèle des ventes aux enchères dégressives était l'une des possibilités présentées dans les écrits de Louis Malassis, alors professeur d'économie rurale à l'École nationale supérieure d'agriculture de Rennes: dans ses critiques au II^e et III^e plan portant sur l'amélioration de la qualité et des techniques de vente, il avait suggéré, entre autres, le système de vente aux enchères au rabais, sur les lieux de production. Le modèle de vente aux enchères dégressives fut aussi présent dans la pensée du Révérend Père de Farcy qui a participé selon Fanch Elegoët à des journées d'étude de la Fédération départementale des syndicats des exploitants agricoles: son livre *L'agriculteur à la conquête de son marché*⁸, largement lu parmi les paysans bretons, développait les conditions nécessaires pour qu'un marché soit concurrentiel, sur le modèle de ce qu'il avait pu observer en Californie lors de ses études aux États Unis. Les bienfaits du marché au cadran étaient également divulgués dans les écoles d'agronomie, notamment à Paris. Mais c'est le déroulement de la lutte politique, aussi bien en Bretagne qu'au niveau national, qui a permis le rapprochement entre les diverses structures syndicales et les propositions d'intellectuels critiques de l'évolution du monde agricole, ainsi que leur mise en œuvre par les pouvoirs publics. Cette lutte s'est prolongée plusieurs années après la création du marché au cadran, ce qui montre la diversité des intérêts politiques à l'œuvre dans l'institutionnalisation de ce nouveau réseau marchand.

La création en 1981 du cadran de Sologne, qui est en quelque sorte l'une des retombées de la création de celui de Saint-Pol de Léon, s'est passée dans des conditions historiques sensiblement différentes. La lutte politique à laquelle elle a donné lieu n'a pas eu la même ampleur, la même répercussion nationale, ni l'audace de ce geste inaugural qui a caractérisé la mobilisation des producteurs en Bretagne; cependant des similitudes entre ces deux expériences sont observables.

Nous avons montré ailleurs comment ce marché, qui représentait alors ce qu'il y a de plus performant, s'est

8. R. P. de Farcy, *L'agriculteur à la conquête de son marché*, Paris, Éditions SPES, 1958.

DOSSIER

Ethnographie économique

Marie-France Garcia-Parpet

*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

paradoxalement mis en place dans une région marginalisée par rapport aux circuits économiques les plus florissants. En effet, à l'époque de la création de ce marché, la Sologne, déjà considérée dès le XIX^e siècle comme l'une des plus misérables provinces de France et définie dans les années 1960 par le rapport Mansholt comme le poumon de Paris, figure à partir de 1976 parmi les régions classées par le conseil des ministres de la Communauté européenne en « zone défavorisée ». Ces qualifications dues aux instances de pouvoir, prévoyant un avenir collectif difficile, ne sont pas sans conséquences sur la façon dont peuvent se percevoir les producteurs. Leurs effets sont encore renforcés par une pratique syndicale et administrative qui, exercée dans un cadre départemental où les solognots se confrontent à leurs riches « confrères » de la Beauce, les affermit dans une perception d'eux-mêmes comme économiquement non viables et socialement déclassés.

En 1981, la culture de la fraise en Sologne, notamment à Fontaines, est pratiquée dans un très grand nombre d'exploitations; il s'agit d'une culture de plein champ souvent destinée à l'industrie, dont la technique de production n'a pas beaucoup évolué depuis une vingtaine d'années et constitue seulement un apport de trésorerie. Pour un nombre relativement restreint d'agriculteurs, la culture de la fraise représente un des revenus importants de l'exploitation: ils sont spécialisés dans la production de la « fraise à bouche » (dont le prix de vente est relativement élevé) suivant des techniques modernes (utilisation de serres de plastique, pose de plastique sur le sol pour éviter que les fruits ne soient terreux, choix de plants sélectionnés et rapidement renouvelés pour augmenter la productivité et maintenir la qualité)⁹.

La création du marché au cadran va provoquer des changements radicaux dans la manière de réaliser les transactions et bouleverser les rapports entre producteurs et expéditeurs. Les transactions sont désormais réalisées dans un hangar construit à cet effet: les producteurs y apportent quotidiennement leur production du jour, dûment emballée dans des barquettes, qui est exposée par lots dans un hall. Chaque lot fait l'objet d'une fiche immédiatement remise au « vendeur » qui introduit ces données dans un ordinateur et établit en quelques minutes un catalogue pour le distribuer aux acheteurs; après l'appréciation des lots par ces derniers,

9. Dans les autres régions de France productrices de fraises, notamment le Sud-Ouest et la région Rhône-Alpes, la production est aussi réalisée selon des techniques modernes, bien adaptées aux exigences des consommateurs. En revanche, les fraises du Loir-et-Cher, qui représentaient dans les années 1950 le haut du pavé sur le marché des Halles, étaient vingt ans plus tard, à quelques exceptions près, déclassées sur le marché national et international.



*Déchargement des fraises
dans le hall d'exposition du marché*



*Salle des acheteurs: pupitres reliés
au panneau électronique des enchères*



Cabine du vendeur

DOSSIER

Ethnographie économique

Marie-France Garcia-Parpet
*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

producteurs et expéditeurs se rendent dans la salle des ventes; celle-ci est construite de telle manière que les uns et les autres sont séparés, tout en ayant vue sur le panneau électronique et sur le vendeur (voir illustrations). Les opérations sont réalisées selon le principe des enchères dégressives, l'ordinateur étant programmé pour décliner les valeurs du prix au kilo dans le sens décroissant jusqu'à ce qu'un acheteur se déclare. Le producteur vendeur du lot doit signifier par un geste de la main son assentiment ou son refus. S'il n'est pas d'accord, son lot sera offert une deuxième fois en fin de marché. Si le prix est jugé encore insuffisant, le lot peut être retiré du marché. Cette unité de temps et de lieu des transactions rend le marché très transparent, une des conditions essentielles du modèle de concurrence pure et parfaite des néo-classiques.

L'exposition dans le hall et le catalogue donnent une connaissance précise de l'offre en quantité et en qualité. Le déroulement des enchères rend public l'état de la demande: acheteurs et vendeurs sont au courant de toutes les transactions réalisées, de leurs prix et quantités. La hausse spectaculaire des cours de la «fraise à bouche» qui a suivi la création du marché¹⁰ n'est pas seulement due au renversement du rapport de forces qui s'est produit entre grossistes et producteurs à la faveur de la transparence des transactions, mais l'effet stimulant réalisé par l'exposition côte à côte des différentes productions, qui met en évidence des différences de qualité et de quantité entre les producteurs; auparavant ils ne pouvaient se comparer lors du ramassage en culture. «La première année, disent les producteurs, on en a bavé. Le cadran nous a appris à travailler. On voit les fraises du voisin et on ne veut pas passer pour quelqu'un qui fait de la confiture». Intensifiant la concurrence entre les producteurs en ce qui concerne la qualité des produits, le cadran a aussi fourni le moyen de s'informer des techniques à employer et plus largement de procéder à un véritable travail de socialisation collective. La culture de la fraise devenant plus rentable, on a aussi assisté à une augmentation des surfaces cultivées.

Que s'est-il produit pour que ces agriculteurs qui entretenaient des rapports personnels avec les courtiers et expéditeurs en arrivent à accepter les rapports rendus impersonnels par les mécanismes de marché qui ont permis le renversement du rapport de forces?

10. Avant 1981 les cours des fraises de la région étaient toujours inférieurs à la moyenne nationale selon les statistiques de la section nationale du Syndicat des producteurs de fraises. Dans les années qui ont suivi la création du marché on observe un renversement de la tendance et les différences positives par rapport à la moyenne atteignent parfois 40%. Cette hausse sensible du prix des fraises à la production s'est produite aussi dans les réseaux traditionnels. La création du marché a modifié le champ des réseaux de commercialisation, en particulier en créant un point de repère pour les agriculteurs qui peuvent désormais prendre connaissance des cours en se rendant au marché ou en lisant la presse locale qui les publie régulièrement.

Dans un contexte de déclassement provoqué en 1979 par la création d'un marché au cadran dans le Lot-et-Garonne qui avait contribué à l'amélioration de la qualité de la production et à la hausse des cours, les fraises du Loir-et-Cher, déjà considérées comme inférieures à celles du Midi, s'étaient trouvées encore plus dévalorisées. Les leaders régionaux et le conseiller économique de la Chambre d'agriculture, convaincus de l'intérêt du marché au cadran, ont alors mené un double travail pour faire passer leurs convictions à la fois auprès des agriculteurs et des expéditeurs de la région. L'opération n'avait pas pour but essentiel de remplacer complètement les expéditeurs travaillant dans la région, mais de les insérer dans un autre rapport où la concurrence entre les acheteurs jouerait plus librement. Pour ce faire furent pris des contacts avec les expéditeurs qui réagirent fortement en affirmant leur refus collectif du nouveau système de vente et en essayant de dissuader leurs clients par toutes sortes de contre-informations. Mais, pour une petite fraction des acheteurs, la création du marché rendait possible la conquête de marchés nouveaux (notamment la production auparavant vendue directement aux mandataires des Halles). Cette fraction d'expéditeurs acceptant de jouer le jeu proposé par les producteurs, les nouvelles formes de la concurrence ont triomphé, désorganisant l'ancien système.

L'«invention» de ce marché, c'est l'invention d'un avenir collectif et individuel pour les agriculteurs de cette région qui cultivent des fraises, déclassées sur le marché national et international et commercialisées en grande partie par des courtiers ou expéditeurs locaux. C'est le résultat d'un ensemble de transformations qui suppose à la fois l'action d'individus intéressés par l'existence de ce marché et dotés de compétences spécifiques, l'intervention d'institutions susceptibles de le créditer (du point de vue matériel et symbolique), et le travail sur l'opinion régionale pour le faire accepter par tous les partenaires.

Un jeune conseiller de la Chambre régionale d'agriculture, affecté à la réorganisation de la production des fruits et légumes du département du Loir-et-Cher¹¹, s'est investi dans la mobilisation des ressources en institutions et en financements pour créer le marché au cadran¹². Son action s'est en grande partie inspirée de l'enseignement de l'économie qu'il a reçu à la faculté de droit¹³ et de sa connaissance de la théorie néo-classique: selon lui, la nécessité d'une politique de groupement des agriculteurs

11. Ce n'est bien sûr pas la seule condition et nous renvoyons à notre article cité plus haut concernant les caractéristiques sociales des promoteurs du marché au cadran de Fontaines-en-Sologne ainsi que les réseaux de commercialisation existant avant 1979.

12. Les producteurs de Sologne rêvaient selon eux depuis longtemps d'un «petit Rungis» à Fontaines-en-Sologne, mais de nombreuses médiations ont été nécessaires pour donner à ce modèle sauvage la légitimité et la force nécessaires pour que le marché voie le jour.

13. Ce conseiller possédait non seulement une formation économique, mais était diplômé de l'École d'agronomie de Nancy, et titulaire d'une maîtrise de biologie, témoignant ainsi d'un niveau d'instruction bien supérieur à celui de tous ses confrères de la Chambre d'agriculture, y compris ses supérieurs hiérarchiques.

DOSSIER

Ethnographie économique

Marie-France Garcia-Parpet

*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

se justifie «pour faire jouer de nouveau les mécanismes de concurrence»; en transplantant des modèles de marché au cadran qui fonctionnent notamment en Hollande et dans le Nord de la France, il répond à ce souci. Il lui a fallu, avec l'aide des divers leaders agricoles locaux, rendre acceptable cette forme nouvelle de commercialisation par les autorités, les banques locales et la population d'agriculteurs concernés et, pour cela, furent organisés des «réunions de sensibilisation» et des voyages pour observer le fonctionnement d'autres marchés au cadran.

La présence du syndicat des producteurs de fraises du Loir-et-Cher a été primordiale: c'est celui-ci qui a fourni au cadran ses leaders et une première organisation collective. Bien que n'appartenant pas au réseau de commercialisation à proprement parler, cette institution a été un lieu de conciliation entre expéditeurs et producteurs qui a permis de mettre en œuvre la création d'une image de marque pour les fraises de la région. Il s'agissait, pour les techniciens et conseillers de la Chambre d'agriculture liés à ce projet, de stimuler une production égalant en qualité et en présentation celles des grandes régions productrices qui, en France, dominaient le marché. Les producteurs de fraises intéressés et les techniciens ont lancé une campagne qui préconisait entre autres la réduction des variétés de plants utilisés, l'uniformisation de l'emballage. C'est ainsi qu'en 1976, avec l'accord de la direction nationale du syndicat des producteurs de fraises, la section départementale du Loir-et-Cher a déposé chez un huissier le «macaron» ou label de qualité «Fraises de Sologne» consolidant une nouvelle image de marque des agriculteurs de Sologne. Les producteurs ont gagné sur le plan économique¹⁴ et sur le plan symbolique: désormais les fraises de Sologne avaient leur label de qualité au même titre que les fraises du Sud-Ouest, de la Lorraine et la région Rhône-Alpes. C'est encore ce syndicat qui a permis la mise en relation sur la base d'intérêts communs, des producteurs de plusieurs communes, ce qui a été déterminant pour l'implantation du marché au cadran.

Ce marché semble réaliser en pratique les conditions du modèle de la théorie néo-classique, à savoir l'homogénéité du produit, la libre entrée des partenaires sur le marché, la fluidité, la transparence, l'atomicité (aucun des acteurs n'a assez de force pour influencer la détermination du prix)¹⁵, mais ces conditions, loin d'être données d'avance sont en fait le résultat d'une construction

14. Chaque plateau de fraises répondant aux critères de sélection recevait une subvention de 5 % du prix de vente par kg.

15. Cf. par exemple, Paul Samuelson, *Economics*, New York, McGraw Hill Book Company, 1973.

sociale. Si ces pratiques économiques correspondent à celles que prévoit la théorie économique, c'est que cette théorie économique sert de cadre de référence pour instituer chaque élément du marché¹⁶ : mise en marché par lots qui ne représentent qu'une quantité négligeable de l'offre, classement des fraises selon des critères indépendants de l'identité de leur producteur, unité de temps et de lieu qui rend le marché parfaitement transparent, et enfin liberté des grossistes et producteurs qui ne sont tenus ni d'acheter ni de vendre¹⁷. De fait les pratiques constitutives du marché, qui correspondent aux conditions du libre jeu de l'offre et de la demande, ne sont pas avant tout des pratiques marchandes, mais le résultat d'actions collectives qui ne peuvent être réduites à des actions marchandes¹⁸. Pour être concurrent sur le nouveau marché, il a fallu d'abord être allié pour le faire fonctionner ; les nouvelles formes de concurrence économique supposent des nouvelles formes d'alliance sociale.

Dans les deux cas que nous venons d'évoquer, la création du marché au cadran a provoqué un déclassement des agents liés aux formes précédentes de commercialisation : grossistes et coopératives. Si l'idée du cadran s'est ancrée dans l'esprit des agriculteurs en visitant les *veilings* (F. Elegoët rapporte que, lors d'une visite en Hollande, les producteurs se seraient écriés : « nous sommes cinquante ans en retard »), l'aide des pouvoirs publics à ces nouvelles formes de commercialisation, sous forme de financements, a joué un rôle très important.

La nouvelle institutionnalisation a modifié le statut des produits et par là même celui de ses producteurs. La culture de la fraise est devenue symbole de dynamisme et de notoriété comme en témoignent des articles dans la presse locale et le choix de la Sologne en 1982 pour la réalisation du séminaire annuel de la fraise, organisé par le syndicat national des producteurs de fraises. Cet effort collectif a créé une identité « cadran » et ce réseau de communication est devenu très dynamique dans une région de dispersion des exploitations, où la messe du dimanche et le marché traditionnel ont perdu leur rôle d'instance de communication sociale.

Il est d'autres situations en revanche dans lesquelles la pensée savante, loin de renforcer les pratiques marchandes, les disqualifie. On pense bien sûr à l'Union Soviétique dans laquelle les marchés à prix fluctuants

16. A propos de « l'effet de théorie », voir Pierre Bourdieu, « Espace social et genèse des classes », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 52-53, juin 1984.

17. Les producteurs peuvent interrompre la vente par l'arrêt immédiat de la cueillette car ils ne sont pas tenus par la présence d'une main-d'œuvre régulière et peuvent retirer leurs lots pour l'écoulement vers l'industrie.

18. Pour une analyse des accords et conventions, cf. Laurent Thévenot, « Des marchés aux normes », in Gilles Allaire, Robert Boyer (éds), *La grande transformation de l'agriculture*, INRA/Économica, 1995.

DOSSIER

Ethnographie économique

Marie-France Garcia-Parpet
*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

19. Cf. Basil Kerblay, *Les marchés paysans en URSS*, Paris, Mouton et Co, 1968; Jerzy Tepicht, *Marxisme et agriculture: le paysan polonais*, Paris, Armand Colin, 1973; Boguslaw Galeski, *Basic Concepts of Rural Sociology*, Manchester, University Press, 1972.

20. Le nombre de publications sur les marchés, hormis celles de géographes dans les années 1950 sont très rares et plutôt le fait des anthropologues. cf. par exemple Luiz Mott, *A feira de Brejo Grande: estudo de uma instituição econômica num município sergipano de baixo São Francisco*. Campinas, UNICAMP, 1975.

21. Un des ouvrages classiques de l'économie brésilienne est sans doute *La formation économique du Brésil* de Celso Furtado (São Paulo, Ed. Nacional, 1959). Ce livre a contribué à fonder le prestige de son auteur comme intellectuel novateur et lui a permis d'être nommé ministre du Plan. Sa vision du développement brésilien a fortement marqué les institutions économiques de la période 1959-1964. L'auteur fait largement usage du modèle keynésien pour interpréter les effets inattendus de la crise de 1930 (*op. cit.*, partie V). Son modèle s'inscrit en partie dans une critique de la politique de soutien des prix des cultures tropicales, notamment du café, pratiquée par l'État brésilien depuis le début du ^{xx}e siècle, qui selon lui, provoque à la longue une surproduction encore plus forte que celle de 1930. C. Furtado ne fait pas une évaluation complètement négative de cette politique: bien qu'il l'associe clairement à la «socialisation des pertes des planteurs», elle a ouvert la voie à la modernisation industrielle. A la fin des années 1950, cet auteur prend acte de ce nouveau pôle dynamique de l'économie brésilienne et prône l'accélération du développement centré sur l'industrie et un changement des relations de pouvoir à la campagne moyennant une réforme agraire.

22. Delfim Neto, un des responsables économiques les plus importants du régime militaire (1964-1985),

étaient considérés comme des pratiques aberrantes, cantonnées, rendues illégitimes voire illégales par le marxisme¹⁹. Cependant, ce ne sont pas seulement dans les pays à économie planifiée que l'on peut trouver une disqualification des pratiques marchandes à prix fluctuants. Lors de recherches sur les marchés traditionnels dans le Nordeste brésilien où nous avons montré leur importance dans la reproduction économique et sociale de la paysannerie de cette région, nous avons été surpris de constater que, bien que le régime politique en vigueur dans ce pays n'exprime aucune position officielle les condamnant, l'analyse des réseaux de marché ne soulève qu'un intérêt ethnographique, anecdotique, voire folklorique²⁰.

Méconnaissance savante et discrédit des pratiques courantes

Les marchés agricoles à forte participation paysanne occupent un rang mineur dans la hiérarchie des objets savants au Brésil, tandis que les marchés internationaux des produits tropicaux (café, sucre, etc.) y trouvent une place de choix. Nous nous proposons d'évoquer d'une part les représentations des marchés dans les milieux universitaires au Brésil, d'autre part les pratiques marchandes des paysans du Nordeste de ce pays, telles que nous avons pu les observer au cours d'une enquête de terrain, afin d'étudier le rapport entre les conceptions universitaires dominantes et la légitimité des différents marchés.

Les économistes les plus éminents ont concentré leurs études sur les produits agricoles «nobles», c'est à dire sur les produits d'exportation. A vrai dire, l'attention des économistes fut moins guidée par le souci de comprendre l'action des différents agents intervenant sur les marchés internationaux (planteurs, entreprises d'import-export, banquiers, etc.), que par la volonté de discuter la politique de valorisation des prix internationaux menée par l'État brésilien depuis le début du ^{xx}e siècle. C'est l'«action de l'État» et l'institutionnalisation des circuits des produits «nobles» qui furent le domaine de recherche privilégié de Celso Furtado²¹ et de Delfim Neto²², qui ont occupé, l'un pendant une période démocratique, l'autre pendant le régime militaire, des positions dominantes dans l'espace intellectuel et dans le champ politique de ce pays. Bien qu'ayant des conceptions opposées, ils ont

pour modèle de référence les schèmes keynésiens et/ou néo-classiques et pour objet central la gestion par l'État de la commercialisation des principales cultures d'exportation, notamment le soutien du prix du café sur le marché international et son rôle décisif sur le démarrage de l'industrialisation brésilienne.

Leurs analyses n'ont pas porté directement sur les formes politiques et économiques qui ont permis l'instauration du contrôle des principaux produits d'exportation comme le café et le sucre par l'État brésilien – ce qui constitue une nouveauté en matière de pratiques marchandes – pas plus que sur la genèse de la position du Brésil comme nouvel acteur économique sur la scène du « marché mondial ». Tout se passe comme si toute réflexion sur les pratiques marchandes ne visait que le comportement du « Brésil » (en tant que collectif national) sur les « marchés mondiaux ». En érigeant la valorisation des produits « nobles » à l'extérieur des frontières nationales en objet digne d'attention, ces auteurs conçoivent des projets d'intervention de l'État censés produire des effets perceptibles sur l'évolution de l'économie brésilienne. Simultanément, ces deux modèles concurrents contribuent à rejeter dans une zone d'ombre toute une gamme de pratiques marchandes, que ce soit le marché des denrées alimentaires ou les circuits administratifs qui encadrent l'achat, le stockage et la vente des cultures d'exportation.

Néanmoins, quand les économistes prirent leurs distances par rapport à l'analyse des marchés internationaux, c'est la réforme agraire qui se trouva au cœur de tous les débats intellectuels et politiques. A la suite de ce débat, un certain nombre d'économistes et de sociologues²³, qui se sont intéressés au destin des populations rurales marginalisées²⁴, se sont penchés sur la commercialisation des produits alimentaires de base.

Pour ces spécialistes, deux problèmes sont à résoudre : celui d'un écoulement des produits qui puisse rétribuer au mieux les petits producteurs, et celui de l'approvisionnement des populations les plus démunies (rurales ou urbaines) à des prix abordables. Pour eux, le marché (et ici la confusion entre marché « place marchande » et marché « intégration des divers facteurs de production par l'offre et la demande » est capitale) et en particulier les « intermédiaires » sont responsables des inégalités économiques

publie en 1959 une monographie sur le « Problème du café au Brésil », qui critique d'une façon très directe la politique de soutien des prix du café sur les marchés mondiaux, suggérant qu'en forçant les prix à la hausse, l'État brésilien provoquerait une surproduction encore plus violente dans les étapes ultérieures, ouvrirait l'espace à d'autres pays tropicaux concurrents, et rendrait l'industrialisation difficile. Auteur d'autres textes sur le café, il peut mettre en pratique ses idées alors qu'il est ministre des finances (1967-1974) ou ministre du plan (1979-1985). Le café cesse alors d'être perçu comme un élément d'une politique macro-économique pour devenir l'objet d'une politique sectorielle, ce qui entraîne son déclin dans la hiérarchie des produits d'exportation (derrière le soja et le jus d'orange) et le manque d'intérêt brésilien pour le maintien de l'Accord International du Café.

23. Il faudrait faire une sociologie de la position de ces différents économistes et sociologues dans le champ intellectuel et son rapport avec le choix des thèmes de recherche.

24. R. Swedberg, dans *Une histoire de la sociologie économique*, op. cit., note que les représentants des sciences sociales favorables au mouvement syndical ont réaffirmé l'importance des interventions politiques pour compenser les effets négatifs du marché.

DOSSIER

Ethnographie économique

Marie-France Garcia-Parpet
*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

et sociales; ils sont à l'origine des distorsions de prix, achetant au plus bas prix et revendant au prix fort.

Selon ces auteurs, les coopératives et les institutions d'État, notamment pour l'approvisionnement en produits de base, constituent l'instrument par excellence pour lutter contre les inégalités sociales, même si nombre d'entre eux se sentent obligés de mentionner que le coopérativisme s'est implanté au Brésil d'une façon peu conforme à ses idéaux, étant plutôt le fait de très gros groupes financiers et prenant ainsi la forme d'une caricature²⁵. C'est cependant le coopérativisme qui doit avoir un rôle actif dans l'élaboration d'un projet alternatif de société, même s'il lui manque la caractéristique principale d'autogestion démocratique de l'économie en faveur de la majorité des producteurs et des consommateurs²⁶.

On retrouve les mêmes modèles de référence parmi les intellectuels catholiques et le clergé qui affirment qu'il faut donner la primauté à la création de nouveaux liens communautaires investis d'un sens religieux (les communautés ecclésiales de base). Néanmoins, selon le rapport d'une réunion d'évaluation de l'action de ces divers agents pour créer des nouvelles formes collectives de production et de circulation des produits en milieu rural²⁷, le modèle idéal de la formation des liens communautaires ne s'est jamais réalisé dans son intégralité. A y regarder de près, toutes les expériences réussies sont associées à un compromis entre les exploitations collectives et les exploitations familiales. Les échecs sont nettement liés à l'imposition de décisions collectives sur tous les plans. La condamnation morale des paysans, trop individualistes pour saisir les bienfaits des nouvelles formes communautaires, cache le refus de faire l'effort de comprendre les réseaux de sociabilité mobilisés dans la production agricole et dans la commercialisation, alors que pour comprendre les modalités d'adhésion ou de refus des propositions émises par les agents religieux, il faudrait faire intervenir l'histoire de chaque famille paysanne et prendre en compte l'état de ses ressources au début de l'expérience coopérativiste. L'utopie favorise l'économie du travail d'observation et d'explication des pratiques marchandes.

La même absence d'analyse concrète des pratiques marchandes se remarque dans une étude récente de la

25. Sônia Correa, dans son article « Cooperativismo no Brasil e no Nordeste », décrit les coopératives rurales du Nordeste dans la période 1960-1980 et note que le coopérativisme, allant de pair avec un syndicalisme d'État, a été diffusé directement par l'État pendant la dictature de Getulio Vargas (*Cadernos do CEAS*, n° 81, Set/Outubro 1982).

26. Cf. par exemple, l'économiste consultant d'une organisation non-gouvernementale du Nordeste, Heinz Stecher, « Cooperativismo: uma relação conflitiva entre o econômico e o político », *Cadernos do CEAS*, n°138, 1994. C'est aussi la nécessité de créer des structures coopérativistes qui occupe une place de choix dans les congrès de la centrale syndicale paysanne (CONTAG).

27. Regina Novaes « Mutirões: cooperativas e roças comunitárias », in *Questões sobre a prática da Igreja popular no Brasil*, Neide Esterici (Org.), Rio de Janeiro, Marco Zero, 1984.

FAO qui évalue les résultats économiques obtenus par les exploitants agricoles bénéficiaires de mesures de redistribution de terres au Brésil (entre 1985-1989)²⁸. Ce travail a permis l'étude des variations des revenus parmi les bénéficiaires de la redistribution de terres et leur comparaison avec les exploitations des différentes régions du pays²⁹. Une procédure minutieuse d'échantillonnage à travers tout le territoire brésilien et l'utilisation de questionnaires ont conduit à des estimations des revenus annuels des nouveaux exploitants, démontrant qu'ils se situent autour de 3,7 fois le salaire minimum brésilien (performance remarquable pour une économie où le chômage ouvert ou déguisé condamne une grande partie de la population urbaine et rurale à des niveaux de vie misérables). A la différence des travaux statistiques réalisés précédemment, cette étude a permis d'estimer la valeur des pratiques d'autoconsommation: elles ne sont pas caractéristiques des régions ou des unités ayant les revenus les plus bas, mais elles sont plus importantes chez les plus aisés. Travail méticuleux, il a été soumis au débat universitaire et repris par le «mouvement des paysans sans terre»³⁰ comme une preuve du progrès économique suscité par une réforme agraire. Les expériences de réforme agraire au Brésil peuvent être ainsi conçues non seulement à travers des visions utopiques et/ou messianiques, mais aussi comme des virtualités historiques matérialisées jusqu'à présent à des échelles très réduites.

Néanmoins, il est surprenant de constater qu'après avoir considéré les facteurs liés à la commercialisation des produits agricoles (ou, dans leurs propres termes, «l'intégration au marché») comme les «responsables primordiaux du succès» de certains exploitants et de l'échec des autres, les auteurs n'ont pas exploité les données saisies par le questionnaire sur les réseaux de commercialisation effectivement utilisés par les nouveaux paysans. Ils ne les ont même pas présentées dans des tableaux spécifiques comme ce fut le cas pour le revenu des exploitants. Pour conclure que les paysans subissaient une perte de presque 60 % sur les prix de vente, à cause des intermédiaires commerciaux dans le périmètre réformé, les auteurs se sont basés uniquement sur la comparaison d'indices des prix régionaux. Alors qu'une étude minutieuse a permis une analyse novatrice et fine des formes de revenu des différentes alternatives objectivement existantes, des questions sur les pertes dues aux réseaux de commercialisation

28. Le Brésil n'a jamais connu de grand remaniement de la propriété foncière, comme cela a été le cas au Chili et au Mexique, et la revendication principale des syndicats et organisations paysannes est la réforme agraire. Néanmoins un certain nombre de grandes propriétés ont été redistribuées à diverses reprises aux paysans: à la suite de graves conflits, ou bien quand la loi elle-même prévoyait l'expropriation des grands propriétaires, notamment en cas de spéculation foncière notoire ou de cultures illicites (ex: marijuana).

29. Carlos Guazirola et alii, *Reforma agrária: produção, emprego, renda*, Rio de Janeiro, Vozes, EDUF RJ, 1994.

30. La composante la plus radicale du syndicalisme paysan dans le Brésil actuel.

DOSSIER

Ethnographie économique

Marie-France Garcia-Parpet
*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

restent sans réponse faute d'une analyse pourtant essentielle des différentes pratiques marchandes à l'intérieur des différents réseaux. La force de l'idée reçue sur le rôle d'une « intégration au marché » a suffi à justifier l'absence d'examen approfondi des pratiques marchandes.

Une telle perception anime la majeure partie des représentations chez les universitaires, les membres de la haute administration et les hommes politiques qui s'intéressent et/ou sont impliqués dans la question. Les circuits qui obtiennent tous les crédits (symboliques et financiers) sont ceux contrôlés par l'État (à l'exemple des produits agricoles d'exportation comme le café, le sucre, etc.) ou les coopératives. Ces circuits étatiques ou coopératifs sont considérés comme des collectifs porteurs d'intérêt général, tandis que le marché est renvoyé au statut de circuit « individualiste » où le bonheur des uns ne peut se faire qu'au détriment des autres. La perception de « l'intermédiaire » est mythique : elle se caractérise par une action uniquement guidée par l'exploitation d'autrui, et tout commerce est pensé à la limite comme une rapine, comme s'il ne remplissait aucune fonction et devait être éliminé ou remplacé à plus ou moins longue échéance.

Les marchés se réalisent donc, pour la plupart, en dehors de l'aide de l'État, des partis et des organisations politiques, avec peu de moyens matériels et presque sans crédit symbolique. Le fait que les maires donnent parfois de l'importance au marché est perçu comme la recreation du clientélisme ou, dans le meilleur des cas, comme quelque chose d'important au niveau local, une sorte de pis-aller, mais qui ne peut être soutenu par les actions des organisations politiques. Ainsi les marchés sont perçus souvent comme des archaïsmes, des survivances à tolérer faute de mieux, des symboles du traditionalisme.

Marchés locaux : liberté retrouvée ou archaïsme ?

Au contraire, d'après l'équipe de recherche sur les transformations sociales dans le Nordeste du Brésil à laquelle nous avons participé³¹, le marché est la preuve la plus évidente de la transformation des rapports de dépendance qui s'inscrivent dans l'héritage de l'esclavage. Les descendants des esclaves y font leur apprentissage du monde du commerce, porteur pour eux d'un sens de liberté³². Jusque vers les années cinquante, des rapports de

31. Un projet de recherche sur les transformations socio-économiques du Nord-Est du Brésil, dirigé par Moacir Palmeira, « Droit, politique et espace agraire au Brésil », *Études Rurales*, n°131-132, 1994, a été à l'origine de nombreuses publications notamment en français : Garcia Jr Afrânio, *Libres et assujettis*, Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l'homme, 1989.

32. L'importance de ce phénomène est retracée dans l'article de Moacir Palmeira, « Feira e mudança econômica » *Simpósio de pesquisas*. Museu Nacional, Rio de Janeiro, mimeo, 1971.

dépendance personnalisée structurent l'espace social et cantonnent les travailleurs résidents, les *moradores*³³, à l'intérieur des grands domaines, les excluant des activités urbaines, y compris des marchés hebdomadaires. En effet les travailleurs résidents, endettés la plupart du temps, sont contraints d'acquérir les produits dont ils ont besoin dans les magasins des plantations. Avec l'effritement du mode de domination traditionnel³⁴, dû en partie au déclin économique des grandes plantations sucrières, avec la possibilité des départs en grand nombre vers les bassins d'emplois industriels du sud, avec l'essor des associations paysannes et la mise en place d'un nouveau cadre légal et institutionnel, on a assisté à un changement de stratégies des grands propriétaires et à l'expulsion des travailleurs résidents. Par contre-coup, les migrations se sont accélérées, les villes ont connu une croissance spectaculaire et les rapports marchands un grand essor; ce qui était autrefois objet d'autoconsommation pour les travailleurs résidents est devenu objet d'échanges marchands. La paysannerie a de plus en plus utilisé l'activité marchande régulière pour contrebalancer les effets de la rareté des terres, voire pour accumuler et acquérir des terres.

En effet la paysannerie trouve dans une forme particulière d'institutionnalisation des marchés – l'existence de circuits de marchés périodiques qui s'étalent sur tous les jours de la semaine – une manière de mener de front l'activité commerciale et agricole; le fait de les pratiquer n'est pas contradictoire avec l'affirmation de son identité paysanne³⁵. Pour que cette complémentarité se produise, il faut non seulement que les marchés soient périodiques, mais encore que les jours de marché soient étalés le long de la semaine pour que les différentes combinaisons aient lieu. Le choix des jours est un enjeu de luttes, le résultat d'une longue construction sociale qui relève d'une configuration d'intérêts très diversifiés. Les marchés de la zone des cannaies doivent avoir lieu le dimanche afin de ne pas perturber la semaine de travail dans l'intérêt des propriétaires des plantations; l'Église, elle, préfère que ce soit un autre jour. Une partie de ces marchés a trouvé son origine à la fin du siècle dernier, principalement pour l'écoulement des produits nobles (le sucre, le café et le coton), pour l'approvisionnement des magasins des grandes plantations de la région, ou bien encore pour jouer le rôle de relais avec la région aride. La commercialisation de ces produits était devenue au début du siècle une affaire

33. Les *moradores* recevaient généralement un lopin de terre qu'ils cultivaient pendant les heures de liberté que leur laissait le propriétaire et qui était insuffisant pour assurer leur subsistance, cela d'autant plus que la relation qu'ils entretenaient avec celui-ci les obligeait à lui offrir des produits du lopin.

34. Pour une analyse du mode de domination traditionnel, cf. Garcia Jr, *Libres et assujettis*, op. cit.; Moacir Palmeira, « Casa e trabalho: notas sobre as relações sociais na "plantation" tradicional », Communication présentée au *Congrès International des américanistes*, Paris, 2-9 sept. 1976, Lygia Sigaud, « Le courage, la peur et la honte », dans ce numéro.

35. Dans des travaux antérieurs nous avons essayé de montrer comment, au contraire, la réunion sociale hebdomadaire qu'est le marché regroupe, bien que d'une façon hétérogène, les diverses fractions de la paysannerie – les uns n'y participant que comme consommateurs, les autres parce qu'ils y vendent leur production, et/ou ont une activité d'intermédiaires. Elle fournit ainsi en quelque sorte une image de soi-même, de sa place et de sa fonction dans l'espace social. Cf. M-F. Garcia, « Espace public et participation féminine : paysannes et commerce dans le Nordeste du Brésil », op. cit., 1991.

DOSSIER

Ethnographie économique

Marie-France Garcia-Parpet

*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

d'administration de l'État: la canne à sucre n'est plus vendue sur les places de marché depuis 1930, date de la création d'un organisme d'État, l'Institut du sucre et de l'alcool. Pour ce qui est du coton, produit de la région semi-aride, l'État est intervenu par la création d'une commission de financement, établissant un prix minimum de façon à maintenir le flux constant pour alimenter l'industrie textile, et finançant les coopératives de transformation de fibres de coton qui gèrent les transactions.

Dépourvues de leurs fonctions les plus nobles, ces places marchandes sont de nos jours le lieu de vente et d'achat préférentiel de la paysannerie qui y fait, le plus souvent, ses provisions en produits alimentaires pour la semaine. Les petits producteurs trouvent, dans la population des plantations récemment prolétarisée, une demande pour leurs produits vivriers ou artisanaux³⁶. L'échelonnement des marchés en divers lieux sur les différents jours de la semaine permet aux paysans de composer un circuit de marchés selon leurs disponibilités en temps, et de réaliser la combinaison optimale entre travail agricole et « négoce ».

36. Tout ce qui est nécessaire à la vie de ces travailleurs ruraux peut être acheté sur le marché, et les producteurs ruraux représentent la majeure partie des intermédiaires de produits agricoles ou non.

*Les légumes: un secteur
où les femmes peuvent s'installer.*



Sur les marchés, les paysans acquièrent tout ce dont ils ont besoin, qu'il s'agisse de produits agricoles pour la consommation ou de produits industrialisés, et vendent la production de leur lopin de terre; tout un chacun peut s'installer pour y vendre sa production au détail à l'exception des haricots noirs, de la farine de manioc et de la viande dont l'accès est réglementé. Si nous ne connaissons pas la réglementation de la vente de la viande, très

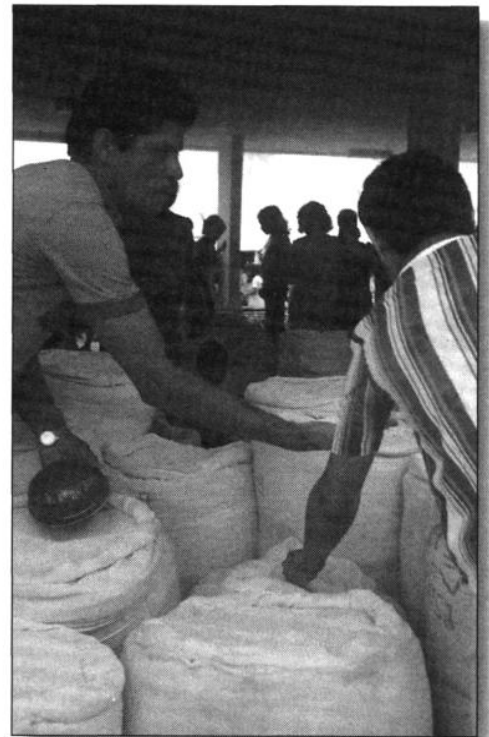
ancienne, en revanche, la vente de la farine de manioc et des haricots noirs, les deux produits de base de l'alimentation des populations locales, a été taxée annuellement il y a une trentaine d'années et astreinte à l'utilisation d'une balance certifiée par l'État; les autorités prétendaient ainsi protéger les consommateurs les plus démunis. De fait, ces exigences, qui entraînent des investissements relativement lourds pour un grand

nombre de tout petits producteurs³⁷, en ont évincé un grand nombre: seulement une partie d'entre eux a pu s'installer dans d'autres secteurs «plus ouverts» pour une activité régulière de vente au détail. Les producteurs peuvent bien sûr vendre leur production à des commerçants qui passent prendre leurs produits à l'exploitation, encore faut-il que celle-ci soit assez importante pour justifier le déplacement; c'est alors le commerçant qui impose son prix. Ce sont plutôt les paysans endettés qui ont recours à cette pratique, sollicitant auprès de celui-ci des avances d'argent pendant les périodes de soudure.

L'insertion des petits producteurs sur le marché est doublement facilitée: la vente de leur récolte peut leur servir d'apport initial pour acquérir le stock nécessaire et le fait de devoir la vendre périodiquement leur permet de se familiariser avec la place marchande, à la différence du simple consommateur. Cette combinaison d'activités agricoles et marchandes présente d'ailleurs de nombreux avantages: le commerce sur les marchés permet aux paysans de compléter leurs revenus sans perdre leur autonomie. L'activité marchande fournit aux petits producteurs un revenu appréciable pendant les périodes creuses et surtout pendant celle qui précède la mise en culture, moment stratégique de l'année où il est souvent nécessaire de faire appel à des journaliers. Enfin, l'activité marchande régulière, et surtout la fréquentation de plusieurs marchés, augmentent considérablement la connaissance de l'offre et de la demande et permettent aux petits producteurs de mieux réagir aux fluctuations des prix.

La place marchande est un espace très diversifié. Les divers produits sont regroupés par secteurs, dont les risques et les exigences en temps et en capitaux sont très différents. Selon le type de marchandises avec lesquelles on veut faire des transactions, la mise de fonds nécessaire est plus ou moins importante: on peut commencer avec très peu de liquidités, voire sans rien, quand on dispose d'un réseau de connaissances, et se faire avancer des produits pour vendre à la commission. Cette coexistence de secteurs différenciés permet aux paysans de passer de secteurs moins capitalisés à des secteurs plus capitalisés, selon les moments de leur cycle de vie, sans trop de risques, surtout lorsqu'ils exercent conjointement une activité agricole et commerciale.

La composition sociale des vendeurs est très différenciée selon les secteurs et les conditions d'entrée y sont



La vente de farine de manioc: négociation sur la qualité du produit.

37. L'impact de cette mesure a été si violent que les paysans n'arrivaient pas à en parler. Elle les prive d'un revenu supérieur et d'une socialisation à la vente. Dans l'État voisin de Pernambouc, où la mobilisation paysanne a été particulièrement importante, cette mesure n'a jamais été appliquée.

DOSSIER

Ethnographie économique

Marie-France Garcia-Parpet
*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

*Vendeur de maroquinerie,
mercerie, cosmétique.*



38. Pour l'auto-exploitation du travail familial cf. Alexander Tchayanov, *L'organisation de l'économie paysanne*, Paris, Librairie du Regard, 1990. Il faut quand même être attentif aux différences qui existent entre des petits détaillants dont les faibles revenus ne fournissent qu'un petit complément de revenu, et les vendeurs en gros qui, eux, ont une connaissance très fine des différences de prix d'une place marchande à l'autre (donc de l'opacité du marché) et qui valorisent les opérations fructueuses qui peuvent en découler. Il n'en reste pas moins que par rapport aux maisons de commerce, ils travaillent dans des conditions plus dures.

39. Cf. Roberto Novaes, *Estado e agricultura: Avaliação da política de compra de alimentos no Agreste da Paraíba*, Rapport de recherche de l'Institut national de l'alimentation (Paraíba), 1980.

différentes selon les positions sociales. Pour les journalistes et les *moradores*, l'accès à la place marchande est très réduit : le plus souvent endettés dans les magasins de campagne qui vendent plus cher, ils ne disposent d'aucune liquidité pour investir dans l'activité marchande. Le manque de liberté des *moradores* rend leur insertion encore plus difficile : leur soumission à la volonté du patron est loin de s'arrêter aux travaux dans les cannaies, et ils doivent à tout moment se tenir à son

entière disposition. Ce sont plutôt les petits producteurs, et parmi eux les propriétaires, qui deviennent le plus souvent des agriculteurs commerçants. En dépit d'une division sexuelle du travail très poussée dans cette région qui fait de l'approvisionnement du marché en produits alimentaires une tâche masculine par excellence, un certain nombre de femmes exercent une activité marchande d'intermédiaire. Les hommes occupent les secteurs de gros et tous les secteurs les plus

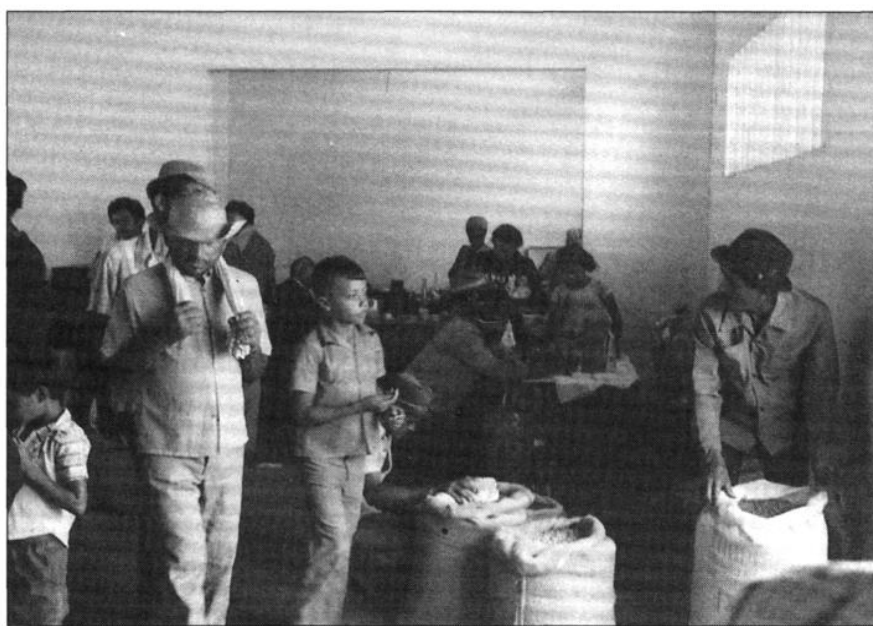
prisés. Les femmes fréquentent les marchés pour acheter les biens destinés au fonctionnement de la maison, à l'habillement du groupe domestique, elles accompagnent leurs maris lors de l'achat des provisions. Elles peuvent les aider dans leur activité marchande, et la transposition de connaissances acquises dans le monde domestique permet à un certain nombre d'entre elles d'avoir des étals (par exemple de restauration), même si leurs trajectoires sont loin d'être équivalentes à celles des hommes issus des mêmes catégories sociales. C'est une même logique de socialisation familiale qui familiarise les enfants selon leur âge et plus spécialement les garçons, à l'acquisition des connaissances nécessaires à la vente : servir les clients, faire les achats, ouvrir un étal indépendant, s'installer sur un marché autre que celui de la commune de résidence.

Comment les paysans se représentent-ils leur activité marchande ? Lorsque le chercheur les interroge à ce propos, ceux qui ont une activité marchande régulière

répondent «qu'avec le marché ils se débrouillent», ceux qui en sont exclus expriment des regrets, voyant dans cette activité un «moyen de s'en sortir». Lorsqu'on leur demande de définir leur activité sur le marché par rapport au commerce établi, ils se définissent comme *mangaieiros*. Or ce terme exprime le déclassement: les paysans désignent ainsi les vendeurs de légumes au détail, les vendeurs de produits d'artisanat confectionnés avec des objets de récupération et les vendeurs en gros de haricots et de farine ou de fruits et légumes sur les marchés. Le *mangaio* désigne l'ensemble des petites choses qu'il faut réunir pour arriver à s'en sortir, quelque chose qui dénote une oisiveté forcée par manque de terre ou de place sur le marché du travail. Cela évoque beaucoup plus une surexploitation³⁸ de soi-même de la part des vendeurs que l'obtention au prix d'un moindre effort des profits provenant de l'achat pour la revente.

Depuis 1977, plusieurs institutions gouvernementales ont mis en place, dans diverses communes de la région, des centrales d'achat avec des fonds publics, afin d'éviter ce qui, à leurs yeux, était une entrave au développement de la population rurale la plus défavorisée: pour lutter contre les effets «pervers» du marché qui favorisent les intermédiaires, des techniciens de ces institutions calculent le prix idéal auquel les produits doivent être vendus à partir des prix observés dans la capitale de l'État de Paraíba, en y ajoutant le prix de transport, les taxes³⁹, etc. Ces centrales d'achats, situées le plus souvent en dehors des agglomérations⁴⁰, sont difficiles d'accès pour l'immense majorité des paysans qui ne possède pas de voiture⁴¹. C'est pourquoi le relatif succès qu'ont connu certaines de ces centrales d'achat est dû aux agriculteurs les plus aisés, notamment aux petits propriétaires⁴². Par ailleurs, si les prix pratiqués sont plutôt engageants, cette opération s'inscrit dans une logique très différente de celle à laquelle sont habitués les paysans, dont les activités éco-

Au premier plan, le marché aux céréales (haricots et maïs). A l'arrière-plan des étals de casse-croûtes tenus par des femmes.



40. Selon Roberto Novaes, l'un d'entre eux a été fermé, n'ayant officiellement plus de raison d'être puisque les «distorsions du marché avaient été corrigées».

41. Le jour du marché, un très grand nombre de voitures de tourisme ou petites camionnettes sillonnent la région alentour, et l'afflux des intéressés permet de réduire les coûts de transport en entassant les passagers et diverses marchandises.

42. Cf. R. Novaes, *Estado e agricultura: Avaliação da política de compra de alimentos no Agreste da Paraíba*, op. cit.

DOSSIER

Ethnographie économique

Marie-France Garcia-Parpet

*Représentations savantes
et pratiques marchandes*

nomiques et sociales⁴³ se déroulent le jour du marché⁴⁴. Cette vente à meilleur marché (de produits de qualité inférieure selon les paysans) correspond à une volonté de subvenir aux besoins des populations marginales des grands centres urbains et donc, une fois de plus, de «corriger les distorsions du marché»⁴⁵.

Marchés et alliances sociales, une antinomie ?

Un des effets de la théorie est de donner leur sens aux pratiques marchandes courantes en les discréditant ou en les consacrant. Quand il y a distance entre les pratiques observées et les modèles économiques les plus valorisés, l'absence d'intérêt scientifique retentit sur la valeur sociale des pratiques ; cela ne les empêche pas d'exister mais, faute de reconnaissance, les agents ne peuvent compter que sur eux-mêmes pour accorder son importance à ce qu'ils font. En fait, les marchés du Nordeste du Brésil, tout comme les foires et marchés de la France préindustrielle analysés par D. Margairaz, ne correspondent pas à l'image souvent véhiculée d'institutions archaïques et résiduelles. Le commerce périodique se présente plutôt, dans ces deux contextes, comme une institution qui limite la spéculation lorsqu'il y a dispersion de l'offre, et qui permet ainsi «une promotion de la production agricole et manufacturée par une intégration à une économie d'échanges des catégories sociales, en particulier rurales, les moins armées pour le faire»⁴⁶.

Dans le cas de la France préindustrielle, les marchés étaient perçus comme synonymes de réglementation et par conséquent comme une entrave à la liberté d'entreprise. C'est sur cet élément particulier que se concentraient les critiques des libéraux, sans percevoir que la liberté d'entreprise à elle seule ne règle pas le problème de la fluidité et de la stabilité des prix. Dans le cas du Brésil, les partisans d'un dirigisme d'État de gauche cristallisent leurs critiques sur le rôle des intermédiaires dans une économie de marché. En fait, les partisans du libéralisme comme ceux d'une économie dirigée font l'économie de la réflexion sur la procédure de mise en œuvre des marchés concrets. Si ces idéologies ont une efficacité c'est que les politiques publiques ne renforcent que les circuits marchands les plus conformes aux modèles acceptés par le monde savant.

43. Ce n'est pas seulement dans les économies plus « embedded » que l'on peut observer les aspects sociaux et symboliques des transactions marchandes. Cf. par exemple Michèle de la Pradelle, *Les vendredis de Carpentras*, Paris, Fayard, 1996.

44. On peut noter ici que ces formes de distribution idéalisées pour répondre au souci démocratique de satisfaire les petits producteurs, sont conçues comme l'analyse Arnaud Berthoud, « selon un principe d'économicité indifférent aux circonstances historiques, un principe de rationalité insensible aux temps et aux lieux de vie », in « Marché-rencontre et marché-mécanique », *Cahiers d'Économie Politique*, n° 20-21, L'Harmattan, 1992.

45. Cf. Roberto Novaes, *Estado e agricultura: Avaliação da política de compra de alimentos no Agreste da Paraíba*, op. cit.

46. D. Margairaz, *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, op. cit.

Dans les cas examinés à propos de la France actuelle, la réorganisation des marchés agricoles à travers les marchés au cadran n'a pu avoir lieu que grâce à la convergence entre les intérêts politiques des différents acteurs (paysans, syndicalistes, conseillers techniques, politiciens, etc.) et les formulations savantes créditées dans le monde universitaire. La comparaison entre le cas breton et le cas solognot montre bien qu'il n'y a aucune séquence obligée du processus de transformation ; chaque configuration exige l'analyse sociologique des acteurs en présence, de leurs alliances, de leurs conflits et celle de l'arrière-fond historique dans lequel l'innovation a lieu. Il n'y a pas de passage automatique entre les modes d'échanges personnalisés (à l'exemple du rapport producteur/expéditeur) et les rapports impersonnels qui sont caractéristiques des « mécanismes de marché ». L'effort de conviction des producteurs, des expéditeurs, des banques ou autres institutions, fut aussi lié au travail des agents sur eux-mêmes, autrement dit, à un processus d'éducation mutuelle sur le plan professionnel.

De fait un des plus grands obstacles à la compréhension des modes de fonctionnement des marchés concrets ne serait-il pas l'opposition tranchée entre marchés et mécanismes d'alliances sociales ? Le peu d'intérêt scientifique suscité par les marchés paysans au Brésil semble lié à leur perception comme formes « individualistes » auxquelles s'opposeraient les formes collectives, telles les coopératives ou les institutions d'État, seules capables d'assurer des liens sociaux durables. On semble croire que pour instituer des formes de concurrence individuelles on peut se passer d'action collective ; comme si, à l'inverse, l'institution des collectifs pouvait abolir les concurrences individuelles. Mais les mécanismes de marché et les alliances sociales ne sont-ils pas les deux faces d'une même monnaie ?

Ces divers exemples, au-delà des situations historiques et sociales très différentes, peuvent illustrer combien les modèles mis en œuvre pour saisir les pratiques au sein de marchés à différentes échelles (depuis les marchés locaux jusqu'aux marchés internationaux) contribuent aussi de façon active à la mise en forme de la réalité sociale.