

INDÚSTRIA DE TABACO E CIDADANIA: CONFRONTO ENTRE REDES ORGANIZACIONAIS

RESUMO

O artigo aborda a história da indústria de tabaco no Brasil e da formação de sua rede estratégica, bem como da rede dos atores sociais que a contrapõem. Na primeira parte, apresenta-se uma correlação entre a história da produção industrial, do consumo de tabaco e do antitabagismo. Na segunda parte são apresentados os conceitos de rede estratégica e de rede multifragmentária (antifumo), propostos para facilitar a compreensão de alguns dos múltiplos aspectos conflitivos entre as duas redes. A pesquisa de campo envolveu entrevistas com empresários, fumicultores, sindicalistas, técnicos de empresas fumageiras, técnicos do setor saúde, líderes de ONGs e outros atores sociais. Os resultados sugerem que há um crescimento simultâneo e contraditório das redes, com larga vantagem para a rede estratégica das empresas de tabaco, e um conjunto de dilemas no interior da rede multifragmentária.

Sérgio Luís Boeira

Univali

ABSTRACT This paper presents the history of tobacco industry in Brazil, the formation process of its strategic network, as well as its counter-players, namely social actors' network. First, a correlation is found among the industrial production history, tobacco consumption and anti-tobacco movements. Second, two operational concepts are defined: strategic network and strategic network and multi-fragmentary or anti-tobacco network. They help to provide a trans-disciplinary perspective of the various conflicting aspects between these two types of networks. Theoretical concepts found in the literature and empirical data gathered through interviews with entrepreneurs, tobacco farm workers, union leaders, technicians from tobacco companies and from health institutions, non-government organization leaders and other relevant social actors are reviewed, synthesized and articulated. Results suggest that there is a simultaneous and contradictory growth between the two types of networks, the strategic tobacco firms' network enjoying a leading position and a set of dilemmas inside the multi-fragmentary network.

PALAVRAS-CHAVE Indústria de fumo, redes, estratégia, tabagismo, fumicultura.

KEYWORDS Tobacco industry, networks, strategy, tobacco consumption, tobacco production.

INTRODUÇÃO

O artigo tem como objetivo apresentar uma introdução à história da indústria de tabaco no Brasil e da formação de sua rede estratégica, bem como da rede dos atores sociais que a contrapõem. Na primeira seção, faz-se uma correlação entre a história da produção industrial, do consumo de tabaco e do antitabagismo. Na segunda, apresentam-se os conceitos de rede estratégica e de rede multifragmentária (antifumo) como instrumentos propostos para facilitar a compreensão de alguns dos múltiplos aspectos conflitivos entre o setor empresarial e seus opositores, enfatizando-se os dilemas destes. Este enfoque sobre o confronto entre tais redes visa suprir uma lacuna de pesquisa sobre essa temática, no campo dos estudos organizacionais.

Quanto à metodologia, este artigo resume, atualiza e rearticula informações e argumentos que tiveram início em 1996 e conclusão no ano 2000, com extensa pesquisa bibliográfica, documental, teórica e de campo (especialmente no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina), que resultou em tese de doutorado em Ciências Humanas na UFSC (em maio de 2000; veja Boeira, 2002). Foram feitas 76 entrevistas: 39 abertas, gravadas (com duração média de 45 minutos cada uma) e 37 semi-estruturadas, baseadas em questionários. Foram entrevistados empresários do setor, fumicultores, sindicalistas, técnicos de empresas fumageiras, técnicos do setor saúde e do setor educacional, líderes de ONGs e outros atores sociais. O enfoque deste artigo é socioambiental, baseado no paradigma da complexidade (Morin, 1998), na tese da modernidade reflexiva (Giddens *et al.*, 1997) e na tese da sociedade em rede (Castells, 1999).

CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA INDÚSTRIA DE TABACO

A indústria de tabaco se consolida a partir do final do século XIX com a invenção da máquina de confeccionar cigarros em 1881, sendo o setor dominado desde esse período pelas multinacionais estadunidenses e britânicas. Entre 1904 e 1947, as indústrias de tabaco dos Estados Unidos crescem tão ou mais rapidamente que as de carros, lançando marcas populares de cigarros. O consumo interno é crescente, o que desincentiva as exportações. No Brasil, o chamado “sistema integrado de produção de fumo” foi criado pela British American Tobacco (BAT) em 1918, na Região Sul. A

BAT é controladora acionária da Souza Cruz desde 1914, e se torna, no fim da Segunda Guerra Mundial, a maior fabricante de cigarros do mundo, expandindo-se principalmente na China.¹

O antitabagismo é antigo. A primeira obra que o aborda é de 1604, escrita pelo rei Jaime I (1556-1625), da Inglaterra. Vários países tentam proibir o consumo no início do século XVII. O papa Urbano VIII proíbe o uso de tabaco entre eclesiásticos em 1642 (Nardi, 1996). Mais tarde, na década de 1830, a Igreja Adventista dos Estados Unidos segue a tradição cristã antitabagista e de combate ao alcoolismo. Como um contraponto, a urbanização favorece a popularização do consumo. Paralelamente, emerge na década de 1860 a consciência crítica dos médicos, que se somam aos religiosos na luta contra o “vício” (OMS, 1992). Forma-se, assim, a base de uma rede social antifumo.

No início do século XX surgem diversas leis contra o tabagismo nos Estados Unidos, mas ao final da década de 1920 quase todas estão abolidas porque as empresas conseguem driblar as várias legislações, utilizando-se de estratégias proativas e reativas (combinadas). Por exemplo, vender os componentes do cigarro – o tabaco picado e o papel –, introduzir ilegalmente pacotes nos estados onde a venda está proibida ou estabelecer negócios no exterior. A estratégia do estímulo ao contrabando é retomada em vários momentos da história da indústria fumageira, especialmente na década de 1990, quando surgem denúncias sobre o caso, baseadas em documentos sigilosos das empresas (Glantz *et al.*, 1996). As leis meramente restritivas acabam servindo para concentrar o setor, porque os pequenos fabricantes não suportam a concorrência na busca de brechas na legislação (Boeira, 2002).

Em síntese, um perfil da indústria de tabaco na modernidade, no período do capitalismo dito “organizado” (Santos, 1995, p. 79), inclui expansão legal e ilegal, apesar da – e inclusive devido à – repressão. As indústrias conseguem ganhar mercado absorvendo as críticas antitabagistas, como no caso do lançamento do cigarro com filtro.

Entre 1900 e 1950 as vendas de cigarros nos Estados Unidos somente deixam de superar as do ano anterior em quatro ocasiões, enquanto entre 1950 e 1977 isso ocorre sete vezes. Depois de 1964, quase todas as firmas do setor se dedicam a operações tanto no exterior como no mercado interno. O governo dos Estados Unidos publica em 1964 um relatório de grande impacto na opinião pública e, em 1972, aprofunda a investigação sobre os riscos do tabagismo para a saúde.

de, estabelecendo uma relação entre o tabaco e várias enfermidades graves (Fritschler, 1975; Rosenberg, 1981). Essas publicações do serviço público de saúde provocam certo recuo nas vendas (Roemer, 1995).

As mudanças ocorridas no ambiente institucional das grandes corporações do setor da primeira para a segunda metade do século XX geram pressão nas cúpulas das empresas, que reagem intensificando estratégias de defesa de seu domínio (*domain defense*, ou seja, controle de informações vitais e busca de colaboração entre competidores tradicionais); estratégias de ataque (*domain offense*, a busca de eficiência, acirrada competição nas áreas de inovação e segmentação dos públicos-alvo); e finalmente, ou simultaneamente, a criação de novos espaços (*domain creation* ou a diversificação dos investimentos em mercados externos) e a valorização da independência entre as empresas (Miles, 1982). No conjunto, essas diferentes esferas de ação estratégica requerem aprendizagem organizacional constante – organização flexível, criativa e incisiva – e muitos gastos com *marketing* (pesquisa de mercado e publicidade), em atuação política junto a congressistas, órgãos públicos e mídia, de tal maneira que os valores “cooperação”, “competição” e “independência” se constituem como núcleo das relações entre as empresas do setor.

A complexidade crescente do “pensamento estratégico” (Amoroso, 2002; Mintzberg, 1994; Mintzberg *et al.*, 2000) entre os líderes dessas organizações parece antecipar historicamente a outros setores industriais em razão do confronto multifacetado com órgãos públicos de saúde, parte da imprensa, organizações religiosas, médicas, advocatícias e cidadãos críticos do tabagismo. Os estudos sobre concepções de estratégia desde a década de 1990, com efeito, têm acentuado as interações entre ordem e desordem (entre o planejado e o executado), a desconstrução criativa, a reflexividade entre estruturas organizacionais e seus ambientes, as contradições internas e as instabilidades dos setores empresariais, apesar do predomínio de versões reducionistas da estratégia no campo dos estudos empresariais (Whipp, 2004, p. 247).

A Organização Mundial de Saúde (OMS, 1992), acompanhando as conclusões de Miles (1982) e de Taylor (1984), conclui que o incremento das operações diretas fora dos Estados Unidos ocorre provavelmente devido ao estancamento do mercado interno desse país, e que isso se deve ao reconhecimento público da relação entre tabaco e problemas de saúde. Essas mudanças e características do setor sinalizam e

fazem parte de um início de autoconfronto, de reflexividade social, cultural e institucional dentro do *paradigma da modernidade* (Santos, 1995), que tende a ser global, embora se evidencie mais nitidamente nos Estados Unidos (Giddens *et al.*, 1997). O confronto torna-se mais complexo na medida em que as empresas de tabaco e os órgãos públicos de saúde, pressionados pelas pesquisas sobre doenças e mortalidade relacionadas ao tabagismo, por um lado, e, por outro, pelos órgãos de arrecadação de impostos, passam a investir em novas estratégias de mercado. Por exemplo, a diversificação de investimentos impulsiona o mercado na América Latina. Nessa região, entre 1950 e 1977, 77% das filiais das maiores corporações transnacionais (CTNs), como BAT e Philip Morris, surgiram por meio de aquisição.

A diversificação inclui três fases: a) aquisição de empresas não relacionadas ao tabaco (de 1964 ao final dos anos 1970); b) absorção e fusão, com declínio do valor das ações em bolsa de valores (especialmente durante os anos 1980); c) duplicidade setorial: uma parte reconcentra-se no tabaco, enquanto outra investe em novas aquisições (desde o fim da década 1980 e durante os anos 1990). Nesta última, as duas maiores se diferenciam: a BAT se reconcentra no setor, enquanto a Philip Morris continua crescendo com aquisições diversas fora dele. Todas, entretanto, ampliam suas alianças mercadológicas e políticas, a fim de proteger o setor contra medidas restritivas, formando redes estratégicas, com intenso uso de novas tecnologias de comunicação (Castells, 1999) e contando com o apoio estratégico de ONGs criadas justamente com tal objetivo, conforme se verá mais adiante.

As CTNs têm direcionado suas estratégias de *marketing* aos países em desenvolvimento há décadas. A América Latina foi o maior alvo nos anos 1960, os países recém-industrializados da Ásia foram os primeiros alvos nos anos 1980, e China e África na década de 1990 (Frey, 1995, p. 6).

No Brasil, enquanto a produção de fumo no século XIX se caracteriza pela desconcentração – ainda que com o predomínio da Bahia sobre as demais regiões –, no século XX a crescente concentração na Região Sul é a característica mais relevante. E é no centro do Rio Grande do Sul, com a colonização alemã, que nasce o núcleo que veio a ser atualmente “a capital do fumo”: Santa Cruz do Sul e sua microrregião. Em grande parte, o sucesso econômico-financeiro das empresas instaladas no país depende do chamado sistema integrado de produção de fumo (Vogt, 1997; Silveira, 1997;

Boeira, 2002). Esse sistema, conforme dito anteriormente, foi criado pela BAT, com base em conhecimentos de geografia, climatologia, história e socioeconomia. Teve como propósito inicial garantir a normalidade do abastecimento de matéria-prima para a fábrica de cigarros instalada no Rio de Janeiro.

O estabelecimento do sistema foi resultado de uma bem articulada estratégia de *marketing*, baseada em conhecimentos e motivos tecnocientíficos e culturais. Alguns deles são apontados por dirigentes da BAT: adequação das terras da região ao cultivo do fumo de estufa, com clima moderado e chuvas bem distribuídas durante as fases do ano; tradição de produção familiar em pequenas propriedades; perfil cultural dos colonos: dedicados, caprichosos; consolidação do cultivo e do comércio do produto na região; e existência de estrada de ferro como meio de transporte (Vogt, 1997).

Os colonos, de fregueses dos comerciantes, passam à condição de fregueses das agroindústrias, com “perda de autonomia no processo de trabalho dos produtores familiares de tabaco” (Vogt, 1997, p. 108; Paulilo, 1990). Isso ocorre à medida que as empresas, seguindo o exemplo da BAT e da Souza Cruz, passam a fornecer, como forma de adiantamento, as sementes e os fertilizantes, além de financiar a construção das estufas. As sementes de fumo Virginia, importadas dos Estados Unidos, são introduzidas sistematicamente com o objetivo de expandir a produção de cigarros, cujo mercado rapidamente supera o dos demais derivados de tabaco. Esse tipo de fumo, entretanto, também representa uma intensificação no processo de desmatamento e derrubada de florestas, por requerer para a secagem das folhas a construção de estufas (galpões de madeira) e o uso de lenha como combustível por ser considerado o mais barato e de mais fácil acesso. Durante 60 anos de expansão do cultivo de fumo Virginia, o aspecto predatório desse sistema produtivo permanece praticamente sem nenhum questionamento. É somente ao final dos anos 1970 que a Souza Cruz mostra alguma preocupação com a exaustão das matas nativas (Rodríguez, 1996; Boeira, 2002).

Outro mecanismo do sistema integrado é a assistência técnica oferecida pelas empresas em troca da promessa de venda integral da produção com exclusividade. O produtor se compromete primeiro moralmente, e mais tarde contratualmente, a partir de 1993. As indústrias tomam as rédeas do processo produtivo à medida que mercantilizam e implementam técnicas no conjunto da atividade produtiva, “fazendo com que as relações de mercado se dessem e continuem a dar-se desde o início do cultivo do tabaco e não mais apenas no momento da venda final” (Vogt, 1997, p. 109).

O sistema integrado ganha estabilidade também em função da definição antecipada dos preços mínimos a serem pagos aos produtores ao fim de cada safra. Nesse aspecto, como em outros, as empresas no contexto brasileiro seguem o exemplo da Souza Cruz. A alternativa seria abandonar a disputa pelo mercado. As empresas nacionais são vencidas gradualmente pelas multinacionais, com apoio dos governos tanto do regime militar quanto civis, visando a abertura do mercado internacional ao fumo brasileiro, com o intuito de obter aumento de divisas.

Outro fator de reforço do sistema integrado é a intensa urbanização ocorrida no Brasil durante a década de 1970, que favorece o crescimento do mercado interno de cigarros em detrimento de outros derivados. A Tabela 1 permite a comparação entre produção total, exportações e vendas no mercado interno entre 1950 e 2002.

Com a expansão e consolidação do sistema integrado, a Região Sul torna-se crescentemente, nas décadas de 1980 e 1990, parte do cenário global do comércio de tabaco, concentrando 95% da produção brasileira de folhas. O Brasil assume a liderança na exportação de tabaco no mundo desde 1993. De 1980 a 2003, aumenta em 70% a produção brasileira, enquanto os Estados Unidos reduzem a sua em 50%, ficando em quarto lugar, logo atrás do Brasil. Os maiores produtores continuam sendo a China e a Índia (Vogt, 1997; Boeira, 2002).

A Souza Cruz, ao completar um século desde sua fundação, inaugura nova fábrica de cigarros em abril

Tabela 1 – Produção, exportação e mercado interno de fumo no Brasil*

ANOS	1950	1960	1970	1980	1991	1995	1998	2002
Prod. total	107.950	161.426	244.000	404.860	530.000	450.000	555.000	658.000
Export.	35.805	31.618	53.538	145.285	190.000	256.000	305.000	472.000
Merc. int.	72.145	129.808	190.462	259.575	340.000	194.000	250.000	186.000

Fonte: Nardi (1985); Perfil da Indústria do Fumo (1992, 1996, 1999); Anuário SC (2002).

* Em toneladas; números da década de 1990 e seguintes estão arredondados.

de 2003, tendo como principal aliado e investidor o governo do estado do Rio Grande do Sul e como principal concorrente o mercado ilegal, que cresce no país, com o percentual de 35% de participação no total das vendas. O lucro líquido da empresa atinge R\$ 634,4 milhões em 2001, com alta de 28% em comparação com o ano anterior (Gusmão, 2003; Simão, 2002). Em 2005 seu faturamento chega perto dos R\$ 8 bilhões e o lucro líquido aproxima-se dos R\$ 700 milhões. A participação de mercado sobe de 59% para 62%. E, apenas em 2005, 140 novos vendedores são incorporados à equipe comercial da empresa (Castanheira, 2006).

Em outubro de 2003 é publicado no jornal do Sindifumo que a “qualidade e o preço competitivo do produto brasileiro, aliados à redução da produção em outros países concorrentes e à diminuição dos estoques mundiais, têm contribuído positivamente para o crescimento do setor”, que tem expectativa de produzir “mais de 800 mil toneladas na safra 2003/2004” (Sindifumo, 2003, p. 12). Em dezembro de 2005, publica-se no Informe Conjuntural do ICEPA-SC (Instituto de Planejamento em Economia Agrícola de Santa Catarina) que as duas últimas safras brasileiras superaram em muito os parâmetros históricos. O recorde de produção é alcançado na safra 2003-04 e o da área plantada na safra 2004-05, diz o sociólogo Marcondes, concluindo que se não houvesse algumas adversidades climáticas na Região Sul, que respondeu por aproximadamente 96% do total nacional, a produção brasileira da safra 2004-05 seria bem maior, quase atingindo 950 mil toneladas (Marcondes, 2005).

Além disso, a rede estratégica do setor fumageiro investe em políticas ambientais – obtendo certificações ISO 14001 – e no contra-ataque ao movimento antitabagista, enquanto o governo federal mantém uma política ambígua, de fomento da produção, via crédito bancário, e simultaneamente de combate aos efeitos e riscos do consumo, mas sem estimular alternativas de produção à fumicultura (Boeira, 2002). A seguir são apresentados dois conceitos para facilitar a compreensão dessa problemática.

REDE ESTRATÉGICA VERSUS REDE MULTIFRAGMENTÁRIA

Segundo Latour (1994, p. 9), a noção de rede é “mais flexível que a noção de sistema, mais histórica que a de estrutura, mais empírica do que a de complexida-

de”. A “sociedade em rede”, descrita e teorizada por Castells (1999), constitui-se como contexto estrutural e simultaneamente como produto da experiência de transformações organizacionais, na transição do industrialismo para o “informacionalismo”, da produção em massa para a produção flexível. Para Castells (1999, p. 189), “a transformação organizacional ocorreu independentemente da transformação tecnológica, como resposta à necessidade de lidar com um ambiente organizacional em constante mudança”. No entanto, ao ser iniciada, a transformação organizacional foi muito intensificada pelas novas tecnologias de informação. Como resultado da interação entre crise e transformação organizacional e as novas tecnologias de informação, surge a “empresa em rede”, definida como “aquela forma específica de empresa cujo sistema de meios é constituído pela intersecção de segmentos de sistemas autônomos de objetivos” (Castells, 1999, p. 191).

Adicionalmente, o conceito de rede é associado ao de cidadania e a uma nova visão do processo de mudança social, isto é,

A idéia de rede como conceito propositivo utilizado por atores coletivos e movimentos sociais refere-se a uma estratégia de ação coletiva, isto é, a uma nova forma de organização e de ação (como rede). Subjacente a essa idéia encontra-se, pois, uma nova visão do processo de mudança social – que considera fundamental a participação cidadã – e da forma de organização dos atores sociais para conduzir esse processo. (SCHERER-WARREN, 1999b, p. 24).

Tomando como base essas duas noções de rede, a primeira vinculada a uma forma de empresa e a segunda a uma visão da mudança social a partir da cidadania, e com o objetivo de tornar compreensível a complexidade das relações conflituosas entre indústria de tabaco e antitabagistas, propõem-se dois conceitos: *rede estratégica* e *rede multifragmentária* (Boeira, 2002, p. 179). O primeiro refere-se às forças sistêmicas, que operam dentro das regras e dos valores dominantes no sistema capitalista, da cultura-ideologia do consumismo e de seus componentes (Sklair, 1995). A noção de rede estratégica refere-se a um conjunto de partes integradas sistemicamente por uma das partes, que ocupa um papel central e estratégico, coordenando os elos, o fluxo de informações e o alcance da ação do conjunto. Há maior ou menor complexidade ou mecanicidade na rede estratégica na medida em que o fluxo de infor-

mações entre as partes depende ou independe da parte coordenadora, e na medida em que o ambiente é considerado um cenário para a atuação das partes ou uma fonte de informações (neguentropia). Cabe observar que, desde sua origem, há mais de 2.500 anos, a noção de estratégia tem sido predominantemente associada à razão instrumental e à visão militar (Costa; Almeida, 2002), apesar da diversidade e complexidade crescente de interpretações desde a década de 1980 (Whipp, 2004, p. 231).

O conceito de rede multifragmentária refere-se ao conjunto das forças anti-sistêmicas e “transistêmicas”, que, direta ou indiretamente, opõem-se às estratégias das corporações transnacionais (CTNs) de tabaco. Tal conceito remete para um conjunto pouco articulado de fragmentos, setores, grupos sociais, que por meio de sua atuação descentralizada ampliam os espaços da cidadania (Boeira, 2002). Da mesma forma que nos ecossistemas naturais, inexistente na rede multifragmentária uma parte central, coordenadora do conjunto das partes. Há uma analogia com a Internet. Os grupos e cidadãos integrantes da rede multifragmentária fazem parte de organizações religiosas, civis, políticas ou mesmo comerciais. A temática do antitabagismo *latu sensu*, da qualidade de vida e dos direitos humanos se constitui como denominador comum, ainda que com diferenças significativas de interpretação, de interesses, abrangência de atuação, poder, autonomia e “auto-eco-organização” (Morin, 1998) ou “demodinâmica” (Lévy, 1998).

Ao longo da história da indústria de tabaco, como consequência da controvérsia existente quanto ao consumo de seus produtos, os empresários se tornam mais articulados entre si, na defesa de todo o setor fumageiro, obtendo crescente apoio estratégico inclusive dos órgãos criados para defender os interesses dos plantadores de fumo. Para isso, e para influenciar politicamente outros setores da sociedade (*stakeholders*), como a mídia, as associações comerciais e industriais, o Parlamento e os órgãos técnicos dos poderes executivos, os empresários criam suas próprias ONGs (associações, sindicatos). Nesse sentido, a Associação Brasileira da Indústria do Fumo (Abifumo) exerce um papel estratégico no Brasil. Também o Sindicato da Indústria do Fumo (Sindifumo) atua com o intuito de fortalecer as estratégias de *marketing*, tecnocientíficas, político-ideológicas. Cada uma das CTNs do setor se articula em forma de rede estratégica, tendo alguns de seus interesses e estratégias convergentes organizados por tais ONGs. Assim ocorre com a Souza Cruz, con-

trolada pela BAT, e com a Philip Morris, mas também com CTNs que não fabricam cigarros, como a Universal e a Dimon. Com a globalização econômica, esse processo torna-se mais complexo, especialmente nos países periféricos e semiperiféricos (caso do Brasil), em que os padrões tecnológicos da Segunda e da Terceira Revolução Industrial-Tecnológica se mesclam (Cano, 1993). Enquanto o padrão da Segunda Revolução, via de regra, degrada o meio ambiente, o da Terceira, mais complexo e ainda longe de consolidar-se, reestrutura o perfil da empregabilidade, gerando desemprego estrutural nas condições socioeconômicas brasileiras. A desigualdade social, expressa no relativo fracasso das políticas nacionais de modernização da agricultura, da saúde pública, e também na distribuição social da renda, tópicos que por motivos de espaço não são abordados neste artigo, facilitam o predomínio das CTNs do tabaco, especialmente as suas políticas de exportação.

Paralelamente, cresce no mundo, especialmente nos países mais industrializados do Ocidente – mas também no Brasil, como veremos –, um conjunto de iniciativas que contrariam, direta ou indiretamente, as estratégias das indústrias de tabaco, em especial nas últimas duas décadas do século XX e início do século atual. Esse conjunto – a rede multifragmentária – é formado por cidadãos, ONGs, movimentos sociais, o setor de saúde do governo federal e mesmo por algumas empresas. Como a história do antitabagismo é relativamente desconhecida, cabe fazer uma breve apresentação dessa rede, situando parte de seus dilemas numa abordagem socioambiental.

Preliminarmente, pode-se observar que a noção de cidadania tem avançado no Brasil paralelamente à passagem de três períodos bem distintos: a) o de fechamento político pelo regime militar (1964-1973), em que muitas organizações civis são reprimidas, desmanteladas e/ou extintas; b) o de abertura e transição à democracia (1974-1983), no qual há mobilização social, revitalização do espírito associativista e surgimento de movimentos sociais na defesa da democracia; c) o da institucionalidade da democracia (1984-1993 e anos seguintes), no qual há um novo tipo de associativismo “vinculado à ampliação dos direitos de cidadania, à participação na esfera pública e à realização de parcerias com a esfera governamental” (Scherer-Warren, 1999, p. 117). O avanço do mercado fumageiro foi notável durante esses três períodos, bem como as consequências do tabagismo e as articulações sociais e legais no sentido de combatê-lo. Numa breve abor-

dagem, observam-se nove setores ou fragmentos da rede antifumo, relacionados a seguir.

Fragmento 1: tradição religiosa. Este tem na Igreja Adventista o seu núcleo mais explícito. O trabalho antitabagista desse grupo cristão, que atua em 180 países, é sistemático e envolve orientação alimentar, além de combate ao alcoolismo. No Brasil, os adventistas chegam em 1879 e somam aproximadamente 867 mil membros ao final da década de 1990. Também os metodistas e os mórmons fazem parte desse setor. Os primeiros totalizam cerca de 150 mil seguidores e os segundos, aproximadamente 93 mil. Os dilemas desse segmento estão associados à relação entre valores pré-modernos (religiosos) e modernos (tecnocientíficos). O que priorizar: a atuação social (extrovertida) ou a ação religiosa (substancialmente introvertida)? Procuram fazer uma síntese, vinculando a saúde física à espiritual, articulando-se em forma de rede estratégica por meio de escolas, igrejas, com divisão de trabalho justificada e orientada por uma solidariedade cristã.

Fragmento 2: ONGs médicas. Diferentemente do primeiro, este setor assume uma postura social reivindicativa e profissional diante do Estado. Expressa um diálogo da sociedade civil com a sociedade política, evitando, porém, conflitos ou posicionamentos político-ideológicos extremados, a fim de conservar a unidade entre seus associados. O setor dá continuidade no Brasil às deliberações das Assembléias Mundiais de Saúde promovidas pela OMS, mas também produz pesquisa e propõe políticas públicas específicas sobre tabagismo. A primeira reunião institucional não religiosa contra o tabagismo no Brasil acontece em 1975, em Porto Alegre, por iniciativa de médicos e autoridades de saúde e de educação. Antes desta houve apenas iniciativas isoladas na Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais e São Paulo. Em 1979, surge um documento histórico – a Carta de Salvador –, que é uma espécie de manifesto do antitabagismo brasileiro. Vários encontros, conferências e documentos históricos se sucedem, fortalecendo este setor. Uma das ONGs mais atuantes é a Associação Médica Brasileira (AMB). Os dilemas das ONGs médicas estão, ao que parece, associados à relação entre tecnociência e política. O que priorizar? Sua politização ameaça sua unidade corporativa, da qual depende. Os valores vinculados ao profissionalismo médico distanciam-se da política, embora o próprio desenvolvimento da tecnociência e as possibilidades crescentes de interação social lhes dê maior autoridade política para pressionar o governo e criticar as CTNs do tabaco.

Fragmento 3: saúde pública. O Instituto Nacional do Câncer (INCa) é o órgão que centraliza as ações governamentais do Ministério da Saúde, não somente no que se refere à prevenção, detecção precoce, diagnóstico, tratamento, reabilitação e cuidados paliativos relativos ao câncer, mas também ao controle do tabagismo, embora este esteja associado a diversas doenças (INCa, 1996). O INCa tem sua história ligada ao Centro de Cancerologia do Hospital Estácio de Sá (Rio de Janeiro), na década de 1930, período em que os efeitos sociais da industrialização de cigarros no país começavam a acentuar-se. É somente na década de 1980 que o INCa ganha destaque, com renovação da equipe profissional e administrativa. Depois da abertura política, o INCa passa a valorizar a prevenção das doenças, e é com esse propósito que o combate ao tabagismo ganha certa relevância. Não se trata mais de cuidar apenas da elite, embora a democratização das ações preventivas exija um longo processo de preparação e, inclusive, uma reestruturação do INCa. É o que ocorre principalmente na segunda metade da década de 1990. A evolução das advertências, conforme a Tabela 2, resume o trabalho de contrapropaganda do INCa, que passou a exigir fotos de pessoas doentes nas carteiras de cigarro.

Os dilemas desse fragmento estão associados à relação entre tecnociência, política, economia e ética pública. O refúgio no particularismo da tecnociência ou dos interesses corporativistas entra em conflito com a responsabilidade constitucional, portanto ética, jurídica e política. O setor é pressionado pela dinâmica global, na qual tem compromissos com a OMS, e pela dinâmica “estatocêntrica”, que prioriza a macroeconomia e a estabilidade da moeda, em detrimento de mudanças estruturais no setor fumageiro. Durante o governo Lula, o Ministério da Saúde promove campanha que associa tabaco e pobreza como “círculo vicioso” (Brasil, 2004), no contexto da mobilização para a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT).

Fragmento 4: movimento antifumo. Esta é uma das faces mais complexas da rede, devido ao pluralismo ideológico e à sociodiversidade. Trata-se de uma rede de movimentos (rural e urbano) em formação dentro da rede maior, algo como uma rede multissetorial, com uma história de seminários e projetos. O 1º Seminário Regional de Alternativas à Cultura do Fumo ocorre em Cachoeira do Sul, em 1991, no Rio Grande do Sul, com cerca de 80 participantes. A coordenação é de setores da Igreja Católica, com a colaboração de membros das igrejas Luterana e Adventista, e entre os par-

ticipantes estão bispos, agricultores, sindicalistas, técnicos agrícolas, professores, enfermeiros, jornalistas, médicos, agrônomos, secretários de Saúde e de Agricultura, prefeitos, vereadores, estudantes, funcionários públicos, seminaristas. E segundo a Carta de Cachoeira do Sul “todos reunidos com o objetivo de somar esforços na luta contra o fumo, que significa luta pela Vida”. Esse evento desencadeia um movimento com características de “estado nascente”, que cresce ano a ano, apesar das crises e impasses, na região fumicultora de Santa Cruz do Sul. Na hipótese do estado nascente, os atores estão em busca do possível, estão alargando seus horizontes. Somente mais tarde, numa fase de maturidade ou já de institucionalização e declínio do movimento, a elaboração ideológica se define (Alberoni, 1991, p. 367, 368).

Os dilemas desse fragmento são muito complexos. As múltiplas variáveis do conjunto dos fragmentos aparecem dramaticamente condensadas no centro da microrregião fumageira. Em princípio, tais dilemas referem-se a *como, em que medida e com apoio de quem implementar políticas de sustentabilidade*, tendo como referencial normativo o ideal de uma sociedade sustentável. Nesse caso, a dinâmica paradoxal entre globalização e cidadania torna-se aguda, exigindo uma reinvenção da política, ou uma subpolítica, como diz Beck (1997). Com efeito, não é nada negligenciável a força econômica, cultural e política do setor fumageiro na microrregião. Um dos resultados do movimento é a organização da Feira Ecológica, na qual cerca de 40 famílias de ex-fumicultores vendem produtos agroecológicos sem intermediários aos consumidores de Santa Cruz do Sul. Em cidades vizinhas, também

ocorre um processo semelhante no fim dos anos 1990. De um modo geral, as unidades produtivas avançam na diversificação, tornando-se menos dependentes da fumicultura. Essas iniciativas passam a ser fundamentais para toda a Região Sul após a ratificação da Convenção-Quadro de Controle Global do Tabaco (Primeiro Tratado Internacional de Saúde Pública).

Fragmento 5: ambientalismo. Na rede antifumo também há forças “transistêmicas”, além das anti-sistêmicas (antitabagistas). No sentido de propor uma sustentabilidade ecológica para além do sistema industrialista (ou seja, um projeto de sociedade sustentável, com aspectos utópicos), destacam-se os fragmentos 4 e 5. Algumas ONGs ambientalistas (como a Apremavi e a Fundação Gaia), técnicos de órgãos públicos e mesmo setores do Partido dos Trabalhadores (PT) convergem no sentido de privilegiar o conhecimento tradicional e local, no caso da produção de fumo, inibindo as tentativas de substituição desse produto em função das conseqüências de seu consumo no âmbito nacional ou global.² Ainda que pessoalmente muitos ativistas de ONGs ambientalistas, políticos e técnicos afirmem ser contrários à fumicultura, as estratégias de integração das empresas e os interesses imediatistas (cidadania passiva) da maior parte dos fumicultores mantêm-se hegemônicos na Região Sul, de tal forma que as propostas de eliminação de agrotóxicos, regeneração da Mata Atlântica e agricultura sustentável continuam sendo adotadas no ritmo, na extensão e na profundidade convenientes às empresas, que assim obtêm agregação de valor econômico e aumento de lucro na industrialização de fumo. Da mesma forma que as empresas tiram proveito das críticas

Tabela 2 – Advertências do Ministério da Saúde: contrapropaganda

1988:	“Fumar é prejudicial à saúde” (sem sonorização na TV)
1996:	“Fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar”
	“Fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê”
	“Quem fuma adoece mais de úlcera do estômago”
	“Evite fumar na presença de crianças”
	“Fumar provoca diversos males à sua saúde”
1999:	“Fumar causa impotência sexual”
	“Fumar causa câncer de pulmão”
	“Fumar provoca infarto do coração”
	“A nicotina é droga e causa dependência”
	“Crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando”

Fonte: Brasil (1988, 1990, 1995, 1996, 1999).

antitabagistas para vender mais cigarros com filtros e com os chamados baixos teores, também usam instrumentalmente a educação ambiental para reduzir custos, agregar valor econômico ao fumo na exportação aos países mais exigentes, ganhar prêmios de *marketing* ecológico, abrindo mercados no processo de globalização. E isso acontece na medida em que a rede de ONGs que se opõem às estratégias das empresas mantém-se multifragmentária, predominando as distinções e separações entre ONGs e cidadãos de cada fragmento sobre a capacidade e disposição de compor articulações.

Os dilemas desse fragmento referem-se ao seu grau de compromisso com a complexidade inerente à relação tabaco–tabagismo. Até que ponto vai a responsabilidade pública do PT ou do movimento ambientalista no que se refere às conseqüências sociais da fumicultura? Todavia, é inegável o potencial de articulação com as propostas emergentes no fragmento 4. Há dilemas político-estratégicos: como combinar medidas de curto, de médio e de longo prazo, visando atendimento às necessidades dos produtores enquanto agricultores e simultaneamente reformando suas necessidades enquanto fumicultores?

Fragmento 6: ONGs advocatícias. Poucas organizações não-governamentais no Brasil têm como prioridade a luta judicial em defesa da saúde de fumantes e de ex-fumantes, além da conscientização social em escolas e empresas. O surgimento desse tipo de ONGs advocatícias em meados da década de 1990 sinaliza uma característica específica da rede antitabagista: o confronto direto com as estratégias das CTNs do setor, muitas vezes com base em documentos outrora sigilosos entre fabricantes de cigarro, que se tornaram públicos nos Estados Unidos em processos judiciais (Glantz *et al.*, 1996). Não se trata aqui de luta contra o cigarro ou contra o vício, mas contra o ator social mais relevante na determinação das doenças tabaco-associadas. Destacam-se nesse campo a Associação de Defesa da Saúde dos Fumantes (Adesf), a Associação Cearense de Defesa da Saúde do Fumante e Ex-Fumante (Acedesfe) e a Associação Nacional de Assistência ao Consumidor e Trabalhador (Anacont).

Fragmento 7: mídia ético-política. Este fragmento é formado por iniciativas de algumas empresas de comunicação ou por seus líderes de opinião, tanto no Brasil quanto no exterior. Alguns exemplos: em dezembro de 1998, a revista *Trip* (1998), dirigida a jovens brasileiros de classe média, publica editorial banning a publicidade de cigarros e dando início a uma

campanha contra as estratégias das empresas de tabaco, o que obtém grande apoio mesmo dos 33% de seus leitores que se diziam fumantes. Com repercussão mundial, em 28 de abril de 1999, o jornal *New York Times* faz algo semelhante, abdicando de um faturamento de US\$ 13 milhões por ano em anúncios. Antes disso, pelo menos uma dúzia de jornais norte-americanos já havia recusado veicular comerciais de cigarros. O colunista Gilberto Dimenstein, do Conselho Editorial da *Folha de S. Paulo*, tem posição antitabagista assumida há vários anos. O publicitário Júlio Ribeiro, presidente da agência Talent, nega-se a trabalhar para as CTNs de cigarro desde o dia em que um empresário do ramo lhe solicitou uma publicidade cujo público-alvo teria 12 anos de idade.

A iniciativa mais recente neste setor é a Rede Tabaco Zero (RTZ), que tem utilizado a Internet para difundir uma cultura cívica, especialmente entre os diversos atores da rede antifumo. A RTZ (veja em www.tabacozero.net) tem a adesão – até o momento (março de 2006) – de 122 organizações da sociedade civil, entre associações médicas, comunidades científicas e outras da rede antifumo.

Os dilemas desse fragmento são de natureza ética e política. Os atores sociais que o compõem percebem claramente os limites da política convencional (*realpolitik*, separada de considerações éticas e pretensamente amoral), de encobrimento ideológico dos interesses e estratégias das indústrias, e utilizam espaços públicos para questionar irracionalidades do setor, dos seus aliados na mídia e dos consumidores. Com efeito, como ampliar a racionalidade pública com base em valores éticos sem cair no moralismo?

Fragmento 8: grupos de anônimos. Há duas organizações oriundas dos Estados Unidos que estão se expandindo pelo mundo, nos moldes da conhecida Alcoólicos Anônimos (AA). Trata-se da Fumantes Anônimos (FA), que passou a ser denominada Nicotine Anonymous World Services (NicA) e da Narcóticos Anônimos (NA), ambas assumindo a luta antitabagista, embora esta última seja voltada contra as drogas que geram dependência, de modo geral. Estima-se que existam pelo menos 20 grupos da NicA no Brasil – cujo início foi em 1987 –, enquanto a NA, cujo início foi em 1988, mais consolidada, já conta com 478 grupos. Tais ONGs não cobram taxas, cada grupo é auto-sustentado e não assume compromissos com nenhuma organização civil ou religiosa, embora seja explícito o enfoque tanto social e comunitário quanto espiritual. Preservam o anonimato diante da imprensa e não fa-

zem campanha de filiação. A abordagem é de ajuda mútua, com método “não profissional”, visando a saúde por meio de mudança no estilo de vida. O apoio externo de terapeutas, inclusive como iniciadores de grupos, faz parte dos objetivos dessas organizações.

Os dilemas deste fragmento se afastam da tecnocracia e da política convencional, situando-se no âmbito da informalidade comunitária, da espiritualidade, da “subpolítica”, da “demodinâmica”, da “auto-eco-organização”. Como estimular um caminho terapêutico de superação da dependência fisiológica, química e psicológica a partir da “transsubjetividade” ou convivência dos próprios doentes? Até que ponto se afastar da tecnocracia sem descartá-la?

Fragmento 9: antitabagismo mercadológico. Há diversos centros e institutos terapêuticos, além de clínicas, farmácias e grandes laboratórios, que têm entre suas atividades o tratamento ou a produção e/ou venda de produtos antitabagistas. Alguns exemplos podem ser citados: o Instituto Marat, no Brasil desde 1976, e os laboratórios SmithKline Beecham e GlaxoWellcome (essas duas CTNs do setor anunciaram acordo de fusão em 2000). A Glaxo chegou ao Brasil em 1948. Este fragmento é dos mais contraditórios, na medida em que por um lado amplia a cidadania liberal, o acesso a produtos que viabilizam o autocontrole da saúde pelo próprio cidadão, e por outro inibe a cidadania coletiva, na medida em que adere às mesmas regras de mercado das CTNs de tabaco, estabelecendo um balanço compensatório para os efeitos destas e assim legitimando a abordagem funcionalista e liberal que atribui ao consumidor (indivíduo) a responsabilidade exclusiva pelas doenças associadas ao tabaco.

Os dilemas deste fragmento estão justamente nas suas ambivalências e contradições internas, somadas às conseqüências sociais da concentração global da indústria farmacêutica. A tecnocracia e as estratégias de *marketing* se aliam para, de forma paradoxal (por oposição e complementação), relacionar-se tanto com as estratégias das CTNs do tabaco quanto com as de grupos antitabagistas. Este fragmento desafia as teorias dos movimentos sociais. As empresas podem assumir papéis socialmente justificáveis (atendimento de demandas da população) para ampliar interesses e lucros particulares. São também ONGs, embora lucrativas, e constituem suas próprias ONGs sem fins lucrativos, como a Associação Brasileira da Indústria Farmacêutica (Abifarma), mas com fins estratégicos e corporativistas. As teorias dos movimentos sociais, que priorizam a ação das ONGs sem fins lucrativos, têm o

desafio de associar sem fundir, distinguindo sem separar os interesses antitabagistas internos e externos a este fragmento, para que o antitabagismo seja integrado à sua área de estudos (Gohn, 1997).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo procuramos analisar as complexas relações entre indústria de tabaco, tabagismo e meio ambiente, considerando aspectos sociopolíticos, mercadológicos e tecnocientíficos. O *marketing*, na sua face mais visível – a propaganda –, pode ser considerado um relevante fator desencadeante da experimentação, da ativação do consumo, que se soma à relativa liberdade de escolha do consumidor de derivados de tabaco. Embora não tenha sido aplicada neste ensaio a teoria dos riscos culturais (Giddens, 1991; Beck, 1999; Boeira e Guivant, 2003), é plausível observar que o risco do tabagismo é em parte voluntário e em parte involuntário. É tanto mais voluntário quanto mais opções, informações e terapias antitabagistas são conhecidas e acessíveis. Além disso, a tecnocracia é mais bem compreendida como fator de consolidação do tabagismo. A liberdade que o cidadão pode ter, em princípio, ao experimentar o consumo regular de tabaco como parte de seu estilo de vida, restringe-se fortemente por fatores alheios ao seu conhecimento e até mesmo ao seu domínio volitivo – o que está associado à natureza do cérebro, à idade de início do consumo, à quantidade consumida e especialmente à tecnocracia aplicada à nicotina e a outros componentes do cigarro (Associated Press, 1998; Henningfield, 1988; INCa, 1996). O risco é, portanto, parcialmente involuntário, e é tanto mais involuntário quanto mais jovem for o cérebro atingido pela nicotina e pela tecnocracia. E também tende a ser mais involuntário quanto mais frágil for o capital cívico no qual o consumidor se insere como cidadão.

O tabagismo pode ser finalmente definido como uma atividade compulsiva determinada por um conjunto de fatores interconectados e de mútuo reforço, ainda que independentes uns dos outros. Além disso, esses fatores podem ser contraditórios entre si e variáveis conforme aspectos bioquímicos e/ou genéticos, e também culturais, sociológicos e históricos. Essa definição tem correspondência com o paradigma da complexidade. Sinteticamente ressaltamos que esse paradigma concebe a unidualidade (natural e cultural, cerebral e psíquica) da realidade humana, ou seja, trata-

se de um paradigma complexo-dialógico de implicação, distinção e conjunção simultâneas entre o homem e a natureza (Morin, 1998).

Do ponto de vista sociológico, a definição complexa de tabagismo implica considerá-lo como parte significativa do processo de autoconfronto ou reflexividade social da modernidade, no qual há um choque de valores e leituras entre o corpo e o *self*, a natureza e o espírito, a liberdade do sujeito e a influência das estruturas sociais no que se refere à saúde e à doença. A tecnociência favorece múltiplas leituras mecanicistas do corpo, o que obstaculiza uma abordagem da complexidade existente na relação neuropsicossocial. E é justamente nessa relação que o tabagismo se desenvolve, particularmente entre os jovens, e com todo o apoio da tecnociência controlada pela indústria.

O confronto entre as redes estratégica e fragmentária é também o confronto entre paradigmas socioculturais e científicos (cognitivos). Nas propostas e nas ações dos vários fragmentos vislumbrados acima há as variáveis ecológica, biomédica, sociopolítica, cultural e econômica, embora cada um deles enfatize uma ou duas destas, permanecendo, no horizonte, muitas incertezas e possibilidades. Há, via de regra, enorme desconhecimento sobre o modo como se estruturam as empresas, quais são suas estratégias jurídicas, políticas, mercadológicas e tecnocientíficas. Na área acadêmica, destacam-se os obstáculos que decorrem da própria falta de subsídios das universidades aos cidadãos que compõem a rede multifragmentária. As especializações disciplinares representam, na maior parte dos casos, um fechamento em torno do horizonte tecnocientífico, geralmente favorável às CTNs do tabaco. Até mesmo a multi e a interdisciplinaridade podem ser compatíveis com o reducionismo tecnocientífico, não implicando, necessariamente, nenhum confronto paradigmático.

Entretanto, na área política, a OMS exerce um significativo papel estratégico com o propósito de politizar os produtos da pesquisa tecnocientífica em favor da saúde pública mundial, especialmente após 2005, ano da ratificação do Primeiro Tratado Internacional de Saúde Pública. Ciência e política, portanto, estão imbricadas no que se refere aos usos da tecnociência. É significativo o fato de que as legislações antitabagistas e ambientais são tanto mais rigorosas nas últimas décadas quanto mais democráticas e tecnocientificamente avançadas são as nações. Mas o tabagismo mantém-se como “epidemia mundial” (Roemer, 1995), especialmente entre as camadas mais pobres, entre mulheres e entre

jovens de ambos os sexos. Enquanto o avanço legislativo aponta para o crescimento da rede multifragmentária, esta sofre o impacto das estratégias muito mais concentradas, sistemáticas, instrumentais e eficazes das CTNs do tabaco e de suas ONGs, em articulação com os setores hegemônicos, ultraliberais (fundamentalistas mercadológicos) e politicamente conservadores (veja, a propósito, a crítica ao “fundamentalismo de mercado” em Giddens, 1999, p. 160).

A rede estratégica da BAT/Souza Cruz (Boeira, 2002, p. 307) inclui programas socioambientais, acordos com universidades, com ONGs do terceiro setor (Fundação Abrinq, Fundação Gaia), filiação ao Instituto Ethos para promover a “responsabilidade social” e criação de um Instituto de Desenvolvimento Sustentável. Ressalte-se que a ambigüidade institucional da Souza Cruz cresce na medida em que se amplia a distância entre sua política cognitiva ou imagem projetada e a imagem socialmente decodificada da empresa. Embora a corporação se empenhe em apresentar-se como moderna, sustentável e socialmente coerente, sua imagem pública é recebida e reelaborada pelo público com base na contrapropaganda do Ministério da Saúde, nas críticas ambientalistas e no noticiário antitabagista que se globaliza. Pode-se concluir que a industrialização e o consumo de tabaco são *insustentáveis*, na medida em que implicam a degradação da natureza em suas múltiplas dimensões: ecossistêmica, cerebral e psicossocial.

A tecnociência aplicada à nicotina, a publicidade direta e indireta, os programas Hortas Escolares e Clube da Árvore, a política ambiental, a reação contra o antitabagismo e a relação com os fumicultores constituem peças de uma dinâmica rede estratégica que vincula instrumentalmente, mas de forma crescentemente complexa, o espaço-tempo do corpo-cérebro, do local, do regional, do nacional e do global.

A crise dos Estados-nações paralela à globalização econômica, a Terceira Revolução Industrial, a modernização reflexiva, o mercado financeiro, a montagem e administração do sistema integrado de produção na Região Sul do Brasil, a despolarização ideológica Ocidente-Oriente (com abertura de novos mercados), os *anéis burocráticos* entre empresariado e governantes brasileiros, o caráter fragmentário da oposição constituem o substrato para o êxito, ainda que carregado de incertezas, das estratégias de *marketing* e tecnocientíficas da Souza Cruz e de empresas do mesmo ramo.

Nota-se que, enquanto a rede multifragmentária é ampliada caoticamente, sem uma coordenação central e com toda a diversidade interna que lhe é peculiar, a

rede estratégica é mantida unida pelas ordens e informações de um ator predominante. A complexificação das interações desta última com diversos atores sociais ou *stakeholders* em busca de parcerias não altera suas metas. Estas são estabelecidas de forma a reforçar o conjunto. Na rede multifragmentária, apenas alguns de seus atores focalizam sua atuação social diretamente contra as CTNs. Boa parte do empenho dos atores da rede multifragmentária está focada na auto-defesa, por meio de terapias (qualidade de vida), ou direcionada para a busca de alternativas de sobrevivência (por exemplo, entre ex-fumicultores). Outra parte é neutralizada pela eficácia dos programas socioambientais e das demais estratégias das CTNs.

Tais embates tendem a ganhar fóruns como o da Conferência Internacional sobre Estrutura de Controle Global do Tabaco, realizada em janeiro de 2000, em Nova Delhi. Em maio de 2003 foi aprovada a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco por 192 países membros da OMS. O Brasil foi o segundo país a assinar o texto (em junho de 2003), mas um dos últimos a ratificar o documento, em outubro de 2005, depois de intensos debates públicos, campanha do *lobby* empresarial e campanha de grupos antitabagistas. Em fevereiro de 2006, em Genebra, um ano após sua entrada em vigor, este documento, considerado o Primeiro Tratado Internacional de Saúde Pública, foi tema da primeira sessão da Conferência das Partes (COP). O objetivo desta foi definir meios de implementação dos 38 artigos do tratado (com 22 páginas). O grande risco do setor fumageiro, anunciado especialmente na Região Sul por empresários e políticos conservadores, é a possível redução do mercado comprador de folhas de fumo norte-americano e europeu – o que torna a busca de alternativas à fumiicultura um desafio interinstitucional e interorganizacional, com destaque para a rede antifumo. Entretanto, ainda é cedo para fazer uma avaliação consistente das conseqüências do Primeiro Tratado. Mas é plausível supor que o processo de mobilização antitabagista passe a fazer conexões com as agendas ambiental e social, destacando os grupos sociais mais marginalizados (OMS, 2003); e também com a agenda de emancipação feminina, pois o mercado consumidor feminino, um dos alvos mais evidentes das redes empresariais de tabaco, torna-se cada dia mais relevante, com repercussão dramática sobre as novas gerações, agredidas desde a gestação.

À medida que há mobilização dos cidadãos, de parte da mídia, de cientistas, dos órgãos de saúde pública e do poder judiciário, e se elaboram e publicam docu-

mentos, é possível comparar o que as empresas dizem e o que efetivamente fazem. Nesse processo de globalização econômica e cultural, é cada dia mais realista pressupor que a atuação das redes em âmbito local poderá gerar impactos globais ou longínquos, imprevisíveis e imprevisíveis. Isso é bem exemplificado pelas vitórias, ainda que parciais, em processos na justiça, que abrem precedentes para novos processos em diversos países e regiões. Mas isso não significa um recuo em bloco da rede estratégico-industrial, que cresce apesar das manifestações de desconfiança, das “subpolíticas” (Beck, 1997, p. 28), da contrapropaganda, dos projetos de agroecologia, tanto quanto possível assimilando as críticas de seus opositores, com estratégias e táticas criativas. Assim, preparam-se embates cada vez mais contundentes no Brasil e no mundo. Essa tendência representa para o campo de estudos organizacionais um desafio paradigmático, teórico e empírico emergente. Este artigo faz apenas uma introdução à sua complexidade.

NOTAS

¹ A China é um caso à parte na história do tabaco, por ser auto-suficiente, ter a maior produção e o maior consumo, mas não tendo, ainda, tecnologia que viabilize competitividade internacional. Quando isso ocorrer, o mundo poderá sofrer nova onda de tabagismo. A legislação antitabagista chinesa é das mais recentes (década de 1990).

² Veja, a propósito, a análise de Guivant (1997) sobre a heterogeneidade de conhecimentos no desenvolvimento rural sustentável, as tendências de idealizações, reducionismos e dicotomias nas correntes por ela denominadas populismo participativo, agroecologia e terceiro-mundismo sustentável. Essas vertentes coincidem, afirma ela, em assumir a mesma dicotomia que criticam, mas numa versão invertida. Há o risco de idealizar-se o conhecimento tradicional de agricultores, particularmente do hemisfério sul, em contraposição à ciência ocidental, que, sob a forma de paradigma mecanicista, teria subsidiado a agricultura moderna desde a Segunda Guerra Mundial, manifestando-se na chamada Revolução Verde. Parece-nos que nesse fragmento há tendências que se enquadram nas três vertentes acima, e que a abordagem da Associação de Preservação do Meio Ambiente do Alto Vale do Itajaí (Apremavi) e da Fundação Gaia aproxima-se mais claramente da agroecológica. Entretanto, deve-se reconhecer que seriam necessárias pesquisas mais específicas nesse sentido para chegar-se a uma conclusão mais bem fundamentada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERONI, F. *Gênese: como se criam os mitos, os valores e as instituições da civilização ocidental*. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

- ANUÁRIO S. C. *Síntese da agricultura de Santa Catarina – 2001-2002*. Governo de Santa Catarina. 2002. Disponível em <<http://www.icepa.com.br/>>. Acesso em 15 fev. 2004.
- ASSOCIATED PRESS. Especialistas dos EUA confirmam uso de amônia em cigarro Marlboro. *Jornal O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 10 fev. 1998.
- BECK, U. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. In: GIDDENS, A., BECK, U.; LASH, S. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: Unesp, 1997.
- BECK, U. *World risk society*. London: Polity Press, 1999.
- BOEIRA, S. L. *Atrás da cortina de fumaça: tabaco, tabagismo e meio ambiente: estratégias da indústria e dilemas da crítica*. Itajaí: Editora Univali, 2002.
- BOEIRA, S. L.; GUIVANT, J. S. Indústria de tabaco, tabagismo e meio ambiente: as redes ante os riscos. *Cadernos de Ciência & Tecnologia* (Embrapa), v. 20, n. 1, p. 45-78, jan./abr. 2003.
- BRASIL. Lei n. 9.294, de 15 de julho de 1996. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Poder Executivo, Brasília, DF, 16 jul. 1996. Seção I.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Ministério da Justiça. Ministério da Comunicação. Portaria Interministerial n. 477, de 24 mar. 1995.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria n. 490 de 25 de agosto de 1988; Portaria n. 1.050, de 8 de agosto de 1990; Portaria n. 695, de 15 jun. 1999.
- BRASIL. *Tabaco e pobreza, um círculo vicioso – a convenção-quadro de controle do tabaco: uma resposta*. Ministério da Saúde; Organização Pan-Americana da Saúde. Brasília: Ministério da Saúde, 2004.
- CANO, W. *Reflexões sobre o Brasil e a nova (des) ordem internacional*. Campinas: Ed. Unicamp, 1993.
- CASTANHEIRA, J. Fumo das arábias. *Revista Istoé Dinheiro*, ed. 439, 15 de fevereiro de 2006. Disponível em <http://www.terra.com.br/istoedinheiro/439/negocios/fumo_arabias.htm>. Acessado em 16 mar. 2006.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COSTA, B. K.; ALMEIDA, M. I. (Coords.) *Estratégia: perspectivas e aplicações*. São Paulo: Atlas, 2002.
- FREY, S. *The international traffic in tobacco*. Trabalho apresentado no 1995 Annual Meeting of the American Sociological Association, Washington, DC. Department of Sociology, Anthropology, and Social Work, 1995.
- FRITSCHLER, A. L. *Smoking and politics: policymaking and the federal bureaucracy*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1975.
- GIDDENS, A. *A terceira via*. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- GIDDENS, A. *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Stanford: Stanford University Press, 1991.
- GLANTZ, S. et al. *The cigarette papers*. Berkeley / Los Angeles: University of California Press, 1996.
- GOHN, M. G. *Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos*. São Paulo: Loyola, 1997.
- GUIVANT, J. S. Heterogeneidade de conhecimentos no desenvolvimento rural sustentável. *Cadernos de Ciência & Tecnologia* (Embrapa), v. 14, n. 3, set./dez. 1997.
- GUSMÃO, M. O lucro que satisfaz. *Revista Istoé Dinheiro*, ed. 297, 7 maio 2003. Disponível em <<http://www.terra.com.br/istoedinheiro/>>. Acessado em 15 fev. 2004.
- HENNINGFIELD, J. *Nicotina*. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- INCA. *Falando sobre tabagismo*. Rio de Janeiro: Ministério da Saúde, 1996.
- LÉVY, P. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1998.
- MARCONDES, T. Comercialização de 2005/06 pode repetir problemas de 2004/05. *Informe Conjuntural do ICEPA – Instituto de Planejamento e Economia Agrícola de Santa Catarina*, 21 dez. 2005. Disponível em <<http://www.icepa.com.br/>>. Acessado em 15 mar. 2006.
- MILES, R. H. *Coffin nails and corporate strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1982.
- MINTZBERG, H. *The rise and fall of strategic planning*. Hemel Hempstead: Prentice Hall, 1994.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. *Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Porto Alegre: Bookmann, 2000.
- MORIN, E. *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- NARDI, J. B. *A história do fumo brasileiro*. Rio de Janeiro: Abifumo, 1985.
- NARDI, J. B. *O fumo brasileiro no período colonial*. Lavoura, comércio e administração. São Paulo: Brasiliense, 1996.

SÉRGIO LUÍS BOEIRA

- OMS. Aspectos econômicos do tabagismo e do controle do tabaco em países em desenvolvimento. *OMS, Comissão Européia e Banco Mundial*. Tradução: INCa/Ministério da Saúde, 2003.
- OMS. *Tabaquismo y salud en las Américas*. Informe de la Cirujana General, 1992, en colaboración con la Organización Panamericana de la Salud: Organización Mundial de la Salud, 1992.
- PAULILO, M. I. S. *Produtor e agroindústria: consensos e dissensos* (o caso de Santa Catarina). Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1990.
- PERFIL DA INDÚSTRIA DO FUMO 1992. Rio de Janeiro: Abifumo, 1992.
- PERFIL DA INDÚSTRIA DO FUMO 1996. Rio de Janeiro: Abifumo, 1996.
- PERFIL DA INDÚSTRIA DO FUMO 1999. Rio de Janeiro: Abifumo, 1999.
- RODRÍGUEZ, A. S. *A fumicultura e a questão ambiental: o perfil do fumicultor em Restinga Seca – RS*. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 1996.
- ROEMER, R. *Acción legislativa contra la epidemia mundial de tabaquismo*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud, 1995.
- ROSEMBERG, J. *Tabagismo: sério problema de saúde pública*. São Paulo: Almed / Universidade de São Paulo, 1981.
- SANTOS, B. S. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 1995.
- SCHERER-WARREN, I. Associativismo civil em Florianópolis: evolução e tendências. *Revista de Ciências Humanas*, n. 26, p. 115-134, 1999a.
- SCHERER-WARREN, I. *Cidadania sem fronteiras: ações coletivas na era da globalização*. São Paulo: Hucitec, 1999b.
- SILVEIRA, R. L. L. *A produção da periferia urbana em Santa Cruz do Sul – RS: o lugar dos safristas na terra do fumo*. Florianópolis, 1997. Dissertação (Mestrado em Geografia) – CFH, Universidade Federal de Santa Catarina.
- SIMÃO, J. O pacote da Souza Cruz. *Revista Istoé Dinheiro*, ed. 252, 26 jun. 2002. Disponível em <<http://www.terra.com.br/istoedinheiro/>>. Acessado em 26 jun. 2002.
- SINDIFUMO. Exportações projetam aumento da produção. Santa Cruz do Sul. *Jornal Informativo do Sindicato da Indústria do Fumo*, ano VII, n. 9, out. 2003.
- SKLAIR, L. *Sociologia do sistema global*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- TAYLOR, P. *The smoke ring: tobacco, money and multinational politics*. New York: Pantheon Books, 1984.
- TRIP. Chemical Brothers. *Revista Trip*, n. 67, p. 58-59, dez. 1998.
- VOGT, O. P. *A produção de fumo em Santa Cruz do Sul – RS, 1849-1993*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 1997.
- WHIPP, R. Desconstrução criativa: estratégia e organizações. In: CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. (Orgs.). *Handbook de estudos organizacionais: ação e análise organizacionais*. São Paulo: Atlas, 2004.

Artigo recebido em 30.11.2004. Aprovado em 27.04.2006.

Sérgio Luís Boeira

Professor e pesquisador no mestrado em Administração e no mestrado profissionalizante em Gestão de Políticas Públicas da Univali. Doutor em Ciências Humanas pela UFSC.

Interesses de pesquisa nas áreas de Confronto de Redes Organizacionais em torno da Produção e do Consumo de Tabaco, Gestão Socioambiental dos Resíduos Recicláveis e as Organizações de Catadores, Epistemologia e Estudos Organizacionais, Desenvolvimento Urbano e Sustentabilidade.

E-mail: slboeira@brturbo.com.br

Endereço: Av. Osni João Vieira, 615, ap. 901, São José – SC, 88101-270.