

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL**

**FELIPE TONIOLO**

**REDES SOCIAIS NA AÇÃO ECONÔMICA DO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA  
REDE ECOVIDA**

Porto Alegre

2023

**FELIPE TONIOLO**

**REDES SOCIAIS NA AÇÃO ECONÔMICA DO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA  
REDE ECOVIDA**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento Rural.

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Xavier da Silva

Porto Alegre

2023

### CIP - Catalogação na Publicação

Toniolo, Felipe  
Redes sociais na ação econômica do núcleo Alto  
Uruguai da Rede Ecovida / Felipe Toniolo. -- 2023.  
128 f.  
Orientador: Leonardo Xavier da Silva.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas,  
Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural,  
Porto Alegre, BR-RS, 2023.

1. Agricultura Familiar Agroecológica. 2. Mercados.  
3. Relações sociais. 4. Atores sociais. 5. Laços  
fortes. I. Xavier da Silva, Leonardo, orient. II.  
Título.

**FELIPE TONIOLO**

**REDES SOCIAIS NA AÇÃO ECONÔMICA DO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA  
REDE ECOVIDA**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento Rural.

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Xavier da Silva

Aprovada em: Porto Alegre, 12 de dezembro de 2022.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. Leonardo Xavier da Silva - Orientador  
UFRGS

---

Profa. Dra. Fabiana Thomé da Cruz  
UFG

---

Profa. Dra. Cátia Grisa  
UFRGS

---

Profa. Dra. Zenicléia Angelita Deggerone  
UERGS

Dedico este trabalho aos agricultores familiares  
que fazem de sua vida uma experiência de cuidado.

## AGRADECIMENTOS

Após um caminho longo e complexo chegamos ao fim. E “chegamos” porque este caminho, embora por horas vazio e só, foi acima de tudo coletivo. Recordar as pessoas que colaboraram com esse caminho, que dado a pandemia se estendeu por quase três anos, é emocionante. Cada um e cada uma, de uma forma diferente, se fez presente e importante. Agradecê-los aqui é o registro sincero do que a memória eterniza.

Início meu agradecimento à minha família. À minha mãe Marizete e a meu pai Valdir, aos meus irmãos de sangue Antônio e Carina, ao irmão de coração Jair, ao meu cunhado Marciano e ao João, meu sobrinho, que nesse tempo veio ao mundo e que me fez companhia em alguns momentos da construção deste trabalho, às vezes roubando o mouse para brincar. Agradeço à minha vó *in memoriam* Ana, que por diversas vezes foi aconchego de mãe, ajudando na minha criação e formação. Também agradeço aos demais avós que com carinho possibilitaram com que eu chegasse até aqui. Agradeço aos demais familiares, tios/as, primos/as, que de uma forma ou de outra contribuíram na minha formação.

Agradeço ao Pe. Edinho, ao Elvis e a Bianca, que ainda em 2020 me acolheram na Casa de Espiritualidade Pe. Arturo (CEPA) e oportunizaram espaço para morar e acolhida no período inicial do mestrado, que foi marcado pela dura realidade da pandemia. Ao CEPA e à família ali construída, que se expande na rede de comunidade São João Batista e na pastoral da juventude local, meu sincero agradecimento. Também agradeço à Pastoral da Juventude do Rio Grande do Sul, na qual atuei na secretaria regional até o início de 2022, por me fazer crescer na integralidade como jovem, pelas oportunidades que vivenciei e pelas pessoas que conheci.

Estendo meu agradecimento e reconhecimento à professora Dr. Zenicléia Deggerone, professora e orientadora durante a minha graduação na UERGS. Obrigado pelo incentivo e pelas indicações, inclusive do tema da presente dissertação. Ainda agradeço aos meus colegas de graduação, a chamada comunidade, que me acompanharam, mesmo que distante, nesse processo.

Agradeço à Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar do Rio Grande do Sul (FETRAF-RS), em especial, na pessoa do Douglas Cenci, que me oportunizou espaço de trabalho e de crescimento. Igualmente agradeço ao Sindicato Unificado dos Trabalhadores na Agricultura Familiar (SUTRAF-AU), por ter me forjado, ainda quando agricultor familiar, para a luta e a defesa da agricultura familiar. Também agradeço ao Centro de Educação e

Assessoria Popular (CEAP), pelas experiências formativas e de trabalho durante este percurso.

Agradeço também aos agricultores familiares e ao Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida que me oportunizaram a realização dessa pesquisa e por fazerem do seu trabalho diário um mundo melhor.

Agradeço aos professores e ao PGDR, pela acolhida e pela disposição em nos provocar para o mundo da pesquisa. De modo especial agradeço ao meu orientador, Prof<sup>o</sup> Dr. Leonardo Xavier da Silva, pela oportunidade de acompanhamento nesta construção e pela calma e forma de condução que deram ânimo para a continuidade desta dissertação, além de propiciarem autonomia na construção. Agradeço à minha turma, que mesmo que de forma virtual, oportunizou parceria, momentos de escuta, partilha e conhecimento. Externo um agradecimento especial à minha colega Luísa Campos, pela colaboração e por ser uma fiel ouvinte nos momentos de preocupação. Nossas videochamadas e trocas de mensagens foram essenciais para essa construção.

Agradeço ao meu companheiro Gabriel da Rocha, que chegou no transcorrer desse processo e foi suporte e afeto. Também agradeço aos meus amigos Gabrieli, Lucas, Jean, Vanessa, Fabiane, Raphael e inúmeros outros que fizeram parte desse caminho, principalmente pelo cuidado. Cabe também meu agradecimento à minha psicanalista Miriam, que foi essencial nesse período.

Por fim, agradeço a Deus, que diante de inúmeras preces e orações, fez-se força, calma e esperança nesse percurso percorrido.

A agricultura familiar tem voz, vez e lugar!

## RESUMO

Os mercados alternativos da agricultura familiar vêm ganhando destaque no debate do desenvolvimento rural, tanto pela sua capacidade de atender às demandas da sociedade como de ampliar as condições dos agricultores familiares no acesso aos canais de comercialização. A experiência da Rede Ecovida de Agroecologia revela a importância da construção desses mercados e constitui-se em um campo aberto para pesquisas que busquem compreender melhor essas dinâmicas. A análise de redes sociais da Nova Sociologia Econômica é uma das abordagens que tem se debruçado para compreender melhor esses mercados. Diante disso, o objetivo desta pesquisa consiste em analisar as redes sociais que permeiam a ação econômica da Rede Ecovida na região Alto Uruguai – RS e seus impactos na ação dos agricultores familiares. A análise de redes sociais, partindo da perspectiva de que a construção dos mercados se encontra imersa em sistemas concretos e contínuos de relações sociais, busca identificar os atores e a estrutura da rede social com os pontos de encontro entre os atores e caracteriza os laços e elementos que permeiam a rede social. Para atingir este objetivo utilizou-se uma abordagem descritiva-explicativa, através de entrevistas semiestruturadas com os coordenadores das entidades que prestam assistência técnica e a coordenação do Núcleo Alto Uruguai e de observação não-participante de cinco grupos de agricultores, a fim de identificar elementos que caracterizem a rede social e qualifiquem as relações construídas, conforme propõe a teoria das redes sociais. Os resultados revelam que no Núcleo Alto Uruguai formou-se uma extensa rede de atores internos e externos que interferem na ação econômica dos agricultores familiares. Os atores internos ao Núcleo são constituídos pelos próprios agricultores familiares e seus respectivos grupos, entidades de assistência técnica, o Núcleo Alto Uruguai e a Associação Ecoterra. Os atores externos são as cooperativas, a Emater/ Ascar, entidades públicas, consumidores e os demais núcleos da Rede Ecovida. Internamente os atores constituem relações de maior proximidade que se pautam pela confiança, caracterizada por laços fortes. Essas relações são permeadas por mecanismos que colaboram para a manutenção da densidade da rede, necessária para a certificação participativa. Entretanto, os laços fortes não interferem na entrada de informações novas em decorrência das características organizativas da Rede. Externamente os laços são caracterizados como fracos, propiciando interações importantes na difusão de informações e na potencialização de mercados. Por fim, concluiu-se que a rede social caracterizada neste trabalho interfere de forma significativa na ação econômica dos agricultores, principalmente na construção de mercados alternativos. Sendo assim, a análise de redes é uma importante

ferramenta para a interpretação dos mercados da agricultura familiar, colaborando para a compreensão da construção desses mercados e como eles podem ser potencializados nos processos de comercialização.

**Palavras-chave:** Agricultura familiar agroecológica. Mercados. Relações sociais. Atores sociais. Laços fortes. Laços fracos.

## ABSTRACT

The alternative markets of family farming have been gaining prominence in the debate of rural development, both for their ability to meet the demands of society and to expand the conditions of family farmers in accessing marketing channels. The experience of Rede Ecovida de Agroecologia reveals the importance of building these markets and constitutes an field for research that seeks to understand these dynamics better. The analysis of social networks of New Economic Sociology is one of the approaches that has been used to better understand these markets. Therefore, the purpose of this research is to analyze the social networks that permeate the economic action of Rede Ecovida in the Alto Uruguai/RS region, and their impacts on the action of family farmers. Social network analysis, starting from the perspective that the market's construction is immersed in concrete and continuous systems of social relations, seeks to identify the actors and the structure of the social network with the meeting points among actors and characterizes the bonds and elements that permeate the social network. To achieve this goal, a descriptive-explanatory approach was used, through semi-structured interviews, with the coordinators of the entities that provide technical assistance and the coordination of the Alto Uruguai Nucleus, and non-participant observation of five groups of farmers, in order to identify elements that characterize the social network and qualify the relations built, as proposed by social network theory. The results reveal that in the Alto Uruguai Nucleus was formed an extensive network of internal and external actors that interfere in the economic action of family farmers. The internal actors to the Nucleus are made up for the own family farmers and their respective groups, technical assistance entities, the Núcleo Alto Uruguai, and the Ecoterra Association. The external actors are the cooperatives, Emater/RS-Ascar, public entities, consumers and the other cores of Rede Ecovida. Internally, the actors established closer relations that are based on trust, characterized by strong ties. These relations are permeated by mechanisms that collaborate to maintain the density of the network, which is necessary for participative certification. However, strong ties do not interfere with the dissemination of information due to the organizational characteristics of the Network. Externally, the ties are characterized as weak, providing important interactions in the dissemination of information and in the optimization of markets. Finally, it was concluded that the social network characterized in this work interferes significantly in the economic action of farmers, especially in the construction of alternative markets. Thus, network analysis is an important tool for the interpretation of

family farming markets, helping to understand these markets' construction and how they can be enhanced in the marketing processes.

**Keywords:** Agroecological family farming. Markets. Social relationships. Social actors. Strong ties. Weak ties.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura hierárquica e não hierárquica .....	30
Figura 2 - Esquema de interação entre autonomia e dependência, em relação aos mercados de inputs e outputs, e a produção para uso versus produção para troca .....	37
Figura 3 - Organograma da Rede ECOVIDA de Agroecologia .....	52
Figura 4 - Localização geográfica do Núcleo Alto Uruguai .....	53
Figura 5 - Rota e municípios do Circuito Sul no ano de 2006 .....	67
Figura 6 - Rota e Estações do Circuito Sul no ano de 2016 .....	68
Figura 7 - Sociograma do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida de Agroecologia .....	81
Figura 8 - Redes de interações entre os agricultores familiares e os diferentes consumidores .....	85
Figura 9 - Sociograma da rede com enfoque nos pontos de maior densidade.....	91

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipo de venda, definição e características dos principais circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos no Brasil.....	40
Quadro 2 - Pesquisas sobre redes sociais na ação econômica dos agricultores familiares .....	44
Quadro 3 - Procedimentos utilizados para geração dos dados para cada objetivo específico..	59
Quadro 4 - Procedimentos utilizados para organização, tabulação e tratamento dos dados para cada objetivo específico.....	60
Quadro 5 - Principais mercados acessados pelos agricultores familiares do Núcleo Alto Uruguai .....	70

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>14</b>
<b>2</b>	<b>NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA E MERCADOS: ELEMENTOS DE FUNDAMENTAÇÃO.....</b>	<b>20</b>
2.1	A NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA E SEU CONTEXTO HISTÓRICO .....	20
2.2	NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA, MERCADOS E REDES SOCIAIS .....	24
<b>2.2.1</b>	<b>Nova Sociologia Econômica e a análise de redes.....</b>	<b>27</b>
2.3	MERCADOS E A AGRICULTURA FAMILIAR.....	33
<b>2.3.1</b>	<b>Agricultura familiar de base ecológica e o acesso aos mercados.....</b>	<b>38</b>
2.4	ESTUDOS SOBRE REDES SOCIAIS NOS MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR .....	44
<b>3</b>	<b>UNIVERSO DE ESTUDO E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>51</b>
3.1	UNIDADE DE ANÁLISE E SEU CONTEXTO TERRITORIAL .....	51
3.2	ABORDAGEM DO ESTUDO .....	56
3.3	GERAÇÃO DOS DADOS .....	57
3.4	ORGANIZAÇÃO, TABULAÇÃO E TRATAMENTO DOS DADOS.....	59
<b>4</b>	<b>A CONFORMAÇÃO DOS MERCADOS ACESSADOS PELOS AGRICULTORES DO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA REDE ECOVIDA.....</b>	<b>62</b>
4.1	OS CANAIS DE VENDA ACESSADOS PELO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA REDE ECOVIDA.....	63
<b>5</b>	<b>OS ATORES SOCIAIS E INSTITUCIONAIS E AS RELAÇÕES SOCIAIS PRESENTES NO NÚCLEO ALTO URUGUAI.....</b>	<b>71</b>
5.1	OS ATORES INTERNOS AO NÚCLEO ALTO URUGUAI.....	72
<b>5.1.1</b>	<b>A Participação dos Agricultores Familiares.....</b>	<b>72</b>
<b>5.1.2</b>	<b>Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida .....</b>	<b>75</b>
<b>5.1.3</b>	<b>Associação Ecoterra.....</b>	<b>76</b>
<b>5.1.4</b>	<b>Entidades de assessoramento técnico das atividades produtivas e de comercialização .....</b>	<b>77</b>
5.2	OS ATORES EXTERNOS AO NÚCLEO ALTO URUGUAI.....	82
<b>5.2.1</b>	<b>Consumidores.....</b>	<b>82</b>
<b>5.2.2</b>	<b>Agentes Públicos de Extensão Rural.....</b>	<b>85</b>
<b>5.2.3</b>	<b>As Organizações Cooperativas .....</b>	<b>86</b>
<b>5.2.4</b>	<b>Os Núcleos da Rede Ecovida.....</b>	<b>87</b>

<b>5.2.5</b>	<b>O Poder Público Municipal, Estadual e Federal.....</b>	<b>87</b>
<b>6</b>	<b>A ESTRUTURA DA REDE SOCIAL DO NÚCLEO ALTO URUGUAI.....</b>	<b>90</b>
6.1	CENTRALIDADE DA REDE SOCIAL.....	90
6.2	NORMAS E DENSIDADE NAS REDES DO NÚCLEO ALTO URUGUAI.....	92
<b>6.2.1</b>	<b>Normas Formais.....</b>	<b>93</b>
<b>6.2.2</b>	<b>Normas Informais .....</b>	<b>98</b>
6.2	MECANISMOS PARA ASSEGURAR AS NORMAS E A DENSIDADE DA REDE.. .....	99
<b>7</b>	<b>FORÇA DOS LAÇOS NAS REDES SOCIAIS DO NÚCLEO ALTO URUGUAI.. .....</b>	<b>104</b>
7.1	LAÇOS ENTRE OS ATORES INTERNOS AO NÚCLEO ALTO URUGUAI.....	104
7.2	LAÇOS ESTABELECIDOS ENTRE OS AGRICULTORES E ATORES EXTERNOS À REDE .....	108
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>114</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>119</b>
	<b>APÊNDICE A - ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA.....</b>	<b>127</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos os mercados da agricultura familiar têm se destacado nos debates sobre o desenvolvimento rural. Os mercados são parte inerente dos processos sociais e econômicos dos agricultores familiares, ao mesmo tempo que são um desafio, sobretudo, pela dificuldade de acesso e de manutenção dos agricultores nos mercados, em decorrência da relação desigual estabelecida com seus concorrentes, das mudanças no mercado internacional e do processo acelerado de comoditização e da considerável diminuição de políticas públicas. Vários pesquisadores têm se debruçado para compreender melhor como se dá essa relação e o que é necessário para se potencializar a inserção desses atores nos mercados (SCHNEIDER, 2016; MALUF, 2004).

Algumas correntes teóricas apontavam que a agricultura familiar estaria fadada ao desaparecimento com o avanço do capitalismo no meio rural, sendo substituída pela agricultura especializada, com produção em larga escala e concentração de terras (PLOEG; 2008). Entretanto, mesmo com os avanços do modelo capitalista, a agricultura familiar conseguiu se consolidar, em especial pela capacidade de organização e de criação de mercados alternativos.

Os mercados alternativos, que encontram-se dentro do arcabouço das Redes Alternativas de Alimentação, referem-se a novos padrões de desenvolvimento rural em que são empregadas diferentes construtos e estratégias envolvendo dimensões sociais, ambientais, de localidade, região, cultura e qualidade na comercialização de alimentos. Trata-se de uma resposta proativa dos agricultores à constante mudança do contexto econômico e político de seus empreendimentos, que dificultam a manutenção de suas atividades frente as complexidades e adversidades postas pela produção e comercialização em massa (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2016).

Na esteira desse debate, a produção e comercialização de alimentos agroecológicos coloca-se como uma dessas estratégias, sobretudo, por atender à demanda global em torno de uma produção mais limpa, que preserve o meio ambiente, ajude combater as mudanças climáticas e as perdas de biodiversidade, mas que também seja sustentável do ponto de vista social e econômico, colaborando com a redução das desigualdades sociais, os problemas de saúde e de insegurança alimentar e nutricional.

A agroecologia parte de um olhar sistêmico e interdisciplinar, propõe um redesenho e o remanejamento de agroecossistemas e busca alcançar ou mitigar o impacto das relações entre o humano e a natureza e do humano com o humano. Sua proposta parte de três dimensões

centrais: a dimensão ecológica e técnico-agronômica; a dimensão socioeconômica de desenvolvimento local, ou socioeconômica e cultural; e a dimensão sociocultural e política. Estas dimensões articuladas buscam fazer frente aos problemas atuais e futuros que o atual modelo de desenvolvimento tem provocado (LOURENÇO *et al.*, 2016).

Essa proposta da agroecologia, que nasceu no final do século XX, colabora com o debate sobre o desenvolvimento rural, de modo que sua proposta extrapola questões apenas de ordem produtiva e busca pautar outros temas como as relações sociais e a construção da economia solidária. É nesse sentido que a agroecologia também está ligada ao debate dos mercados, sobretudo, da construção social de mercados alternativos, como os circuitos curtos de comercialização que aproximam e valorizam a relação direta entre produtores e consumidores.

A construção social dos mercados é um dos mecanismos dos diferentes atores que se ligam à agroecologia, como produtores, consumidores, organizações não governamentais (ONGs) e entidades parceiras para propiciar a difusão dos produtos. Um exemplo dessa experiência é a Rede Ecovida de agroecologia, a qual tem se destacado na promoção da agroecologia e na atuação como um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC), funcionando como entidade jurídica para os sistemas participativos de garantia de conformidade. A Rede Ecovida nasceu no final da década de 1980, fruto de processos de articulação e organização da luta pela agroecologia e hoje atua em todos os estados do Sul do Brasil (ECOVIDA, 2022).

A Rede Ecovida, como seu próprio nome sugere, se articula através de redes, buscando criar conexões, de forma horizontal e descentralizada entre agricultores, consumidores e ONGs. A ideia de rede parte da compreensão sobre a importância de relações diferenciadas, baseadas na construção participativa, como sugere a proposta da agroecologia.

Através da organização em rede vem ocorrendo uma significativa ampliação da Rede Ecovida e o fortalecimento da produção agroecológica de inúmeros agricultores familiares, além dela propiciar espaços de promoção e construção de mercados locais e mercados em redes, como é o caso das feiras livres de comercialização direta e do Circuito Sul de comercialização da Rede Ecovida, que hoje já tem alcance nos três estados do Sul e em São Paulo.

A ação desses atores na construção de mercados alternativos da agricultura familiar e a construção social dos mercados em si, tem sido estudada e explicada pela Nova Sociologia Econômica (NSE). Ela destaca que a construção dos mercados se encontra imersa em sistemas concretos e contínuos de relações sociais, ou seja, que toda ação econômica está

enraizada em redes sociais que a influenciam, assim, conhecer as relações sociais oportuniza compreender os mercados (GRANOVETTER, 2014).

A partir dessa compreensão Granovetter (2014), um dos principais autores da NSE, passou a estudar as redes de relações sociais para compreender a ação econômica dos atores, sobretudo, na influência das redes na origem da confiança e no desencorajamento da má-fé. Granovetter postula três conceitos centrais para compreender as redes quais sejam: as normas e a densidade de redes, que apontam que as ideias compartilhadas na rede são mais bem sustentadas quanto maior for a densidade da rede; a força dos laços fracos, pois é a partir de laços fracos entre os atores que ocorre maior circulação de informações novas e; os buracos estruturais, que são falhas na estrutura das redes sociais que possibilitam novos cursos de circulação de informação (GRANOVETTER, 2005).

A análise de redes sociais, através da articulação desses conceitos, é um campo aberto para pesquisas que busquem elucidar o comportamento dessas redes e como elas interferem na organização dos agricultores/as e em seus processos de produção e comercialização. No caso da agricultura familiar, alguns estudos já têm utilizado esta teoria para compreender como as redes interpessoais têm contribuído para a manutenção de agricultores familiares nos mercados. Entre eles cita-se o trabalho da Agne (2010), que utiliza a teoria das redes sociais para compreender os mercados de proximidade das agroindústrias rurais familiares na região do Conselho Regional de Desenvolvimento (Corede) Jacuí Centro/RS.

Maciel, Becker e Neske. (2019) também utilizam a abordagem da Nova Sociologia Econômica para compreender os mercados da ovinocultura na pecuária familiar no Rio Grande do Sul. Uma das conclusões desse estudo aponta que as redes sociais formadas pelos pecuaristas familiares no contexto territorial no qual estão inseridos são elementos chaves para se compreender o funcionamento dos mercados e a heterogeneidade dos atores que formam este mercado. Outro autor que tem se destacado no estudo do desenvolvimento rural a partir da abordagem da NSE é Wilkinson (1996; 2008). Ele tem se dedicado a repensar as opções de organização dos sistemas agroalimentares, abrindo leque para a compreensão da reestruturação dos processos agroindustriais no Mercosul.

Sendo assim, a análise de redes sociais se apresenta como uma fecunda análise dos mercados construídos pelos agricultores familiares, dada a sua capacidade de compreender como se dá a construção social dos mercados, o que ajuda a explicar a manutenção da agricultura familiar como categoria. Diante da importância de estudos que contribuam para compreender os mercados da agricultura familiar e diante das novas exigências para a produção de alimentos num mercado em disputa, esta pesquisa busca responder às seguintes

questões: Como as redes sociais influenciam a capacidade de organização produtiva e as ações econômicas dos agricultores familiares que atuam no Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida? Quem são os atores sociais e institucionais que contribuem para a dinâmica operativa da rede de comercialização? Que tipo de relações sociais estão presentes na estrutura do Núcleo Alto Uruguai?

Dada a relevância da Rede Ecovida na promoção e dinamização de experiências de agroecologia, busca-se investigar esta questão a partir de agricultores familiares que compõem a rede, mais especificamente de integrantes do Núcleo Alto Uruguai da Rede. Esta delimitação espacial da pesquisa justifica-se por dois motivos. O primeiro refere-se à carência de pesquisas desse formato na Região Alto Uruguai-RS, espaço marcadamente conformado pela agricultura familiar e que há mais de vinte anos tem desenvolvido experiências de agroecologia. O segundo motivo refere-se às restrições decorrentes do cenário pandêmico da COVID-19, que dificultaram a circulação de pessoas e exigiram maiores cuidados durante a pesquisa. Sendo assim, considerando-se que o autor é da região, optou-se pela delimitação deste tema de pesquisa.

Para dar conta deste problema de pesquisa, o objetivo geral deste trabalho consiste em verificar como as redes sociais influenciam a ação econômica dos agricultores familiares participantes do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida.

Este objetivo geral se desdobra em quatro objetivos específicos assim expressos:

- a) descrever a conformação dos mercados acessados pelos agricultores familiares do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida;
- b) identificar os atores que contribuem para a dinamização da organização da produção e a inserção dos agricultores familiares nos espaços de venda;
- c) caracterizar a estrutura da rede de comercialização do Núcleo Alto Uruguai;
- d) caracterizar a força dos laços formados entre os agricultores familiares e identificar os fatores que possibilitam ou dificultam a ampliação e consolidação dos mercados por eles acessados.

Entre as justificativas para a realização desta pesquisa cabe destacar quatro pontos principais. Primeiramente, a importância dos estudos das redes sociais para a compreensão dos mercados, sendo que a análise de redes possibilita identificar padrões e o conteúdo das relações na formação do mercado (BASTARZ, 2016), ou seja, conhecer as redes sociais que permeiam a ação econômica da Rede Ecovida possibilita compreender como são construídos os mercados pelos agricultores familiares que a integram.

Um segundo aspecto a ser considerado é a importância da construção de sistemas de produção diferenciados que visam à sustentabilidade. Como afirmam Maciel, Becker e Neske (2019), os mercados são as estruturas sociais que mais impactam na transformação das sociedades, e compreender como eles se estruturam pode contribuir para que sejam fortalecidas formas de produção mais sustentáveis, num contexto de agravamento dos problemas ambientais e de mudanças climáticas. O fortalecimento de mercados da agroecologia contribui para a construção de sistemas agroalimentares que extrapolem concepções estritamente econômicas, com base na valorização da produção de alimentos saudáveis para enfrentar os problemas da fome e combater as desigualdades sociais, de gênero e geracionais.

Um terceiro elemento a ser destacado é a disputa crescente em torno do nicho de mercado dos orgânicos. A partir da ampliação dos mercados de produtos livres de contaminantes químicos, grandes empresas e corporações também passam a olhar e se inserir nesse mercado. Em muitos casos já é possível perceber que as empresas passam a dominar o ramo, substituindo o pacote de insumos químicos por pacotes de insumos biológicos, para atender demandas ambientais e sociais, mas mantendo a lógica de exploração econômica e social. O avanço das empresas nesse ramo influencia os mercados dos agricultores agroecologistas, cabendo analisar como eles resistem e se estruturam para fazer frente a essas investidas.

Por fim, a escolha deste tema está atrelada a questões de interesse e motivação pessoais. O fato de o autor ser proveniente da agricultura familiar e estar próximo e inserido em seus respectivos mercados, bem como, possuir graduação na área da administração rural e já desenvolver pesquisas sobre o tema, ajuda a compreender a importância desses espaços e a necessidade de aprofundar investigações que fortaleçam e contribuam para potencializar a sustentabilidade dos agricultores familiares.

Esta dissertação está organizada em sete capítulos, além desta introdução e das considerações finais. No capítulo dois apresenta-se o referencial teórico sobre a nova sociologia econômica, sua relação com a análise de mercados e a abordagem das redes sociais, que ampara esta pesquisa. Neste capítulo também são apresentados estudos sobre os mercados da agricultura familiar e pesquisas que utilizaram da abordagem de redes sociais para analisar os mercados da agricultura familiar. No capítulo seguinte apresenta-se o objeto de estudo e a metodologia utilizada para atender os objetivos propostos.

No quarto capítulo apresenta-se os primeiros resultados da pesquisa, sendo uma retomada dos mercados acessados pelos agricultores familiares do Núcleo Alto Uruguai. No

quinto e sexto capítulo são apresentados os atores sociais e institucionais e a estrutura da rede social presente no Núcleo, sendo apresentado a rede de relações sociais, o grau de centralidade dos atores e as normas que permeiam a rede e que garantem a densidade da mesma.

Por fim, no capítulo sete, discute-se a força dos laços constituídos entre os atores na rede social analisada. Sendo apontado a diferença que a formação de laços fracos ou fortes apresenta sobre os mercados dos agricultores familiares.

## **2 NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA E MERCADOS: ELEMENTOS DE FUNDAMENTAÇÃO**

Este capítulo tem o objetivo de apresentar as construções teóricas e bibliográficas já desenvolvidas sobre a análise de redes sociais e os mercados para a agricultura familiar e trazer elementos que contribuam para embasar esta pesquisa. Inicialmente, busca-se contextualizar a Nova Sociologia Econômica, com abordagem de suas raízes históricas e alguns conceitos utilizados para interpretar a ação econômica, em especial a partir da análise de redes sociais e seus conceitos-chaves, como normas, centralidade e densidade da rede, força dos laços e buraco estrutural, que colaboram para a interpretação dos mercados. Na sequência apresentam-se algumas construções teóricas que categorizam os mercados da agricultura familiar e, por fim, algumas referências bibliográficas de autores que utilizam a análise de redes sociais em pesquisas dos mercados da agricultura familiar.

### **2.1 A NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA E SEU CONTEXTO HISTÓRICO**

A Nova Sociologia Econômica (NSE) é um campo de estudo emergente que nasceu na década de 1980 e vem se consolidando a partir de sua originalidade em reaproximar o trabalho da Sociologia com o da Economia, em especial pela forma sociológica de interpretar os principais objetos da economia (RAUD-MATTEDI, 2005). Antes de adentrar no estudo da Nova Sociologia Econômica, que possui raízes na antiga Sociologia Econômica, cabe olhar brevemente para a sua origem.

Falar de Sociologia Econômica é remontar um campo de investigação que têm sua origem no final do século XIX e início do século XX. Seu início está ligado aos considerados pais da Sociologia, dado que eles possuíam uma ligação direta com a Economia, seja por serem economistas, como foi o caso de Karl Marx e Vilfredo Pareto, seja por terem ocupado a cátedra da Economia, como foi o caso de Max Weber, ou ainda, por terem desenvolvido críticas sobre a teoria econômica, como o fez Émile Durkheim (SMELSER; SWEDBERG, 2005; WILKINSON, 2002).

No período inicial, a Sociologia Econômica centrava-se nos estudos desenvolvidos por estes sociólogos, que buscavam, através de suas pesquisas, entender a relação da sociedade na interferência da construção da Economia e vice-versa, considerando a Economia como parte orgânica da sociedade. A definição de Sociologia Econômica, nesse período, atrelava-se ao

uso da sociologia para explicar a economia e suas variáveis como produção, distribuição, troca e a escassez de produtos e bens e serviços (SMELSER; SWEDBERG, 2005).

Entretanto, a novidade do movimento da Sociologia Econômica se restringia muito aos autores da sociologia, não sendo percebida na maioria dos clássicos da economia, devido à teoria neoclássica ganhar força e fundamentar as principais pesquisas em economia. A teoria neoclássica, ao tecer o conceito de *homo economicus*, entendia o indivíduo como se fosse autônomo em relação à estrutura social, ou seja, o homem era um maximizador do consumo e do lucro, que se movia apenas a partir do preço ou de seus benefícios próprios, logo, independente do contexto e da estrutura social (BOVO, 2007).

Mais tarde, com a institucionalização da Sociologia como disciplina, ela também sofreu o afastamento da análise das instituições econômicas, ou do tratamento dessas nos seus aspectos não econômicos (WILKINSON, 2002). Isso acabou gerando, conforme apontam Smelser e Swedberg (2005), que após os grandes clássicos (Marx, Weber, Durkheim e Simmel) ocorreu um declínio das pesquisas na Sociologia Econômica. Os autores acrescentam que esse declínio não é totalmente claro, sendo uma das possíveis explicações a falta de discípulos de Weber e Simmel e o fortalecimento da ideia do *homo economicus*.

Wilkinson (2002) acrescenta que essa divisão entre a sociologia e a economia ficou mais evidente nos Estados Unidos, onde dava-se o domínio da tradição neoclássica sobre a Economia e o funcionalismo-estruturalista. Já, na Inglaterra, por influência marxista e da subdisciplina sociologia do trabalho, houve alguns trabalhos que integraram a análise econômica com perspectivas sociais. Na França, sob influência da teoria da regulação e o complemento micro da teoria das convenções, propiciou-se o avanço na análise interdisciplinar.

Embora com menos pesquisas, esse período de declínio, que aconteceu a partir de 1920, também não foi por si um espaço vazio de pesquisas na área da Sociologia Econômica. Aí surgiram importantes autores, como Joseph Schumpeter, Karl Polanyi e Talcott Parsons, que desenvolveram pesquisas importantes na área. Schumpeter (1883-1950) era economista e se colocou como um dos únicos, entre os economistas, a tentar criar um lugar ao lado da teoria econômica para a Sociologia Econômica. Para Schumpeter, ela era o estudo das instituições, espaço no qual ocorre o comportamento econômico. Já, Karl Polanyi (1886 - 1964) se destacou pelo seu trabalho intitulado “A grande transformação”, escrito no período da segunda guerra mundial (SMELSER; SWEDBERG, 2005). Nesta obra, Polanyi desenvolveu o conceito de *Embeddedness* (enraizamento/imersão), que expressa a ideia de que a ação de atores nos mercados pré-mercantis era condicionada pelas estruturas sociais, as

quais eram estabelecidas e enraizadas em regras, normas, convenções e hábitos (POLANYI, 2000). Mais tarde este conceito de *embeddedness* passou a ser utilizado pela Nova Sociologia Econômica, que entende que o *embeddedness* também ocorre em sociedades mercantilizadas (GRANOVETTER, 2014). Por fim, Parsons (1902-1978), embora com vários trabalhos dentro da Sociologia Econômica, se destacou pelo trabalho desenvolvido junto com Smelser, chamado “Economia e Sociedade”, no qual eles sugerem que tanto a economia como a sociologia podem ser entendidas como partes da teoria dos sistemas sociais (SMELSER; SWEDBERG, 2005).

Esse cenário de declínio ou de consenso em relação à divisão do trabalho entre Sociologia e Economia (RAUD-MATTEDI, 2005) têm seu momento de reviravolta a partir da década de 1980, com a retomada mais intensa das pesquisas na área. Essa nova investida das pesquisas, ou renovação da Sociologia Econômica, segundo Lévesque, Bourque e Forgues (2001), deu-se em resposta a uma dupla crise: por um lado, a crise do conhecimento sobre a Economia e a sociedade, revelado, em especial, na crise dos paradigmas neoclássicos, Keynesiano e Marxista, e, por outro lado, uma crise no mundo real da economia, através da crise do modelo fordista, do estado de bem-estar social e da emergência da globalização.

Os autores acrescentam que nesse período houve a necessidade real da sociologia compreender os fenômenos econômicos. Enquanto a antiga Sociologia Econômica aceitava certa divisão do trabalho com a ciência econômica, a Sociologia Econômica emergente busca tomar a economia como seu principal objeto de estudo, não apenas propondo uma crítica, mas também buscando propor alternativas. Sua pretensão era de se colocar como contrapeso à abordagem redutora da ciência econômica e tornar o mercado um fenômeno natural e único (LÉVESQUE; BOURQUE; FORGUES, 2001).

Lévesque (2014), em outro trabalho, descreve quatro elementos que potencializam a mudança nos rumos das pesquisas da Nova Sociologia Econômica. O primeiro é a ideia de que a NSE procura diferenciar-se da antiga, em especial da Sociologia Econômica dos anos de 1920 a 1970, no que tange ao paradigma parsoniano “Economia e sociedade” e a de uma sociologia especializada, tal qual a sociologia do trabalho e a sociologia industrial. Segundo o autor, nesse período, a Sociologia Econômica debruçou-se para entender exclusivamente sobre o que se passava na origem do desenvolvimento ou nos seus efeitos, deixando para os economistas os objetos centrais da economia, como o mercado e a moeda, confirmando, assim, a divisão entre o econômico e o social. Embora a NSE retome os principais autores, também tidos como pais da Sociologia Econômica, ela se diferencia de algumas linhas, em

especial do determinismo econômico da sociedade, postulado pela sociologia marxista, em favor de uma determinação social da economia.

A segunda hipótese levantada pelo autor é de que a NSE surgiu em um contexto comparável ao período do fim do século XIX, no qual se destacaram os clássicos da Sociologia Econômica. Nesse período destacaram-se grandes transformações, em especial, pela afirmação do *Laissez-faire*, o qual justificou uma economia política que se autoproclamou ciência, a internacionalização que tomou a forma de imperialismo e a organização científica que produziu o desaparecimento de várias profissões, e uma desqualificação da massa trabalhadora. Este contexto provocou, em contraponto, a institucionalização dos sindicatos e da economia social e a organização do partido dos trabalhadores na Europa. Muito próximo à dinâmica desse período, o final do século XX foi marcado por crises precedidas de mudanças, a exemplo do fim das experiências soviéticas de economia e de algumas experiências de social-democracia, que possibilitaram tornar possível a proposta neoliberal de autorregulação do mercado. Entretanto, esse contexto impulsionou o que o autor chamou de “reabilitação da sociedade civil”, através da ampliação das intervenções sociais. Destaca-se também que esse contexto apresenta oportunidades e ameaças para repensar o desenvolvimento econômico, tais como a crítica social e cultural, a globalização estreitamente ligada ao processo de financeirização, as tecnologias de informação e comunicação e a ampliação dos riscos, revelando a necessidade de uma racionalidade social e ética (LÉVESQUE, 2014).

O terceiro elemento levantado pelo autor é que a NSE se coloca como um novo paradigma, principalmente no que diz respeito ao lugar do ator social, dando espaço para atores sociais e individuais, reconfigurando e redefinindo o conteúdo da relação entre o econômico e o social. O econômico passou a não ser reduzido ao mercantil para incluir o não mercantil e o não monetário e o social, deixando de ser reduzido à distribuição e aos gastos sociais. Por fim, no quarto elemento o autor supõe que a maioria das abordagens originadas da NSE, mesmo que sejam bastante diversificadas entre si, são pertinentes para se repensar e compreender a Economia como objeto sociológico. Em seu trabalho sobre as contribuições da NSE para repensar a Economia, no sentido do desenvolvimento sustentável, o autor identifica e classifica 10 abordagens diferentes da Nova Sociologia Econômica, diferenciando as de origem inglesa daquelas de língua francesa (LÉVESQUE, 2014).

Para Lévesque (2014), essas diferentes abordagens da NSE ajudam a clarear que a Economia é social, seja pelos seus *inputs* (subvenções, bens coletivos e públicos, sistema social de inovações, capital social, dotações institucionais e dotações culturais), pelos seus

*outputs* (exterioridades – empregos, desenvolvimento de coletividade, relação com a natureza, qualidade de vida), ou pelo fato de o mercado constituir tanto uma forma institucional e organizacional como uma construção social.

Sendo assim, a NSE se consolida como um importante campo de pesquisa, tendo “[...] por objetivo explicar fenômenos econômicos (produção, distribuição, troca e consumo de bens e serviços escassos), por meio de modelos, referências e variáveis sociológicas” (SMELSER; SWEDBERG, 1994<sup>1</sup> *apud* MARTES, 2014, p. 22). Contemplando os objetivos deste trabalho e tendo em vista que uma das principais áreas de atuação da NSE é o estudo de mercados (MARTES, 2014), na próxima seção aprofundam-se as compreensões sobre o mercado, especialmente a interpretação dos mercados como redes sociais.

## 2.2 NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA, MERCADOS E REDES SOCIAIS

A Nova Sociologia Econômica, emergente a partir da década de 1970, mas com maior destaque a partir da década de 1980, teve como uma das áreas principais de aprofundamento o estudo dos mercados. Essa retomada dos estudos, segundo Zelizer (1988), parte do entendimento de que os sociólogos abdicaram do estudo dos mercados aos economistas, fortalecendo ainda mais o domínio de um modelo de mercado ao adotar ferramentas analíticas econômicas para suas próprias pesquisas.

Wanderly (2002), em consonância com Zelizer, aponta que a NSE parte da crítica à divisão ou ausência dos estudos da Sociologia sobre os mercados e a predominância dos pressupostos da economia neoclássica, em especial, do individualismo metodológico que previa atores racionais instrumentais e ausência de estrutura social. “Os trabalhos da NSE caracterizavam-se pela busca de um espaço maior para a análise sociológica das transações econômicas que o espaço definido pelo pacto parsoniano” (WANDERLEY, 2002, p. 15-16). A autora acrescenta que:

A primeira fase da Nova Sociologia Econômica esteve formada por trabalhos que visaram definir sua identidade em contraposição à teoria econômica neoclássica, que trata o mercado como um modelo abstrato sem realidade empírica. Os quatro modelos de mercado que serviram de referência (negativa) para a análise sociológica nas últimas três décadas são: competição perfeita, competição monopólica, oligopólio e monopólio (WANDERLEY, 2002, p. 16).

---

<sup>1</sup> SMELSER, Neil J.; SWEDBERG, Richard. (Ed.). Handbook of economic sociology Princeton: Princeton University, 1994.

Portanto, os mercados passaram a ser encarados, em contraposição à ideia do mercado como uma entidade autorregulável, como espaços reais de interações sociais, onde a forma do mercado se dá por aspectos como força, organização, poder e recursos disponíveis. Na NSE “[...] o objetivo é mostrar que, nos mercados, os vínculos sociais concretos, localizados, são determinantes de suas dinâmicas e que, portanto, sua autorregulação depende da própria maneira como a interação social ocorre” (ABRAMOVAY, 2004, p. 55). Desse modo,

O estudo dos mercados como estruturas sociais enraíza os interesses dos indivíduos nas relações que mantêm uns com os outros e não supõe um maximizador abstrato, isolado, por um lado, e a economia, por outro, como resultado mecânico da interação social (ABRAMOVAY, 2004, p. 36).

Vale destacar que nesse período inicial da NSE, para além da massiva entrada dos sociólogos, surgiram outras áreas que passaram a fazer críticas à perspectiva da interpretação do mercado apenas pela economia, como a antropologia, os historiadores sociais, cientistas políticos, psicólogos econômicos, filósofos, etc. Assim, avança-se na multidisciplinariedade de interpretações dos mercados (ZELIZER, 1988).

Dentro da sociologia, segundo Wanderly (2002), constituem-se nesse período, quatro grupos de estudos sociológicos do mercado, sendo: o de enfoque estrutural, que define os intercâmbios econômicos como padrões de relações interpessoais concretas; o de enfoque cultural, que analisa o papel dos significados coletivos na definição das estratégias econômicas; o de enfoque cognitivo, que está dirigido às regularidades estruturais dos processos mentais que limitam o exercício da racionalização econômica; e o de enfoque político, que privilegia as lutas pelo poder entre instituições sociais e políticas, como o Estado e as classes sociais.

No que se refere mais especificadamente à organização do mercado, Abramovay (2004) destaca que se consolidam duas áreas de pesquisas dentro da NSE. Uma delas aponta que “[...] a ação econômica possui um significado que não é dado de antemão e sim construído na relação entre os atores” (ABRAMOVAY, 2004, p. 56). Nesta corrente, que tem Paul Di Maggio como um dos principais autores, a cultura ganha um papel importante, dado que ela é capaz de moldar as instituições econômicas e os negócios. Ela entende que os modelos mentais dos atores devem ser buscados na cultura e não nas ciências da cognição, mostrando que as instituições são resultadas das interações sociais (ABRAMOVAY, 2004).

A outra corrente, a qual embasa a realização desta pesquisa, possui como um dos principais autores Harrison White, o qual “[...] postula que os mercados são mecanismos de

construção de preços e que só podem ser compreendidos por meio da interação social concreta, localizada, específica entre os atores” (ABRAMOVAY, 2004, p. 55).

Segundo Abramovay (2004), para esta corrente, mesmo nos mercados concorrenciais, os atores procuram referências em suas ações econômicas, ou seja, os mercados não se formam pelo equilíbrio entre oferta e procura, mas em virtude das relações sociais entre os próprios atores. Mark Granovetter, orientado de White, é outro importante autor dessa corrente pelo seu estudo das redes sociais e o uso de conceitos como força de laços fracos para interpretar os mercados (WILKINSON, 2002).

Granovetter, um dos principais autores da NSE, inclusive considerado por muitos como pai da NSE, dado que ele foi o primeiro a utilizar o termo, destacou-se inicialmente pelas pesquisas desenvolvidas sobre as redes sociais no mercado de trabalho nos Estados Unidos (ABRAMOVAY, 2004; WILKINSON, 2002). Segundo o autor, as redes criadas entre as pessoas constituem-se como um fator determinante para que elas consigam empregos. Para o autor, o mercado de trabalho não se dá apenas pela demanda e oferta de emprego, cuja conquista do emprego ou de melhores empregos se dá de forma formal, mas sim, através da influência direta das redes sociais, relações e indicações que propiciam que grande parte dos empregos sejam conquistados (GRANOVETTER, 1973).

Outro importante trabalho de Granovetter foi a “Ação Econômica e Estrutura Social: O Problema da Imersão”, de 1985, sendo considerado um dos artigos mais citados na Sociologia Econômica desde a década de 1980 (SMELSER; SWEDBERG, 2005). Nesse trabalho, publicado em português no ano de 2007, Granovetter desenvolve uma crítica às visões das economias clássica e neoclássica que se baseiam em uma concepção atomizada e subsocializada da ação humana na economia, bem como a visão da sociologia, que ao inverso, aborda sobre uma visão supersocializada (GRANOVETTER, 2014).

Segundo o autor, embora essas duas perspectivas tenham um grande contraste, ambas partilham da concepção de que as ações e decisões são conduzidas por atores atomizados. Na abordagem subsocializada, a atomização está ligada à ideia utilitarista de que os atores se movem apenas por interesses próprios e na supersocializada, deriva da ideia de que os atores interiorizam padrões comportamentais e, portanto, as relações sociais se restringem a efeitos periféricos (GRANOVETTER, 2014).

Contrapondo-se a essas concepções, o autor retomou o conceito de *embeddedness* de Karl Polanyi (WILKINSON, 2002), apontando que os atores, ao desenvolverem suas ações, estão imersos em sistemas concretos e contínuos de relações sociais, ou seja, toda a ação

econômica está enraizada em redes sociais. Para o autor, essas redes dão origem à confiança e ao desencorajamento da má-fé (GRANOVETTER, 2014).

Granovetter, ao retomar o conceito de *embeddedness*, contrapõe a visão dominante dos sociólogos, antropólogos, cientistas políticos e historiadores de que o comportamento econômico estaria imerso em redes sociais apenas em sociedades pré-mercantis e que teria se tornado mais autônomo com a modernização. O autor afirma que:

[...] o nível de imersão do comportamento econômico é mais baixo em sociedades não reguladas pelo mercado do que o sustentado pelos substantivistas e teóricos do desenvolvimento, e que esse nível mudou menos com o processo de modernização do que esses autores defendem; mas sustento também que esse nível sempre foi e continua a ser mais substancial do que o considerado pelos formalistas e economistas (GRANOVETTER, 2014, p. 34).

Sendo assim, Granovetter coloca a natureza das redes sociais e a posição do ator nessas redes como ponto de partida para a análise da vida econômica na sociedade mercantilizada (WILKINSON, 2002), destacando-se pela interpretação original e por tornar as redes sociais um importante instrumento analítico (GRISA, 2010). Entretanto, Granovetter (2014) destaca que essa visão não produz previsões generalizáveis (e, portanto, improváveis) de ordem ou desordem universal, mas sustenta que cada situação será determinada pelos detalhes da estrutura social. A partir disso, na próxima sessão apresenta-se um debate sobre as redes sociais e o seu uso para a interpretação da ação econômica.

### **2.2.1 Nova Sociologia Econômica e a análise de redes**

Neste trabalho cabe aprofundar e detalhar a análise estrutural dos mercados, em especial a análise de redes, como um subgrupo da sociologia estrutural. A sociologia estrutural é uma abordagem que coloca as estruturas sociais, restrições e oportunidades como principais influenciadores da ação humana, mais que as normas culturais ou outras condições subjacentes (MIZRUCHI, 2014). A análise de redes, como um arcabouço da sociologia estrutural, se baseia em uma noção clara dos efeitos das relações sociais sobre o comportamento individual e grupal, ou seja, o princípio básico da análise de redes é que a estrutura das relações sociais determina o conteúdo dessas relações (MIZRUCHI, 2014).

Fligstein e Dauter (2012, p. 482) apontam que “[...] a análise de rede é uma técnica para achar estruturas sociais em dados relacionais. Não é uma teoria das relações subjacentes aos dados e dos mecanismos que essas relações representam”. Os autores acrescentam que as

técnicas de rede buscam explicar as estruturas sociais a partir de conceitos como poder, dependência de recursos, cooptação, informação e confiança.

Mizruchi (2014) também entende que o princípio básico de redes é que a estrutura das relações sociais determina o conteúdo dessas relações, rejeitando a noção de que as pessoas são combinações de atributos, ou de que as instituições são entidades estáticas com limites claramente definidos. Indo ao encontro dessa visão, Abramovay (2004, p. 55) argumenta que o objetivo da análise de redes “[...] é mostrar que, nos mercados, os vínculos sociais concretos e localizados, são determinantes de suas dinâmicas e que, portanto, sua autorregulação depende da própria maneira como a interação ocorre”.

Para explicar a influência das redes sociais sobre a ação econômica, a questão da imersão social, Granovetter (2005) desenvolveu três conceitos, quais sejam: as normas e a densidade da rede social; a força dos laços e; a importância do buraco estrutural. No primeiro conceito, referente às normas e à densidade da rede social, Granovetter (2005) ressalta que as normas são ideias compartilhadas sobre a maneira adequada a qual cada ator deve se comportar na rede. Junto às normas também decorre a densidade da rede, quanto mais densa a rede mais provável e fácil que as normas sejam sustentadas. Sendo assim, a densidade é a proporção dos possíveis nós (atores), dividida pela quantidade de conexões existentes.

A densidade da rede possibilita que os desvios de normas sejam mais difíceis de acontecerem ou de se esconderem, dada a maior facilidade na punição. Essa facilidade se justifica pelo fato de que quanto mais densa for a rede, mais informações, ideias e influências poderão percorrer pela rede/nós. Em síntese, maior densidade permite que as ideias circulem, sejam encontradas, discutidas e corrigidas. Quanto maior for a rede, maior será a tendência de uma densidade baixa, dado que as pessoas têm habilidades cognitivas, emocionais, espaciais e limites temporais de quantos laços sociais podem sustentar. Assim, quanto maior for o grupo, menor será sua capacidade de cristalizar e fazer cumprir as normas (GRANOVETTER, 2005).

O segundo conceito abordado por Granovetter (1973; 2005) é a força dos laços, que se refere ao grau em que se estabelecem as relações na rede social. “O grau de coincidência entre dois sistemas individuais varia diretamente de acordo com a força que os une ou liga um ao outro.” (GRANOVETTER, 1973, p. 1, tradução nossa). Para Granovetter (1973, p. 2, tradução nossa):

[...] a força de um vínculo é uma combinação (provavelmente linear) de tempo, intensidade emocional, intimidade (confiança mútua) e serviços recíprocos que caracterizam o dito vínculo. Cada um desses aspectos é independente do outro, embora o conjunto seja altamente intracorrelacionado.

Granovetter (1973) aponta três possibilidades de grau para os vínculos, podendo serem fortes, fracos ou ausentes. Em síntese, os vínculos fortes são constituídos por relações nas quais predominam os vínculos de confiança, dados por amizade, parentesco e proximidade. Os vínculos fortes também condizem com o tempo e o esforço dedicados à relação. Já, os laços fracos consistem em vínculos inconstantes, com baixa intimidade e reciprocidade entre os atores e que ocorrem com menor frequência e intensidade (GRANOVETTER, 1973; 2005). O autor acentua que “A ênfase nos laços fracos presta-se à discussão das relações entre os grupos e à análise de segmentos da estrutura social que não são facilmente definidos em termos de grupos primários” (GRANOVETTER, 1973, p. 1).

No que se refere à difusão de informações, Granovetter (1973; 2005) aponta que nas relações de laços fracos as informações novas tendem a circular com maior facilidade e ganhar proporções maiores, enquanto nos laços fortes elas tendem a circular com menor intensidade. Uma das explicações do autor sobre esse fato é que, um ator (A) que possui laços fortes com outros dois atores distintos (B e C), mesmo que os atores B e C não se conheçam, tendem a também possuírem laços fortes, dadas as características que os atraem ao ator A serem comuns. Nesse caso, a ilustração de Granovetter é a de que uma informação repassada do ator A para os atores B e C, quando B for repassar a informação para C, ou vice-versa, este já estará conhecedor e a informação se sobreporá, tendendo a se repetir. Isso também se deve ao fato de que os atores com laços fortes tendem a circular pelos mesmos espaços, logo tendem a se restringir a esses laços.

Já, em uma relação de laços fracos as informações que o ator A repassa para os atores B e C tendem a ter mais circulação, porque esses tendem a repassá-las para outros atores com os quais constituem laços fortes ou fracos (GRANOVETTER, 1973). Portanto, a “[...] força dos laços fracos constitui-se na oportunidade de integração nas comunidades, na conexão a um mundo mais amplo e na transmissão de informações únicas em redes sociais desconectadas” (GRANOVETTER, 2005, p. 34).

A partir desse conceito Granovetter (2005) busca elucidar a força dos laços interpessoais na interação em pequena escala e como o uso dessa análise pode relacionar-se com aspectos de vários macrofenômenos como difusão, mobilidade social, organização política e coesão social em geral.

Por fim, tem-se o conceito de buracos estruturais, o qual Granovetter (1992) retoma o conceito de Burt, que ampliou e reformulou o argumento dos “laços fracos”, destacando que mais importante que a qualidade dos vínculos, é a maneira como diferentes partes da rede funcionam como pontes, ou seja, a capacidade dos atores constituírem vias em que as

informações ou outros recursos possam fluir entre os diferentes setores da rede, extrapolando os canais já existentes.

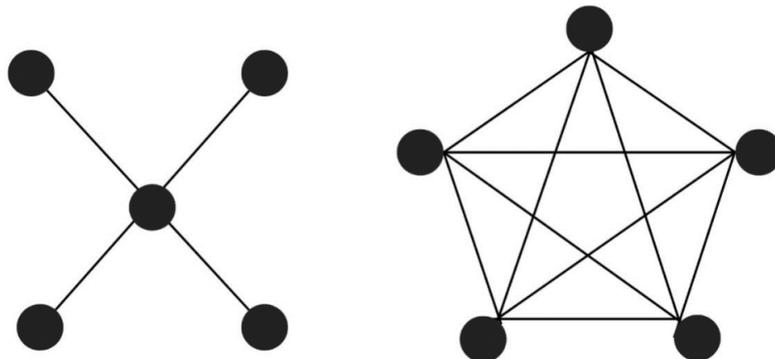
Grisa sintetiza o princípio dos buracos estruturais como:

O princípio dos buracos estruturais está profundamente ligado com o princípio anterior (força dos laços). Aqui é enfatizada a importância de indivíduos com laços em múltiplas redes as quais estão em grande medida separadas umas das outras. Estes indivíduos constituem verdadeiras “pontes”, as quais são os únicos caminhos por onde as informações e outros recursos podem fluir de uma rede a outra. Sem eles, o que há são “buracos estruturais” (GRISA, 2010, p. 104-105).

Além desses três conceitos, um outro utilizado para análise das redes sociais é o de centralidade de rede, que é uma medida que busca revelar a correlação entre a centralidade dos agentes e a sua influência sobre o grupo, ou seja, a correlação de centralidade e poder dos agentes (MIZRUCHI, 2014). A relação entre centralidade e poder vai ao encontro de um princípio básico da rede “[...] de que, a posição de um agente numa estrutura social tem impacto significativo sobre seu comportamento e bem-estar” (MIZRUCHI, 2014, p. 138).

Os principais autores que estudam a medida da centralidade desenvolveram fórmulas para calcular a centralidade. Freeman (1979), por exemplo, ao se dedicar no estudo da centralidade estrutural, reuniu nove medidas de centralidade. Em uma das estruturas clássicas, reunindo cinco atores, Freeman afirma que uma rede hierárquica possui grau de centralização máximo igual a 1 e a mínima igual a 0, como pode ser visualizado na Figura 01. Em seu lado esquerdo tem-se uma imagem com um grau de centralidade máxima, apontando uma estrutura hierárquica, enquanto no seu lado direito visualiza-se uma estrutura não hierarquia. Este desenho ajuda a compreender que quanto mais centralizadas forem as conexões em um ator, maior será a hierarquia em uma rede.

Figura 1 - Estrutura hierárquica e não hierárquica



Fonte: Elaborada pelo autor com base em Freeman (1979).

Freemam (1979) cria essa medida com base em três fundamentos conceituais, sendo centralidade de grau, intermediação e proximidade. Esses três conceitos são explicados por Bastarz (2016), da seguinte forma:

O grau é uma medida da influência direta que um vértice tem em relação a seus contatos, a proximidade está relacionada com o tempo que uma informação leva para ser compartilhada por todos os nós (atores) na rede, e a intermediação de um nó (ator) pode ser considerada como o controle da comunicação entre todos os demais pares de nós da rede. As medidas de centralidade de proximidade e centralidade de intermediação são baseadas na suposição que a informação (ou qualquer conteúdo da ligação) é transmitida somente ao longo das possíveis pontes mais curtas. (FREEMAM<sup>2</sup>, 1979 *apud* BASTARZ, 2016, p. 126).

Nesta pesquisa, que não possui a pretensão de ser quantitativa, será feita uma observação simplificada de centralidade sobre a rede. Para isso, será utilizada a noção de Freemam (1979) de centralidade de grau, a qual, como afirma Bastarz (2016), é conceitualmente a mais simples e se define pelo número de ligações incidentes sobre um ator (nó).

Através da centralidade de grau é possível analisar a concentração e o poder sobre a dinâmica da rede, em especial porque os atores que possuem maior número de relações também possuem maior poder sobre o fluxo de informações que circulam entre os atores. Logo, também demonstra a autoridade hierarquia possível, capacidade de apropriação de inovações e coordenação de ações que garantem a existência da rede, sua estabilidade e dinâmica (BASTARZ, 2016).

Bastarz (2016) acrescenta que, no caso de uma rede orientada para gerar o grau de centralidade, é feita a definição de duas medidas distintas de centralidade de grau, denominada de *indegree* e *outdegree*. “*Indegree* é uma contagem do número de ligações direcionadas para o nó (ator) e *outdegree* é o número de ligações que o nó (ator) encaminha para outros nós (atores)” (BASTARZ, 2016, p. 126).

O uso da análise de redes tem se tornado popular nas pesquisas dentro da Nova Sociologia Econômica por tratar-se de um método considerado flexível e que possibilita que o pesquisador esteja perto da realidade empírica e a teorize (SWEDBERG, 2005). Para além da Nova Sociologia Econômica, a análise de redes sociais tem se tornado popular em outras áreas de pesquisas, a exemplo da ciência política, sendo utilizada de diferentes formas para compreender como se dá a formulação e a implementação de políticas públicas e a análise da

---

<sup>2</sup> FREEMAN, L.C. Centrality in social networks: conceptual clarification. *Social Networks*, Amsterdam, v. 1, p. 215–239, 1979.

governança (CAPELLA; BRASIL, 2015). A adoção da abordagem de redes, segundo Calmon e Costa (2013), está relacionada à ampliação dos estudos sobre problemas que tratam do caráter relacional da organização da vida social. Tais estudos se opõem às abordagens determinísticas das relações sociais e do individualismo metodológico. Esses autores frisam que “[...] a abordagem baseada em redes, gerou em grande parte, um meio termo entre essas duas vertentes, na medida em que reconhece a relevância da ação individual, mas entende que ela é restringida e inserida (*embeddedness*) em uma estrutura de relações sociais específica” (CALMON; COSTA, 2013, p. 3).

Entretanto, a análise de redes também tem recebido algumas críticas, em especial pelo seu limite na interpretação do mercado. Perguntas sobre os motivos que levam as pessoas se envolverem nas redes e em que circunstâncias as redes se estabelecem em um mercado acabam não fazendo parte da teoria, sendo preciso adicionar, o que em boa parte das pesquisas não acontece (SWEDBERG, 2005).

Raud-Mattedi (2005), em seu trabalho “Análise crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação” reuniu, para além dos aspectos positivos da análise de redes, alguns limites de sua análise. Um dos primeiros limites identificado pela autora é que a abordagem estrutural não rompe fundamentalmente com o pressuposto do ator interessado da ciência econômica, ou seja, para os autores dessa abordagem os atores ainda são movidos pelos interesses. A segunda crítica é referente à insuficiência de reflexão a respeito dos mecanismos pelos quais as estruturas da rede permitem a emergência e a manutenção da confiança. Nesta crítica a autora aponta que o próprio Mark Granovetter reconhece os limites da análise, apontando a necessidade de pesquisas que definam as fronteiras da confiança e da afiliação social.

A terceira crítica elencada pela autora refere-se à permanência da forte influência do individualismo metodológico sobre a análise de redes, isto é, a explicação dos fenômenos sociais se prende à observação das ações individuais. A quarta crítica, refere-se à ausência da análise sobre as forças invisíveis, ou seja, a análise de redes acaba se centrando apenas nas relações que podem ser observadas. E, por fim, a autora acrescenta a crítica sobre a ausência na análise das dimensões cultural e jurídico-política (RAUD-MATTEDI, 2005).

Em relação à crítica à ausência da dimensão política na abordagem de redes, um dos principais autores críticos é Fligstein (1996). Segundo o autor, a principal limitação da abordagem de redes sociais é que as redes são estruturas sociais esparsas, sendo difícil de identificar um modelo de política ou pré-condição social para as instituições econômicas, ou como os atores constroem os seus mundos. Outro limite identificado pelo autor é que a

abordagem de redes ignora os possíveis efeitos do governo e da legislação, bem como a influência das relações preexistentes entre os proprietários das firmas, gerentes, trabalhadores e governo sobre os mercados. Como resposta a esses limites, o autor sugere a interpretação dos mercados como política, que busca superar os limites da abordagem de redes e de outras abordagens que buscam interpretar o mercado.

Mesmo tendo presente esses limites, a análise de redes continua a ser uma abordagem pertinente para estudar a estruturação dos mercados, sobretudo pela sua capacidade de identificar as formas e os conteúdos que permeiam as relações sociais, possibilitando compreender as fragilidades e fortalezas da rede para inferências. Ou seja, o estudo das redes sociais pode gerar conteúdo para as organizações qualificarem sua atuação na construção dos mercados, mas não só, também em outros aspectos econômicos e sociais

No caso deste trabalho, o centro do estudo recai sobre os mercados da agricultura familiar, em especial, da agricultura de base ecológica, buscando identificar em que medida as redes podem influenciar os mercados. Por isso, na próxima seção contempla alguns estudos sobre os mercados da agricultura familiar em geral e sobre os mercados da agricultura familiar de base ecológica.

### 2.3 MERCADOS E A AGRICULTURA FAMILIAR

A agricultura familiar, aqui compreendida como uma categoria sócio-política e um modo de vida e de produção que se baseia na conjunção de uma estrutura produtiva associada à família-produção-trabalho (WANDERLEY, 2001), que se destaca por ser uma grande geradora de ocupação social do espaço agrário, grande produtora de alimentos e geradora de renda para um considerável quantitativo de famílias (MALUF, 2004), possui o mercado como um desafio, ao mesmo tempo que este é parte inerente ao seu cotidiano.

A afirmação de que os mercados são parte inerente ao cotidiano da agricultura familiar atrela-se ao fato de que a comercialização passou a ser um processo intrínseco ao ser agricultor, sendo cada vez mais raro encontrar agricultores que vivam de forma autóctone, ou seja, apenas produzindo para seu próprio consumo (SCHNEIDER 2016).

Os mercados fazem parte dos processos sociais de produção e reprodução das atividades econômicas e das unidades familiares, influenciam a vida das pessoas, os seus valores e sua cultura, moldam e modificam instituições e são motivo para conflitos, protestos e disputas. (SCHEINDER, 2016, p. 95).

Como apontava algumas correntes teóricas, estimava-se que em determinado período, com o avanço do capitalismo no espaço rural, a agricultura familiar poderia sucumbir, sendo substituída pela agricultura patronal, baseada na especialização, na produção em larga escala e na concentração de terras (PLOEG; 2008). Entretanto, mesmo que este modelo de agricultura tenha se ampliado, a agricultura familiar conseguiu se consolidar, em especial através da sua organização enquanto categoria e da construção de mercados alternativos. A criação desses mercados alternativos está ligada à crescente preocupação de parcela considerável dos consumidores com os problemas ambientais, nutricionais e de soberania alimentar (MALUF, 2004; RENTING; MARSDEN; BANKS, 2008). Portanto, alimentos e produtos com identidade social, cultural e familiar, produzidos sem o uso de agrotóxicos e feitos de forma artesanal se tornaram importantes nichos de mercados. Também cabe destacar a valorização dos mercados diretos entre consumidor e agricultor e os mercados regionais.

Mesmo diante da valorização dos mercados alternativos, os mercados ainda se apresentam como um desafio, ao menos para uma parcela dos agricultores familiares. Embora tenha-se avançado muito nos últimos anos na diversificação e construção de canais alternativos de mercados, ainda existem muitos gargalos e desafios no acesso e na manutenção dos agricultores familiares nos mercados. Muitos ainda têm dificuldades de acessar os mercados, dadas as condições históricas de exclusão, dificuldades de logística, legislação e outras. No último período também se acrescem as novas condições postas pelo processo de “digitalização” e modernização, que é acelerada pela pandemia e que se dá de forma heterogênea no meio rural (NIEDERLE; SCHNEIDER; CASSOL, 2021). Ademais, neste último período no Brasil, somam-se outras dificuldades no que se refere à diminuição das compras institucionais e das políticas públicas, às mudanças no mercado internacional e ao processo acelerado de comoditização.

Em 2004, Maluf já apontava que as tendências do sistema agroalimentar se caracterizavam pela coexistência nos processos de padronização e de diferenciação no consumo de alimentos. Por um lado, a continuidade da concentração do processamento agroindustrial para fazer frente aos requisitos de produção em larga escala e, de outro lado, a valorização de produtos com atributos diferenciados de qualidade (artesanais, orgânicos, com identificação de origem) criaria novas oportunidades de mercado, muitas das quais acessíveis aos agricultores de pequeno e médio portes. Esta inclusão gera oportunidades de mercados regionais, nacionais e internacionais.

Entretanto, o autor já chamava a atenção para importância de que o acesso aos mercados deveria se dar a partir de sua construção social, ou seja, pelos processos de

construção do valor dos produtos, das relações que se estabelecem entre os agentes econômicos (produtivos, comerciais e financeiros) e a instituições de formas associativas, unindo produtores e demais envolvidos na produção e na distribuição dos respectivos produtos (MALUF, 2004).

Em consonância com essa visão, Wilkinson (2003) apontava que a agricultura familiar, a partir do processo de expansão da produção em larga escala, pelo processo chamado de comoditização, tornava-se novamente uma pequena produção. Entretanto, um conjunto de valores associados à tradição, à natureza, ao artesanal e ao local passou a ser uma vantagem estratégica para a agricultura familiar. O autor identifica dois fatores importantes nesse processo, o primeiro é a persistência dos mercados locais de proximidade que se firmam pela reputação e o segundo são os aspectos do tradicional que passam a ganhar “valor de mercado”.

O cenário de superação da ideia do fim da agricultura familiar através de sua entrada nos mercados capitalistas e pelo debate construído sobre a construção social dos mercados alternativos possibilitou avanços nos estudos rurais. Schneider (2016) aponta que as perguntas e os objetivos centrais das pesquisas atuais não são mais se os pequenos produtores podem acessar ou ingressar em mercados sem perder as suas características através de sua subordinação às relações de trocas mercantis e sua dependência do mercado. Elas centram-se em identificar como são e se dão as relações dos agricultores com os mercados, como as interações são construídas e quais são os fatores que favorecem ou restringem as relações com os mercados, entre outras questões.

Sendo assim, os mercados passam a ser um tema central dos estudos rurais no Brasil. A partir do final do século XIX quatro autores se destacaram no estudo e na categorização dos mercados da agricultura familiar no Brasil: Maluf, Abramovay, Wilkinson e Schneider. Mesmo havendo algumas compreensões distintas entre eles, todos se aproximam e em alguns casos se complementam na categorização dos mercados.

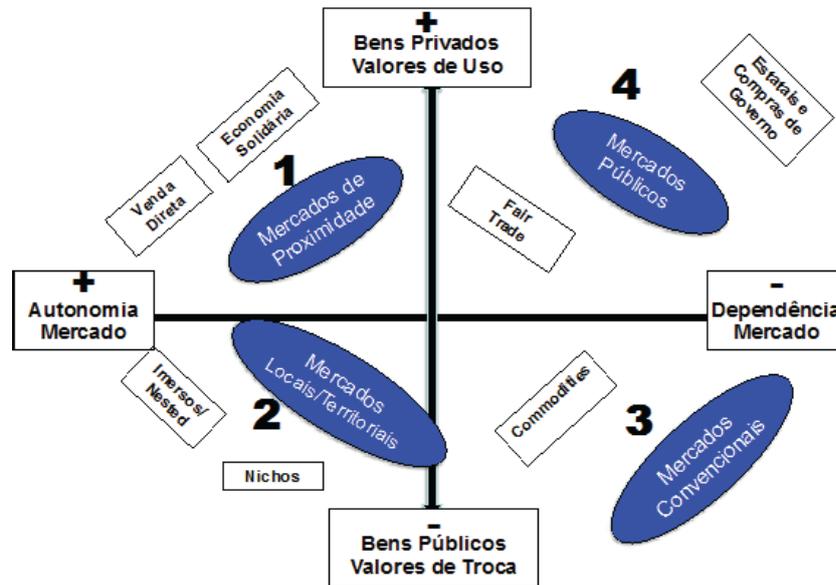
Maluf (2004) postula duas categorias de mercados para a agricultura familiar: as cadeias integradas nacional e internacionalmente, que contemplam cooperativas (médias e grandes), agroindústrias alimentares (médias e grandes empresas), intermediação comercial (atacado) e redes de distribuição supermercados; e os circuitos regionais de produção, distribuição e consumo, que abrangem pequenas cooperativas e associações de agricultores, agroindústrias familiares, pequenos supermercados, padarias, açougues, feiras livres, varejões, sacolões e entrega a domicílio.

Abramovay (2003) faz referência a quatro tipos de mercados como tendência para a agricultura familiar, quais sejam: *commodities*, através da comercialização por cooperativas e agroindústrias; orgânicos, que se apresentam como um nicho de mercado em expansão e que se baseiam na pequena escala de produção e baixa dependência de recursos externos, mas que apresentam a dificuldade em relação à certificação; frutas, legumes e verduras, que dada a alta perecibilidade e a dificuldade de produção em larga escala, apresenta-se como uma potencialidade para mercados locais; alimentos processados (agroindústria familiar), com potencial pela agregação de valor aos produtos e a redução de dependência de recursos externos, mas que apresentam dificuldades quanto à legalização das infraestruturas de processamento.

Já Wilkinson (2008) elenca seis tipos de mercados, sendo: *commodities*, com mercados locais e a distância; especialidades, mercados com grau de associação com a localidade ou tradição; orgânicos, mercados associados com a saúde, ou com o modo de produção; artesanais, sendo valorizada a denominação de origem; solidários e; os institucionais, que ocorrem sobretudo pelas licitações e chamadas públicas.

Por fim, a classificação de Schneider (2016) é a mais recente dentre os autores citados, que aponta quatro tipos de mercados acessados pelos agricultores familiares, conforme pode ser visualizadas na Figura 02. A construção dessa classificação, segundo o autor, se deu a partir de dois movimentos: o primeiro foi a indicação de quais são as relações sociais dominantes e como elas se articulam e; o segundo resulta da conformação dos mercados propriamente, que leva em conta os critérios práticos e as referências teóricas descritas.

Figura 2 - Esquema de interação entre autonomia e dependência, em relação aos mercados de inputs e outputs, e a produção para uso versus produção para troca



Fonte: Schneider (2016).

O primeiro tipo de mercado identificado pelo autor são os mercados de proximidade. Esses “[...] são mercados em que predominam relações de troca interpessoais, que podem mobilizar-se via relações de parentesco, interconhecimento e reciprocidade, e valorizam aspectos valorativos e a qualidade dos bens trocados, mais do que o lucro em si (SCHNEIDER, 2016, p. 122). Nesses mercados, a troca se dá de forma direta, valorizando a autogestão e a subsidiariedade e os agricultores possuem autonomia relativa frente ao uso dos recursos, e das relações construídas. Esse tipo de mercado também acontece, sobretudo, no próprio local, buscando-se o deslocamento mais restrito possível. Como exemplos tem-se a comercialização de porta em porta, ou face-a-face e algumas experiências de economia solidária (SCHNEIDER, 2016).

O segundo mercado identificado pelo autor são os mercados locais e territoriais. Esses se configuram pelas trocas que “[...] passam a ser monetizadas e se configura uma situação de intercâmbio cada vez mais orientada pela oferta e demanda, assim como critérios e indicadores quantitativos” (SCHNEIDER, 2016, p. 123). Nesse mercado os agentes passam a produzir para vender ou trocar, configurando-se como uma economia mercantil simples. Eles possuem *locus* de comercialização mais confinados a um local, mas conforme a demanda, podem se expandir. A preservação das características locais diante da expansão ocorre através de “marcas” de origem dos produtos, as quais valorizam a procedência, a identidade imaterial

e simbólica. Destacam-se como *locus* desses mercados as feiras locais e os espaços públicos de venda (SCHNEIDER, 2016).

O terceiro mercado identificado são os mercados convencionais, os quais se caracterizam pelos mercados de produtos, bens e mercadorias orientados pela oferta e pela demanda, comandadas por agentes privados que realizam negócios e comercializam nos mais diversos níveis e modos, com o objetivo de vender para comprar e vice-versa. Nesse tipo de mercado, diferente dos anteriores, não existem espaços delimitados de comercialização, podendo haver atuação em esferas de distribuição e de circulação nacionais e internacionais. Uma das características desse mercado é o alto risco e a incertezas que são de difícil controle e regulação. Os agricultores inseridos nestes mercados são altamente dependentes de contratos e restritos à produção exclusiva de bens e serviços (SCHNEIDER, 2016).

Por fim, o quarto mercado identificado é o dos mercados públicos e institucionais. Esses possuem como característica principal a presença de um agente público, seja o Estado, algum organismo público, ou ainda alguma organização pública não governamental, como responsável pela realização das compras. Nesse tipo de mercado existe um alto grau de regulamentação e controle formal através de leis e regras de controle de licitações e compras públicas, entretanto se caracterizam por terem um preço compensador pago pelos produtos em comparação com aquele pago pelo mercado convencional e pela garantia do pagamento (SCHNEIDER, 2016). Ao propor essa tipologia de mercado, Schneider baseia-se na afirmação de que os mercados são socialmente construídos e estão imersos em relações sociais e econômicas.

A partir do debate sobre os mercados da agricultura familiar, na próxima seção adentra-se de forma mais específica na discussão sobre os mercados da agricultura familiar de base ecológica, que vem ganhando notoriedade em meio aos consumidores e espaço em diversos tipos de mercados.

### **2.3.1 Agricultura familiar de base ecológica e o acesso aos mercados**

A emergência de questões como desigualdades e injustiças sociais, questões de saúde e de insegurança alimentar e nutricional, crise ambiental, mudanças climáticas, perda da diversidade, assim como desconfiança em relação aos alimentos têm despertado recorrente preocupação com o atual modelo agroalimentar e a construção de novos modelos de produção e distribuição de alimentos (CRUZ; MATTE; SCHNEIDER, 2016). Isso têm provocado uma

expansão significativa da agricultura de base ecológica, sobretudo a que se estrutura sobre a marca da agroecologia (NIEDERLE; ALMEIDA; VEZZANI, 2013).

Segundo Niederle e Almeida (2013), no caso do Brasil, a ampliação da procura e do consumo de alimentos orgânicos se deve a um processo multifacetado que implica em três mudanças principais: a primeira refere-se ao reconhecimento dos sistemas de produção de base ecológica pelo Estado, com direcionamento de políticas públicas; a segunda, relaciona-se com a entrada de novos atores em diferentes elos das redes de produção, comercialização e assessoria e; por fim, uma reformulação do arranjo normativo, com a criação de novos mecanismos de controle e ampliação da ação dos organismos certificadores.

A expansão da produção e da comercialização de produtos orgânicos também tem relação direta com a agricultura familiar. Como aponta Wilkinson (2003), a produção agroecológica tem como berço a agricultura familiar e os circuitos curtos de produtores e consumidores engajados e com forte relação com o movimento agroecológico. Segundo Terrazzan e Valarini (2009), cerca de 90% dos produtores orgânicos são da agricultura familiar, sendo estes, responsáveis por cerca de 70% da produção.

Para Niederle e Almeida (2013), o predomínio da agricultura familiar nesse mercado era decorrente de vários fatores histórico-culturais e do fato das empresas e produtores patronais não vislumbrarem na produção orgânica uma alternativa atraente, seja pela inexpressividade da demanda, seja pela carência de tecnologias adaptadas, ou ainda, pela ausência de um quadro institucional que garanta estabilidade à dinâmica do mercado, criando as condições para seu desenvolvimento. Entretanto, os autores apontam que existe uma mudança de cenário em curso.

Vale ressaltar que a presença dos agricultores familiares nesse nicho de mercado também se dá através da construção social desses mercados. Segundo Wilkinson (2003), a construção dos mercados da agroecologia, que iniciou por volta dos anos 1990, parte da necessidade do desenvolvimento de estratégias de acesso aos mercados, não apenas contra as ameaças de exclusão, mas sobretudo para gerar um valor agregado, capaz de enfrentar as novas condições de cidadania (WILKINSON, 2003, p. 22).

Cassarino e Ferreira (2013) acrescentam que a práxis agroecológica procura construir um arcabouço teórico e uma vivência prática e cotidiana de iniciativas que configurem mecanismos alternativos de mercado, buscando superar a ideia de que agroecologia serviria apenas para suprir um nicho de mercado, ou seja, esta deve servir como um modelo de organização, produção e comercialização capaz de servir como modelo para reconstruir os sistemas agroalimentares. No que tange à práxis da agroecologia, também ganha destaque a

construção de circuitos de proximidade de comercialização e a valorização dos mercados locais, tornando-se, assim, um dos principais canais de comercialização dos produtos da agroecologia.

No quadro 01, construído por Darolt (2013) ao pesquisar os circuitos curtos de comercialização de produtos orgânicos, apresenta-se os principais canais de comercialização acessados pelos agricultores familiares agroecologistas e as principais características desses canais. Cabe ressaltar que o autor destaca que os agricultores de base ecológica, com bons resultados, acessam no mínimo dois canais de comercialização.

Quadro 1 - Tipo de venda, definição e características dos principais circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos no Brasil

Tipo de venda		Definição	Características
VD	Venda na propriedade	Venda de forma direta ao consumidor final sem intermediários no local de produção.	Venda direta no local de produção (produtos brutos ou transformados da propriedade) pelo produtor em espaço próprio; venda no sistema “colha-e-pague”, onde os produtos são colhidos diretamente pelo consumidor; venda de serviços em circuitos de turismo rural (gastronomia, pousada, lazer e esporte).
VD	Venda em cestas	Cestas ou sacolas (Associação de produtores, grupos de consumidores organizados, empresas privadas, vendas por internet) com diversificação de produtos “ <i>in natura</i> ”.	Embalagens na forma de cestas, engradados ou sacolas com diferentes tamanhos e preços (produtos como verduras e legumes, frutas, carnes, queijos, ovos, pães, leite e derivados e outros transformados); Comodidade e praticidade, com preços de venda intermediários entre feira e supermercado. Entregas em domicílio ou em locais previamente acertados com os consumidores.
VD	Feiras do produtor	A feira ecológica vende somente produtos do produtor ou de sua rede de comercialização diretamente ao consumidor.	A presença do produtor ou um representante da família é uma exigência. Normalmente, não é permitida a presença de atravessadores. As feiras são normalmente administradas por uma parceria entre o poder público local, as associações de produtores e de consumidores, e instituições de apoio à agricultura ecológica (extensão rural, universidades, institutos de pesquisa, ONGs), baseadas num regulamento que exclui atravessadores e valoriza os produtos regionais. A maioria dos produtos é certificada de forma participativa. Espaço social, cultural e educativo. Traz a diversidade, resgata valores e crenças, possibilita a troca de informações sobre alimentação, saúde e qualidade de vida.
VD	Beira de estrada	Barracas para venda direta ao longo de rodovias com movimento constante de turistas.	Barracas/estande que vendem produtos regionais destacadamente durante períodos de férias de verão ou feriados.
VD	Feiras, salões e eventos.	Eventos organizados por instituições	Eventos esporádicos em datas predeterminadas que permitem boa

Tipo de venda		Definição	Características
		públicas e privadas para divulgação de um determinado produto ou processo.	divulgação e venda de produtos ecológicos.
VD	Alimentação escolar a pessoas em situação de risco alimentar.	Produtos ecológicos da região entregues para alimentação escolar e entidades de assistência social.	Os produtos certificados recebem um adicional de 30% no valor final pago ao produtor.
VI	Lojas especializadas em orgânicos	Empreendimentos particulares para venda de produtos orgânicos(certificados).	Predominam em cidades maiores; Dependem de um número grande de fornecedores.
VI	Restaurantes coletivos e tradicionais.	Restaurantes coletivos públicos ou empresas privadas que incluem produtos orgânicos no cardápio; Normas de vigilância sanitária dos produtos são rígidas; Quantidade escoada é significativa.	Os restaurantes públicos atendem creches, escolas, casas de repouso, hospitais, asilos; Empresas privadas atendem funcionários e consumidores em geral.
VI	Lojas De Associações E Cooperativas De Produtores E Consumidores.	Lojas que vendem produtos orgânicos (certificados) e coloniais (transformados sem certificação) de uma região, trabalhando em rede na forma de pequenas cooperativas e (ou) associação de produtores e consumidores locais.	Possuem um estatuto e regulamento de participação, oferecendo benefícios e estimulando a participação dos associados; Predominam em cidades menores.
VI	Lojas virtuais para venda de produtos ecológicos.	É um site que permite a comercialização de alimentos e produtos ecológicos via internet, oferecendo a descrição dos itens, geralmente com fotos, formas de pagamento e condições de entrega; A maioria das lojas virtuais é originária de estabelecimentos que também possuem uma loja física.	Lojas que trabalham com diferentes produtos (orgânicos, naturais, light, diet, sem glúten), nas diversas categorias (alimentos, beleza, limpeza), com pedidos programados feitos pela internet com antecedência (dois dias antes da entrega, normalmente); Cada vez mais comuns nas grandes cidades; oferecem facilidade de pagamento via internet e entregas programadas para diferentes regiões.

\*VD – Venda Direta; Vi – Venda indireta.

Fonte: Adaptado de Darolt (2013) a partir de Darolt e Constanty (2008); Marechal (2008); Chiffolleau (2008) e Delhomeau (2009).

Para Darolt (2013), a inserção dos agricultores familiares nas cadeias curtas garante maior autonomia e maior ligação entre produtor e consumidor. O autor também acrescenta que a dinâmica de cadeias curtas, que se estabelece sobretudo na agricultura familiar com áreas inferiores a 20 hectares, favorece a diversificação da produção e possui a característica

de uma mão de obra familiar com diferentes competências, dentre elas produção, transformação, comercialização e hospitalidade e uma tendência para a multifuncionalidade da propriedade, havendo, a partir disso, uma valorização da paisagem.

O autor também identifica dois outros tipos de mercados que colaboram de forma significativa com o acesso da agricultura familiar de base agroecológica aos mercados, sendo as redes de comercialização, como o caso da Rede Ecovida, objeto deste trabalho, e os mercados institucionais (DAROLT, 2013). Os circuitos de comercialização em rede, segundo o autor, permitem “[...] a troca e circulação de produtos entre as regiões, além de atender à diversidade, manter regularidade e qualidade biológica dos produtos, visto que se trabalha exclusivamente com produtos certificados de forma participativa” (DAROLT, 2013, p. 152).

A certificação participativa, destacada por Darolt (2013), é uma forma de certificação cuja garantia de conformidade se dá pelo controle social, pela participação e pela responsabilidade de todos os membros no cumprimento dos regulamentos da produção orgânica. A participação refere-se também ao poder compartilhado nas decisões e na responsabilidade na garantia da qualidade dos produtos (BRASIL, 2007). Esse modelo nasceu resultante da pressão de movimentos agroecologistas, que teciam fortes críticas à certificação por auditoria, que possuía um alto custo e excluía os agricultores familiares com dificuldades financeiras para pagar um Organismo de Avaliação da Conformidade Orgânica (OACs). A certificação participativa foi regulamentada no Brasil no ano de 2007, através do Decreto nº 6323 e teve entre os primeiros certificadores cadastrados a Rede Ecovida.

A certificação participativa, ao se consolidar, tornou-se um mecanismo diferenciado que serve de modelo para outros países. Ela possibilitou que muitos agricultores familiares pudessem se organizar para certificar seus produtos e, ao mesmo tempo pudessem se organizar em redes de comercialização e organização da produção.

No que se refere ao outro mercado acessado pelos agricultores de base agroecológica, destacado por Darolt (2013), tem-se os mercados institucionais. Para esse autor:

O mercado institucional atende ao que podemos chamar de consumidor coletivo dentro de um circuito curto de comercialização, considerado também como venda direta pelo governo brasileiro. Assim, por meio de programas de governo, os alimentos de base ecológica são comprados diretamente dos agricultores familiares ou das associações e cooperativas de produtores e chegam até a população via entidades de assistência social do governo e escolas públicas. São programas que se inserem nas políticas públicas voltadas à segurança alimentar e nutricional. Nos últimos anos, no Brasil, dois programas se destacaram na compra de produtos de base ecológica: o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) (DAROLT, 2013, p. 152/153).

Segundo Cruz, Matte e Schneider (2016), o Estado apresenta-se como um importante propulsor da comercialização de alimentos agroecológicos. O poder público, através das políticas e programas de compras institucionais, corrobora com a correlação entre alimentação, saúde pública, meio ambiente e desenvolvimento social equitativo e sustentável. Os autores acrescentam que essas compras favorecem:

[...] a disseminação de práticas agrícolas de base ecológica mais sustentáveis, desenvolvimento de formas mais eficazes e baratas de acesso aos alimentos locais, ampliação e melhoria dos canais de comercialização até a proposição de revalidação de um papel mais proativo e atuante dos consumidores (CRUZ; MATTE; SCHNEIDER, 2016, p. 13).

A partir da identificação desses canais de mercados visualiza-se que o mercado de produtos orgânicos não se estabelece por si como um canal de mercado específico, estando, dentro da classificação proposta por Schneider (2016), presente nos mercados de proximidade, territoriais/locais e institucionais.

Entretanto, também se percebe que com a ampliação da demanda por esses produtos, cada vez mais se inserem produtores de larga escala e especializados, promovendo o que alguns autores chamam de convencionalização da produção. Segundo Niederle e Almeida (2013), a noção de convencionalização busca dar conta de um processo de apropriação dos valores e práticas agroecológicos, que reduz o manejo dos agroecossistemas a formas similares às da agricultura convencional.

A rigor, a convencionalização não transcorre apenas no âmbito da produção (com a participação crescente de empresas privadas na agricultura orgânica), mas também na proliferação de organismos certificadores, no reposicionamento dos mediadores políticos (inclusive com a entrada em cena de atores que, agora adeptos da “economia verde”, promovem aquilo que outrora julgavam ser mera “utopia camponesa”) e, principalmente, no aumento da participação das grandes redes varejistas na distribuição desses alimentos, antes concentrados em circuitos curtos locais e regionais (NIEDERLE; ALMEIDA, 2013, p. 25).

Esse processo de convencionalização, que vem se intensificando, interfere nos mercados já construídos em torno da agroecologia. Por isso se apresenta o mesmo nesta pesquisa, buscando identificar como ele afeta os mercados acessados pela Rede Ecovida.

A partir dessas referências, na próxima seção apresenta-se algumas pesquisas que utilizaram a abordagem de redes sociais para compreender a construção e a estruturação de mercados na agricultura familiar. Observa-se o acúmulo de estudos já realizados, as principais linhas de análise e resultados, bem como os acertos e limites da abordagem das redes sociais

na compreensão dos mercados da agricultura familiar e como se pode utilizá-la para analisar a influência das redes sociais nos mercados da Rede Ecovida.

## 2.4 ESTUDOS SOBRE REDES SOCIAIS NOS MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR

No Brasil a análise de redes para a interpretação dos mercados na agricultura familiar passou a se expandir principalmente a partir do início dos anos 2000. Em uma pesquisa na plataforma de depósito de dissertações e teses “Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações”, com as palavras-chaves “redes sociais” e “mercados para a agricultura familiar” é possível identificar algumas pesquisas que foram desenvolvidas no Brasil, sobretudo na região Sul, em torno dessa temática.

No quadro a seguir apresenta-se algumas pesquisas que utilizaram da análise de redes sociais para interpretar as relações na agricultura familiar. Procurou-se deter o foco nas pesquisas desenvolvidas dentro do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural (PGDR), tendo em vista a proximidade com este trabalho e por serem realizadas em territórios com realidades próximas ao estudado, sobretudo na região sul do país. Após o Quadro 02 apresenta-se os objetivos das pesquisas e os principais resultados encontrados pelos autores, a fim de encontrar pontos que colaborem com o desenvolvimento desta pesquisa.

Quadro 2 - Pesquisas sobre redes sociais na ação econômica dos agricultores familiares

<b>TÍTULO</b>	<b>TIPO</b>	<b>AUTORIA</b>	<b>INSTITUIÇÃO</b>
Redes sociais de reciprocidade e de trabalho: as bases histórico-sociais do desenvolvimento na Serra Gaúcha (2006).	Dissertação	Guilherme Francisco Waterloo Radomsky	PGDR/UFRGS
Agroindústrias rurais familiares e a rede de relações sociais nos mercados de proximidade na região do COREDE Jacuí Centro/RS (2010).	Dissertação	Chaiane Leal Agne	PGDR/UFRGS
Análise escalar das dinâmicas territoriais de desenvolvimento e as contribuições da NSE e Nova Economia Institucional: um estudo de experiências no noroeste gaúcho (2011).	Tese	Anelise Graciele Rambo	PGDR/UFRGS
Caminhadas na natureza no Paraná: a rede de relações sociais na formação de mercados para a agricultura familiar (2016).	Tese	Clarice Bastarz	PGDR/UFRGS
Os mercados da ovinocultura na pecuária familiar: proposições analíticas da Nova Sociologia Econômica (2019).	Artigo	Rodrigo Gisler Maciel, Cláudio Becker e Márcio Zamboni Neske	Revista de economia e sociologia rural

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Seguindo a ordem cronológica dos trabalhos selecionados, o primeiro é o de Guilherme Radomski, apresentado no ano de 2006. Com o trabalho intitulado *Redes sociais de reciprocidade e de trabalho: as bases histórico-sociais do desenvolvimento na Serra Gaúcha*, Radomski (2006) objetivou estudar a formação, as especificidades e a importância das redes sociais para as formas de reprodução social da agricultura familiar e da economia local, das redes de trabalho e produção em Veranópolis-RS.

Embora Radomski (2006) não tenha se debruçado apenas sobre a análise da rede e especificadamente da agricultura, adentrando também no aspecto da importância da reciprocidade, utilizando principalmente a literatura do antropólogo Marcel Mauss (1974), e do olhar sobre o trabalho e a economia local, o autor apresenta aspectos importantes sobre a utilização da análise de redes sociais para interpretar a realidade da agricultura. Um dos primeiros aspectos que o autor chama atenção é que as redes sociais de reciprocidade e de produção são a base para o desenvolvimento econômico de Veranópolis-RS. Esse apontamento levantado pelo autor vai ao encontro das pesquisas desenvolvidas dentro da Nova Sociologia Econômica, a qual aponta que o mercado se encontra enraizado na realidade e nas relações.

Outro aspecto ressaltado pelo autor é de que a análise de redes possibilitou revelar que a rede social é capaz de incidir nos aspectos de poder e na instituição das fronteiras socioculturais. Em outras palavras, o autor coloca que as redes servem para realocar recursos, mas, ao mesmo tempo, servem como um excelente meio para dividir a sociedade, criar aliados e superar sujeitos, visto que quem não participa da rede está impossibilitado de alcançar uma sociabilidade plena (RADOMSKI, 2006).

Radomski (2006) também pontua que as relações sociais serviram como recursos para a prosperidade material dos colonizadores da região estudada e que a utilização, na mesma perspectiva, pelas gerações subsequentes pelas colonizadoras propiciou o desenvolvimento rural da região. Entretanto, este formato também gerou uma contradição no desenvolvimento, visto que novos grupos têm dificuldade de se firmar na região dada a presença dessas redes bem arraigadas.

Por fim, Radomski (2006) também verificou que por meio de interconhecimento e reciprocidade os produtores ecológicos da região conseguiam converter suas estruturas produtivas e instaurar redes. Além disso, as redes expressam a superação da dicotomia rural X urbano, proporcionando o aparecimento da pluriatividade. As redes também contribuem para a diversificação, a economia local e geram externalidades que se apresentam como novas oportunidades para a juventude local.

Avançando, o segundo trabalho identificado foi o de Chaiane Leal Agne (2010), que retrata as relações sociais nos mercados acessados pelas agroindústrias rurais familiares (ARF) na região do COREDE Jacuí Centro/RS. O objetivo de Agne (2010, p. 19) foi de “[...] descrever as relações sociais que formam a rede social dos mercados de proximidade, demonstrando as relações que as ARFs mantêm com outros agentes para realizar as ações de troca e comercialização dos produtos agroindustriais”. A autora buscou caracterizar socioeconomicamente as ARFs e identificar as características que estão diferenciando a produção e as inovações desenvolvidas nos produtos das ARFs.

A partir desses objetivos, a autora identificou que os mercados de proximidade são dotados de redes sociais e que estas são compostas por diferentes atores, dentre eles os próprios agricultores familiares, instituições e os consumidores, tendo cada um uma função determinada dentro da rede. Segundo a autora, essas redes extrapolam limites locais e não são estáticas, podendo se modificar com frequência, também quando da entrada de novos atores, os quais podem influenciar na produção e na comercialização.

Agne (2010) também constatou que as relações no âmbito produtivo devem ser consideradas como elementos dos mercados de proximidade e que as regras de contratos podem ser substituídas pela confiança e pela amizade construída entre os atores. No que tange às redes construídas com as instituições, a autora identificou que existe uma homogeneidade nas relações, em especial com os órgãos públicos e entidades não governamentais. Entretanto, Agne (2010) pontua que isso dificulta o acesso a cursos e outras oportunidades para as ARF que não estabelecem relações com as instituições. Na relação das ARFs com os consumidores, a autora identificou que a interação direta valoriza aspectos diferentes dos produtos e que a relação estabelecida entre ambos é a melhor forma de propaganda.

Por fim, Agne (2010) destaca que as relações de reciprocidade são pertinentes à análise das redes sociais, pois permitem compreender como a proximidade das famílias com outras unidades de produção vêm facilitando o desenvolvimento das atividades produtivas, comerciais e de consumo dos produtos alimentares. A autora também aponta que as redes sociais são importantes para o desenvolvimento rural, visto que colaboram para compreender como resolver a problemática da comercialização agroindustrial. Nas palavras da autora: “Retratar essas relações, quem são os agentes, como e porque ocorrem, quem são os atores e qual papel que cada agente desempenha nas mais diversas atividades da agricultura familiar são questões pertinentes para entender o desenvolvimento rural no Brasil” (AGNE, 2010, p. 138). Entretanto, a autora coloca que é importante que as pesquisas também considerem os aspectos culturais e econômicos nas decisões de consumo e de comercialização.

Outro importante trabalho que se utiliza da noção de redes sociais é o trabalho desenvolvido por Rambo (2011). Com o título “Análise escalar das dinâmicas territoriais de desenvolvimento e as contribuições da NSE e NEI (Nova Economia Institucional): um estudo de experiências no noroeste gaúcho”, Rambo investigou como se dá a dinâmica territorial do desenvolvimento em experiências de organização local/regional desencadeadas por agricultores familiares. Especificamente, a autora também procurou identificar os atores e escalas resultantes das experiências analisadas, identificar e analisar o papel dos laços fracos no desencadeamento das experiências coletivas; identificar e compreender o papel das instituições e; por fim, destacar e analisar as transformações territoriais decorrentes do fortalecimento dos laços fracos e das interações com instituições de múltiplas escalas por meio de políticas públicas.

A autora utilizou as abordagens da NSE e da NEI, que, embora tenham críticas uma à outra, possuem algumas complementariedades que podem contribuir na interpretação da dinâmica territorial. No que se refere ao uso da NSE, a autora utiliza conceitos elaborados por Mark Granovetter, em especial, de força dos laços fracos e fortes e a perspectiva de que os mercados são construções sociais e que, portanto, contribui para a interpretação da escala local/regional organizada. Já, dentro da NEI, a autora utiliza-se da perspectiva de Douglas North para identificar como se dá a interação entre as escalas, sobretudo, a relação do Estado com as escalas locais e regionais, através das políticas públicas (RAMBO, 2011).

No que tange aos resultados obtidos, principalmente no que se refere à utilização da teoria da NSE, que é de interesse desta pesquisa, Rambo (2011) evidencia que a noção de redes sociais ajuda a identificar que as dinâmicas de agroindustrialização, produção de artesanato e o turismo rural, consideradas novidades da agricultura familiar na região estudada, são territorializadas à medida que os atores passam a se organizar por meio de uma diversidade de dispositivos coletivos, formando estruturas sociais. Essas estruturas resultam do fortalecimento dos laços fracos, embora a presença de laços fortes também tenha sido significativa.

Outro resultado encontrado pela autora foi a evidenciação do enraizamento das experiências produtivas da agricultura familiar em redes de relações interpessoais e no contexto sócio-histórico local/regional. As experiências em redes locais de reciprocidade, confiança e cooperação são relevantes, além de serem consideradas prolongamentos das relações familiares. Ao olhar para as relações, a autora também conclui que à medida que os mercados se expandem as redes sociais perdem forças e o fortalecimento dos laços fracos

predomina a nível local e regional, já na escala estadual e nacional predominam as relações institucionais, mediadas pelas políticas públicas e pela legislação (RAMBO, 2011).

Portanto, para Rambo (2011), as realidades estudadas resultam do processo de enraizamento (*embeddedness*) nas relações interpessoais, decorrente do fortalecimento dos laços fracos e da interação com instituições de múltiplas escalas, os quais também dão origem a dinâmicas territoriais locais/regionais de desenvolvimento.

O quarto trabalho analisado foi o de Clarice Baztarz, intitulado: “Caminhadas na natureza no Paraná: a rede de relações sociais na formação de mercados para a agricultura familiar” (2016). Este teve por objetivo analisar as características da rede de relações sociais que formam o mercado das Caminhadas na Natureza no Território Vale do Ivaí e sua repercussão na dimensão social e econômica das famílias de agricultores participantes.

Para Baztarz (2016), a pesquisa desenvolvida no mercado das caminhadas na natureza pode revelar que o conteúdo das relações determina a formação dos mercados. O trabalho revelou que a rede não se formou aleatoriamente, pois a adesão de novos integrantes deu-se por dois processos: um por crescimento, no qual novos atores aderem à rede quando já possuem conexão com outros atores; e o segundo, por conexão preferencial, cujo ator não possui conexão com outros atores, mas é convidado a participar dependendo de suas características.

Baztarz (2016), utilizando os conceitos de Granovetter (2014), também analisou a força dos laços firmados entre os atores. Ela constatou que os laços fortes estão presentes entre agricultores e organizadores de uma mesma comunidade e entre os grupos de caminhantes cujas relações ultrapassam as caminhadas. Já os laços fracos estão presentes, principalmente, entre as categorias de caminhantes e agricultores. A autora observou que o fortalecimento desses laços é desejado pelos atores, sendo que a análise das repercussões confirma esse desejo, dado que a principal fonte de motivação, satisfação e valorização é o estabelecimento desses laços, mesmo sendo fracos. Entretanto, também observou que não há oportunidades para que esses laços se fortaleçam.

Por fim, outra pesquisa realizada no Rio Grande do Sul que cabe ser mencionada é o estudo desenvolvido pelo Maciel, Becker e Neske, publicado no ano de 2019. O artigo aborda as contribuições da Nova Sociologia Econômica para compreender, de forma alternativa, a natureza e o funcionamento dos mercados da ovinocultura na pecuária familiar do Estado.

Os autores tecem uma crítica aos limites das pesquisas que vem sendo desenvolvidas sobre a ovinocultura no Estado, centradas na análise setorial ou com ênfase nos aspectos puramente econômicos, mas que desconsideram a presença dos pecuaristas familiares, vistos

de forma marginal e como resíduos a serem superados pela modernização das cadeias produtivas.

Os autores fazem o recorte de várias abordagens a partir da Nova Sociologia Econômica, buscando superar a visão puramente economicista da construção de mercados, que ignora outros aspectos, dentre eles o social, e dessa forma ignora a pecuária familiar. Uma das abordagens observadas pelos autores é a das redes sociais, que parte da concepção de que os mercados são construções sociais e que, assim, permitem a categorização dos mercados da ovinocultura. Os autores destacam que esta análise pode elucidar a complexidade presente na comercialização de ovinos, seja na comercialização direta entre produtores e consumidores, ou entre produtores, ou, ainda, no consumo desses animais em datas comemorativas, isso pelas relações sociais de reciprocidade e enraizamento que possibilita a construção de mercados alternativos.

Os autores também apontam que o conhecimento da natureza das estruturas sociais, nas quais estão imersas as ações econômicas, e os mercados como construções sociais enraizados em uma rede social geram potenciais subsídios para perceber os processos de interação entre mercados e o desenvolvimento da ovinocultura (MACIEL; BECKER; NESKE, 2019).

Ao observar esta série de trabalhos, percebe-se que a análise de redes sociais é uma teoria que pode contribuir significativamente para a análise dos mercados da agricultura familiar e do desenvolvimento rural. Sua abordagem possibilita fugir de olhares que consideram os atores sociais como meros agentes guiados por interesses financeiros, passando a considerar-se que a ação econômica dos atores é guiada por uma série de fatores que dizem respeito às relações que são construídas com outros atores.

Através das pesquisas pode-se perceber que as dimensões de reciprocidade e confiança baseiam nas relações que são formadas dentro das redes, principalmente na agricultura familiar. Igualmente ajuda a entender que o estudo das redes evidencia o potencial que elas proporcionam para o desenvolvimento dos membros de uma rede, ao mesmo tempo que evidencia os limites que estão postos para quem se encontra fora da rede. Também se destaca a relevância dos conceitos de laços fracos e fortes utilizados por alguns autores, possibilitando para identificar as tensões que se estabelecem nas redes. Mesmo que os laços fracos possibilitem maior expansão da rede, existe uma constante busca pelo fortalecimento das redes.

Ao final deste capítulo, observa-se o quanto é oportuno estudar os mercados da agroecologia tomando a experiência do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida de

Agroecologia. A experiência em rede deste Núcleo pode colaborar para elucidar as estratégias utilizadas pelos agricultores agroecologistas na construção dos mercados. Igualmente podem ajudar a elucidar o comportamento e as interações sociais que esses atores constroem, que servem para possíveis interpretações da manutenção desses mercados. Podem, ainda, contribuir para a construção de estratégias que visem o fortalecimento desses mercados, tanto na qualificação técnica como na inferência sobre as relações, as quais podem gerar consideráveis e efetivos ganhos para o desenvolvimento rural.

Sendo assim, o Núcleo Alto Uruguai torna-se o objeto desta pesquisa. Para dar vazão ao seu estudo é necessária a utilização de uma série de procedimentos metodológicos a partir da abordagem teórica escolhida, que serão apresentados no próximo capítulo.

### 3 UNIVERSO DE ESTUDO E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A partir da definição do problema de pesquisa, dos objetivos e do recorte e aprofundamento do referencial teórico e bibliográfico utilizados para a interpretação dos resultados desta pesquisa, neste capítulo busca-se descrever e delimitar o objeto estudado, o tipo de abordagem e os procedimentos e métodos que foram utilizados para a geração, organização e tratamento dos dados.

#### 3.1 UNIDADE DE ANÁLISE E SEU CONTEXTO TERRITORIAL

A unidade de análise deste trabalho é a Rede Ecovida de agroecologia, mais especificadamente o Núcleo Alto Uruguai. Este é uma instância da Rede Ecovida, delimitada geograficamente, que tem por objetivo animar e gerir o processo de certificação participativa regional. Para contextualizar e caracterizar o Núcleo Alto Uruguai, inicialmente apresenta-se a organização geral da Rede Ecovida e o contexto de surgimento do Núcleo. Posteriormente, detalha-se alguns aspectos da região na qual se insere este Núcleo. Essa caracterização tem por objetivo delimitar o objeto de estudo e apresentar alguns aspectos que contribuem para o leitor compreender de onde parte a pesquisa.

A Rede Ecovida é uma organização que nasceu no ano de 1998, na região sul do Brasil, a partir da necessidade que organizações não governamentais sentiram para avançar na assessoria a agricultores familiares e grupos de agricultores ecologistas para articular as experiências esparsas de agroecologia que se ampliavam e começavam a ganhar um contingente maior de agricultores e simpatizantes. Esta articulação se fortaleceu a partir do destaque que as formas alternativas de produção ganhavam na sociedade e pela necessidade de articulação e representação política da agroecologia, dada a demanda dos agricultores por políticas públicas (CAZZARINO, 2012).

O início da Rede Ecovida também é voltado à preocupação em torno da certificação agroecológica, tendo em vista que crescia pelo mundo a cobrança em torno de mecanismos que garantissem a seguridade das conformidades de produção orgânica e pelo fato de que as formas de certificação existentes inviabilizavam a pequena produção. Na época o único método era a realização de certificação por auditoria, a qual era realizada por meio de uma empresa especializada, tornando-a demasiadamente caro.

Nesse sentido, segundo Cassarino (2012), a criação da Rede Ecovida foi impulsionada por dois processos, quais sejam: as experiências alternativas de certificação já existentes,

como a experiência da cooperativa Colmeia de Porto Alegre, chamada de Certificação Participativa, na qual a cooperativa buscava certificar a produção através dos agricultores e consumidores; e um caso particular de uma proposição de projeto de normatização e certificação da agricultura orgânica no Estado de Santa Catarina, elaborado sem o diálogo com as organizações do campo agroecológico, que estimulou a articulação dos grupos do Estado para fazerem frente a esta proposta que acabava por excluir ou dificultar a certificação para muitos agricultores familiares.

Em 1998 foi realizado o primeiro encontro de formalização da rede, a qual foi nomeada de “Rede Ecovida de Certificação Participativa”. No ano 2000, através da realização do 2º Encontro da Rede, diante da necessidade de ampliar o debate em torno da agroecologia para além de sua certificação, optou-se por alterar seu nome para “Rede Ecovida de Agroecologia”. Nesse encontro foram definidos seus objetivos e sua organização e funcionamento (CASSARINO, 2012).

No 2º Encontro da Rede Ecovida também foram definidas algumas normas de organização da Rede, dentre elas, que para integrá-la os agricultores deveriam estar articulados em grupos, associações e cooperativas. Foi também definida a estrutura da rede, optando-se por uma estrutura descentralizada, através da criação de núcleos regionais que teriam a função de reproduzir nas microrregiões a estrutura da Rede Ecovida com coordenação, secretaria e tesouraria, além da composição de seus respectivos conselhos de ética (REDE ECOVIDA, 2000, 2007a).

A estrutura da rede pode ser visualizada na figura a seguir:

Figura 3 - Organograma da Rede ECOVIDA de Agroecologia



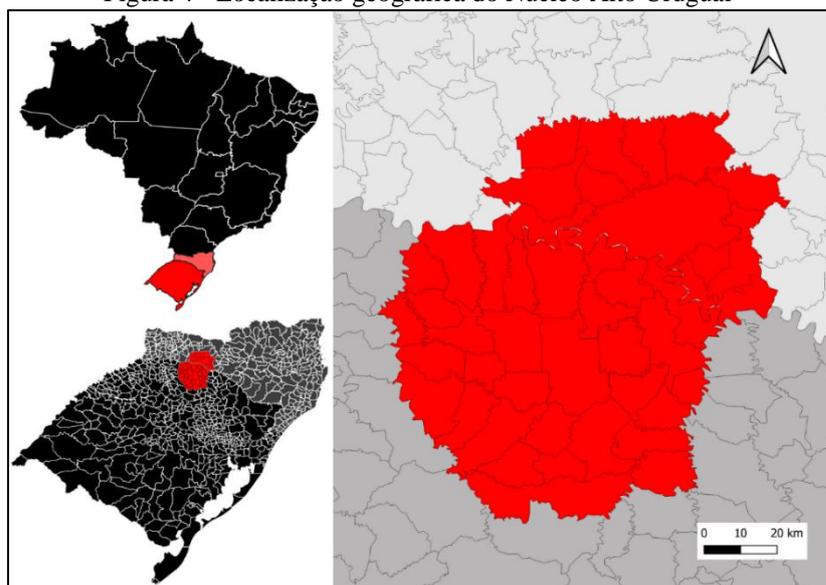
Fonte: Rede Ecovida (2007a, p. 18).

A descentralização também vai ao encontro à formalização da Rede Ecovida como um Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade (OPAC), desenvolvendo o papel jurídico no processo de certificação participativa. Para isso, seus núcleos facilitam o atendimento e a organização das demandas da certificação, seja pelo controle e gestão dos documentos e procedimentos adotados, seja no auxílio para dirimir dúvidas e dificuldades dos agricultores.

Segundo dados da Rede Ecovida (2022), hoje são 27 núcleos regionais espalhados pela região sul do Brasil, abrangendo cerca de 352 municípios, com aproximadamente 340 grupos de agricultores, contabilizando cerca de 4.500 famílias envolvidas e mais de 20 ONGs participantes. Cabe destacar que em toda a área de atuação da Ecovida acontecem mais de 120 feiras livres ecológicas, além de outras formas de comercialização.

O Núcleo Alto Uruguai, objeto deste estudo, é fruto desse processo mais amplo de descentralização da Rede Ecovida. Sua criação e articulação se deu no ano 2001, reunindo as experiências de produção agroecológica regional com a cooperação de dois centros de assessoria técnica (CAPA e CETAP). O Núcleo funciona como um importante instrumento de articulação da agroecologia na região, bem como na organização do processo de certificação participativa. Na imagem a seguir apresenta-se a localização geográfica do Núcleo Alto Uruguai, o qual abrange quase todos os municípios da região Alto Uruguai Gaúcho e parte da região do Alto Uruguai Catarinense, a qual passou a ser incorporada mais recentemente, mas ainda com poucas famílias.

Figura 4 - Localização geográfica do Núcleo Alto Uruguai



Fonte: Elaborado pelo autor (2022) baseado no Sistema de Informações Geográficas – SIG (2022) e Geolivre (2022).

A criação do Núcleo Alto Uruguai, em 2001, resultou de um processo de articulação de grupos de agricultores ecologistas que teve início ainda na década de 1980, assessorada pelo Centro de Tecnologias Alternativas Populares (CETAP) e, o Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia (CAPA). Contou com a participação decisiva de movimentos sociais como o Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB), Movimento das Mulheres Trabalhadoras Rurais (MMTR) e do novo Sindicalismo Rural, que buscavam encontrar saídas frente à exclusão gerada pelo processo de modernização que estava em curso e que não se deu de forma homogênea na região, visto as desigualdades econômicas e as características de paisagem em muitos lugares não possibilitavam condições de produzir a partir do pacote tecnológico existente.

De um modo mais amplo, pode-se afirmar que essa articulação se deu frente à necessidade de se forjar um novo modelo produtivo, menos vulnerável às estiagens que atingiam a região naquele período e a diminuição da fertilidade do solo, dado o seu uso intenso (PIRAN, 2001; KOZENIESKI, 2016).

Quanto à paisagem, o Núcleo Alto Uruguai encontra-se no domínio do Vale do Rio Uruguai e do planalto médio gaúcho, com uma paisagem marcada na porção de predominância de Vale, tanto Gaúcho como Catarinense, por um relevo acidentado. Possui reentalhamento das formas, com vales encaixados e vertentes abruptas com afloramentos basálticos acidentados, com grande presença de rios e pequenos cursos d'água, que infletem para o Rio Uruguai, o qual, propicia que ocorra constante erosão fluvial e pluvial, e, conseqüentemente, mudanças contínuas na paisagem (PIRAN, 2001).

Já a parte sobre domínio do planalto médio encontra-se no divisor de águas das bacias hidrográficas do Alto Uruguai e do Jacuí, o que propicia uma região com reentalhamentos menos acentuados em decorrência do menor poder de erosão dos rios e de pequenos cursos de água. Portanto, tem-se uma área de planalto com áreas de campo e ondulações mais suaves (PIRAN, 2001).

A paisagem regional, principalmente na área do Vale do Rio Uruguai, propiciou que a modernização proposta pela então Revolução Verde ocorresse de forma lenta, dado que, principalmente as máquinas agrícolas tinham dificuldade de entrar na região, seja pelo terreno declivoso e grande presença de pedras, seja pela grande presença de mata nativa. Essa situação se estende aos dias atuais, entretanto, o avanço tecnológico com adaptações de algumas máquinas, o incentivo através de políticas públicas e o desmatamento e nivelamento de terras, tem propiciado maior entrada de máquinas agrícolas, que passam a ser utilizadas

não só pelo modelo produtivo da Revolução Verde, mas, também, por outros modelos produtivos.

Outro fator que contribuiu para a exclusão de agricultores pelo processo de modernização na área do Núcleo Alto Uruguai foi a grande presença de pequenas propriedades. Isso foi resultante de um processo de colonização tardia da região e por ser uma região colonizada com base nos princípios positivistas, vigentes no Estado à época, cujos objetivos visavam criar uma classe média rural baseada na pequena propriedade para manter intocável o latifúndio do Sul do RS, aliviar tensões das primeiras áreas colonizadas provocadas pela crescente demanda por terras e incorporar este território à produção capitalista e viabilizar uma classe média rural. A divisão das terras com base nesse princípio, inicialmente deu-se com lotes de 25 hectares e mais tarde por lotes de até 12,5 hectares. Essa divisão era tida como uma saída que não trouxesse prejuízos e permitisse a superação da crise pela qual passava o regime republicano positivista. O fato da região ser formada por pequenas propriedades tornava inviável a aquisição do pacote tecnológico, sendo que muitos dos agricultores se endividaram para conseguir se adaptar (PIRAN, 2021). Como retratou Kozenieski (2016) em sua pesquisa, muitos agricultores passaram para a produção agroecológica em função das dívidas contraídas com a implementação do pacote tecnológico sugerido pela Revolução Verde e, especialmente, porque a agroecologia se adapta a terrenos de relevo acidentado.

Nesse cenário, vale ressaltar que na região também houve a participação de empresas privadas no processo de colonização, como o caso da companhia colonizadora Luce & Rosa e da Jewinh Colonization Association (JCA), que conseguiram a permissão de compra de lotes maiores de terras de até 250 hectares (PIRAN, 2001).

A predominância de pequenas propriedades na região do Alto Uruguai Gaúcho e Catarinense se dá até os dias atuais. Segundo dados do último Censo agropecuário, na região do Alto Uruguai Gaúcho existem 28.038 mil estabelecimentos da agricultura familiar (IBGE, 2017), sendo a quinta região do Estado com maior presença de agricultura familiar.

Portanto, a construção do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida ocorreu em um contexto e paisagem marcados pelo Vale do Rio Uruguai e por pequenas propriedades. Somam-se a isso as dificuldades financeiras, que impossibilitavam que muitos agricultores conseguissem se adaptar ao pacote tecnológico proposto pela Revolução Verde, restando-lhes a necessidade de construir alternativas. Como aponta Kozenieski (2016), foi na interface das estratégias produtivas e das características sociais e naturais das unidades de produção que a produção orgânica e agroecológica se manifestou como uma das estratégias produtivas para

os agricultores familiares com dificuldade de inserção na agricultura com bases modernas e com condições para a apropriação da natureza.

Por fim, para compreender as redes sociais e os mercados no Núcleo Alto Uruguai é preciso ter presente que o contexto socioeconômico incide diretamente sobre o acesso aos mercados pelos agricultores. A região de abrangência do Núcleo Alto Uruguai apresenta-se distante de grandes centros de consumidores, como a região metropolitana de Porto Alegre. Esse cenário exige que os agricultores encontrem estratégias locais e regionais de comercialização e de logísticas que propiciem o escoamento da produção.

### 3.2 ABORDAGEM DO ESTUDO

A partir da realidade descrita acima e tendo em vista os objetivos deste trabalho de caracterizar e analisar as redes sociais que permeiam a ação econômica da Rede Ecovida na região Alto Uruguai, utilizou-se de uma abordagem descritiva-explicativa. A natureza descritiva está vinculada ao propósito de caracterizar e descrever as relações construídas entre os atores, os recursos que potencializam e favorecem a construção dessas redes e a dimensão que elas alcançam.

Como aponta Gil (2010), as pesquisas descritivas têm por objetivo a descrição das características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis. Andrade (2017) acrescenta que a pesquisa descritiva é a técnica padronizada de coleta de dados, realizada através de questionários e da observação sistemática, portanto, como tratado mais adiante, contempla os instrumentos que serão adotados na pesquisa a campo.

O emprego da abordagem descritiva nesta pesquisa se deu sob a perspectiva da observação das relações sociais na Rede Ecovida, sendo captada a percepção dos atores sociais ligados ao Núcleo sob o critério de interpretação das respostas apresentadas e a construção de inferências.

Ademais, também foi empregada a pesquisa explicativa, a qual possui proximidade com a pesquisa descritiva, em especial quando ultrapassa a identificação das relações entre as variáveis e busca estabelecer as relações e a sua natureza (GIL, 2010; ANDRADE, 2017). Essa relação de proximidade e os objetivos deste trabalho, que possuem a intenção de identificar os fatores que determinam e que contribuem com a ocorrência das redes sociais, influíram, também, para caracterizar essa pesquisa como explicativa.

A pesquisa explicativa pode ser a continuação de outra descritiva a partir da exigência de maior descrição e detalhamento dos fatores que determinam o fenômeno (GIL, 2010). Neste trabalho, a utilização da pesquisa explicativa se dá em complemento à pesquisa descritiva, a qual objetiva colaborar na análise e interpretação dos dados e na identificação dos fatores e das causas dos fenômenos, neste caso, das redes sociais (ANDRADE, 2017; GIL, 2010).

Portanto, a escolha dos métodos descritivos e explicativos se deu na perspectiva da teoria das redes sociais utilizada neste trabalho e dos objetivos que exigem um movimento de descrição da realidade e de identificação e aprofundamento dos fatores e causas que determinam a existência e as determinadas conformações das redes sociais na ação econômica do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida.

### 3.3 GERAÇÃO DOS DADOS

Os dados utilizados nesta pesquisa foram de ordem primária e secundária. Para a geração de dados primários realizou-se pesquisa a campo com técnicos das entidades prestadoras de serviço da Rede Ecovida, membros da coordenação do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida e com os grupos de agricultores.

O primeiro passo dado foi a entrevista semiestruturada com um técnico do CETAP, um técnico do CAPA e com o coordenador do Núcleo. Com eles fez-se um primeiro delineamento da estrutura das redes sociais no Núcleo e verificou-se a existência de outros atores, além dos agricultores que compõem a rede. A estrutura da entrevista semiestruturada pode ser observada no apêndice A. Nela também buscou-se gerar dados gerais e informações sobre a construção histórica da rede.

Após a primeira caracterização das redes sociais, realizou-se o acompanhamento de reuniões de 05 dos 29 grupos de agricultores participantes do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida, com o objetivo de aprofundar a primeira caracterização das redes sociais, verificar se a construção da ação econômica se encontra enraizada nas relações sociais e identificar a força dos laços estabelecidos entre os atores. Também observou-se quatro atividades promovidas pelo Núcleo e entidades de assistência técnica que reuniam os grupos, consumidores e membros dos comitês de éticas.

Para esse passo utilizou-se da observação sistemática não-participante, cujo observador identifica previamente o que procura e o que carece de importância em determinada situação e posteriormente realiza o contato, a observação, com o grupo ou

realidade estudada sem se integrar a ela, ou seja, permanecendo de fora (MARCONI; LAKATOS, 2010). Nos casos onde se sentiu necessidade, dadas as lacunas ou dúvidas sobre as informações observadas, também foram realizadas conversas diretas com os agricultores após as reuniões e com técnicos das entidades. Por essas conversas terem sido direcionadas e realizadas somente a partir da necessidade, não foram previamente organizadas, detendo-se apenas ao cumprimento dos objetivos identificados para a observação sistemática.

A escolha dos grupos observados deu-se através da indicação dos técnicos dos centros de assistência técnica e promoção da agroecologia, sendo solicitados e observados os seguintes critérios: ser grupos de municípios diferentes; contemplar grupos com tempos de organização diferentes (recentes e mais antigos). A opção pela indicação se deu a partir do conhecimento que os centros possuem do tempo de vida dos grupos e por terem presentes os contatos e as datas das reuniões dos grupos. O recorte do número de grupos observados também atendeu o limite de tempo e os cuidados sanitários, frente à pandemia.

O acompanhamento e observação das reuniões dos agricultores e atividades do Núcleo foram realizados entre os meses de abril e julho de 2022. Utilizou-se de um diário de campo com as anotações prévias das entrevistas realizadas com a coordenação do Núcleo e com os técnicos e algumas perguntas orientativas, conforme a metodologia de análise de redes sociais para identificar as redes, os recursos utilizados e os aspectos referentes à força dos laços estabelecidos na rede.

Os dados secundários foram coletados através de pesquisa documental, a qual consiste em registros cursivos que são persistentes e continuados (MARCONI; LAKATOS, 2010). A utilização desse tipo de pesquisa no trabalho buscou atender o objetivo de identificar normas, princípios e recursos utilizados no Núcleo que interferem nas redes sociais e contribuem para a organização da produção e a inserção dos agricultores no mercado. Vale ressaltar que nesta pesquisa optou-se por não-gravar as entrevistas e as atividades dos grupos, em vista de deixar os participantes mais à vontade.

Os principais documentos utilizados na pesquisa documental foram os registros institucionais, como relatórios e atas das reuniões dos grupos de agricultores, folders orientativos, o site da Rede Ecovida, além de artigos e trabalhos acadêmicos que abordam estudos já realizados sobre a Rede Ecovida e o tema da agroecologia. A escolha dos materiais contemplou o conteúdo levantado nas observações, buscando encontrar mais elementos para elucidar algumas questões, em especial, no que tange às normas da Rede Ecovida.

No quadro abaixo apresenta-se, de forma sistemática, os procedimentos e sua operacionalização na geração de dados a partir dos objetivos da pesquisa.

Quadro 3 - Procedimentos utilizados para geração dos dados para cada objetivo específico

Objetivo específico	Procedimentos	Operacionalização dos procedimentos
a) Caracterizar as relações sociais dos agricultores familiares que integram a Rede Ecovida na região Alto Uruguai (diagrama).	- Entrevista semiestruturada - Observação sistemática	1º Entrevista com os técnicos e coordenação do Núcleo. 2º Observação participante das reuniões dos grupos de agricultores e atividades do Núcleo. 3º Entrevista com os agricultores quando necessário.
b) Observar e descrever quais são os fatores e os mecanismos que contribuem para a organização da produção e a inserção dos agricultores familiares nos mercados.	- Observação sistemática - Entrevista semiestruturada - Coleta de dados secundários	1º Entrevista com os técnicos e coordenação do Núcleo. 2º Observação participante das reuniões dos grupos de agricultores 3º Pesquisa nos materiais secundários e tabulação.
c) Caracterizar a força dos laços formados entre os agricultores familiares e identificar os fatores que possibilitam ou dificultam a ampliação dos mercados por eles acessados.	- Observação sistemática - Entrevista semiestruturada	1º Entrevista com os técnicos e coordenação do Núcleo. 2º Observação participante das reuniões dos grupos de agricultores e atividades do Núcleo.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

### 3.4 ORGANIZAÇÃO, TABULAÇÃO E TRATAMENTO DOS DADOS

Após a coleta, os dados foram organizados e tabulados observando três aspectos da análise de redes sociais proposta por Granovetter (2005), os quais são tratados em capítulos distintos neste trabalho: a rede social com os atores e vínculos estabelecidos; normas e densidade; e a força dos laços estabelecidos entre os atores. Também foram tabulados elementos sobre confiança na rede, por mais que este seja um tema que perpassa os capítulos e por isso não trabalhado de forma distinta. Embora citado no referencial teórico, neste trabalho não observou-se o conceito de “Buraco Estrutural” sugerido por Granovetter (2005), visto que a sua observação demandaria maior tempo de observação e contato com os grupos, questões que como já apontado anteriormente, foram dificultadas pela falta de tempo e os limites impostos pela pandemia do Covid-19.

Sobre a rede social, inicialmente os dados foram organizados em uma matriz de adjacência em uma planilha de *Excel*, identificando-se os atores e quais possuíam relações. Para os atores que possuíam relações utilizou-se o número 1 e para aqueles que não possuíam relação utilizou-se o número 0. A partir da matriz utilizou-se o *software UCINET 6* para o *Windows*, o qual produziu o sociograma apresentando de forma ilustrativa os atores e as relações estudadas. O sociograma também serviu para identificar outros elementos da rede como o grau de centralidade.

Em relação ao conteúdo sobre as normas, força dos laços e confiança, sob a pretensão qualitativa de análise, utilizou-se o método de análise de conteúdo para inferências. A análise de conteúdo, segundo Bardin (2011), consiste em um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos, a descrição do conteúdo das mensagens e indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens. Nesta pesquisa utilizou-se o método de análise de conteúdo sobre a perspectiva qualitativa, ou seja, buscou-se identificar signos e símbolos do conteúdo e não o número de repetições de palavras (VALENTIM, 2005).

Para fazer a análise de conteúdo foram realizados os seguintes passos: 1) leitura do material; 2) estabelecimento e categorização do conteúdo, sendo: normas e densidade da rede, força dos laços e confiança (GRANOVETTER, 2005); 3) definição da unidade de análise: para este trabalho utilizou-se a frase como unidade de análise, dado que não foram realizadas entrevistas gravadas ou outro tipo de entrevistas que pudessem gerar a quantificação de palavras repetidas. Portanto, unidade de análise foram as frases ditas durante as entrevistas semiestruturadas e captadas durante a observação sistemática (VALENTIM, 2005). Por fim, a partir da definição das categorias e do tipo de unidade de análise foi realizada a interpretação do conteúdo. Abaixo, segue um quadro com os procedimentos utilizados para a organização, tabulação e tratamento dos dados atendendo a cada um dos objetivos específicos.

Quadro 4 - Procedimentos utilizados para organização, tabulação e tratamento dos dados para cada objetivo específico

<b>Objetivo específico</b>	<b>Procedimentos</b>	<b>Operacionalização dos procedimentos</b>
a) Caracterizar as relações sociais dos agricultores familiares que integram a Rede Ecovida na região Alto Uruguai (diagrama).	- Análise de redes sociais	1º Sistematização dos dados coletados na entrevista semiestruturada e da observação participativa. 2º Construção da matriz de adjacência e sociograma e análise.
b) Observar e descrever quais são os fatores e os mecanismos que contribuem para a organização da produção e a inserção dos agricultores familiares nos mercados.	- Análise de conteúdo. - Análise de redes sociais.	1º Sistematização dos dados coletados na entrevista semiestruturada, observação participativa e dados secundários. 2º Classificação e análise conforme categorias indicadas.
c) Caracterizar a força dos laços formados entre os agricultores familiares e identificar os fatores que possibilitam ou dificultam a ampliação dos mercados por eles acessados.	- Análise de conteúdo. - Análise de redes sociais.	1º Sistematização dos dados coletados na entrevista semiestruturada e da observação participativa. 2º Classificação e análise conforme categorias indicadas.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Os métodos e abordagens aqui apresentados buscam dar conta da complexidade do objeto apresentado e dos objetivos desta pesquisa que se pautam pela análise das redes

sociais. Nos próximos capítulos apresenta-se os resultados obtidos a partir da aplicação desta metodologia e algumas possíveis reflexões que podem ser construídas a partir dos elementos levantados.

#### **4 A CONFORMAÇÃO DOS MERCADOS ACESSADOS PELOS AGRICULTORES DO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA REDE ECOVIDA**

Como primeira parte dos resultados, apresenta-se nesta sessão a conformação dos mercados acessados pelo Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida, resgatando-se quais os mercados acessados pelos agricultores e como estes foram construídos desde o início do Núcleo. O levantamento prévio destes mercados tem por objetivo facilitar a identificação das redes sociais que perpassam a sua construção a partir da delimitação espacial, sendo que não se objetiva identificar com precisão e maior detalhamento como ocorrem esses mercados, periodicidade, produtos e quantidades comercializadas, mas a estrutura social que perpassa a sua construção, tarefa que desenvolver-se-á nos próximos capítulos a partir do reconhecimento desses mercados acessados.

Antes de entrar nos referidos mercados destaca-se que os mercados dos agricultores familiares agroecologistas no Núcleo Alto Uruguai apresentam-se historicamente como uma dificuldade, em decorrência de uma série de fatores que influenciam o acesso dos agricultores. O início dos mercados de produtos da agroecologia na região Alto Uruguai acompanha o seu surgimento como modelo produtivo, que se deu como reação ao processo de exclusão promovido pela Revolução Verde, que pelo processo de mecanização selecionou um público de agricultores com condições financeiras e de paisagem que conseguiam acessar o pacote tecnológico ofertado. Na esteira desse cenário, o acesso aos mercados pelos agricultores agroecologistas enfrentava problemas que, em alguma medida, perduram até os dias atuais, como um considerável baixo público consumidor local e regional, a estrutura de comercialização e a logística, entre outros.

O baixo público consumidor refere-se ao fato de que a região é predominantemente rural, com quase a totalidade de pequenos municípios cuja população reside ou possui forte ligação com o campo. Este cenário demográfico, no final da década de 1990 era ainda mais intenso, por haver um contingente maior de pessoas morando no campo. O maior centro consumidor da região é a cidade de Erechim, com cerca de 107 mil habitantes (IBGE, 2021); o outro centro com maior contingente populacional é Passo Fundo, com uma estimativa de 206 mil habitantes (IBGE, 2021), entretanto, distante a cerca de 80 km, já dificultando o acesso.

Este contexto excludente no acesso aos mercados passou a ser amenizado a partir da organização dos agricultores em conjunto com entidades de assistência técnica e de

assessoria, como o Centro de Tecnologias Alternativas Populares (CETAP), o Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia (CAPA), e outras entidades de representação, como o Sindicato Unificado dos Trabalhadores na Agricultura Familiar do Alto Uruguai (SUTRAF-AU), que se organizaram ainda no final da década de 1990 para contribuir na organização e construção de mercados alternativos que garantissem melhores condições de vida no campo. Inicialmente, os mercados organizados foram as feiras livres de comercialização direta a nível local e regional, mais tarde surgiu uma diversidade de canais, incluindo circuitos de comercialização e a venda para programas institucionais, os quais buscaram ampliar o mercado consumidor e a diversificação dos produtos comercializados (KOZENIESKI, 2016; EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

#### 4.1 OS CANAIS DE VENDA ACESSADOS PELO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA REDE ECOVIDA

O primeiro espaço de comercialização aconteceu em meados de 1998, quando um grupo de agricultores da comunidade de “Vaca Morta”, interior do município de Três Arroios - RS, em conjunto com mais dois grupos de agricultores de outras regiões do estado, ambos assessorados pelo CETAP, iniciaram uma feira ecológica em uma das praças públicas de Passo Fundo, sendo realizada, inicialmente, uma vez por mês e, posteriormente passou a ser semanal (EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020). O início da feira em Passo Fundo, conforme apontado pelo informativo do CETAP (2020), foi marcado por baixo público e poucas vendas, exigindo que os agricultores buscassem alternativas como a mudança de local. Isso levou a um aumento das vendas e, conseqüentemente, motivou a ampliação da produção e oferta de alimentos pelos agricultores. Nesse processo, o CETAP, embora ainda não tivesse experiência em comercialização, já desempenhava um papel importante para auxiliar os agricultores no enfrentamento das dificuldades. A feira de Passo Fundo se mantém até hoje e acontece semanalmente com agricultores da região do Alto Uruguai e de outras regiões.

Ainda no final de década de 1990, a partir da organização de outros grupos de agricultores assessorados pelo CETAP e o CAPA, e devido ao aumento de produção desses grupos e o desafio de fazer com que os produtos agroecológicos chegassem ao público consumidor, também aconteceu a organização e/ou o fortalecimento de feiras de venda direta nos municípios desses grupos, como no caso do município de Itatiba do Sul, onde o CETAP passou a colaborar buscando minimizar algumas dificuldades dos agricultores como a baixa

comercialização, problemas em relação à certificação sanitária dos produtos, deslocamento e planejamento da produção (TONIOLO, 2020; CETAP, 2020).

Entretanto, na fase inicial, algumas dessas experiências municipais acabaram não sendo bem-sucedidas, como foi o caso de Três Arroios e Aratiba, ou que ainda possuem dificuldades para se manter, como é o caso da feira de Itatiba do Sul, que depois do período inicial teve uma queda no número de agricultores, ficando com apenas duas famílias. Dentre os motivos estão a dificuldade de encontrar mercado suficiente nos pequenos municípios, dado o reduzido público consumidor, a quantia expressiva de agricultores convencionais que comercializam diretamente nas casas e questões de ordem produtiva, como a garantia contínua de produção e oferta (EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020; TONIOLO, 2020).

Sobre o início da organização dessas feiras, cabe ressaltar alguns aspectos levantados por Eduardo, Klein e Gonçalves (2020) em sua pesquisa, referente ao seu objetivo e prática. Para os autores, a organização dessas feiras representava fissuras que passaram a dar condições de existência econômica das famílias, em especial, por apresentarem arranjos de mercados diferenciados, cujas estratégias se pautam pela organização coletiva, venda de produtos orgânicos e a relação direta com o consumidor, diferenciando-se dos mercados convencionais.

Embora com algumas dificuldades, as feiras de venda direta sempre se apresentaram como uma importante estratégia de abastecimento e comercialização de produtos agroecológicos no Núcleo Alto Uruguai. Hoje são mais de 11 feiras nos municípios assessorados pelo CETAP e que em alguns casos são construídas em conjunto com as famílias assessoradas pelo CAPA. No município de Erechim, maior centro de consumidores da região, são realizadas feiras em seis pontos, dentre eles quatro com estruturas próprias e periodicidade semanal, e as outras duas ocorrem em universidades, em conformidade com o calendário acadêmico (CETAP, 2020; CAPA, [2022]).

A comercialização nas universidades teve início em 2014. A primeira experiência aconteceu na Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), onde formou-se um grupo de consumidores de alimentos saudáveis, formado por professores, técnicos e estudantes, que através da parceria com um dos grupos de agricultores realizavam compra de cestas de produtos a cada 15 dias. Os consumidores escolhiam os produtos através de uma relação de produtos encaminhada por e-mail e depois recebiam os produtos na universidade. Entretanto, dada a mudança de local da universidade, que passou a ficar em uma área rural de Erechim, estando mais distante para a entrega das cestas de produtos, optou-se por alterar a dinâmica,

passando a ser uma feira livre de venda direta na universidade, que funciona com uma cooperativa da agricultura familiar, agricultores familiares e povos originários da região.

A partir da experiência na UFFS também foi iniciada a feira na Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das missões (URI) e em 2019 iniciou-se um projeto denominado “Feiras nas Escolas”, através de uma parceria entre o CAPA e a Secretaria Municipal da Agricultura de Erechim, com objetivo de incentivar e promover o consumo de alimentos saudáveis e mostrar para os estudantes o funcionamento de uma feira com sua diversidade de alimentos da agricultura familiar. Também objetivava-se oportunizar que as famílias passassem a ocupar esses espaços de comercialização. No início houve dificuldades de adesão por parte das escolas municipais e foi expandido o projeto para as escolas particulares, o que potencializou a experiência, propiciando que ela se tornasse referência no município e mais escolas viessem a demonstrar interesse pela adesão. Contudo, a experiência precisou ser suspensa com o início da pandemia da COVID 19 e ainda não foi retomada (GISEL; *et al*, 2021).

No início dos anos 2000 surgiu na região Alto Uruguai a Associação Ecoterra, constituindo-se como uma estratégia territorial dos agricultores que buscavam superar as dificuldades de comercialização nos pequenos municípios da região. A Ecoterra surgiu da organização dos grupos de agricultores assessorados pelo CETAP e passou a reorganizar a produção e a comercialização desses agricultores (CASSARINO, 2012; GABOARDI, 2017; EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

A primeira ação desenvolvida pela Ecoterra em torno da comercialização foi a criação de uma feira livre agroecológica na cidade de Erechim e, mais tarde, de um pequeno mercado na mesma cidade. Entretanto, assim como as demais experiências de feiras nos municípios menores, houve dificuldades, o que propiciou uma redução significativa de agricultores familiares que faziam a feira (EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

Frente a esses limites e a impossibilidade da feira envolver diretamente todas as famílias na comercialização, a Ecoterra passou a pensar estratégias buscando viabilizar os espaços das feiras e criar mercados. A primeira ação foi a estruturação de um circuito regional de recolhimento de produtos, envolvendo 30 famílias dos quatro municípios assessorados pelo CETAP (Itatiba do Sul, Barra do Rio Azul, Três Arroios e Aratiba). A organização desse circuito tinha por objetivo diminuir os custos de logística dos agricultores e facilitar o acesso aos mercados para os agricultores que não possuíam estrutura para levar a produção (CASSARINO, 2012; EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

Através da articulação do circuito regional e junto à necessidade de ampliar os mercados, no ano de 2003 a Ecoterra também assumiu a feira desenvolvida pelo grupo “Vaca Morta”, em Passo Fundo, organizando uma logística que propiciou que se passasse de três para aproximadamente 30 famílias envolvidas (CASSARINO, 2012; EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

Através da Ecoterra, em 2005 os agricultores agroecologistas passaram a acessar os mercados institucionais, sendo elaborado nesse ano o primeiro projeto para o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). Mais tarde, em 2010, a Ecoterra também passou a atuar com o Programa Nacional de Alimentação Escolar (CASSARINO, 2012).

No ano de 2006, dados os desafios que a Ecoterra e o Núcleo Alto Uruguai passavam na comercialização de sua produção, dentre eles a falta de mercado consumidor, mas, ao mesmo tempo, com o acúmulo da experiência positiva do circuito regional da Ecoterra e dado que dentro da Rede Ecovida, frente às necessidades de se pensar o tema da comercialização na agroecologia, criou-se um grupo, que desde 2001 tem pensado estratégias de comercialização na rede, formando-se o Circuito Sul de Comercialização de Produtos Ecológicos.

A experiência reuniu inicialmente quatro associações ligadas à Rede Ecovida, sendo: a Ecoterra (Três Arroios - RS), a Associação para o Desenvolvimento da Agroecologia - AOPA (Curitiba - PR), a Cooperativa Ecoserra (Lages - SC) e a Associação dos Agricultores Agroflorestais de Barra do Turvo e Adrianópolis – Cooperafloresta (Divisa entre os estados do Paraná e de São Paulo), com o objetivo de ampliar a venda direta e promover o intercâmbio de produtos entre os núcleos da Rede Ecovida, ampliando a diversidade de produtos ofertados (CASSARINO, 2012; EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

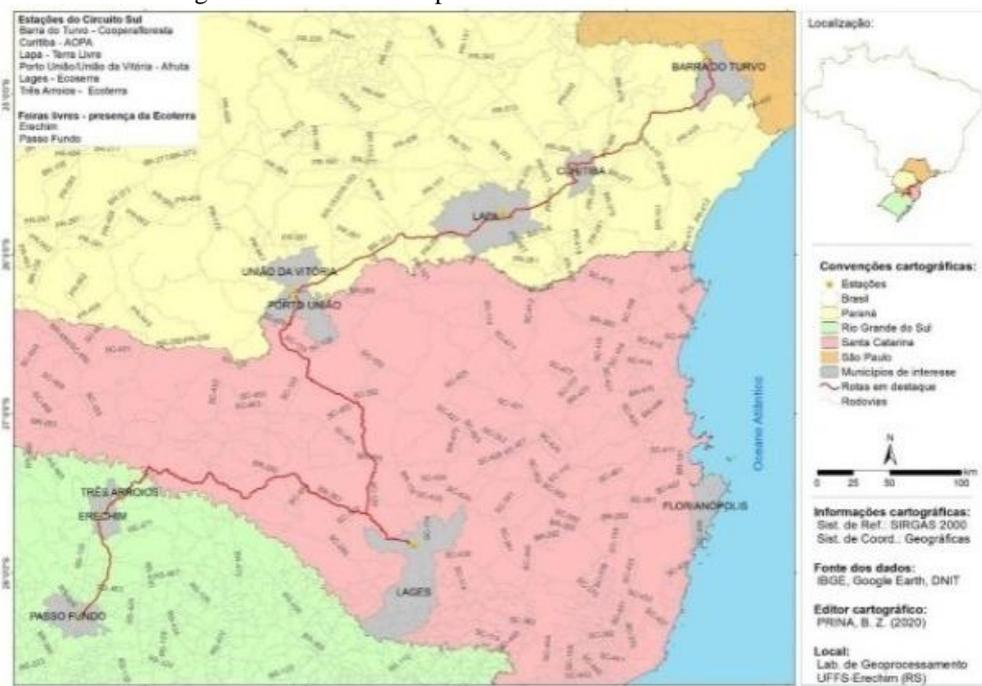
A construção do Circuito Sul de comercialização pela Rede Ecovida representava uma importante estratégia para atender mercados maiores nos grandes centros e propiciar a circulação de produtos entre as regiões, ou seja, disponibilizar alimentos que uma região tinha vocação para produzir e em muitos casos tinha sobras, para outras regiões onde havia dificuldade ou falta de produção. Um exemplo disso são a laranja e a banana, a laranja produzida com facilidade na região Alto Uruguai e a banana no litoral catarinense, ambas passaram a ser trocadas entre essas duas regiões.

A organização e constituição do Circuito Sul, na época, também partia de ações do CETAP e da Ecoterra que buscavam realizar a formação no campo da agroecologia, organizar a produção com preservação ambiental, avançar nos processos agroecológicos no interior das unidades de produção, auxiliar nos processos de comercialização dos alimentos e estimular a

diversificação da produção para o autossustento como estratégia de elevação da autonomia, de redução de gastos e da melhoria das condições de saúde das famílias (EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

Nas figuras a seguir pode-se comparar o avanço e ampliação do circuito Sul da Rede Ecovida, em 2006, atuando nos três estados do Sul (Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná), e em 2016 se expandindo para outros estados como São Paulo. Atualmente, o circuito conta com a participação de 1500 famílias. Na segunda figura também pode-se visualizar as atuais estações e subestações do circuito, que são os pontos de oferta e demanda de produtos. Em cada ponto há um responsável, seja associação, cooperativa ou pessoa física que é responsável por dinamizar e potencializar a oferta e a demanda de produtos na região e centralizar informações. Esses entes também são responsáveis pela organização dos locais de entrega e armazenamento, por definir datas de entrega, planejar as rotas e avaliar a qualidade dos produtos (OLIVEIRA; GRISA; NIEDERLE, 2020).

Figura 5 - Rota e municípios do Circuito Sul no ano de 2006



Fonte: Eduardo, Klein e Gonçalves (2000).

Figura 6 - Rota e Estações do Circuito Sul no ano de 2016



Fonte: Darolt *et al.* (2016).

A organização do Circuito Sul possibilitou um avanço significativo de comercialização, propiciando um salto de 1200 kg mensais de produtos comercializados no final do ano de 2006 para 35 toneladas semanais no ano de 2020. Em 2020 a produção envolvia, na Ecoterra, mais de 100 famílias e contava com mais de 80 produtos diversificados (EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020). Conforme identificado durante a observação, hoje o Circuito Sul demanda por uma quantidade maior de produção, entretanto ainda existem diversos gargalos, em especial no que se refere à quantidade e à qualidade da produção.

Além das feiras livres de comercialização direta e do Circuito Sul, os agricultores agroecologistas que fazem parte do Núcleo Alto Uruguai também foram construindo e acessando outros canais de comercialização, dentre eles lojas varejistas, comércios especializados, restaurantes, mercados institucionais, venda direta nas casas e grupos de consumidores.

Um exemplo de comercialização em lojas varejistas é o realizado através da Cooperativa Nossa Terra em Erechim e em outras cidades de atuação desta Cooperativa. A comercialização nesse canal é realizada, em especial, pelas famílias associadas à Cooperativa, assessoradas pelo CAPA. A Cooperativa Nossa Terra atua em diversos estados, construindo

desde pontos de comercialização física, como as lojas varejistas, até a inserção em mercados institucionais.

O acesso aos mercados institucionais iniciou em 2005, através da Associação Ecoterra, mas os agricultores também acessam esses mercados de forma individual ou pelos grupos. Segundo o CETAP (2020), a comercialização dos alimentos agroecológicos ainda nos primeiros anos do programa Fome Zero possibilitou que os agricultores fossem adquirindo expertise na área e ampliando os espaços de comercialização nesse e em outros canais. O programa também possibilitou que as organizações se articulassem para a realização de intercâmbios entre produtores e consumidores, sensibilizando a importância sobre a produção e consumo de produtos agroecológicos.

A comercialização nas Escolas, pelo Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) é outro importante mercado institucional acessado e colaborou para a impulsão da produção e comercialização dos produtos agroecológicos, além de ser um mercado estratégico, especialmente, por dar garantia de comercialização para quem está iniciando a sua produção (CETAP, 2020).

Entretanto, o CETAP (2020) aponta que ainda é baixa a parcela de estudantes que têm acesso a esse tipo de alimentação, dado o baixo volume adquirido em nível de Brasil. Para a entidade, alguns limites em torno da compreensão e sensibilização dos gestores sobre aspectos produtivos, como sazonalidade, intempéries e a importância da produção agroecológica para a soberania e segurança alimentar e nutricional, além da necessidade de melhoria nas condições de infraestrutura das escolas, dos agricultores e das cooperativas precisariam ser superados para se avançar na compra dos alimentos agroecológicos.

Por fim, uma das mais recentes estratégias de comercialização desenvolvidas por um dos grupos do Núcleo Alto Uruguai é a chamada “Célula de consumidores Responsáveis” (CCR). A CCR é uma proposta que se aproxima da ideia de Grupos de Compras Solidárias (GAS) da Itália (ANJOS; CALDAS, 2017), mas com algumas distinções. Em síntese, a CCR consiste na articulação de um grupo de consumidores que recebem cestas de produtos diversificados, conforme a disponibilidade dos agricultores.

A proposta prevê que os consumidores escolham entre dois tipos de tamanho de cestas e a periodicidade que querem receber as cestas: semanal, quinzenal ou mensal. A composição da cesta é determinada pela disponibilidade de produtos dos agricultores, mas deverá sempre conter uma quantidade de raízes, frutas, legumes, folhosas e grãos. Os consumidores também poderão adicionar outros produtos conforme lista de adicionais que o grupo de agricultores

disponibiliza. A cesta padrão possui um valor determinado, variando apenas conforme os pedidos de adicionais, e deve ser paga no início do mês conforme o ciclo.

A experiência da CCR tem sido gestada pelo grupo de agricultores desde o início de 2022, sendo já realizado um encontro com os consumidores e dado o início da distribuição das cestas no dia 30 de junho de 2022. O grupo de agricultores, formado em sua maioria por jovens e mulheres, é assessorado pelo CETAP, o qual tem contribuído significativamente na articulação da experiência.

Por fim, apresenta-se um quadro com os principais mercados acessados pelos agricultores familiares do Núcleo Alto Uruguai, a fim de apresentar de forma sintética a variedade desses mercados e o período de origem dos mercados.

Quadro 5 - Principais mercados acessados pelos agricultores familiares do Núcleo Alto Uruguai

<b>LINHA DO TEMPO DOS MERCADOS ACESSADOS PELOS AGRICULTORES DO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA REDE ECOVIDA</b>						
<b>Ano</b>	<b>1998</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2015</b>	<b>2020</b>	<b>2022</b>
	Comercialização em feiras livres de venda direta e entrega nas casas de famílias					
	Comercialização em mercados, cooperativas e comércio especializado					
	Circuito Sul de circulação de alimentos da Rede Ecovida					
	Comercialização em mercados institucionais					
	Feiras nas Universidades					
	Programa Feiras nas Escolas					
	Célula de consumo responsável					

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de CETAP (2020); Eduardo, Klein e Gonçalves (2020); Giesel *et al.* (2021); dados da pesquisa (2022).

A identificação destes mercados e sua conformação, além de colaborar na delimitação espacial desta pesquisa, demonstra a diversidade e complexidade dos mercados acessados pelos agricultores, sugerindo a gama de atores e relações sociais formadas. A partir disso, na próxima seção, apresenta-se de forma detalhada os atores e as redes que perpassam por esses canais de comercialização.

## 5 OS ATORES SOCIAIS E INSTITUCIONAIS E AS RELAÇÕES SOCIAIS PRESENTES NO NÚCLEO ALTO URUGUAI

A partir da contextualização sobre a construção dos mercados acessados pelos agricultores familiares agroecologistas do Núcleo Alto Uruguai, nesta seção busca-se apresentar os atores e caracterizar e discutir a estrutura da rede de relações sociais formada entre os atores que perpassam esses mercados e que influenciam na ação econômica dos agricultores familiares do caso estudado. A caracterização da estrutura dessas relações se dá em vista de identificar, posteriormente, o funcionamento e o conteúdo dessas relações a luz da abordagem de autores como Granovetter (1985).

A análise das redes tem como base as relações constituídas entre os atores que formam a estrutura das redes. Em síntese, “As redes são sistemas compostos por “nós” e conexões entre eles que, nas ciências sociais, são representados por sujeitos sociais (indivíduos, grupos, organizações etc.) conectados por algum tipo de relação” (MARTELETO; OLIVEIRA; SILVA, 2004, p. 41). Como coloca Bastarz:

A relação entre os atores sociais possui padrões que definem suas trocas econômicas. Este enfoque estrutural da NSE dá atenção a esses padrões de relações entre os atores, através da metodologia da análise de redes. Grosso modo, este enfoque mostra que os padrões de relações não dependem do conteúdo dos laços sociais e que os constrangimentos associados às posições em uma rede de relações são frequentemente mais importantes na definição das ações individuais que os valores, atitudes e ideias socialmente compartilhadas. Ou seja, a posição de um ator na rede pode definir as ações dos outros atores e a relações que estes estabelecem entre si, em maior ou menor medida (BASTARZ, 2016, p. 50).

Neste trabalho apresenta-se os atores (nós) da rede social em duas classificações, internos e externos ao Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida. Os atores internos referem-se aos que estão vinculados de forma mais direta ao Núcleo Alto Uruguai; por sua vez, os externos são os atores que estabelecem relações e influenciam direta ou indiretamente a ação econômica dos agricultores, mas que não estão vinculados diretamente ao Núcleo Alto Uruguai ou não se encontram situados geograficamente ao Núcleo. Esta distinção se deve ao fato de que as redes sociais não são constituídas somente por atores de uma mesma região, ou por uma proximidade geográfica, extrapolam locais, cidades e até mesmo Estados (AGNE, 2019), ou seja, ao extrapolar um limite demográfico, a rede ganha proporções difíceis de serem analisadas. Sendo assim, busca-se fazer o recorte para delimitar e observar mais a fundo alguns atores, no caso os atores internos, mas sem perder de vista os atores externos.

Desses será feita uma leitura a partir daquilo que foi possível captar durante as observações, visto que não foi realizado nenhuma entrevista direta com eles.

Esta divisão também ajuda a identificar com maior clareza as normas que perpassam as redes sociais, dado que os atores compartilham de regras e princípios de forma diferente, conforme a proximidade e o objetivo que se colocam na construção dessas relações (AGNE, 2019). Os atores sociais identificados também são de ordem individual e coletivo, entendendo-se que os atores coletivos, como os grupos de agricultores e cooperativas, embora sejam formados pelos atores individuais, podem ter ações diferenciadas, influenciando de maneira distinta a rede social. Os atores coletivos e individuais foram encontrados tanto internamente como externamente ao Núcleo. Diante disso, apresenta-se inicialmente os atores internos, dado serem o objeto central desta pesquisa e posteriormente os atores externos.

## 5.1 OS ATORES INTERNOS AO NÚCLEO ALTO URUGUAI

Quanto aos atores internos, identificou-se quatro categorias: os agricultores familiares e seus grupos, hoje 29 grupos, sendo 25 na região do Alto Uruguai Gaúcho que envolvem 140 famílias, e quatro na região Alto Uruguai Catarinense, com 15 famílias; o Núcleo Alto Uruguai; a Associação Ecoterra e; três entidades que prestam assistência técnica: CAPA, CETAP e CECAFES. Os grupos são considerados a instância do Núcleo e a associação é considerada ator, visto que as associações são instâncias coletivas que extrapolam a ideia de ator agricultor individual e, portanto, podem influenciar de maneira distinta a rede. Para fazer parte da Rede Ecovida os agricultores ou outras organizações necessariamente precisam estar ligados a um grupo e a um Núcleo.

### 5.1.1 A Participação dos Agricultores Familiares

Os grupos de agricultores do Rio Grande do Sul são: Cooperbem, Três Fronteiras, Cruzaltense, Encruzilhada da Várzea, Passo da Conquista 1, Pitanguinha, Vaca Morta, ACD – Derrubadas, Respeitando a Vida, Compromisso com a Vida, Sementes do Amanhã, Plantando e colhendo Saúde, Costeiros do Uruguai, Linha Santa Lúcia, Linha Pinga Alta, Linha Gruta, Linha Araújo, Grupo da Sede, Sete Lagoas, Frutas do Vale, Linha Araújo 2, Orgânicos da Anta Braba, Orgânicos da Copaal, Orgânicos da COCEL. Já os grupos catarinenses são: Associação de Agro Turismo Caminhos da Roça, APARG e Cooperativa COOPERFAS, Três

Fronteiras SC e Lajeado Paulino. Destes grupos, 18 são assessorados pelo CETAP, oito pelo CAPA e três pela CECAFES.

O número de integrantes dos grupos de agricultores varia de três a dez famílias, sendo a proposta da Rede Ecovida que os grupos não sejam demasiadamente grandes. Esta proposta tem como uma das explicações a visita de pares, uma das normas da Rede Ecovida, que consiste em anualmente um responsável de cada família do grupo visitar as outras famílias para avaliar o desempenho em relação às normas da Rede e sugerir ações para melhorar o processo produtivo e/ou no cuidado ambiental e social. Além das visitas de pares, todas as famílias devem participar das duas plenárias anuais realizadas pelo Núcleo.

Além dos grupos operarem como instrumentos para a geração de credibilidade na certificação orgânica eles funcionam como uma estrutura de ajuda mútua para organizar a produção, seja por troca de sementes, maquinários, ou de mão de obra. Em alguns casos também ocorre a ajuda na distribuição e comercialização dos produtos, através da colaboração no recolhimento e entrega de produtos e no apoio na venda dos produtos, em especial nas feiras livres de venda direta. Em alguns casos eles se organizam de modo que a cada semana uma família diferente recolhe os produtos e os comercialize.

Esta relação de proximidade e ajuda mútua é uma característica particular da agricultura familiar e se intensifica dentro da Rede Ecovida pelo seu propósito de incentivar relações sociais de cooperação. Outras pesquisas realizadas com agricultores familiares e agricultores ecologistas já levantaram e caracterizaram essas relações, como o trabalho de Radomski (2006) em sua pesquisa sobre as redes de trabalhos em Veranópolis. Radomski identificou que as relações de trabalho na agricultura familiar, no qual se incluem as trocas de dias de serviços, pautam-se por relações de reciprocidade e proximidade entre os agentes. Esse fator será abordado nos próximos capítulos, sendo chave para a compreensão da influência das relações sociais na ação econômica desses atores.

Outra característica dos grupos é que eles são formados preferencialmente por proximidade, mas não há impedimento para que agricultores mais distantes participem, como em um dos casos identificados durante a pesquisa, que uma família residente no município de Passo Fundo participa de um grupo composto por integrantes do município de Aratiba, estando distante quase 100 km. Como apontou o entrevistado A, a constituição dos grupos acaba se dando por afinidade, o que leva a extrapolar a espacialidade, entretanto, a proximidade colabora com a dinâmica do grupo, em especial para a realização das visitas de pares.

Embora este trabalho não tenha a pretensão de identificar os produtos produzidos pelas famílias, durante as observações percebeu-se que a produção é bastante diversa, sobressaindo-se a produção de laranja, dado haver facilidade produtiva na região e também por ser um produto com maior facilidade de escoamento através da dinâmica de mercados que o Núcleo tem assumido.

No que tange às características das famílias, elas são razoavelmente pequenas, variando de três a quatro integrantes. Também identificou-se que o envelhecimento e a falta de sucessão familiar é uma característica marcante nas famílias, constituindo-se em preocupação para o Núcleo e as entidades.

O tema do envelhecimento das famílias e a dificuldade de sucessão familiar foi levantado por todos os entrevistados de forma indireta, visto que não se tinha uma pergunta específica para este tema. Durante as observações também identificou-se, em especial nas conversas paralelas, a preocupação em torno do tema. Segundo o entrevistado B, no último período até houve um crescimento de famílias participantes da Rede, mas agora tem-se uma tendência de considerável diminuição, visto que muitas famílias, por falta de sucessão e idade avançada para continuar na atividade produtiva, deixarão a produção. O entrevistado também apontou que o Núcleo tem começado a olhar com maior atenção para este tema, com ações para alterar essa situação.

O tema do envelhecimento torna-se pertinente nesta pesquisa, pois interfere sobre a perspectiva das redes sociais e, principalmente, sobre a alternativa de continuidade e fortalecimento dos mercados na agricultura familiar. Spanevello *et al.* (2017), ao pesquisar este tema, apontam que o envelhecimento no campo revela e reforça a ideia da mudança pela qual está passando a questão sucessória na agricultura familiar, sendo que se está diante de um cenário de desestruturação do antigo padrão de sucessão que era realizada por um filho ou filha.

As autoras também pontuam que este cenário de saída dos jovens e não reprodução social das famílias incide em mudanças nas dinâmicas produtivas locais e atingem instâncias sociais, econômicas e políticas, exigindo maior atenção das instituições e organizações locais e regionais envolvidas com a categoria social dos agricultores familiares (SPANVELLO *et al.*, 2017). Sendo assim, tornam-se pertinentes pesquisas mais específicas sobre o tema, em especial a partir da análise das redes sociais. A falta de sucessão ou a desistência das famílias pode significar a desestruturação de alguns grupos, implicando diretamente sobre a rede de relações sociais que permeiam a ação econômica dos atores que compõem o Núcleo. Seu estudo pode ajudar a elucidar o futuro das dinâmicas de mercado.

Vale ressaltar que na pesquisa não foram identificadas experiências do que tem se chamado de “neururais”, movimento que recentemente passou a ganhar visibilidade no Brasil e que se refere a experiências, contrárias ao movimento de êxodo rural, de retorno ao campo (SCHNEIDER, 2003). O movimento dos neururais se intensificou durante a pandemia, mas já vinha acontecendo anteriormente, puxado principalmente por jovens. Como aponta Dias (2021, n.p.) em uma publicação no site do Instituto Pindorama, “As pessoas estão voltando para o campo em busca de mais qualidade de vida, e em sua grande maioria essas pessoas carregam consigo valores de regeneração da natureza, e praticam Permacultura, Agrofloresta e práticas sustentáveis de uso da terra”. Sendo assim, poderia ser um cenário a ser identificado e que poderia vir a contribuir com a manutenção dos grupos.

### **5.1.2 Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida**

Seguindo a descrição e caracterização dos atores internos, o segundo ator identificado é o Núcleo Alto Uruguai, que é a junção e a organização dos 29 grupos de agricultores em torno da Rede Ecovida, logo, um ator coletivo. Os núcleos dentro da Rede Ecovida têm a função de referendar o trabalho desenvolvido pelos grupos no processo de certificação, realizado pela comissão de ética que acompanha diretamente os grupos, observando se os procedimentos realizados atendem às normas da rede e fazendo apontamentos de como qualificar a produção (CETAP, 2022). O Núcleo também funciona como um ponto de encontro dos grupos para realizar momentos de formação, visitas a campo e debates sobre as normativas em torno da produção agroecológica. Conforme apontaram os entrevistados B e C, o Núcleo também busca promover atividades que extrapolem o protocolo, ou seja, os requisitos mínimos de atividades exigidas pela Rede Ecovida, construindo atividades interativas que reforcem a interação e coletividade no Núcleo.

Atualmente o Núcleo possui uma coordenação composta por quatro membros (coordenação, vice-coordenação, secretaria e tesouraria), cujos cargos são ocupados por agricultores familiares. A coordenação tem como função dinamizar o Núcleo, realizar minimamente os dois encontros ampliados do Núcleo e fomentar a participação dos agricultores. Conforme destacou o entrevistado B, a atual coordenação tem buscado ser mais protagonista da articulação do Núcleo, buscando ganhar mais autonomia em relação às entidades prestadoras de assistência técnica, dado que às vezes os agricultores tendem a criar dependência das entidades.

O Núcleo também possui uma comissão de ética, a qual é formada por no mínimo dois representantes de cada grupo. Sua responsabilidade é de avaliar a eficácia e eficiência do processo de avaliação da conformidade orgânica em sua região. A comissão de ética também elege um coordenador, o qual é responsável por assinar o certificado de conformidade orgânica conferido aos membros dos grupos.

Em relação à comercialização, conforme apontado pelo entrevistado B, o Núcleo Alto Uruguai não desenvolve uma ação direta no tema, mas colabora através da viabilização da certificação participativa e de formações e intercâmbios que tratam de diversos temas, como produção, certificação e comercialização. Embora não haja a compreensão sobre o envolvimento direto do Núcleo com a comercialização, vale ressaltar que a possibilidade de comercialização dos produtos com qualidade de agroecológicos se deve diretamente à certificação participativa organizada pelo Núcleo.

### **5.1.3 Associação Ecoterra**

Outro ator interno ao Núcleo é a Associação Ecoterra, que possui uma perspectiva próxima ao do Núcleo Alto Uruguai, por ser uma entidade organizativa dos agricultores. Ela surgiu no início dos anos 2000 como uma estratégia territorial dos agricultores que buscavam superar as dificuldades de comercialização nas pequenas cidades da região. E nasceu da organização dos grupos de agricultores assessorados pelo CETAP e em parceria com o próprio CETAP para reorganizar a produção e a comercialização desses agricultores (CASSARINO, 2012; GABOARDI, 2017; EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

A Ecoterra contém mais de 100 famílias associadas ativamente vinculadas ao Núcleo. Sua atuação, além da promoção da agroecologia como um todo, se dá a partir da organização da produção, orientando algumas variedades e quantidades a serem produzidas e da organização da comercialização, buscando atender a demanda do mercado, garantir a venda da produção e um preço mínimo aos agricultores. No ano 2020 foram mais de 80 produtos comercializados, tendo o principal canal de destino o Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida (EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

A sede da Associação encontra-se no município de Três Arroios, local onde surgiu uma das primeiras experiências organizadas de agricultores em torno da agroecologia na região, ação que também deu base para a construção da Ecoterra. Sua sede funciona como um ponto de referência dentro do Circuito Sul de Comercialização, além de servir para encontros e assembleias de seus associados.

#### **5.1.4 Entidades de assessoramento técnico das atividades produtivas e de comercialização**

Por fim, também fazem parte do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida três entidades de assistência técnica. O CAPA e o CETAP acompanham desde o início da formação do Núcleo e a Cooperativa Central de Comercialização da Agricultura Familiar de Economia Solidária (CECAFES) passou a integrar mais recentemente, mas ainda não está cadastrada junto à Rede Ecovida.

O CAPA nasceu no final dos anos 1970, na região de Santa Rosa - RS, estimulado pela Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB), preocupada com os pequenos agricultores que sofriam com os efeitos da Revolução Verde, principalmente pelo empobrecimento e o conseqüente êxodo rural. Na época o CAPA se denominava Centro de Aconselhamento ao Pequeno Agricultor e tinha por objetivos centrais manter o agricultor no campo e ser uma alternativa na produção de alimentos sem agroquímicos (GABOARDI, 2017). Outra preocupação sua era com a comercialização da produção, dado o contexto de monoculturas e dos complexos agroindustriais e da necessidade de “[...] organização dos agricultores em relação à quantidade, os excedentes, a diversidade de culturas e a comercialização dos produtos ecológicos em feiras” (GABOARDI, 2017, p. 91).

Em 1988 o núcleo do CAPA de Santa Rosa foi transferido para Erechim. Em 1997, além de atuar nos municípios da região do Alto Uruguai gaúcho, passou a atender municípios localizados em Santa Catarina, principalmente na região do Alto Uruguai catarinense, os quais passaram a integrar o Núcleo Alto Uruguai.

O compromisso do CAPA desde o princípio foi de se colocar ao lado dos agricultores, a partir dos:

[...] princípios da agroecologia e da cooperação, desenvolver experiências de produção, beneficiamento, industrialização e comercialização, de formação e capacitação, de saúde comunitária, que sirvam de sinais de que o meio rural pode ser um espaço de vida saudável e de realização econômica para todas e todos (CAPA, [2022]).

O CETAP é uma organização não governamental, fundada em 1986, no município de Pontão, Norte do estado do Rio Grande do Sul. A sua origem está atrelada à articulação de um conjunto de movimentos sociais, dentre eles: o Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra (MST), a Comissão Regional dos Atingidos por Barragens (CRAB/MAB), o Movimento dos

Pequenos Agricultores (MPA), o Movimento das Mulheres Agricultoras (MMC) e uma organização sindical dos rurais ligada à CUT, que mais tarde tornou-se a Federação dos Trabalhadores da Agricultura Familiar (FETRAF-Sul), que buscavam suprir a necessidade de acompanhamento técnico para os agricultores assentados da Encruzilhada Natalino (GABOARDI, 2017).

Em sua origem, a atuação prioritária do CETAP era técnica e sócio-organizativa, estimulando famílias agricultoras a experimentar e adotar outros formatos tecnológicos na produção agropecuária com práticas de baixo impacto ambiental, valorizando a biodiversidade, estimulando a organização, a cooperação e a troca de experiências e conhecimentos entre famílias agricultoras, baseando-se nos princípios agroecológicos e buscando apoio com entidades parceiras (CETAP, 2020, p. 14).

Segundo Eduardo, Klein e Gonçalves (2020), o CETAP passou a atuar na região do Alto Uruguai em 1987, por intermédio de um sindicato dos trabalhadores rurais que já protagonizava ações de resistência ao modelo da Revolução Verde. O início do trabalho se deu através de intervenções junto a um grupo de agricultores descendentes de italianos residentes na localidade de “Vaca Morta”, interior do município de Três Arroios. Essas famílias haviam aderido parcialmente à agricultura moderna, preservando práticas de uma agricultura diversificada e centrada na reprodução da condição camponesa.

A partir da articulação dessa primeira experiência com as famílias da localidade de Vaca Morta, o CETAP passou a expandir sua atuação na região, propiciando que ao longo da década de 1990, através de intercâmbios, se avançasse na articulação de outros quatro grupos de agricultores agroecológicos localizados em Três Arroios, Aratiba, Barra do Rio Azul e Itatiba do Sul. Nesse período, visto o desafio de comercialização dos produtos, já se iniciavam as primeiras experiências de comercialização direta desses grupos, em especial por feiras (EDUARDO; KLEIN; GONÇALVES 2020).

Por sua vez, a CECAFES foi constituída juridicamente em 2012, fruto do acúmulo de discussões sobre a produção e comercialização e de um projeto de desenvolvimento para os agricultores familiares da região do Alto Uruguai, através das cooperativas. Sua sede se localiza na cidade de Erechim-RS, cidade polo da região Alto Uruguai Gaúcho e possui em seu quadro de associados 19 cooperativas da agricultura familiar (CECAFES, 2022).

O objetivo da central é viabilizar, de forma sustentável, a comercialização e a inserção das cooperativas filiadas em mercados potenciais da região e em grandes centros consumidores, buscando garantir o acesso a produtos da agricultura familiar nesses locais e,

assim, promover a soberania e segurança alimentar e nutricional sustentável (CECAFES, 2022).

As três entidades atuam dentro do Núcleo como membros ativos, desenvolvendo o trabalho de assistência técnica, organização do processo e dos documentos para a certificação participativa e colaborando no debate sobre a comercialização e distribuição dos alimentos. O CETAP atualmente é a entidade que mais tem acompanhado famílias e também tem se responsabilizado pelos grupos assessorados pela CECAFES, que ainda não está registrada na Rede Ecovida, mas que mesmo assim, colabora no atendimento aos agricultores familiares a partir da assistência técnica.

Conforme apontado pelo entrevistado A, as entidades exercem um papel fundamental no Núcleo Alto Uruguai, tanto no processo de assistência técnica como para garantir a dinâmica de certificação participativa, desenvolvendo papel primordial para animar os grupos a participar de encontros de formação, intercâmbios e no desenvolvimento das visitas de pares. Além disso, as entidades, conforme foi possível identificar no acompanhamento das reuniões dos grupos, desenvolvem papel essencial para a organização da comercialização. No caso da Célula de Consumidores Responsáveis o CETAP tem assessorado tanto no diálogo entre os produtores e consumidores, como na organização dos produtos a serem oferecidos e, até mesmo, na logística da distribuição, dado que, por ser uma experiência inicial, ainda não possui as condições suficientes para sua execução.

Para a realização das atividades as entidades contam com uma equipe multidisciplinar que envolve engenheiros agrônomos, assistentes sociais, assistentes de ambientes, assessores de projetos e administrativos. As equipes realizam projetos com o apoio de entidades de cooperação e similares (nacionais e internacionais) e com órgãos públicos municipais, estaduais e federais (CETAP, 2022; CAP, 2022). Hoje o CETAP atua com cinco projetos, sendo: Apoio à produção ecológica – protagonismo de mulheres e jovens; Promoção e conservação da sociobiodiversidade; Comercialização e aproximação entre rurais e urbanos; Articulação e cooperação interinstitucional; Gestão e fortalecimento institucional (CETAP, 2022).

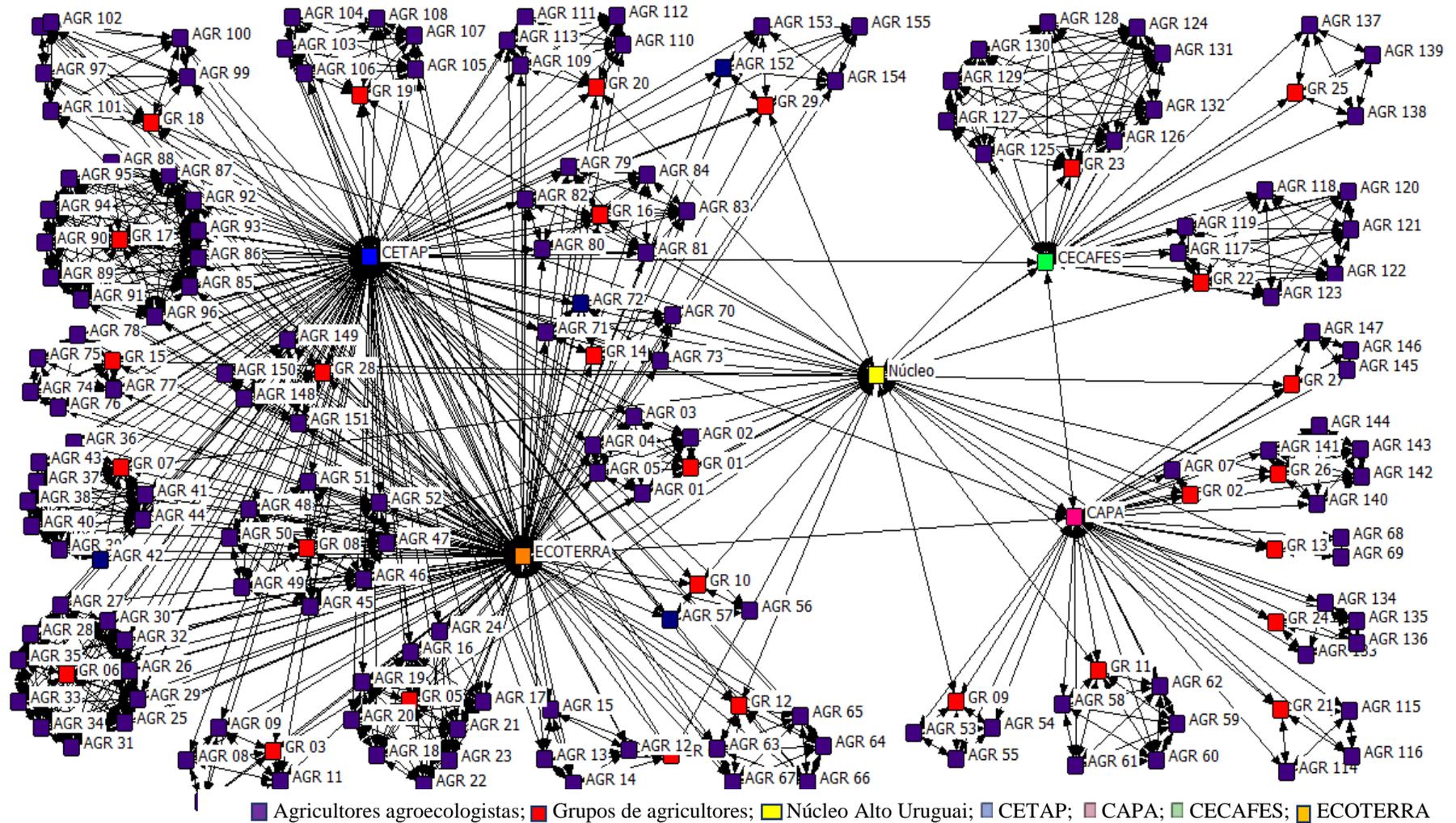
Já o CAPA tem atuado com projetos em torno da preservação de sementes crioulas, adubação verde, solos, meliponicultura, certificação participativa, alimentação saudável, quintais orgânicos, citricultura, hortas, compostagem e desenvolvimento sustentável (CAPA, [2022]). A CECAFES tem se inserido no último período através de um projeto denominado “projeto orgânico, alimentos saudáveis”, do qual participam algumas das suas cooperativas

associadas e tem por objetivo incentivar a transição agroecológica dos agricultores familiares de sua base (CECAFES, 2022).

Vale ressaltar que os consumidores são outros atores que poderiam vir a fazer parte do Núcleo, desde que estes estivessem organizados, assim como os agricultores em grupos. Entretanto, no Núcleo Alto Uruguai não foi identificada a organização desses grupos. Segundo relato do entrevistado A, alguns consumidores, dado não haver grupos específicos dos consumidores, participaram por um tempo dos grupos dos agricultores, entretanto, como o debate acaba se restringindo principalmente ao processo de produção, acabam desistindo. Vale ressaltar que mesmo que não haja a articulação de grupos de consumidores, muitos destes têm atuado e se relacionado com o Núcleo Alto Uruguai. Essa relação se dá através da participação em algumas atividades, na relação direta com os agricultores, na relação com as entidades de assessoria e também através da pesquisa, sendo que muitos dos consumidores mais ativos são, sobretudo, professores e pesquisadores da agroecologia. Diante disso, posteriormente serão apresentados como atores externos.

No sociograma a seguir (figura 7) visualiza-se a rede social formada pelos atores internos a Rede Ecovida. Ao todo são 188 atores, entre os agricultores familiares e seus respectivos grupos, as três entidades prestadoras de assistência técnica, a associação Ecoterra e o Núcleo. Nota-se que o CETAP e a Ecoterra são as entidades que mais possuem ligações com os grupos, ambas possuindo o mesmo número de atores ligados, dado o vínculo estabelecido e a construção histórica do CETAP que resultou na formação da Ecoterra. Como já apresentado anteriormente e ilustrado no sociograma, a CECAFES com atuação mais recente possui um contingente menor de agricultores ligados.

Figura 7 - Sociograma do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida de Agroecologia



Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2022).

No sociograma é possível identificar a ligação entre as entidades, em decorrência da relação que se estabelece na construção de ações em conjunto. Também se observa que o Núcleo possui um número de ligações menores que entidades como o CETAP. Isso se deve pelas ligações serem diretas com os grupos e com as entidades, observando a organização hierárquica posta na rede, que possibilita reconhecer os grupos como atores. Outras características e detalhes sobre as relações constituídas internamente serão aprofundadas nos próximos capítulos.

Junto aos atores internos e a rede de relações sociais apresentada acima, durante a pesquisa também foi possível identificar outros atores, externos ao Núcleo, que incidem sobre a ação econômica dos agricultores agroecologistas do Núcleo Alto Uruguai. Na próxima seção apresenta-se e caracteriza-se estes atores e a sua influência sobre a rede de atores internos.

## 5.2 OS ATORES EXTERNOS AO NÚCLEO ALTO URUGUAI

Os atores externos ao Núcleo Alto Uruguai são formados pelos consumidores, poder público, a Emater, cooperativas da agricultura familiar e demais núcleos da Rede Ecovida. A seguir discute-se algumas características desses atores e como eles interferem na ação dos agricultores.

### 5.2.1 Consumidores

Quanto aos consumidores observou-se que esta é uma categoria de atores de extrema importância e influência sobre a rede social dos agricultores. Mesmo sem a pretensão de identificar e categorizar estes atores, visto sua inviabilidade pelo grande número de mercados e, conseqüentemente, número de atores envolvidos durante as observações, foram identificados alguns aspectos desta categoria, em especial, do tipo de relação construída com os agricultores.

Um primeiro ponto a ser destacado é que a Rede Ecovida como um todo busca incentivar meios de comercialização por cadeias curtas que busquem aproximar os produtores e consumidores. As cadeias curtas de comercialização são formas de interação entre produtor e consumidor que se pautam na redução da distância, no resgate da confiança nas relações econômicas, na procedência dos alimentos (CASSOL; SCHNEIDER, 2017) e no resgate da identidade dos alimentos, valores sociais, culturais, éticos, ambientais e significados simbólicos

(SCHNEIDER; GAZOLLA, 2017). Como será abordado mais adiante, estes são princípios caros à Rede Ecovida e que buscam ser difundidos entre produtores e consumidores.

No que tange às características desses atores e à relação que se estabelece com os agricultores, para facilitar a compreensão do leitor, os consumidores foram divididos em quatro categorias, sendo: consumidores esporádicos, consumidores via-institucional, consumidores conscientes e consumidores militantes. A categoria dos consumidores esporádicos, como o próprio nome sugere, refere-se ao público que consome por conveniência, ou seja, adquire por facilidade de alcance e acessibilidade de preços. Esta é uma das categorias com menor influência sobre os produtores, não interferindo diretamente no modo de produção, pois não há vínculos explícitos. Entretanto, seguindo a teoria de Granovetter (2007), a presença de laços fracos pode simbolizar maior difusão de conteúdos novos, tema que será abordado com maior profundidade no capítulo seis desse trabalho.

A categoria dos consumidores via-institucional é composta por consumidores que adquirem produtos via programas sociais como o PAA e via alimentação escolar, como o PNAE. Nessa relação os consumidores nem sempre possuem uma relação direta, como fora apontado pelos agricultores, a entrega acontece direto para as entidades que realizam a entrega dos alimentos. Entretanto, os entrevistados apontaram que são realizadas diversas atividades com estes públicos buscando trabalhar temas como alimentação saudável. Nessa relação não há uma incidência direta dos consumidores sobre os agricultores e não se identificou a criação de relações desses atores com outros consumidores, ao menos de forma direta, para extensão dos mercados dos agricultores familiares.

A terceira categoria, composta pelos consumidores conscientes, refere-se aos consumidores que fazem a opção por produtos agroecológicos devido as preocupações com a qualidade dos alimentos, ou com a preservação ambiental e o cuidado social ou a desconfiança com as grandes empresas do setor de produção e distribuição de alimentos, o desconhecimento da origem dos produtos e o risco de insegurança alimentar (DIAS; RÉVILLION; TALAMINI, 2017). Estes atores tendem a possuir vínculos mais fortes com os produtores, sobretudo porque há uma disposição em conhecer a procedência e criar laços de confiança. Eles também possuem uma atuação no que aqui se poderia chamar de extensão das redes, dado que buscam sensibilizar outras pessoas para consumirem. Vale ressaltar que a sugestão do nome dessa categoria se dá em vista de afirmar que os consumidores fazem a opção por lucidez e clareza da importância do consumo de produtos agroecológicos e não em vista de que os demais consumidores não possuem consciência sobre o consumo.

A quarta categoria, integrada pelos consumidores militantes, foi a melhor identificada durante a pesquisa. Os consumidores militantes são atores que possuem a consciência da categoria anterior, mas que atuam para além do consumo ou da divulgação. Este grupo de atores, com grande participação de professores pesquisadores, técnicos, membros de entidades sociais e sindicais, possui uma atuação que incide diretamente na ação econômica dos agricultores. Eles possuem uma ação que colabora através de pesquisas, atendimento colaborativo às entidades prestadoras de serviços e na provocação da construção de alguns mercados, como as feiras nas universidades e a Célula de Consumo Responsável.

Embora este grupo possa transparecer como uma categoria de atores, como pesquisadores, preferiu-se manter a ideia de consumidores militantes porque, pelo que se percebeu, a ação volta-se para o consumo. Estes consumidores também tendem a participar de atividades de visita às propriedades, dias de campo, intercâmbios e encontros. Eles usam o seu tempo para fortalecer laços de confiança com os agricultores e colaborar na proposta de construção da agroecologia (DIAS; RÉVILLION; TALAMINI, 2017).

As categorias de consumidores conscientes e militantes, convergem em várias questões e têm a intenção de criar ou reforçar os vínculos com os produtores. Como apontam Dias, Révillion e Talamini (2017), também torna-se de interesse dos produtores o fortalecimento desses vínculos, uma vez que há a intenção de garantir a confiança sobre os produtos e a lealdade na aquisição da produção, sendo prerrogativa importante para a manutenção do negócio. Para estes autores:

O consumidor leal possui um comportamento de continuidade e se torna muito mais tolerante à existência de obstáculos para o consumo, da mesma forma que, dependendo do nível de relacionamento com o produto ou com o fornecedor, pode ignorar os concorrentes diretos do produto. Além disso, consumidores leais são responsáveis por boca-a-boca positivo, o que influencia na conquista de potenciais consumidores do produto (DIAS; RÉVILLION; TALAMINI, 2017, p. 251).

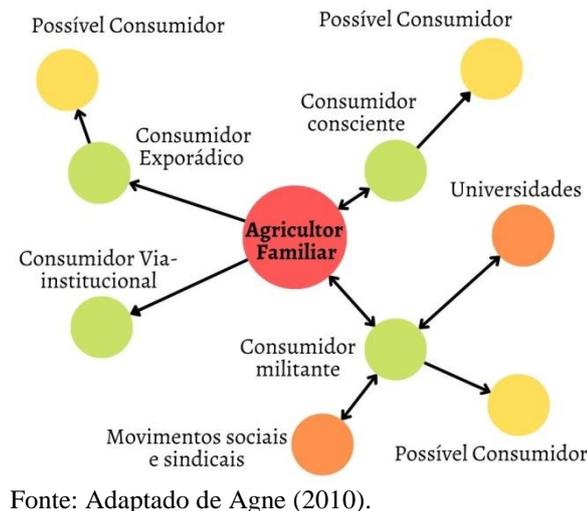
Esses resultados também são encontrados por Agne (2010), que aponta que as interações diretas com os consumidores oportunizam aos agricultores identificarem as preferências de consumo e, assim, desenvolverem as estratégias de fidelização. A autora aponta que a pesquisa revelou que os consumidores estão valorizando características diferenciadas dos produtos como temperos, modo de produção e ausência de insumos.

Sendo assim, os consumidores influenciam diretamente sobre os tipos de produtos a serem cultivados pelos agricultores, o que leva, também, a uma ampliação da gama de produtos ofertados pelos agricultores nos mercados. Os produtos também se tornam como um

mecanismo de conexão, pontes entre os produtores e consumidores, dado o estabelecimento de vínculos (AGNE, 2010).

Na imagem a seguir apresenta-se uma estrutura dessas relações constituídas, sendo possível identificar as categorias de atores apresentados acima e observar os vínculos que eles estabelecem, seja por trocas, simbolizados pelas hastes com duas pontas ou pelo movimento de contribuição, representado pelas hastes com uma ponta. A figura busca apresentar especialmente a relação das redes do agricultor com o consumidor e de consumidores com possíveis consumidores, onde se estabelece uma relação de divulgação do produto. Entretanto, também se apresenta a relação que é estabelecida com os consumidores militantes, os quais acabam estabelecendo trocas com instituições que influenciam a rede.

Figura 8 - Redes de interações entre os agricultores familiares e os diferentes consumidores



Como já foi destacado, nesta pesquisa não houve a pretensão de pesquisar mais a fundo aspectos relacionados aos consumidores. Essas observações apontadas partem de um olhar restrito à região, principalmente no que concerne às cadeias curtas do tipo face-a-face, exemplificadas pelas feiras livres de venda direta e a Célula de Consumo Responsável, não adentrando nos mercados que, mesmo que sejam considerados parte de cadeias curtas, dado a garantia de procedência por selos, extrapolam o nível regional (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2017).

### 5.2.2 Agentes Públicos de Extensão Rural

O segundo ator externo identificado, foi a Associação Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater/ASCAR-RS), que

colabora com assistência técnica para alguns agricultores em parceria com as entidades, mas que segundo os entrevistados atua, em especial, na emissão do Certificado Fitossanitário de Origem/Certificado Fitossanitário de Origem Consolidada (CFO/CFOC) para os agricultores, certificados que são obrigatórios para a comercialização de frutas para outros Estados. A emissão desse certificado se dá principalmente para a comercialização através do Circuito Sul da Rede Ecovida e pela cadeia de frutas nativas. Segundo informações coletadas, a Emater/Ascar emite o CFO para todos os grupos que necessitam, exceto os grupos do município de Aratiba acompanhados pelo CETAP, que possuem outra dinâmica operativa.

Durante a pesquisa os três entrevistados apontaram que no passado a Emater/Ascar-RS possuía atuação mais ativa junto à construção da agroecologia na região, sobretudo na assistência técnica e incentivo aos agricultores. Entretanto, com o seu desmonte e seu subfinanciamento no último período, tem-se uma redução significativa de sua atuação.

### **5.2.3 As Organizações Cooperativas**

Outros atores identificados foram as cooperativas da agricultura familiar, que são instrumentos utilizados pelos agricultores agroecologistas do Núcleo Alto Uruguai para a produção e comercialização dos alimentos e para o acesso ao crédito. Hoje o Núcleo não tem ligação direta com uma cooperativa específica ou tampouco possui uma cooperativa orgânica, por isso é possível identificar uma grande quantidade de cooperativas atuando, umas englobando um conjunto maior de agricultores e outras com um número menor. Alguns agricultores também estão cooperados a mais de uma cooperativa.

Durante a pesquisa foi possível identificar ao menos sete cooperativas com ligação direta com os agricultores, sendo: Cooperativa de Produção e Consumo Familiar Nossa Terra (Nossa Terra), Cooperativa de Produção Agropecuária de Aratiba LTDA (COOPAL), Cooperativa de Desenvolvimento Regional LTDA (COOPERFAMÍLIA), Cooperativa dos Produtores Agropecuários de Mariano Moro (COOPERBEMM), Cooperativa dos Agricultores Familiares Ecologistas Solidários LTDA (COOPERFAS), Cooperativa da Agricultura Familiar de Marcelino Ramos-RS (COCEL) e Cooperativa de Crédito Rural com Interação Solidária (CRESOL).

As cooperativas, aqui compreendidas como atores coletivos, embora não sejam todas formadas só por agricultores agroecologistas, têm funcionado como ferramentas importantes para que os agricultores acessem mercados, como o caso já citado da Cooperativa Nossa Terra, que disponibiliza espaço para feira e mercado para os agricultores cooperados.

Algumas cooperativas, como o caso da COOPAL, têm incentivado recentemente a transição agroecológica em sua produção, fator que levou também a CECAFES a voltar-se para esse campo, incentivar e organizar grupos de agricultores da sua base para a transição e produção agroecológica.

#### **5.2.4 Os Núcleos da Rede Ecovida**

Outros atores que também interferem na ação econômica do Núcleo Alto Uruguai são os demais núcleos da Rede Ecovida. Como foi possível observar durante a pesquisa, os núcleos, através da cooperação e da proposta da Rede Ecovida, colaboram tanto na troca de conhecimento e técnicas de produção como no processo de certificação participativa, sendo que os núcleos avaliam os demais núcleos, e também através da organização do Circuito Sul de Comercialização, onde os núcleos conseguem ser pontos-chaves para facilitar a circulação dos alimentos e potencializar sua disposição em diferentes canais de comercialização. Os núcleos da Rede Ecovida possuem similaridades quanto à organização e regras, variando em número de grupos e entidades e ONGs que participam.

#### **5.2.5 O Poder Público Municipal, Estadual e Federal**

Por fim, também há o papel do Estado nas redes sociais. Conforme apontam Schmitt e Grisa (2013, p. 227), a construção dos mercados “[...] não é resultado unicamente da mobilização de atores privados. Implica também a atuação do Estado na formação, manutenção e regulação desses circuitos de trocas”. No Núcleo Alto Uruguai foi possível identificar a atuação do Estado sobre a ação econômica dos atores em suas diferentes instâncias de poder (municipal, estadual e federal) e formas de atuação.

Um dos primeiros aspectos identificados foi a atuação através de programas de incentivo à produção agroecológica, que está bem restrita a alguns municípios e até deixou de existir no último período. Uma das experiências identificadas foi a desenvolvida pelo município de Itatiba do Sul, onde, através de uma parceria com outras entidades, como a CRESOL e o CETAP, o poder público municipal contratou um técnico agrícola específico para acompanhar os grupos de agricultores agroecologistas do município, que hoje são três, Derrubadas, Pitanguinha e Sete Lagoas. Neste município foi possível identificar outra ação do poder público, que é o “Programa Municipal de Incentivo à Produção Orgânica e Agroecológica”. Esse programa consiste em disponibilizar um recurso de R\$ 500,00 para os

agricultores que possuem certificação ou que estão em processo de transição agroecológica. Os recursos recebidos pelo programa devem ser exclusivamente aplicados na produção orgânica e, para isso, a família também precisa estar sendo acompanhada e assessorada pelo técnico agrícola contratado através do CETAP (CETAP, 2022). Além disso, para acessar o benefício, os agricultores devem participar de um curso sobre agroecologia aplicado pelo CETAP.

Darolt (2013), ao pesquisar os circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos, coloca que a articulação entre os diferentes atores ligados ao mercado local, incluindo o poder público, possibilita fortalecer e estruturar a agricultura de base ecológica. Indo ao encontro à experiência do programa municipal de Itatiba do Sul, o autor destaca que “o poder público tem um papel importante na criação de estruturas de apoio à produção, distribuição e comercialização, com suporte institucional e financeiro especialmente nos casos que envolvem grupos organizados de produtores familiares na fase inicial do processo de transição agroecológica” (DAROLT, 2013, p. 165). Essas ações serviriam para reduzir problemas presentes na produção agroecológica como o volume da produção, irregularidade na oferta de produtos, problemas de infraestrutura e logística e, também, na disponibilização de informações à comunidade local.

O trabalho desenvolvido por Bastarz (2016) revela que a atuação de atores ligados ao poder público local contribui nos mercados acessados pelos agricultores. Em sua pesquisa, que objetiva compreender as redes sociais que perpassam os mercados das caminhadas na natureza, a autora revela que o poder público tem papel de destaque na rede social formada, sendo que os atores do poder público acabam sendo mais populares e possuem centralidade na rede social analisada. Isso se justifica por serem atores promotores das caminhadas, através de um programa de incentivo ao turismo do município.

Outra ação do Estado que interfere no mercado são as compras institucionais, através de programas como o PAA e o PNAE. Durante a observação dos grupos de agricultores do Núcleo Alto Uruguai, identificou-se que as compras institucionais permitem que muitos agricultores da região possam se inserir nos mercados. As compras institucionais também se destacam pelo papel importante na garantia de compra e pagamento pela produção. Também, de forma paralela, este mercado incentiva alguns agricultores a processarem sua produção. Atualmente, o principal mercado institucional tem sido o PNAE. O PAA, dado seu desmantelamento no último período, pelo reduzido empenho de recursos públicos (GRISA; et al., 2022), não tem sido acessado de forma significativa pelos agricultores.

Segundo Schmitt e Grisa (2013), o PAA e o PNAE são programas que possibilitam diversos ganhos para os produtores. Um dos aspectos é a exigência de uma produção diversificada para entrega sensibilizar os agricultores para a diversificação da produção e, assim, também se inserirem em outros mercados locais. Darolt (2013, p. 155) destaca que “[...] o mercado institucional reforça outras iniciativas de comercialização em circuitos curtos, bem como fortalece as redes de organizações sociais e o diálogo entre os atores envolvidos com a agroecologia”. Além disso, o autor também destaca que no caso da alimentação escolar, as compras institucionais colaboram com a implementação de uma alimentação saudável, criando perspectivas de mercado para a agricultura familiar.

Entretanto, vale ressaltar, que a partir de 2016, com o processo de impeachment e a ascensão da nova política econômica com o Governo Temer, a qual possuía um caráter marcadamente neoliberal, houve uma intensificação do processo de fragilização, desconstrução e reconfiguração dessas e outras políticas públicas de fortalecimento da agricultura familiar. Esse processo de desestruturação ganhou maior intensidade em 2019 com o Governo Bolsonaro (GRISA *et al.*, 2022)

Por fim, outra forma de atuação do Estado na rede é através da legislação. Conforme será visto mais adiante, tal atuação influencia na dinâmica da certificação participativa e na organização dos agricultores e interfere nas normas partilhadas servindo como elemento de geração de confiança entre os agricultores e consumidores. A legislação garante a compra da alimentação escolar direta dos agricultores familiares (DAROLT, 2013). “Faz-se necessário, portanto, considerar o poder diferencial do Estado na regulação das atividades econômicas, abordando o poder deste na definição, na alteração, nos limites e até mesmo na extinção ou na coerção de determinadas redes.” (GRISA, 2009, p. 108)

É importante ressaltar que na análise feita por Granovetter (1973, 1985), em seu aporte teórico de análise das Redes Sociais, a participação do Estado não é algo muito presente, sendo apenas utilizado na análise de alguns casos. Esta é inclusive uma das críticas à sua teoria. Grisa (2009, p.113) pontua que incorporar “[...] o papel do Estado na abordagem de redes é uma contribuição que vai ao encontro de muitas críticas apontadas a esta”.

## 6 A ESTRUTURA DA REDE SOCIAL DO NÚCLEO ALTO URUGUAI

A partir da identificação dos atores e da rede formada entre estes, apresenta-se nesta seção algumas características da estrutura da rede social do Núcleo Alto Uruguai. Três aspectos principais são observados conforme Granovetter (1986) propõem para a análise de Redes Sociais, sendo: centralidade da rede; normas e a densidade da rede e; força dos laços estabelecidos entre os atores.

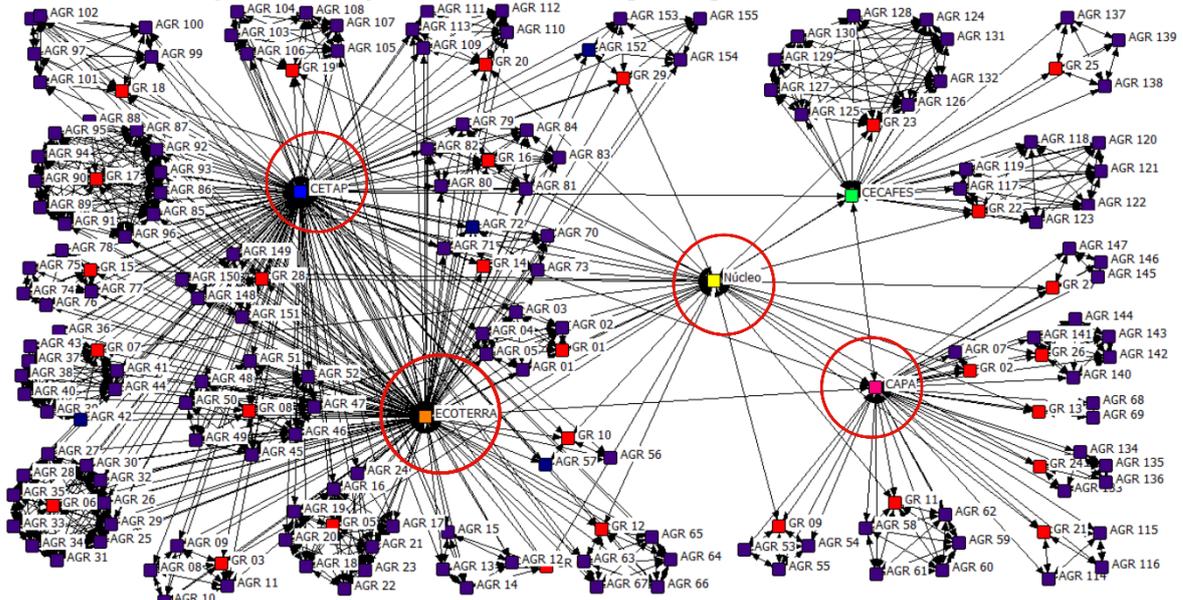
### 6.1 CENTRALIDADE DA REDE SOCIAL

O primeiro aspecto da rede social identificada é o da centralidade dos agentes. Esta é uma medida que busca revelar a correlação entre a centralidade dos agentes e a sua influência sobre o grupo, ou seja, a correlação de centralidade e poder dos agentes (MIZRUCHI, 2014). A relação entre centralidade e poder vai ao encontro de um princípio básico da rede “[...] de que, a posição de um agente numa estrutura social tem impacto significativo sobre seu comportamento e bem-estar” (MIZRUCHI, 2014, p. 138).

Para análise da centralidade da rede neste trabalho, que não possui a pretensão de ser quantitativo, fez-se uma observação simplificada de centralidade sobre a rede, a partir da centralidade de grau (FREEMAN, 1979). A centralidade de grau se define pelo número de ligações incidentes sobre um ator (nó), possibilitando analisar a concentração e o poder sobre a dinâmica da rede, em especial porque os atores que possuem maior número de relações, também possuem maior poder sobre o fluxo de informações que circula entre os atores. Logo, também demonstra a autoridade hierárquica possível, a capacidade de apropriação de inovações e a coordenação de ações que garantem a existência da rede, sua estabilidade e dinâmica (BASTARZ, 2016).

A partir disso pode-se identificar que na rede social de atores internos ao Núcleo Alto Uruguai os atores que possuem maior grau de centralidade são os centros de assistência técnica, CAPA e CETAP, a Associação Ecoterra e o Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida. O CAPA reúne o total de 38 ligações, entre grupos, agricultores e entidades, já o CETAP e a Associação Ecoterra, por compartilharem de uma base comum, possuem 117 ligações cada. O Núcleo Alto Uruguai, por não considerar-se as ligações apenas com os grupos e entidades, possui 33 ligações. A CECAFES, por ainda estar iniciando e possuir poucos grupos demonstra grau de centralidade baixa, mas já exerce papel de destaque dentro do Núcleo. A figura 09 mostra os pontos de maior centralidade na rede.

Figura 9 - Sociograma da rede com enfoque nos pontos de maior densidade



Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2022).

Nota-se que as duas entidades de assistência técnica possuem uma centralidade que está atrelada à relação direta com os agricultores familiares, já o Núcleo como estrutura hierárquica, de organização e representação. Vale ressaltar que durante a pesquisa explicitou-se que a centralidade perpassa mais na esfera de concentração de informações, não existindo uma intenção explícita de poder, ou seja, existe uma intenção dos atores de que a estrutura de poder seja descentralizada, como sugere a proposta da agroecologia.

No caso do Núcleo Alto Uruguai, o grau de centralidade atrela-se à hierarquia construída dentro da rede, em especial para estar de acordo com a legislação, que orienta os mecanismos de geração de credibilidade na certificação participativa. Todos os atores se ligam ao Núcleo e todos devem participar ativamente dele, participando ao menos de duas atividades por ele promovidas durante o ano.

A Associação Ecoterra também se apresenta como um grau de centralidade eminente, dada a quantidade expressiva de agricultores que estão associados, no caso, todos os agricultores e grupos assessorados pelo CETAP. Alguns agricultores e grupos assessorados pelo CAPA também têm ingressado na Associação, motivados principalmente pela experiência de comercialização que a Ecoterra pratica. Este é um dos motivos também para o grande número de ligações com a Ecoterra. Hoje a Ecoterra funciona como um ponto do Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida e este tem se apresentado, cada vez mais, como um importante canal de comercialização para os agricultores da região.

A centralidade na Rede que as entidades de assistência técnica, a Ecoterra e o Núcleo possuem revela o papel importante desses agentes na manutenção da agroecologia na região, em especial pelo processo de certificação participativa. Entretanto, como o entrevistado B apontou, faz-se importante que essa centralidade da rede não seja de dependência dos agricultores, pois pode significar fragilidade da rede.

Nos próximos capítulos aborda-se a densidade da rede, apontando o que Granovetter (1985) chama de laços fracos e fortes. Antes, na próxima seção, apresenta-se os elementos utilizados pelo Núcleo e pela Rede Ecovida, normas e mecanismos, para assegurar a dinâmica e proposta da Rede. As normas da Rede ajudam a compreender a densidade da rede social e contribuem no debate sobre a força dos laços, confiança e má fé.

## 6.2 NORMAS E DENSIDADE NAS REDES DO NÚCLEO ALTO URUGUAI

Para Granovetter (2005), entre os princípios básicos das redes sociais estão as normas e a densidade da rede. As normas são ideias compartilhadas sobre a maneira adequada como cada ator deve se comportar na rede. E estão ligadas à densidade da rede, ou seja, quanto mais densa e coesa for uma rede, mais as informações, ideias e influências podem circular entre a rede, propiciando com que as normas sejam mais claras, sustentadas e fáceis de se imporem. Sendo assim, a densidade das redes define a circulação das informações propiciando em menor ou maior escala a influência sobre os comportamentos (GRANOVETTER, 2005).

Na Rede Ecovida foi identificada a existência de normas formais e informais. As normas formais dizem respeito às exigências na geração de credibilidade no processo de certificação participativa e que devem perpassar a ação dos atores; as informais são, sobretudo, princípios compartilhados entre os atores referentes à agroecologia e seus valores.

A geração de credibilidade no processo de certificação participativa é tanto um dos objetivos como uma necessidade da Rede Ecovida de Agroecologia, dadas as exigências legais impostas pelos órgãos reguladores. Para assegurar a credibilidade e se credenciar como uma OPAC, a Rede Ecovida precisou criar mecanismos formais que gerassem e garantissem a confiança no processo estabelecido e conseqüentemente a confiança mútua entre os agricultores e consumidores. Como a própria Rede Ecovida pontua, a geração de credibilidade se dá a partir da palavra do agricultor familiar e se legitima socialmente de forma colaborativa nas demais instâncias organizativas da rede (ECOVIDA, [2020]).

A criação das normas, formais e informais, e a estrutura da rede, como observado durante a pesquisa, não só geram a credibilidade, como influenciam significativamente na

ação econômica dos agricultores familiares. As normas formais garantem a certificação e, logo, possibilitam a venda de produtos como agroecológicos, bem como influenciam a organização da produção. Já, as normas informais incidem sobre o modelo produtivo e as relações sociais e socioambientais que se baseiam na agroecologia.

Diante disso, a seguir apresenta-se as normas formais e informais da Rede Ecovida. Elas inicialmente foram identificadas durante as entrevistas e observações realizadas com os grupos e posteriormente foram correlacionadas com os documentos da Rede Ecovida. A partir da identificação das normas buscou-se relacionar e avaliar a influência das normas sobre a densidade da rede social formada no Núcleo Alto Uruguai.

Vale ressaltar que o objetivo deste capítulo é apresentar quais são as normas e como estas interferem na rede social pesquisada. Não há pretensão de identificar ou detalhar como as normas e princípios foram construídos, ou quais valores as perpassam e fundamentam, como a teoria das Convenções busca elucidar (WILKINSON, 2008). Também não serão abordadas as normas na perspectiva institucionalista, que prevê que a ação dos atores se contextualiza pelas regras de mercado, poder e normas (FLIGSTEIN; DAUTER, 2012)

### **6.2.1 Normas Formais**

Para gerar credibilidade no processo de certificação da produção agroecológica a Rede Ecovida se utiliza de normas formais, que foram construídas, qualificadas e adaptadas durante a sua existência para atender as exigências impostas pelos órgãos reguladores e por necessidade de qualificar a ação da Rede. A seguir apresenta-se uma síntese das normas formais que a Rede utiliza, destacando-se o que foi citado pelos entrevistados e o que julgou-se ter maior influência na rede social e na ação econômica dos agricultores.

As regras formais da Rede são aplicáveis a todos os seus núcleos e neste primeiro momento serão tratadas sem especificações ao Núcleo Alto Uruguai. Vale ressaltar também que para o credenciamento legal da Rede Ecovida como Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC) junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) foi necessária a criação de uma associação, no caso, a Associação Ecovida de Certificação Participativa, que responde pelo processo de certificação.

As normas e mecanismos utilizados pela Rede estão reunidos em três documentos que serão descritos a seguir. Ressalta-se que além desses considera-se também as deliberações das Assembleias Gerais, as orientações das Plenárias dos Núcleos Regionais e dos encontros ampliados da Rede Ecovida (ECOVIDA, 2019a).

1. Estatuto Social da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 01).
2. Manual de Procedimentos Operacionais para avaliação da conformidade orgânica e Regimento Interno da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 02).
3. Normas Técnicas para os sistemas orgânicos de produção animal, vegetal, insumos agrícolas e processamento da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 03) (ECOVIDA, 2019a).

O Estatuto Social, primeiro documento da Rede, prevê a organicidade do processo de certificação participativa, com a estrutura da associação, os cargos e suas respectivas funções, a finalidade da associação e questões práticas referentes ao patrimônio e prestação de contas. No que se refere à estrutura da associação, está se dá de forma descentralizada, através dos núcleos regionais que funcionam como subedes da Rede, e através dos grupos dos agricultores que compõem os núcleos. A Rede Ecovida prevê que obrigatoriamente as pessoas físicas e as pessoas jurídicas que objetivem participar da Rede se vinculem em grupos, bem como que os grupos estejam articulados nos núcleos regionais (ECOVIDA, 2019a).

A ação descentralizada é uma das medidas que a Rede utiliza para fazer com que circulem as informações com maior facilidade e garantir sua maior organicidade. Hoje a Rede está presente em 352 municípios, com 27 núcleos regionais e 340 grupos de agricultores, envolvendo cerca de 4.500 famílias e mais 20 ONGs (ECOVIDA, [2020]). Trata-se de uma rede grande e que, em conformidade com Granovetter (2005), tende a possuir uma densidade baixa. Entretanto, como o próprio processo de credibilidade exige, a Rede Ecovida busca gerar a descentralização de sua estrutura para garantir a densidade. A orientação para que os grupos de agricultores sejam pequenos vai ao encontro à perspectiva de garantir maior densidade e organização.

A fim de garantir o seguimento dos princípios e de confiança para a geração da certificação, o Estatuto Social prevê que a aprovação de novos associados deve ser atestada pelo Núcleo regional ao qual o potencial associado será integrado (ECOVIDA, 2019a). Além disso, o Regimento da Rede (documento 2) define que para o agricultor solicitar a adesão ao grupo é exigido que ele se declare conhecedor do Estatuto, do Manual de Procedimentos Operacionais e do Regimento Interno da Associação, das Normas Técnicas e dos demais documentos utilizados. A declaração se dá através do Termo de Adesão, Compromisso e Responsabilidade ou do Termo de Adesão, Compromisso e Responsabilidade da Associação Ecovida de Certificação Participativa para Coprodutor(a) e entidades, de acordo com a condição do associado(a) (ECOVIDA, 2019a).

Após o interesse da família em participar da Rede, o agricultor é convidado a participar de uma reunião do grupo, na qual será feita a apresentação da Rede e do seu funcionamento. Em seguida, os representantes do grupo realizam uma visita à unidade de produção para conhecer o histórico da família e da unidade de produção para dar mais esclarecimentos à Rede. Após o aceite os agricultores terão que viver o processo de transição agroecológica em um período de 12 a 18 meses e participar ativamente do grupo para então receberem a certificação (ECOVIDA, 2019a).

Sobre a dinâmica dos grupos, estes devem realizar reuniões regulares e registrá-las em seu livro de atas seguidas das devidas assinaturas dos participantes. O grupo precisa realizar pelo menos uma vez por ano a visita de pares, com uma rodada de visitas a todos os membros, a fim de averiguar se estão sendo realizados corretamente os procedimentos previstos nos manuais para a produção e se estão sendo seguido os princípios da Rede, bem como para orientar sobre os aperfeiçoamentos necessários (ECOVIDA, 2019a).

Caso a família não participe de ao menos 40% das reuniões do grupo no período de 12 meses ela estará impedida de solicitar a visita do Comitê de Ética para a avaliação da conformidade orgânica e, caso já possua, este será suspenso. A suspensão deverá ser registrada no livro de atas do grupo e ser informada ao Núcleo regional, o qual comunicará à Associação para a exclusão da família do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos. Para reabilitar o certificado a família deverá continuar participando das reuniões e aguardar novamente o período de conversão de um ano (ECOVIDA, 2019a).

Além da penalidade pela falta nas reuniões, o Estatuto Social também prevê regras de exclusão dos associados, que será feita a partir de justa causa, por ações como desrespeito à legislação vigente, desrespeito ao Estatuto Social ou às decisões registradas em atas ou cadernos de normas, desrespeito ao Manual de Procedimentos Operacionais para a Avaliação da Conformidade, ou ainda, caso seja percebido o descumprimento dos princípios da Rede Ecovida. A decisão de exclusão será tomada pelo Conselho de Recurso do respectivo Núcleo Regional que o agricultor participa (ECOVIDA, 2019a).

O segundo documento utilizado é o “Manual de procedimentos operacionais para a avaliação da conformidade orgânica” que tem por finalidade orientar e normatizar o funcionamento da associação, definir a forma de avaliação de conformidade orgânica dos produtos e detalhar a documentação necessária a ser gerada no processo e a responsabilidade pela sua posse e guarda. De acordo com o Manual, os seus termos e definições estão de acordo com a Lei 10.831, de 23 de dezembro de 2003 e o Decreto 6.327, de 27 de dezembro de 2007 (ECOVIDA, 2019b).

No que se refere à estrutura, o Regimento apresenta que a formação de um novo grupo de agricultores ou a organização de um novo Núcleo se dá pelo apadrinhamento de outro grupo ou núcleo respectivamente. No entendimento da Rede Ecovida, o apadrinhamento consiste no ato de acompanhar, assessorar e apresentar os procedimentos do sistema participativo da Rede. O respectivo padrinho é quem dará aval favorável à criação do novo grupo ou núcleo (ECOVIDA, 2019b). Conforme coletado durante as entrevistas, havendo necessidade, a coordenação do Núcleo também pode colaborar com o início dos grupos, mas não pode exercer o papel de padrinho dos grupos.

Por fim, tem-se o documento 3 que trata das “Normas Técnicas para os sistemas orgânicos de produção animal, vegetal, insumos agrícolas e processamento”, ou seja, são as normas que regulamentam e orientam como os agricultores devem produzir e o que podem utilizar na produção para garantir a certificação orgânica (ECOVIDA, 2019c).

Essas normas buscam estabelecer requisitos gerais dos sistemas orgânicos de produção (2019c). No aspecto ambiental, orienta-se que os sistemas orgânicos devem buscar a manutenção das áreas de preservação permanente, atenuação da pressão antrópica sobre os ecossistemas naturais e modificados, a proteção, conservação e o uso racional dos recursos naturais, o incremento da biodiversidade animal e vegetal e a regeneração de áreas degradadas.

No aspecto econômico, os sistemas devem buscar: o melhoramento genético, o qual é distinguido dos Organismos Geneticamente Modificados, que são proibidos, visando a adaptabilidade às condições ambientais locais; a manutenção e a recuperação de variedades locais, tradicionais ou crioulas, ameaçadas pela erosão genética; a promoção e a manutenção do equilíbrio do sistema de produção como estratégia de promover a sanidade dos animais e vegetais; a interação da produção animal e vegetal; e a valorização dos aspectos culturais e a regionalização da produção; e promover a saúde animal por meio de estratégias prioritariamente preventivas (ECOVIDA, 2019c).

Quanto aos aspectos sociais deve-se buscar: relações de trabalho fundamentadas nos direitos sociais determinados pela Constituição Federal; a melhoria da qualidade de vida dos agentes envolvidos em toda a rede de produção orgânica; e a capacitação continuada dos agentes envolvidos em toda a rede de produção orgânica (ECOVIDA, 2019c).

As Normas Técnicas também preveem as regras sobre a documentação e registro das atividades, tanto para os agricultores em transição agroecológica como para os já certificados, sendo que os agricultores devem registrar os procedimentos de todas as operações envolvidas na produção. Dentre os documentos e registros está o Plano de Manejo Orgânico e requisitos

gerais para os sistemas orgânicos de produção animal e de produção vegetal. Vale ressaltar que estes documentos devem ser guardados minimamente por cinco anos a fim de fiscalização.

Este conjunto de normas utilizado pela Rede Ecovida expressa em primeiro lugar a busca pelo atendimento à legislação vigente sobre a certificação participativa de orgânicos, e segundo a busca da Rede por assegurar a manutenção da confiança e organização necessária para gerar credibilidade e atender seus objetivos.

Vale registrar que a série de normas apresentadas acima são regidas por uma série de lei, decretos e instruções normativas, sendo está uma das formas de influência do Poder público sobre os agricultores. Em síntese, essas legislações são: Lei N° 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a produção orgânica; Decreto N° 6.323, de 27 de dezembro de 2007, que regulamentou a lei N°10.831; Instrução Normativa n° 54, de 22 de outubro de 2008, que prevê a estrutura, composição e atribuições das comissões da produção orgânica; Instruções Normativas N° 17,18 e 19, de 28 de maio de 2009, que preveem normas técnicas para a obtenção de produtos orgânicos oriundos do extrativismo sustentável orgânico, regulamento técnico para processamento, armazenamento e transporte de produtos orgânicos e mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica; Instrução Normativa/Mapa n° 23 e 24, de 1° de junho de 2011, que estabelece o regulamento técnico de produtos têxteis orgânicos derivados do algodão e acresce a tabela de aditivos alimentares e coadjuvantes de tecnologia permitidos no processamento de produtos de origem vegetal e animal orgânicos; Instrução Normativa Interministerial/Mapa - MPA n° 28, de 08 de junho de 2011, que estabelece normas técnicas para os Sistemas Orgânicos de Produção Aquícola; Instrução Normativa/Mapa n° 37, de 02 de agosto de 2011, que estabelece o regulamento técnico para a produção de cogumelos comestíveis orgânicos; Decreto N° 7.794, de 20 de agosto de 2012, que Institui a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica; e a Instrução Normativa MAPA n° 18/2014, que institui o selo único oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica e estabelece os requisitos para a sua utilização (MENEZES *et al.*, 2020).

Este conjunto de normas formais que estão presentes na Rede Ecovida permite aferir que a rede social formada no Núcleo Alto Uruguai possui uma densidade alta, visto que são regras exigentes para manter a coesão da rede social (GRANOVETTER, 2005). Mas também estão presentes as normas informais e os mecanismos utilizados, que também influenciam sobre a densidade, tema este que será tratado na seção seguinte.

### 6.2.2 Normas Informais

As normas informais tratam de princípios da Rede Ecovida e regras criadas entre os agricultores que permeiam as relações construídas dentro do Núcleo. Diferentemente do processo de certificação participativa, as normas informais não possuem um mecanismo estabelecido e próprio para a sua avaliação, mas são princípios que se estabelecem pela relação direta, difundidos e exigidos através das relações sociais.

No que se refere aos princípios da rede, retoma-se inicialmente os princípios que constam nos documentos da Rede Ecovida e que se aplicam a todos os seus núcleos, quais sejam:

Articulação na recuperação e conservação da vida no planeta Terra; contribuição na construção da sustentabilidade junto ao desenvolvimento; priorização da qualidade de vida com alimentos de qualidade, educação, saúde, lazer e cultura; a agroecologia como base para a sustentabilidade do desenvolvimento; articulação organizada em rede, sem hierarquias nas condições, papéis e funções; preservação das particularidades locais e/ou regionais no seu processo organizacional; ser parte ou atuar junto à agricultura familiar, camponesa e famílias de trabalhadores urbanos; fortalecimento das relações de economia popular solidária na Rede e a articulação junto a outros espaços e formas de mercado justo e solidário; priorização da relação direta com os consumidores(as), o abastecimento local e regional, com perspectivas à segurança e soberania alimentar; e oposição a qualquer forma de exploração ou opressão seja econômica, política, social, de gênero ou geração (ECOVIDA, 2022).

Também funciona como norma informal da Rede Ecovida a sua missão que consiste no trabalho popular e coletivo na construção da agroecologia, a construção de espaços de formação, intercâmbio de saberes, a construção de um Sistema Participativo de Garantia (SPG) respaldado por famílias, grupos, associações, organizações e entidades articuladas, e a elaboração de uma marca/selo que simbolize a identidade e a proposta da Rede, aproximando famílias do campo e da cidade. Por fim, a Rede também busca fazer parte das lutas por transformação social, tendo como objetivo uma sociedade justa e igualitária, ambientalmente sustentável e economicamente viável para todos (ECOVIDA, [2020]).

Durante a pesquisa observou-se que existe reconhecimento dessas regras, que orienta as ações e relações que se constituem. Igualmente identificou-se outras regras estabelecidas entre os agricultores, que comungam com os princípios da Rede, mas que não estão presentes diretamente nos documentos do Núcleo ou da Rede Ecovida. Essas normas, ao serem construídas mais em nível dos grupos, variam conforme a realidade local e a construção histórica de cada ator.

Uma dessas normas refere-se à cooperação e solidariedade com a produção e comercialização, que implica que os grupos constituem regras para se ajudarem, como a troca de dias de serviços, onde os atores, de forma equivalente, se dispõem em ajudar no trabalho produtivo de outra família. Essa norma também é perceptível nos casos de ajuda na comercialização pela troca de dias de serviço e no uso de carro de outro agricultor do grupo para transportar a produção até o local de sua comercialização.

No aspecto social percebeu-se o princípio da construção de relações horizontais de igualdade de gênero, buscando tratar com igualdade homens e mulheres. Este foi identificado em um dos grupos, a partir do debate sobre as dificuldades de reconhecer uma mulher na comissão de ética e sim reconhecer seu companheiro que fazia parte anteriormente. O debate possibilitou perceber que o grupo possui solidariedade em relação ao tema e que se trata de uma norma reconhecida coletivamente.

Também foram identificados temas como cuidado socioambiental e a importância da biodiversidade e do segmento dos princípios da agroecologia. Tais temas perpassam não só aspectos produtivos e de comercialização, mas também as relações sociais.

Indo ao encontro com as normas formais, as normas informais identificadas possibilitam afirmar que essas fortalecem a densidade da Rede porque são regras construídas coletivamente. Os princípios gerais da Rede Ecovida e outros princípios que são construídos localmente no Núcleo e nas relações dentro dos grupos propiciam maior reconhecimento. Essa densidade possibilita que as informações circulem com maior facilidade e possibilitem que as regras sejam sustentadas (GRANOVETTER, 2005). A Rede Ecovida e o Núcleo Alto Uruguai também utilizam alguns mecanismos para sustentar essa densidade, conforme será tratado a seguir.

## 6.2 MECANISMOS PARA ASSEGURAR AS NORMAS E A DENSIDADE DA REDE

Como já foi mencionado, a Rede Ecovida possui extensa rede de atores articulados o que lhe exige criar uma série de normas, a fim de garantir o processo de geração de credibilidade na certificação participativa. Para assegurar que as normas sejam cumpridas, a Rede desenvolveu uma série de mecanismos para fiscalizar e assegurar o que se pode chamar de densidade da Rede. A seguir apresenta-se os instrumentos utilizados no Núcleo Alto Uruguai que, embora utilize recursos comuns da Rede Ecovida, também possui as suas especificidades.

Referente aos mecanismos, no Manual de procedimentos operacionais para a avaliação da conformidade orgânica e no Regimento Interno da Associação Ecovida estão reunidos os seguintes documentos que colaboram para a geração de credibilidade:

4. Termo de Adesão, Compromisso e Responsabilidade da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 04).
5. Plano de Manejo Orgânico ou Plano de Manejo para a conversão ao Sistema Orgânico de Produção Primária e Insumos (sementes) (Documento 05).
6. Caderno de Campo para controle interno da produção e qualidade do produto orgânico da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 06).
7. Roteiro de Visita de verificação e avaliação da conformidade orgânica – produção primária animal, vegetal e insumos da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 07).
8. Roteiro de Visita de verificação e avaliação da conformidade orgânica em Unidades de Processamento da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 08).
9. Termo de Aprovação ou Renovação da Conformidade Orgânica da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 09).
10. Manual de Procedimentos Operacionais Padrão para Agroindústria da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 10).
11. Declaração de Transação Comercial da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 11).
12. Certificado de Conformidade orgânica da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 12).
13. Termo de Adesão, Compromisso e Responsabilidade da Associação Ecovida de Certificação Participativa para Coprodutor(a) e entidades (Documento 13).
14. Modelo de lista de presença sugerido pela Rede Ecovida (Documento 14) (REDE ECOVIDA, 2019b, p. 2)

Estes documentos utilizados pelos agricultores, conforme o manejo e objetivo da produção ou processamento, funcionam como mecanismos que ajudam os agricultores no manejo de seu sistema, bem como, servem de instrumento para a avaliação da propriedade e comprovação da certificação. Alguns deles devem ser apresentados durante as visitas de avaliação externa dos outros grupos e podem ser solicitados caso haja auditoria da Comissão de Produção Orgânica do Rio Grande do Sul (CPOrg-RS).

Um segundo recurso utilizado pelo Núcleo é a Comissão de Ética. Ela é responsável pela avaliação da eficácia e eficiência do processo de avaliação da conformidade orgânica da Associação. Cada núcleo regional deve constituir uma Comissão de Ética, a qual será formada por no mínimo dois integrantes indicados por cada grupo pertencente ao núcleo regional. Cada comissão elege, dentre seus membros, um coordenador, que terá, entre outras funções, a de assinar o certificado de conformidade orgânica conferido aos membros certificados pela Associação Ecovida de Certificação Participativa do seu Núcleo Regional (ECOVIDA, 2019b).

A Comissão de Ética deve se reunir no mínimo duas vezes por ano, e o grupo que tiver falta não justificada em suas reuniões em um período de 12 meses não terá direito de solicitar a visita de olhar externo e, caso seus integrantes já possuam o certificado de conformidade, este será suspenso. A tomada de decisão da Comissão de Ética se dá por maioria simples dos presentes na reunião, sendo que o quórum mínimo para as reuniões é de três integrantes (ECOVIDA, 2019b).

As comissões de ética para a Rede equivalem às comissões de conformidade orgânica previstas na legislação de produção orgânica. Portanto, também compete à Comissão de Ética:

I. Avaliar a qualidade dos serviços e dos processos de produção, beneficiamento e comercialização de produtos; II. Emitir parecer conclusivo, através dos comitês de ética, também conhecidos como Olhar Externo, sobre a avaliação da conformidade dos membros do seu Núcleo Regional que assim o solicitarem (ECOVIDA, 2019b, p. 10).

A partir da Comissão de Ética são formados os comitês de ética, que são grupos menores, com no mínimo três integrantes. Estes são responsáveis por realizar as visitas externas e podem ser formados com um integrante do Comitê de Ética do grupo a ser visitado e dois externos ao grupo, podendo ambos serem do mesmo grupo externo. O Comitê de Ética poderá ser composto por agricultores, técnicos ou consumidores, escolhidos pelos grupos e/ou pelo Núcleo regional, desde que eles estejam integrados à Rede Ecovida de Agroecologia (ECOVIDA, 2019b).

As visitas do Comitê de Ética são orientadas pelo documento “Roteiro de Visita de Verificação e Avaliação da Conformidade Orgânica – Produção Primária Animal, Vegetal e Insumos” ou o documento oito “Roteiro de Visita de Verificação e Avaliação da Conformidade Orgânica em Unidades de Processamento, conforme a atividade desenvolvida na propriedade”. Ambos os documentos servem de suporte e de estrutura padrão para garantir que seja feito o procedimento correto para atestar a conformidade orgânica da unidade visitada. O Comitê de Ética também é responsável por analisar os documentos que o agricultor deve ter em mãos (ECOVIDA, 2019b).

Os agricultores terão sua certificação ou renovação da Certificação aferida desde que tenham em mãos e devidamente organizados e preenchidos os seguintes documentos: Plano de Manejo específico para que sua produção seja de Conversão ao Sistema Orgânico de Produção Primária e Insumos (sementes e/ou mudas) (Documento 05); Manual de Procedimentos Operacionais Padrão para Agroindústria (Documento 10) adequado ao processamento dos produtos desejados, mantendo a qualidade orgânica dos produtos; Caderno

de Campo para Controle Interno da Produção e Qualidade do Produto Orgânico (Documento 06) e; o Termo de Adesão, Compromisso e Responsabilidade da Associação Ecovida de Certificação Participativa (Documento 04). Esses documentos devem ser aprovados pelo grupo ao qual a família pertence e referendados pelo Comitê de Ética durante a visita de verificação da conformidade (ECOVIDA, 2019b).

Além da certificação, quando solicitado pelo comprador ou outro organismo competente, o grupo ou a unidade de processamento pode emitir a Declaração de Transação Comercial (Documento 11), emitida eletronicamente através do sistema da Associação Ecovida de Certificação Participativa e assinada por um membro da Comissão de Ética do seu grupo. O produtor ou processador deve ter cópias desses documentos para verificação do Comitê de Ética durante a visita (ECOVIDA, 2019b).

A forma de construção das comissões e comitês de ética e o uso dos documentos, como identificado durante a pesquisa, tem por objetivo evitar o que se denominou de “visita de camaradagem”, caracterizada por uma avaliação que é parcial e busca favorecer amigos através da não exigência do cumprimento das normas.

Um terceiro recurso utilizado pela Rede Ecovida é a assistência técnica prestada pelas entidades de assessoria CAPA, CETAP e CECAFES. Por compartilharem com os princípios da agroecologia e da Rede Ecovida, elas desenvolvem um papel importante para assegurar o seguimento às normas formais e informais.

Em relação às normas formais, as entidades colaboram na qualificação da produção, tanto no aumento de produtividade e sustentabilidade do ambiente como na orientação para as adequações necessárias para a certificação. As entidades também exercem função de orientação sobre o preenchimento, cuidado e encaminhamento dos documentos. Já, em relação às normas informais, observa-se que as entidades buscam constantemente orientar e cobrar dos agricultores que sejam respeitados os princípios da agroecologia, desde a produção até as relações. As entidades também atuam na mediação das relações, potencializando e ajudando a dinamizar a relação de confiança.

Por fim, um último recurso utilizado é o selo oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica que já foi apresentado anteriormente, está previsto em lei e possui regras para a sua utilização. Ele é um recurso físico que pode ser utilizado pelos agricultores certificados e que legitima a conformidade orgânica. Ao mesmo tempo, é um recurso para a relação com os consumidores que reconhecem a origem e o sistema de produção utilizado.

O conjunto de normas formais e informais e os mecanismos utilizados para assegurar as normas que perpassam a rede social formada entre os atores internos ao Núcleo Alto Uruguai possui densidade alta. Existe uma coesão entre os atores que possibilita que as informações sejam repassadas na Rede e, assim, internalizadas pelos seus atores. Essa densidade é importante para o Núcleo na certificação participativa, mas também na confiança na construção da agroecologia.

A densidade da Rede aqui revelada também demonstra a capacidade do Núcleo e da própria Rede Ecovida de vencer os desafios postos pela quantidade de atores que estão envolvidos. A tendência é que quanto maior for a rede de atores menor é a capacidade de absorção e prática das normas (GRANOVETTER, 2005). Sendo assim, o Núcleo Alto Uruguai apresenta-se com uma boa capacidade de relação e persuasão.

## **7 FORÇA DOS LAÇOS NAS REDES SOCIAIS DO NÚCLEO ALTO URUGUAI**

Até o momento foram identificados os atores, a rede social formada entre os mesmos e as normas que permeiam a Rede e que interferem na densidade das relações na rede social analisada. Agora avança-se para o conceito de laços fortes e fracos de Granovetter (1973, 1985, 2005, 2007), o qual busca estabelecer e discutir a intensidade dos laços formados entre os atores e da circulação de informações sobre a Rede.

O princípio da força dos laços explica que as informações novas dentro de uma rede social tendem a circular com maior facilidade através de grupos onde as relações se constituem por laços fracos, ou seja, grupos de pessoas que mantêm relações com menor frequência e intensidade. Nessas relações, novas informações tendem a entrar com maior expressividade, dado que as pessoas têm maior circulação por outros grupos. Nos grupos formados por pessoas próximas, como grupo de amigos e parentes, as informações tendem a se sobrepor porque as pessoas tendem a circular pelos mesmos espaços. Portanto, a “força dos laços fracos”, constitui-se na oportunidade de integração nas comunidades, na conexão a um mundo mais amplo e na transmissão de informações únicas em redes sociais desconectadas (GRANOVETTER, 2005).

Os laços formados entre os atores, para Granovetter (2005), inferem diretamente na possibilidade de ampliação dos mercados, variando conforme o grau de consistência desses laços, ou seja, em relações nas quais predominam os laços fracos supõe-se que os atores circulem por maior número de espaços, o que permite a ampliação das redes de atores e, conseqüentemente, de mercados.

A partir do conceito elaborado por Granovetter busca-se caracterizar e discutir os laços constituídos no Núcleo Alto Uruguai, observando quanto esses laços interferem na ação econômica dos agricultores familiares. Aproveitando a divisão dos atores feita neste trabalho, observa-se primeiramente os laços estabelecidos entre os atores internos ao Núcleo e posteriormente observa-se os laços dos agricultores com os atores externos.

### **7.1 LAÇOS ENTRE OS ATORES INTERNOS AO NÚCLEO ALTO URUGUAI**

Os agricultores ecologistas, os grupos de agricultores, o Núcleo Alto Uruguai, o CETAP, o CAPA, a CECAFES e a ECOTERRA formam o grupo de atores internos ao Núcleo Alto Uruguai. Isso se deve aos seus vínculos diretos à Rede Ecológica e pelo seu

vínculo geográfico. A interpretação dos laços formados por estes atores é primaz, devido à influência direta entre si.

Um dos primeiros laços possíveis de ser observado é o estabelecido entre os próprios agricultores dentro do grupo. Três aspectos chamam a atenção durante a observação dos grupos: a amizade, a confiança e a cooperação. Referente à amizade, os agricultores constituem laços de apreço, afinidade e solidariedade, extrapolando vínculos de relações meramente técnicas. O vínculo de amizade expressa as relações de vizinhança e pertencimento que esses atores têm, muitas vezes por serem parentes, vizinhos ou pertencerem à mesma comunidade e se encontrarem com facilidade.

O segundo aspecto, referente à confiança, está relacionado ao anterior e refere-se à considerável segurança que os atores têm entre si. Essa confiança pode ser percebida na comercialização, quando alguns grupos se organizam para que cada semana uma família faça a comercialização dos produtos pelos demais, em especial, nas feiras livres de venda direta. Vale ressaltar que não foram observadas questões que implicassem a necessidade de haver outro ator para fazer a comercialização por motivos de falta de tempo ou meios de locomoção até os locais da comercialização. A relação de confiança também foi percebida na segurança em torno do processo de certificação participativa.

Os vínculos de amizade e confiança remetem a um terceiro aspecto que é a cooperação. Sob diferentes formas, os agricultores cooperam entre si para a produção, através de trocas de insumos, trabalho, sementes e na comercialização. A cooperação fica evidente no próprio processo de certificação participativa, cujos atores se ajudam para garantir a conformidade da produção.

Essa relação de cooperação entre os agricultores é uma característica própria dos vínculos de reciprocidade que extrapolam questões de ordem financeira ou de troca e se baseiam na solidariedade e dependência mútua (SABOURIN, 2011). Radomski (2006) pontua que essas relações são fundamentais para a manutenção da ideia de produção agroecológica e da inclusão de muitos agricultores nos mercados.

A soma desses três aspectos caracteriza que os laços entre os agricultores dentro dos grupos são fortes e são laços esperados pela Rede Ecovida, que tem os grupos como espaços para a colaboração e o desenvolvimento social.

Durante as observações não foram identificadas ações de má-fé entre os agricultores, embora que o desafio da pesquisa de restrição de tempo e restrições do acompanhamento dos grupos dado o período pandêmico possa ter limitado a análise. Percebeu-se que para gerir a certificação participativa, a Rede Ecovida possui mecanismos criados para que se evite a má-

fé dos atores, sendo que a própria desvinculação do grupo e da Rede faz parte das ações passíveis. Sobre a má-fé Granovetter (2007, p. 45) aponta que:

A confiança originada pelas relações pessoais apresenta, por sua própria existência, uma oportunidade maior para a má-fé. Nas relações pessoais, é de conhecimento comum que sempre se magoa a quem se ama; a confiança que nos é depositada por essa pessoa sempre resulta em uma posição vulnerável do que a de um desconhecido.

Portanto, esta questão torna-se pertinente para observar como se dá esse comportamento na Rede e identificar se os mecanismos construídos pela Rede Ecovida atendem, ou melhor, conseguem evitar as ações de má-fé. Conforme Granovetter (2007), quanto maior a confiança maior é o potencial de ganho por meio da má-fé em uma rede social.

Seguindo, tem-se a relação do agricultor, representado através do grupo, com os outros grupos dentro do Núcleo. Dessa relação percebe-se os aspectos de confiança, especialmente expressos no processo de certificação, que é uma necessidade para que a credibilidade seja aferida. Essa confiança estabelecida também é precedida pelas normas e ferramentas estabelecidas pela Rede Ecovida, a fim de garantir que seja superada a má-fé no processo de geração de credibilidade.

A confiança entre os grupos no Núcleo se dá a partir da interação entre os grupos em atividades, dias de campo e encontros que precisam acontecer minimamente duas vezes ao ano. Também é fortalecida pelos mecanismos utilizados pela Rede para a geração de credibilidade, como a visita de olhar externo onde os agricultores circulam pelos outros grupos.

Sendo assim, esta relação de confiança possibilita atestar a presença de laços fortes entre os grupos. Entretanto, é possível dizer que dada a grande quantidade de grupos, 29, têm-se uma considerável circulação de informações novas, dado à existência de inúmeros vínculos formados pelos agricultores, o que, contrariando, poderia ser caracterizado como laços fracos. A presença de laços fracos, segundo Granovetter (1973; 2005), possibilita ganhos para os grupos, visto que o contato com maior número de atores externos possibilita que estes tenham acesso a diferentes oportunidades, no caso, tanto de acesso a informações produtivas como de comercialização.

Portanto, a relação estabelecida entre os grupos é de laços fortes, pois as normas e ferramentas utilizadas pela Rede Ecovida precisam dessa relação para garantir a densidade da Rede para a certificação, mas é de laços fracos sobre o ponto de vista de circulação de novas

informações, isso porque os grupos possuem círculos de relações diferentes, inclusive por serem muitas vezes de municípios diferentes, o que possibilita a circulação de novas informações. Os laços fracos que são formados pelos atores potencializam o acesso aos mercados, bem como a troca de informações sobre os métodos produtivos. Como um exemplo, Cassarino (2012, p. 437) apresenta a experiência dos mercados institucionais, apontando que “[...] as formas de organização e gestão desenvolvidas pelos grupos para participação no mercado institucional estão sendo e serão fundamentais para que estes assumam um caráter de fortalecimento ou não de uma estratégia geral alternativa de construção social de mercados”.

Na relação que os agricultores estabelecem com as entidades que prestam assistência técnica (CAPA, CETAP e CECAFES) percebe-se que a relação é de confiança, amizade e proximidade. A confiança se mostra na representação das entidades como agentes capacitados para prestar a assistência técnica, bem como pela longínqua relação estabelecida entre os agricultores com as entidades, como pode se perceber entre o CETAP e o grupo “Vaca Morta”. Mesmo que haja mudanças de técnicos, os princípios do CETAP seguem os mesmos porque a entidade valoriza esse critério nas contratações.

A relação de amizade e de proximidade forma-se a partir da dinâmica de visitas dos técnicos aos agricultores e pela sua acessibilidade através de outros mecanismos de contato, como o WhatsApp. Como citado pelo entrevistado A, a relação via WhatsApp extrapola horários e mesmo assim eles sempre são atendidos. A relação de proximidade também é fruto do interesse dos técnicos em colaborar com os agricultores e com a agroecologia.

A relação de proximidade entre os agricultores e técnicos pode ser caracterizada como laços fortes, entretanto, dado que estes circulam por diversos grupos, inclusive transcendendo a própria Rede Ecovida, possibilitam com que circulem mais informações. No acesso aos mercados a circulação dos técnicos em outros grupos possibilita que sejam levadas informações de novas experiências, como a da CCR.

Na pesquisa observou-se que a relação estabelecida entre os agricultores e as entidades prestadoras de assistência técnica, que é de laços fortes, remete a uma acomodação dos atores em relação a protagonizarem a busca por novos conhecimentos. Como citado por um dos entrevistados, o Núcleo Alto Uruguai busca criar mecanismos para superar a dependência de alguns agricultores com estas entidades, dado que, embora as entidades já tenham uma vida longa, ficam sujeitas a projetos para se financiar, o que torna instável a relação de continuidade.

Por fim, na relação dos agricultores com os atores internos ao Núcleo tem-se a Associação Ecoterra. Ela é compreendida como um agente interno por ser formada exclusivamente por uma parcela dos agricultores pertencentes ao Núcleo Alto Uruguai, sobretudo os assessorados pelo CETAP. A Ecoterra representa um dos principais canais de comercialização dos agricultores.

Assim como as entidades anteriores, a relação estabelecida com os agricultores é de proximidade e confiança, mas extrapola os círculos de amizade e consegue circular e criar pontes com outros grupos sociais, como os outros núcleos da Rede Ecovida, que possibilitam o fluxo de novas informações e a criação de mercados, a exemplo do que representa a construção do Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida. De acordo com Cassarino (2012, p. 437), “O Circuito tem possibilitado uma ampliação das redes sociais nas quais os mercados da Rede Ecovida se encontram enraizados [...]”.

Em síntese, as relações constituídas entre os agricultores com os demais atores internos ao Núcleo Alto Uruguai são de proximidade, confiança e amizade. Entretanto, essa relação, que é necessária para atender as normas para a certificação participativa e os princípios da Rede e da agroecologia, não impede a circulação de novas informações, sobretudo porque há um considerável número de atores internos que extrapolam as relações internas e constroem diversas pontes com atores externos. As relações estabelecidas têm possibilitado que os agricultores se insiram em diferentes canais de mercados, como as compras institucionais, feiras, CCR e Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida.

## 7.2 LAÇOS ESTABELECIDOS ENTRE OS AGRICULTORES E ATORES EXTERNOS À REDE

Os atores externos identificados nesta pesquisa que foram apresentados no decorrer do texto são as cooperativas, os consumidores, a Emater/Ascar, os demais núcleos da Rede Ecovida e o poder público. A força dos laços constituídos entre esses atores e os agricultores serão interpretados a partir das percepções obtidas durante as observações com os grupos de agricultores e atividades, sendo que, como destacado anteriormente, não se realizou entrevistas ou observações diretas com esses atores.

Referente à relação dos agricultores com as cooperativas, percebeu-se que os vínculos estabelecidos variam conforme o tamanho da cooperativa e a sua capacidade de criar mecanismos que garantam a densidade das relações. Nas cooperativas menores, notou-se a presença de vínculos mais próximos, densos e de confiança. Essa relação de proximidade

também está diretamente ligada à territorialidade das cooperativas, sendo que as de menor porte, ao possuírem cooperados predominantemente de um local, ou, como percebido em alguns casos, de um mesmo município, possibilitam que esses possam estabelecer relações com maior frequência e intensidade, projetando vínculos fortes e também conseguindo garantir os mecanismos que geram densidade a rede.

As relações estabelecidas com as cooperativas demonstram que a força dos laços variam conforme o tamanho da cooperativa e a sua capacidade de criar mecanismos que garantam a densidade das relações, sendo que as cooperativas de menor porte possui uma tendência de possuir laços mais fortes, já as cooperativas maiores, laços fracos. Entretanto, é importante ressaltar que pode-se observar que as cooperativas, sejam elas de comercialização, produção, ou acesso a crédito, ao serem construídas como ferramentas estratégicas de coletivização dos agricultores frente aos processos de exclusão postas pelas grandes empresas ou corporações (WILKINSON, 2008), possibilitam a expansão das redes sociais dos agricultores.

Como exemplo cita-se o caso da cooperativa Cooperfamília, considerada de pequeno a médio porte, que se encontra regionalmente delimitada, propiciando a presença de laços fortes entre os cooperados, mas que, ao mesmo tempo, possibilita acesso a distintos mercados, incluindo feiras de exposições regionais, nacionais e internacionais e mercados institucionais. Na outra ponta tem-se a experiência da Cooperativa Nossa Terra, a qual possui mais de 3.000 agricultores familiares, 18 cooperativas associadas e mais de 50 agroindústrias em seu quadro social. A Cooperativa Nossa Terra atua em todo o território nacional e possui como foco a comercialização em programas institucionais, mas também atua no comércio de atacado e varejo, além de feiras locais. Ambas as experiências, mesmo que com portes de tamanhos diferentes, possibilitam aos agricultores familiares a expansão de suas redes sociais, mesmo que mantenham a presença de laços fortes, dado os mecanismos que geram densidade.

Seguindo tem-se as relações dos agricultores com os consumidores. Na pesquisa estes foram classificados em quatro categorias, quais sejam: consumidores esporádicos, consumidores via-institucional, consumidores conscientes e consumidores militantes. Eles constituem laços variados, mas mantêm os vínculos de proximidade, criados a partir das cadeias curtas de comercialização que fazem parte da estratégia da Rede Ecovida. Niederle e Radomsky (2017) apontam que essa estratégia, em especial das feiras livres, é importante para a Rede Ecovida dada a proximidade entre produtores e consumidores, o que possibilita reafirmar o seu modo de produção e assim fazer a disputa de narrativa. “É ali que os agricultores exploram discursivamente as diferenças entre seus produtos ecológicos, oriundos

de um sistema agrícola diversificado, cultivado por suas famílias, e os produtos orgânicos agroindustriais que, cada vez mais, preenchem as prateleiras dos supermercados” (NIEDERLE; RADOMSKY, 2017, p. 258).

Vale ressaltar que em alguns casos, mesmo que os canais de comercialização ganhem espacialidade maior, como o caso do Circuito Sul de Comercialização, a Rede Ecovida busca garantir a proximidade do agricultor com o consumidor através do Selo de certificação participativa e outros selos. Este pode ser compreendido como um dispositivo que objetiva consolidar práticas, identidades e subjetividades dos agricultores (NIEDERLE; RADOMSKY, 2017).

Wilkinson (2008, p. 17) acentua que “[...] o desafio que perpassa todos os mercados é a capacidade de transformar processos e produtos locais que criam mercados como extensões e desdobramentos das redes sociais em produtos e processos com capacidade de viajar e de manter as suas características específicas mesmo frente a consumidores desconhecidos”. E os selos apresentam-se como uma resposta a esse desafio.

Mesmo assim, as categorias de consumidores possuem vínculos diferenciados, ganhando força conforme a disposição dos consumidores. Os consumidores esporádicos possuem uma relação mais distante ao adquirir produtos conforme a disponibilidade, preço e acessibilidade, ou seja, não constroem relações de vínculos consistentes e próximos. Já os consumidores via-institucional não constituem vínculos diretos. Neste caso, a criação de vínculos ocorre a partir da promoção de atividades de conscientização da importância dos produtos agroecológicos promovidas pelas entidades e/ou pelo poder público. Entretanto, neste caso, cria-se a dependência da realização dessas atividades, as quais no último período tem tido dificuldade de realização dado o contexto sanitário e político. Nessas duas categorias considera-se que os laços estabelecidos são fracos, representando possibilidade de ampliação das redes sociais dos agricultores, visto que alguns consumidores, mesmo que comprando de forma esporádica, ao gostarem do produto o divulgam para outros grupos, o que também acontece com o consumidor via-institucional, sendo que as atividades formativas contribuem ainda mais para que isso venha acontecer.

Já no caso dos consumidores conscientes e militantes pode-se observar que as relações são de proximidade e tendem a ter uma maior periodicidade. Nessa relação se sobressai a confiança depositada no agricultor, visto que é buscado um produto autêntico que atenda características específicas, no caso, a produção agroecológica. Em ambos os casos, mesmo que os vínculos sejam fortes, percebeu-se que há disposição para que os agricultores ampliem suas vendas e que a Rede se expanda. De forma concreta, ao constituírem relações diretas

com universidades e movimentos sociais e sindicais os consumidores militantes contribuem com a organização de canais de comercialização, como a experiência das feiras nas universidades e escolas e a experiência da CCR.

Sobre a relação dos agricultores com a Emater/Ascar, a relação atualmente se dá a partir de vínculos fracos, sendo quase inexistentes em alguns casos, especialmente devido à desestruturação que a Emater vem sofrendo com a redução de investimentos e de seu quadro técnico. Ela colabora através da emissão do CFO e da assistência técnica em alguns casos.

Aqui pode-se aferir que a Emater/Ascar, exceto pelo fato de o CFO ser um documento importante para a circulação de frutas pelo Estado, não possui vínculos com maior inferência sobre os mercados dos agricultores do Núcleo Alto Uruguai. Ela até possibilita maior circulação de informações, mas não chega a ser de muita relevância.

Avançando, tem-se a relação estabelecida com o poder público, que se dá a partir de ações de formação, manutenção e regulação a nível municipal, estadual e federal. Nessa relação, como não foram identificados atores específicos, trata-se como um ator público em suas distintas escalas. Os laços estabelecidos com esses atores, de maneira geral, se dão através de laços fracos, podendo ser de laços fortes a nível municipal, sobretudo, nos municípios de pequeno porte com os quais grande parte dos municípios do Núcleo Alto Uruguai se relacionam. Dois fatores influenciam para que os laços sejam fortes nessa escala: a presença de figuras públicas com capacidade de liderança e diálogo na proximidade dos agricultores e; a presença de ações diretas do poder público municipal junto aos agricultores, realidade não percebida em muitos dos municípios pertencentes ao Núcleo. A presença dos laços fracos, nas distintas escalas, também pode ser caracterizada por determinada imparcialidade que os atores precisam ter frente aos agricultores, sobretudo na fiscalização, o que impede a formação de vínculos mais próximos, e pela relação indireta ou sem perspectiva de aproximação.

Por fim, tem-se a relação que os agricultores, através do Núcleo Alto Uruguai constituem com os outros núcleos regionais da Rede Ecovida. Os vínculos aqui constituídos podem ser caracterizados como fracos, sobretudo pela distância e a periodicidade em que acontecem, o que impede a constituição de vínculos de proximidade e de amizade. O próprio formato que a Rede Ecovida se organiza para isso, com os núcleos como delimitações geográficas onde é gerido e reproduzido o processo de certificação participativa de acordo com as normas da Rede Ecovida, ou seja, mesmo que ocorra atividades a nível geral de Rede, como os encontros ampliados, é no Núcleo que ocorre a gestão e o acompanhamento próximo dos agricultores.

A formação de laços fracos entre os núcleos apresenta-se como uma das maiores potências na criação de mercados para o Núcleo Alto Uruguai. Como os 27 núcleos constituem diferentes relações sociais em seus territórios, também constituem-se diversas e diferenciadas experiências de comercialização. Quando os núcleos da Rede Ecovida se encontram através do encontro ampliado ou de outras atividades, a difusão dessas experiências acaba sendo grandiosa. Inclusive, a própria Rede Ecovida busca fomentar essa troca de experiências perpassa as experiências de comercialização, produção, organização e preservação ambiental.

A experiência do Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida é um dos exemplos construídos através da troca de experiências entre os núcleos, que se fortalece pelas trocas e alcança proporções maiores e outros possíveis pontos para o circuito.

A experiência da CCR no Núcleo Alto Uruguai também é fruto da experiência de trocas em nível de Rede e está sendo potencializada. Uma agricultora destacou que a ideia inicial partiu da experiência das CCRs no Núcleo Litoral Catarinense, mais especificadamente na cidade de Florianópolis, onde comercializam e consomem dessa forma desde 2017. A agricultora acentuou que o conhecimento da experiência se deu através de um encontro da Rede em Florianópolis.

Recentemente o CETAP (2022) publicou um vídeo sobre o surgimento das CCRs, mostrando que a experiência surgiu de outros importantes atores no Núcleo Litoral Catarinense. A experiência de CCRs surgiu de uma parceria entre o Centro de Estudo e Promoção da Agricultura em Grupo (CEPAGRO) e o Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF), que assessoram a experiência a partir dos trabalhos de pesquisa e extensão. O projeto contou com a parceria da Misereor, Obra Episcopal da Igreja Católica da Alemanha, que ajudou no financiamento para a difusão da experiência através de encontros de formação e dias de campo com consumidores, agricultores e com a Rede Ecovida, que potencializou a ação pelo seu trabalho em rede.

Como neste capítulo buscou-se olhar para a força dos laços que os atores constituem e como interferem na ação econômica dos agricultores, cabe destacar que a experiência do Núcleo Alto Uruguai e a experiência do Litoral Catarinense contam com a colaboração entre os agricultores, consumidores e entidades prestadoras de assistência técnica. A experiência da CCR do Núcleo Alto Uruguai mostra que existem laços fortes entre os atores, pois os consumidores já possuem relação com os agricultores. Isso pode indicar certa dificuldade na ampliação do número de consumidores. Entretanto, como a atividade está apenas iniciando,

ainda é cedo para tecer considerações mais contundentes, sendo importante a realização de pesquisas futuras.

Ficou claro que na construção da tecnologia social das CCRs e de outros canais de comercialização estão presentes diversos e diferentes atores e todos contribuem para a difusão de novas informações a partir dos laços fracos. Também a relação estabelecida entre os diferentes núcleos para trocas de experiências em encontros e atividades colabora para que sejam difundidas diferentes tecnologias e meios inovadores de acesso à comercialização dos produtos.

Portanto, pode-se aferir que os agricultores agroecologistas, ao estarem inseridos na Rede Ecovida, constituem diferentes laços com os demais atores internos e externos ao Núcleo. Mais internamente ao Núcleo há relações mais fortes, sendo que este é o objetivo da Rede Ecovida, dada a necessidade da confiança para o processo de certificação participativa. Esses laços fortes também se fazem importantes na colaboração e cooperação entre os atores, desde os aspectos produtivos, como troca de insumos e serviços, até a cooperação para facilitar o acesso aos mercados. Entretanto, embora haja laços fortes, vale ressaltar que eles não a tornam fechada ou limitada na difusão de novas informações e na inserção em novos canais de comercialização.

Para quebrar a lógica de mercados fechados, a atuação em Rede possibilita que os agricultores tenham conhecimento sobre outras experiências de comercialização e tecnologias, passando a ampliar e diversificar os canais dentro da própria Rede e para além do Núcleo. Os outros atores externos, como as cooperativas, também colaboram para que se ampliem os canais de comercialização e o leque de consumidores extrapolando os mercados regionais, mas mantendo a proximidade entre consumidor e agricultor, conforme os objetivos da Rede. São laços fracos que, segundo Granovetter (1973), colaboram para a difusão de informações e propiciam que se alcance maior número de consumidores.

Sendo assim, pode se aferir que as diferentes relações que são construídas na Rede Ecovida, por meio de laços fortes e fracos, influenciam diretamente na ação econômica dos agricultores, viabilizam e até mesmo ampliam os canais de comercialização acessados por eles.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ante o exposto, nesta seção apresentam-se algumas considerações sobre os resultados desta pesquisa. Sem a pretensão de concluir ou esgotar as reflexões, expõe-se algumas ponderações que a pesquisa permitiu aferir em torno do tema e dos objetivos, bem como alguns elementos e questões que foram levantados e que demandam aprofundamento e novas investigações.

Partindo da metodologia de Análise de Rede Sociais, de Granovetter (2007), debruçou-se em compreender as redes sociais que os agricultores familiares do Núcleo Alto Uruguai constituem e como elas interferem em sua ação econômica, em especial no acesso aos mercados. Foi possível observar que esse acesso não se dá de forma homogênea, muito menos de forma simplificada para os agricultores familiares, sobretudo na situação estudada que é caracterizada pelas grandes distâncias entre os agricultores produtores e os centros consumidores. Tais distâncias não só dificultam a logística como também encurtam as margens de ganhos reais por parte dos agricultores na comercialização de sua produção.

Os mercados não se constituem apenas como um jogo de demanda e oferta, cujas pessoas se posicionam nesses espaços apenas a partir dos aspectos e condicionantes da situação em que vivem - ou seja, uma visão subsocializada e supersocializada da construção dos mercados, conforme propõe Granovetter (2007). Essa construção suscita questões pertinentes para compreender o próprio desenvolvimento rural por um espectro a partir do qual é possível analisar os atores vinculados à rede social como atores capazes, a partir das relações que constituem, de pautar e construir mercados. Faz-se necessário considerar que a cultura e a realidade social e política estão presentes e ecoam sobre a rede social, mas as relações sociais apontam como os mercados são moldados a partir de relações constituídas e pela existência da confiança e da má-fé.

Os agricultores familiares pertencentes ao Núcleo Alto Uruguai constituem uma extensa rede de relações sociais que lhes permite construir e acessar os mercados. Antes mesmo da criação do Núcleo, em 2001, a articulação em torno da produção agroecológica na região, na época entendida como um modelo de produção alternativo à crise enfrentada pelos agricultores familiares frente à exclusão imposta pela Revolução Verde, já viabilizou os primeiros acessos aos mercados. Com o passar do tempo, as relações sociais possibilitaram a construção e ampliação de mercados, por meio do acesso dos agricultores aos mercados institucionais e da construção do Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida.

Essa construção deu-se com a participação de alguns atores históricos junto com os agricultores, como o CETAP e o CAPA, e atores mais recentes, como a CECAFES, que visualizaram na produção agroecológica uma saída sustentável para os agricultores e para os problemas ambientais e sociais que se fazem cada vez mais recorrentes no mundo. Entre os atores históricos que exercem um papel importante também estão as cooperativas e a Associação Ecoterra.

Nesta pesquisa identificou-se que a rede social é formada por atores internos e externos ao Núcleo Alto Uruguai, com padrões diferentes de relações. Internamente se sobressai a dinâmica de proximidade, com a presença de laços fortes entre estes atores. Esses laços são baseados na proximidade, na confiança, na amizade e numa considerável regularidade de encontros. Entre os agricultores também percebeu-se a presença da reciprocidade e, em alguns casos, de parentesco.

Entretanto, mesmo com a presença desses laços fortes, verificou-se que esses não necessariamente impossibilitam uma maior circulação de informações novas, diversamente do que aponta Granovetter (2005), de que se tenderia a uma menor circulação de informações em presença de laços fortes. A possível resposta a essa dinâmica controversa é a própria experiência organizativa da Rede Ecovida, que busca, ao mesmo tempo, a construção de laços de confiança (laços fortes) para a certificação participativa e a construção de espaços de difusão e troca de informações. Sendo assim, sugere-se que a circulação de informações se deve mais ao modelo organizativo do que a um processo natural que poderia contrariar a teoria de Granovetter.

Ademais, observou-se que dentre os atores internos, dos quais as entidades prestadoras de assistência técnica, CAPA, CETAP e CECAFES, fazem parte, elas têm um papel de suma importância para a atual estrutura da rede social e para a ação econômica dos agricultores familiares. Essas entidades, além de construírem e difundirem conhecimentos e tecnologias junto com os agricultores sobre os aspectos produtivos, também colaboram na organização dos agricultores, reforçam a confiança mútua e desempenham um papel importante na construção de canais de comercialização. Também colaboram, como observado na experiência da CCR, na divulgação, organização e, em alguns casos, até mesmo com a distribuição dos produtos. Essa colaboração ocorre especialmente no início das novas experiências, mas o acesso aos mercados e a construção de diferentes canais de comercialização são pautas constantes das entidades, dado que existe demanda por produtos, mas ainda há dificuldades, como as relacionadas à logística. Sendo assim, as entidades exercem um papel que ultrapassa aspectos puramente técnicos, contribuindo na mediação para

o estabelecimento e o fortalecimento das relações entre os atores internos e desses com os atores externos.

Nesse papel de mediação e interlocução dentro da Rede observou-se que a Associação Ecoterra e o Núcleo Alto Uruguai também desenvolvem papel importante. A Ecoterra, ao servir o seu propósito de facilitar a logística e o acesso a outros mercados, como as feiras regionais e mercados institucionais, além de gozar do status próprio na dinâmica de associação, contribui para o fortalecimento das relações entre os atores. Já o Núcleo Alto Uruguai, pela dinâmica própria da Rede Ecovida, de realizar encontros periódicos com todos os membros do Núcleo e outras atividades, também possibilita que os laços sejam estimulados.

A colaboração no fortalecimento das relações entre os agricultores pelas entidades de prestação de serviços, associação Ecoterra e o Núcleo Alto Uruguai também foi aferida pela centralidade destas dentro da rede, ou seja, ambas possuem ligações com maior número de atores internos. Essa centralidade revela a considerável influência e poder desses atores sobre um significativo número de outros atores. Essas entidades estabelecem relações externas importantes que ajudam na circulação de novas informações e na ampliação de espaços para a comercialização.

A rede social formada pelos atores internos é permeada por quantidade significativa de normas que possibilitam que a Rede tenha maior densidade. Elas foram classificadas em formais e informais. As formais se referem às regras da certificação participativa e as informais são princípios construídos e compartilhados entre os atores sobre a agroecologia e as relações. Junto às normas também verificou-se que a Rede Ecovida utiliza-se de uma série de dispositivos que buscam garantir a confiança no processo de certificação participativa, como relatórios e o próprio selo.

A respeito dos atores externos identificou-se a presença de consumidores, cooperativas, a Emater/Ascar, o poder público e os demais núcleos da Rede Ecovida. Os consumidores, se apresentam em considerável número, dada a grande rede que é formada e a quantidade de agricultores familiares que fazem parte do Núcleo. Mesmo não conseguindo identificar o total de consumidores, pode-se aferir algumas características desses atores que possibilitaram sua classificação em quatro categorias: os consumidores via-institucional, consumidores esporádicos, consumidores militantes e os consumidores conscientes. Essas diferentes categorias possibilitaram verificar como cada tipo de consumidor influencia a rede e a ação econômica dos agricultores. Destaca-se a atuação dos atores conscientes e os militantes, os quais possuem relação mais próxima e de maior incidência com os agricultores.

Os consumidores militantes também se destacam por sua capacidade de mobilizar outras organizações para contribuir de diferentes formas com os agricultores, desde a produção e comercialização até a organização social desses atores. A classificação e os próprios consumidores na sua relação na rede apresentam-se como um campo em aberto para novas pesquisas, sobretudo para qualificar a categorização e identificar aspectos mais afundo que podem contribuir para elucidar sua influência sobre a Rede.

Das cooperativas observou-se que elas desempenham um papel importante de mediação dos agricultores com os mercados. Elas nasceram como uma estratégia dos agricultores de acesso a mercados e crédito, mas como atores coletivos, também influenciam na ação dos agricultores, não sendo apenas uma estrutura que os agricultores forjam para atender sua demanda, mas que também influencia sobre a ação econômica dos agricultores. Essa troca visualiza-se na experiência da CECAFES, cuja Central e suas cooperativas filiadas têm incentivado e proporcionado que muitos agricultores se tornem produtores agroecológicos, sobretudo através da disponibilização de assistência técnica.

Com relação à atuação do poder público, embora não seja um ator social, esse interfere de diferentes formas na rede social. Na esfera municipal a interferência ocorre principalmente com alguns programas de incentivo; nas esferas estadual e federal ela ocorre através da legislação e das políticas públicas, tanto de aquisição de alimentos, como o PAA e o PNAE, como em programas de incentivo à produção. A Emater/Ascar, outro ator que identificado, embora tenha tido uma atuação mais incisiva em tempos passados, atualmente tem pouca influência na ação econômica dos atores, restringindo-se à emissão do OFC, que possibilita a comercialização de frutas para outros estados e, em alguns casos, no incentivo à produção.

A pesquisa ainda possibilitou identificar a participação dos outros núcleos da Rede Ecovida. Eles se apresentaram como importantes agentes influenciadores sobre a Rede, com laços fracos entre os núcleos, o que potencializa que sejam difundidas novas informações, em especial as tecnologias sociais de mercados e de aspectos produtivos. A partir das trocas entre os núcleos afere-se que houve a criação da CCR e do Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida, dois importantes canais de comercialização que têm possibilitado considerável espaço de comercialização para os agricultores. Na relação entre os núcleos observou-se que as entidades de assistência técnica desenvolvem um papel importante, sobretudo, porque criam relações que ampliam a disseminação de conhecimento.

A partir dos resultados obtidos na pesquisa afere-se que a análise de redes sociais é uma importante ferramenta para a interpretação dos mercados da agricultura familiar, colaborando para a compreensão da constituição desses mercados e como eles podem ser

potencializados. A experiência da Rede Ecovida revela a importância e a influência das redes sociais sobre a ação econômica dos agricultores. Através das relações sociais estabelecidas construíram-se ao longo dos anos inúmeros canais de comercialização que garantem oportunidades para os agricultores familiares agroecologistas.

Ressalta-se a importância do desenvolvimento de novas pesquisas sobre o tema das redes de comercialização, sobretudo para identificar elementos que a análise de redes sociais não dá conta, como a influência da cultura e da política sobre a ação econômica. Projetos futuros que investigassem esses pontos certamente poderiam ajudar a elucidar o acesso e a construção de novos mercados, especialmente os que estão em voga, como o mercado de produtos orgânicos que segue como uma preocupação e ao mesmo tempo uma demanda mundial com amplo potencial de expansão entre diferentes públicos que anseiam pela melhoria de sua qualidade de vida de forma mais sustentável.

Por fim, além dos pontos de pesquisas já levantados anteriormente, destaca-se a necessidade da continuidade da pesquisa a fim de levantar maiores dados entorno das características das relações sociais, as quais dado o curto tempo de pesquisa e os limites impostos pelo período pandêmico, podem ter sido limitadas, sobretudo na identificação da presença e da gestão em casos de má-fé.

## REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o Diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social – Revista de Sociologia da USP**, São Paulo, v. 16, n. 2, 2004.
- ABRAMOVAY, R. **O futuro das regiões rurais**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.
- AGNE, C. L. **Agroindústrias familiares e rede de relações sociais nos mercados de proximidade na Região Corede Jacuí Centro/RS**. 2010. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/22721>. Acesso em: 6 nov. 2022.
- ANDRADE, M. M. **Introdução a metodologia de trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- ANJOS, F. S.; CALDAS, N. V. A dinâmica dos canais curtos de comercialização: o caso do Projeto Campagna Amica na Itália. **Sociedade e Estado**, [s.l.], v. 32, n. 3, p. 771-792, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/3nQYwMqsMT5wv3x9wFsjJw/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 6 nov. 2022.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BASTARZ, C. **Caminhadas na Natureza no Paraná: a rede de relações sociais na formação de mercados para a agricultura familiar**. 2016. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/193312>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- BOVO, C. R. M. A. Contribuição da teoria da rede social, de Mark Granovetter, para a compreensão do funcionamento dos mercados e da atuação das empresas. **Pensamento & Realidade**, [s.l.], v. 29, n. 3, p. 135-151, 2007. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/18170/16133>. Acesso em 25 abr. 2022.
- BRASIL. **Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007**. Regulamenta a Lei no 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. Brasília, 2007. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/decreto/d6323.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6323.htm). Acesso em: 02 jul. 2022.
- CALMON, P.; COSTA, A. T. M. Redes e governança das políticas públicas. **Revista de Pesquisa em Políticas Públicas**, [s.l.], v. 1, jul. 2013. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rp3/article/view/11989>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- CAPA. **Feiras Agroecológicas: Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia**. Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia. [s.l.], [2022]. Disponível em: <https://capa.org.br/feirasagroecologicas/>. Acesso em: 6 nov. 2022.
- CAPELLA, A. C.; BRASIL, F.G. Subsistemas, comunidades e redes: articulando ideias e interesses na formulação de políticas públicas. **Revista do Serviço Público**, Brasília, v. 66, n.

3, p. 449-474, 2015. Disponível em:  
<https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/1223/727>. Acesso em: 25 abr. 2022.

CASSARINO, J. A. P. **Construção de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia**. 2012. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) – Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br>. Acesso em: 07 de jan. 2022.

CASSARINO, J. P.; FERREIRA, A. D. D. Agroecologia, construção social de mercados e a constituição de sistemas agroalimentares alternativos: uma leitura a partir da Rede Ecovida de agroecologia. *In*: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. B. **Agroecologia: prática, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Agricultura familiar: realidades e perspectivas. Curitiba: Kairós, 2013. p. 171-214. Disponível em:  
<https://terradedireitos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/Livro-AGROECOLOGIA-FINAL-IMPRESSO.pdf>. Acesso em: 08 set. 2022.

CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores e qualidade na Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo / RS. *In*: SCHNEIDER, S. GAZOLLA, M. (org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

CECAFES. **Sobre a Cecaferes**. Erechim, [2022]. Disponível em:  
<http://www.cecafes.com.br/sobre>. Acesso em: 6 nov. 2022.

CETAP. **Quem somos: CETAP**. Passo Fundo, [2022]. Disponível em:  
<https://www.cetap.org.br/site/quem-somos/>. Acesso em: 6 nov. 2022.

CETAP. **Alimentos agroecológicos: aproximando pessoas e mudando atitudes**. Passo Fundo, 2020. Disponível em: <http://www.cetap.org.br/site/leia-a-revista-alimentos-agroecologicos-aproximando-pessoas-e-mudando-atitudes/>. Acesso em: 6 nov. 2022.

CRUZ, F. T.; MATTE, A.; SCHNEIDER, S. (org.). **Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. *In*: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. B. (org.). **Agroecologia: prática, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Agricultura familiar: realidades e perspectivas. Curitiba, Kairós, 2013. p. 139 - 171. Disponível em:  
<https://terradedireitos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/Livro-AGROECOLOGIA-FINAL-IMPRESSO.pdf>. Acesso em: 08 set. 2022.

DAROLT, M. *et al.* Redes alimentares alternativas e novas relações produção consumo na França e no Brasil. **Ambiente e Sociedade**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 1-22, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/asoc/a/KgSQNgpc5gF5Tx65N9H7DGd/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 03 jul. 2022.

DIAS, N. **Quem são os neorurais?** Rio de Janeiro: Instituto Pindorama - Permacultura e Sustentabilidade, 2021. Disponível em: <https://pindorama.org.br/instituto-pindorama/quem-sao-os-neorurais/>. Acesso em: 28 set. 2022.

DIAS, V. V.; RÉVILLION, J. P.; TALAMINI, E. Cadeias curtas de alimentos orgânicos: aspectos das relações de proximidade entre consumidores e agricultores no Brasil. *In*. SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 241 - 258.

FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. A sociologia dos mercados. **Caderno CRH**, Salvador, v. 25, n. 66, p. 481-504, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/19426/12558>. Acesso em: 22 jun. 2022.

FLIGSTEIN, N. Markets and politics: a political-cultural approach to market institutions. **American Sociological Review**, [s.l.], v. 61, n. 4, p. 656-673, Aug. 1996. Disponível em: <https://people.duke.edu/~rkd2/Dissertation/References/Theory/MAP/Fligstein%201996.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2022.

FREITAS E. M.; KLEIN, E.; GONÇALVES, G. J. A Ecoterra e seu constructo territorial de mercado: as experiências de venda direta como antecedentes do Circuito Sul de circulação e comercialização de produtos agroecológicos, criado no contexto da Rede Ecovida de Agroecologia. **AMBIENTES: Revista de Geografia e Ecologia Política**, Francisco Beltrão, v. 2, n. 2, p. 144, 2020. Disponível em: <https://saber.unioeste.br/index.php/ambientes/article/view/26586>. Acesso em: 28 set. 2022.

FREEMAN, L. C. Centrality in social networks: conceptual clarification. **Social Networks**, Amsterdam, v.1, p. 215-239, 1979.

GABOARDI, S. C. **Territorialidades da agricultura orgânica e da agroecologia na microrregião de Erechim/RS a partir das ações socioambientais do CAPA e do CETAP**. 2017. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Francisco Beltrão, 2017. Disponível em: [https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UNIOESTE-1\\_7f21f8d0f82aaa3a3da6df53546c2961](https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UNIOESTE-1_7f21f8d0f82aaa3a3da6df53546c2961). Acesso em: 12 ago. 2022.

GIESEL, M. I. *et al.* **Feiras agroecológicas: entrelaçando comunidades do campo e da cidade**. Porto Alegre: Fundação Luterana de Diaconia, 2021. Disponível em: <https://capa.org.br/publicacoes/feiras-agroecologicas-entrelacando-comunidades-do-campo-e-da-cidade/>. Acesso em 14 out. 2022

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. *In*: MARTES, A. C. B. (org.). **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCAR, 2014. p. 31-68.

GRANOVETTER, M. The strenght of weak ties. **The American Journal of Sociology**, Chicago, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973. Disponível em <https://www.jstor.org/stable/2776392>. Acesso em 13 abr. 2022

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985. Disponível em <https://faculty.washington.edu/matsueda/courses/590/Readings/Granovetter%20Embeddednes%20AJS.pdf>. Acesso em 13 abr. 2022

GRANOVETTER, M. Economic institutions as social construction: a framework for analysis. **Acta Sociologica**, New York, n. 35, p. 3-11, 1992. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/4194749>. Acesso em: 10 set. 2022.

GRANOVETTER, M. The impact of social structure on economic outcomes. **Journal of Economic Perspectives**, California, v.19, n.1, p. 33-50, 2005. Disponível em: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/0895330053147958>. Acesso em: 19 jan. 2022.

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. **RAE Electron**, São Paulo, v. 6, n. 1, jan./jun. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/raeel/a/XPnDYztgpcR79zWtgkC3z7f/?lang=pt>. Acesso em: 07 jan. 2022.

GRISA, C. As redes e as instituições do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 6, n. 2, p. 97-129, maio/ago. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v6i2.274>. Acesso em: 07 jan. 2022.

GRISA, C. *et al.* **A desestruturação das políticas públicas de fortalecimento da agricultura familiar**: mudanças institucionais, estratégias de desmonte e novas configurações. Rio de Janeiro: Fundação Heirich Böll, 2022. *E-book*. Disponível em: [https://br.boell.org/sites/default/files/2022-10/boll\\_desmonte\\_politicas\\_publicas\\_final.pdf](https://br.boell.org/sites/default/files/2022-10/boll_desmonte_politicas_publicas_final.pdf). Acesso em 15 nov. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Rio Grande do Sul: Erechim. *In*: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Base de dados Cidades@**. Rio de Janeiro, 2010-2015. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/erechim/panorama>. Acesso em: 28 set. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Rio Grande do Sul: Passo Fundo. *In*: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Base de dados Cidades@**. Rio de Janeiro, 2010-2015. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/passo-fundo/panorama>. Acesso em: 28 set. 2022.

KOZENIESKI, E. M. **A produção do espaço rural**: transformações das dinâmicas produtivas e da agricultura na microrregião de Erechim. 2016. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociência, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/151330>. Acesso em 27 jun. 2022.

LÉVESQUE, B. ; BOURQUE, L. ; FORGUES, É. **La nouvelle sociologie économique**. Paris: Desclée de Brouwer, 2001.

LÉVESQUE, B. Contribuição da nova sociologia econômica para repensar a economia no sentido do desenvolvimento sustentável. *In*: MARTES, A. C. B. (org.). **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCAR, 2014. p. 107-130

LOURENÇO, A. V. *et al.* Desenvolvimento sustentável e agroecologia. *In*: DAL SOGLIO, F.; KUBO, R. R. (org.). **Desenvolvimento, agricultura e sustentabilidade**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 39-56.

MACIEL, R. G.; BECKER, C.; NESKE, M. Z. Os mercados da ovinocultura na pecuária familiar: proposições analíticas da Nova Sociologia Econômica. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, São Paulo, v. 57, n. 3, p. 396–412, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rest/a/jQLdWp8Lm8mrv8Wdbdvz7VC/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 28 set. 2022.

MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v.25, n.1, p. 299-322, 2004. Disponível em: <https://revistas.planejamento.rs.gov.br/index.php/ensaios/article/viewFile/2061/2443>. Acesso em 17 set. 2022.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTELETO, R.; OLIVEIRA, E.; SILVA, A. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 33, n. 3, p. 41-49, set./dez. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/tTzcLwn7BnJGcD3Bjgcbdsp/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em 15 mar. 2022.

MARTES, A. C. B. **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCAR, 2014.

MENEZES, M. A. O. *et al.* **Guia prático: Sistemas Participativos de Garantia (SPG) para produção e comercialização de produtos orgânicos**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2020. Disponível em: [https://ipam.org.br/wp-content/uploads/2020/07/Guia-SPG\\_Final.pdf](https://ipam.org.br/wp-content/uploads/2020/07/Guia-SPG_Final.pdf). Acesso em 22 out. 2022.

MIZRUCHI, M. S. Análise das redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. *In*: MARTES, A. C. B. (org.). **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCAR, 2014.

MIZRUCHI, M. S. Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. **RAE**, Ann Arbor, v. 46, n. 3, July/Sept. 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/KvrpLDTyFtCJYdTFGtWB9Zs/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 6 nov. 2022.

NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L. A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. *In*: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. B. **Agroecologia: prática, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Agricultura familiar: realidades e perspectivas. Curitiba: Kairós, 2013. p. 23-68. Disponível em: <https://terradedireitos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/Livro-AGROECOLOGIA-FINAL-IMPRESSO.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2022.

NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. B. **Agroecologia: prática, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Agricultura familiar: realidades e perspectivas. Curitiba: Kairós, 2013. Disponível em: <https://terradedireitos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/Livro-AGROECOLOGIA-FINAL-IMPRESSO.pdf>. Acesso em: 08 set. 2022.

NIEDERLE, P. A.; RADOMSKY, G. F. W. Quem governa por dispositivos? A produção das normas e padrões para os alimentos orgânicos no Brasil. **Tomo: Revista do Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais**, São Cristóvão, n. 30, p. 227-265, jan./jun. 2017.

NIEDERLE, P. A.; SCHNEIDER S.; CASSOL, A. **Mercados alimentares digitais: inclusão produtiva, cooperativismo e políticas públicas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2021. Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/231276/001133016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 26 ago. 2022.

OLIVEIRA, D.; GRISA, C.; NIEDERLE, P. Inovações e novidades na construção de mercados para a agricultura familiar: os casos da Rede Ecovida de Agroecologia e da RedeCoop. **Redes**, [s.l.], v. 25, n. 1, p. 135-163, 2020. Disponível em:

<https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/14248>. Acesso em: 6 nov. 2022.

PLOEG, J. D. V. D. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2008.

PIRAN, N. **Agricultura familiar: lutas e perspectivas no Alto Uruguai**. Erechim: Edifapes, 2001.

POLANYI, K. **A grande transformação: as origens da nossa época**. 2. ed. Rio de Janeiro: Compus, 2000.

RADOMSKY, G. F. W. **Redes sociais de reciprocidade e de trabalho: as bases histórico-sociais do desenvolvimento na serra gaúcha**. Porto Alegre, 2006. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/7993/000564047.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 mai. 2022.

RAMBO, A. G. **Análise escalar das dinâmicas territoriais de desenvolvimento e as contribuições da nova sociologia econômica e da nova economia institucional: um estudo das experiências no Noroeste Gaúcho**. 2011. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/40244>. Acesso em 17 de fev. 2022.

RAUD, C. Análise crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. **Política & Sociedade**, Florianópolis, n.6, p. 59-82, abril de 2005. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/1931>. Acesso em: 28 ago. 2022.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. **Rede Ecovida: sobre**. Três Cachoeiras, [2020]. Disponível em: <https://ecovida.org.br/sobre/>. Acesso em: 6 nov. 2022.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. **Estatuto social**. Três Cachoeiras, 2019a.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. **Manual de procedimentos operacionais para a avaliação da conformidade orgânica e Regimento Interno da Associação Ecovida de Certificação Participativa**. Três Cachoeiras, 2019b.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. **Normas técnicas para os sistemas orgânicos de produção animal, vegetal, insumos agrícolas e processamento da Associação Ecovida de Certificação Participativa**. Três Cachoeiras, 2019c.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. **Normas de organização e funcionamento**. Lages, 2000.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. 6º Encontro Ampliado da Rede Ecovida: nossa identidade se constrói em rede. **Jornal do(a) Participante**, Lapa, 17 jul. 2007.

RETING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Compreendendo as redes agroalimentares alternativas: o papel das cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural. *In*: SCHEINDER, S.; GAZOLLA, M. (org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativos**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2017. p. 27-51.

RIO GRANDE DO SUL. **Rs.gov.br**. Porto Alegre, 2022. Disponível em: <http://www.geolivres.gov.br/menu.htm?menu=4>. Acesso em: 16 mar. 2023.

SABOURIN, E. **Sociedades e organizações camponesas**: uma leitura através da reciprocidade. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

SCHMITT, C. J.; GRISA, C. Agroecologia, mercados e políticas públicas: uma análise a partir dos instrumentos de ação governamental. *In*: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. B. (org.). **Agroecologia**: prática, mercados e políticas para uma nova agricultura. Agricultura familiar: realidades e perspectivas. Curitiba: Kairós, 2013. p. 215-266. Disponível em: <https://terradedireitos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/Livro-AGROECOLOGIA-FINAL-IMPRESSO.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2022.

SCHNEIDER, S. **A pluriatividade na agricultura familiar**. 2. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. *In*: MARQUES, F. C. *et al.* (org.). **Construção de mercados e agricultura familiar**: desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre Editora da UFRGS, 2016. p. 93-140. (Série Estudos Rurais).

SCHEINDER, S.; GAZOLLA, M. Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas. *In*: MARQUES, F. C. *et al.* (org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativos**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2017. p. 27-51.

SISTEMA DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA – SIG. **SIG@SC**. Sc.gov.br. Florianópolis, 2022. Disponível em: <http://sigsc.sc.gov.br/documentacao.html>. Acesso em: 10 mar. 2023.

SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. **The handbook of economic sociology**. 2nd ed. Princeton: Princeton University Press, 2005.

SPANEVERELLO, R. M. *et al.* A problemática do envelhecimento no meio rural sob a ótica dos agricultores familiares sem sucessores. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí, v. 15, n. 40, p. 348, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/5903>. Acesso em: 6 nov. 2022.

SWEDBERG, R. Markets in society. *In*: SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. **The handbook of economic sociology**. 2nd ed. Princeton: Princeton University Press, 2005. p. 03-25.

TERRAZZAN, P.; VALARINI, P. J. Situação do mercado de produtos orgânicos e as formas de comercialização no Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 39, n. 11, nov. 2009.

TONIOLO, F. DEGGERONE Z. A. A construção social de mercados em Itatiba do Sul (RS): um estudo sobre a feira da agricultura familiar. *In*: MOURAD, L. A. F. A. P.; DEGGERONE, Z. A. (org.). **Agricultura familiar em pauta**. Ituiutaba: Barlavento, 2020. p. 45-84. Disponível em: [https://asebabaolorigbin.files.wordpress.com/2021/01/agri\\_familiar-vol1-1.pdf](https://asebabaolorigbin.files.wordpress.com/2021/01/agri_familiar-vol1-1.pdf). Acesso em: 6 nov. 2022.

VALENTIM, M. L. P. Análise de conteúdo. *In*: VALENTIM, M. L. P. (org.). **Métodos qualitativos de pesquisa em ciência da informação**. Polis: São Paulo, 2005. p. 119-134. Disponível em: <https://abecin.org.br/wp-content/uploads/2021/03/Metodos-qualitativos.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2022.

WANDERLEY, F. Avanços e desafios da nova sociologia econômica: notas sobre os estudos sociológicos do mercado. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 17, n. 1, p. 15-38, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/bNYhZfyxRDjgdJcw8SwWsXr/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 22 mar. 2022.

WANDERLEY, M. N. B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. *In*: TEDESCO, J. C. (org.). **Agricultura familiar: realidades e perspectivas**. 3. ed. Passo Fundo: Editora da UPF, 2001.

WILKINSON, J. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: *inputs* para analisar os micros e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v.23, n. 2, 2002. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/235711746.pdf>. Acesso em 17 maio. 2022.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

WILKINSON, J. Integração regional e o setor agroalimentar dos Países do Mercosul: a produção alimentar na encruzilhada. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p 155-184, 1996.

WILKINSON, J. A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema agroalimentar na América Latina. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v.21, p.62-87, out. 2003. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/239>. Acesso em: 04 abr. 2022.

ZELIZER, V. Beyond the polemics on the market: establishing a theoretical and empirical agenda. **Sociological Forum**, [s.l.], v.3, n.4, p. 614-634, 1988. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/684548>. Acesso em: 13 abr. 2022.

## APÊNDICE A - ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Objetivo 01: Caracterizar como ocorrem e se estruturam as relações sociais dos agricultores familiares (diagrama), antes e durante o período de pandemia

- 1.1 Quais são os atores sociais que fazem parte do Núcleo Alto Uruguai?
- 1.2 Quantos grupos de agricultores participam do Núcleo Alto Uruguai?
- 1.3 Quantas e quais entidades prestam assistência técnica?
- 1.4 Para participar da Rede Ecovida, quais critérios são exigidos aos agricultores? É preciso já ser certificado?
- 1.5 Qual o tipo de relação que se estabelece entre as instâncias da rede Ecovida?
- 1.6 Quais canais de comercialização são acessados pelos agricultores do Núcleo?
- 1.7 Qual o papel das entidades e do Núcleo no acesso aos mercados pelos agricultores? Existe algum papel mais direto?
- 1.8 Existe uma organização da produção no Núcleo? Como que funciona?
- 1.9 Quais outros atores externos que influenciam na forma de organização da produção e da comercialização? Como se dá essa relação?
- 1.10 Como o Núcleo se organizou durante a pandemia?
- 1.11 Como o Núcleo busca integrar os agricultores na rede?
- 1.12 Como se deu a expansão do Núcleo nos últimos anos? Houve aumento de membros?
- 1.13 Quais medidas são tomadas buscando ampliar a rede? Isso é buscado?

Objetivo 2: Observar e descrever quais fatores e recursos contribuem para a organização da produção e a inserção dos agricultores ao mercado.

- 2.1 Quais são as regras postas pela rede Ecovida para a participação da Rede? Existem regras específicas do Núcleo? Quais as regras exigidas para a certificação participativa?
- 2.2 Quais mecanismos o Núcleo utiliza para assegurar o processo de certificação participativa?
- 2.3 Quais mecanismos são utilizados para ampliar o acesso aos mercados pelos agricultores?

Objetivo 3: Caracterizar a força dos laços formados entre os atores, identificando quais fatores possibilitam ou dificultam a ascensão de novos integrantes a Rede.

- 3.1 Qual o tipo de relação estabelecido entre a coordenação do Núcleo e das entidades entre si e com os agricultores. (eventual, próxima, apenas profissional e/ou próxima com certo grau de amizade?)

- 3.2 As relações acontecem de forma planejada a partir de reuniões, ou de forma espontânea?
- 3.3 Como ocorre a comunicação do Núcleo e da coordenação com o agricultor e entre as entidades? Visitas, mídias sociais? Quantas visitas ocorrem?
- 3.4 Quanto tempo ocorre esta comunicação? Ela é formal ou informal?