



HAL
open science

Construcción social de circuitos cortos y de mercado justo: articulación entre intercambio y reciprocidad

Eric Sabourin

► **To cite this version:**

Eric Sabourin. Construcción social de circuitos cortos y de mercado justo: articulación entre intercambio y reciprocidad. *THEOMAI Journal / Critical Studies about Society and Development*, 2018, *Producción agroalimentaria / Migraciones en la agricultura / Ambiente-Extractivismo*, 38, pp.150-167. hal-02794683

HAL Id: hal-02794683

<https://hal.science/hal-02794683>

Submitted on 11 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



número 38 (segundo semestre 2018) - number 38 (second semester 2018)

Revista THEOMAI / THEOMAI Journal
Estudios críticos sobre Sociedad y Desarrollo / Critical Studies about Society and Development

Construcción social de circuitos curtos y de mercado justo: articulación entre intercambio y reciprocidad

Eric Sabourin¹

Introducción

La renovación del análisis de los procesos de comercialización por la antropología y la antropología económica en términos de construcción social de los mercados ha llevado a re-movilizar los temas de la economía moral (James Scott, 1976) y de la reciprocidad (Marcel Mauss, 1924,1950; Claude Levi-Strauss, 1967; Karl Polanyi, 1944), mediante las nociones de “economía solidaria”, “mercado justo”, “circuitos curtos” o “mercados de proximidad”. El artículo examina el aporte de esas contribuciones teórico-metodológicas para analizar los esfuerzos realizados en Brasil en materia de comercio justo economía solidaria y de certificación social de la calidad de los productos agro-alimentares.

Si esos procesos de comercialización confirman la propuesta de Polanyi (1944) de la “*embeddness*”: es decir la inserción de las prestaciones económicas y mercantiles en actos y

¹ Antropólogo e sociólogo, pesquisador do CIRAD França, UMR Art –dev y Profesor Visitante en la Universidad de Brasília, Centro do Desenvolvimento Sustentável, sabourin@cirad.fr

códigos sociales, poco se sabe de la manera en la que opera concretamente esa inserción, en qué condiciones y según qué principios. Avanzo la hipótesis que esos procesos de construcción social de mercados más justos o más humanos, proceden de unas modalidades de interacción entre principios de intercambio mercantil y principios de solidaridad o de reciprocidad económica e social. Los análisis conducidos en Brasil y algunos otros países, indican que esa interacción va más allá de la propuesta por Eme y Laville (1996), Laville (2002), Gaiger (2005), Girard (2007) y otros, de la hibridación entre categorías económicas plurales. Esa interacción es dinámica y dialéctica por cuenta de la tensión entre las lógicas del intercambio mercantil y de la reciprocidad analizadas por Alberti, Fonseca y Mayer (1974) y Temple (2003).

El artículo está dividido en tres partes. La primera propone un breve recorrido conceptual sobre economía solidaria, comercio justo y reciprocidad. La segunda examina el caso de la política de economía solidaria y comercio justo de Brasil. La tercera parte prolonga el análisis de otras formas de articulación entre principios de intercambio y de reciprocidad en materia de comercio de productos agrícolas en Brasil.

1. Marco conceptual: economía solidaria, mercados y comercio justo

1.1. Economía solidaria

Las nociones de economía solidaria o de construcción social de los mercados están movilizadas para el reconocimiento y la revitalización de los mercados de proximidad tanto en el Sur como en el Norte (Kilcher 2004; Laforga 2005; Gardin 2006). Roustang (2004) recuerda que “la economía solidaria defiende el reconocimiento de la *reciprocidad* como modo de intercambio, al lado del intercambio comercial y del sistema de redistribución”. Para Fraisse (2003) quien “dice espacio público, dice primero espacio de palabras comunes fundadas en una relación de reciprocidad, condición de un reconocimiento mutuo de los puntos de vista y constitutivo de un eslabón de confianza entre diferentes socios (usuarios, asalariados, voluntarios, poderes públicos” (traducción nuestra).

La noción de economía solidaria, como la de economía plural, lleva a cuestionar la diferencia entre el sistema de intercambio comercial y de competencia, el principio de reciprocidad y el sistema de redistribución. De acuerdo con Roustang (2003), en el caso de las iniciativas solidarias, existe una idea según la cual la construcción de las necesidades sociales, la organización de la producción pasa por una forma más o menos codificada de deliberación entre actores. Esta se diferencia al mismo tiempo de una relación de competencia regulada por los precios y de una redistribución de tipo administrativo.

Eme y Laville (1996) e Laville (2000) proponen fundar la economía solidaria sobre el principio de la hibridación entre esas tres formas de economía, en particular por medio de mecanismos de reinserción de los hechos económicos en lo social, según los términos de Polanyi (1957). Esos autores distinguen tres categorías: la economía comercial capitalista (el intercambio), la economía pública (redistribución del Estado) y la economía gratuita o no monetaria (la reciprocidad).

La principal dificultad queda precisamente, como veremos, en el asunto de la articulación entre esas tres formas económicas (Caillé, 2005; Sabourin, 2009). Observamos principalmente una contradicción entre principio de intercambio y principio de reciprocidad que conduce a lo que llamé a la yuxtaposición de las esferas del intercambio mercantil y de la reciprocidad, es decir, a sistemas mixtos, o separados, funcionando paralelamente (Sabourin, 2009). Dicha contradicción es inherente a la propuesta de economía solidaria. Se trata, por lo tanto, de resolver el antagonismo entre un funcionamiento dentro del emprendimiento o del grupo

solidario regido por la reciprocidad y la redistribución y, fuera de él, por un mercado de intercambio mercantil basado en la competitividad y concurrencia. Para que haya complementariedad entre los dos sistemas, y articulación más que hibridación, se requiere interfaces de sistema, para resolver tal contradicción (Sabourin, 2010).

1.2. Comercio justo

El comercio justo puede ser definido como una sociedad comercial basada en el diálogo, en la transparencia y en el respeto, cuyo objetivo es llegar a una mayor equidad en el comercio mundial. Buscaría “contribuir para el desarrollo sustentable ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando los derechos de los productores y de los trabajadores marginalizados, principalmente en el sur del planeta” (Díaz Pedregal 2006, p. 13, traducción mía)².

Para Le Velly (2006, p. 320) ese comercio llamado equitativo “está constituido de intercambios mercantiles heterogéneos atribuyendo un peso más o menos importante a los defectos y a las virtudes del mercado y participando más o menos del orden mercantil capitalista”.

En todas esas definiciones, el comercio solidario es presentado como una alternativa más justa al comercio internacional basado en la lógica del intercambio mercantil capitalista, conocido por varias alienaciones: explotación de los agentes más débiles, términos del intercambio desiguales entre Norte y Sur o entre centro y periferia, despersonalización del acto mercantil, materialización y degradación del vínculo social y por procesos de exclusión. Pero ¿cuál es la alternativa ofrecida por los promotores del comercio justo?

Desde el punto de vista operacional, se trata de garantizar a los productores un precio diferenciado que sea más justo que el garantizado por los cursos de los mercados nacionales o internacionales. Según Díaz Pedregal (2006), existen dos tendencias en el comercio justo:

- La primera es la de la esfera de la especialización: está constituida por actores enteramente dedicados a la importación y a la comercialización de productos provenientes del comercio justo.

- La segunda es la esfera del sello, animada por los organismos de certificación.

Resulta de tal distinción que si el conjunto de los productos con sello garantizado por un organismo certificador viene del comercio justo, todos los productos del comercio justo no son necesariamente certificados por tales organismos. (Díaz Pedregal 2006, p. 157, traducción mía)

Para Díaz Pedregal, esa oposición se divide entre una visión más política y radical, de un lado (ligada a la cultura católica marxista), y de otro, una de inspiración más religiosa y caritativa, al mismo tiempo moral y mercantil, de origen anglosajona.

Desde el punto de vista teórico, el principio común a esas dos tendencias es garantizar, por un lado, un valor agregado moral, humano o ético, traduciéndose por una relación privilegiada entre productores y consumidores, basada en la calidad, el origen del producto (certificado o no), una información sobre la naturaleza del producto y sus condiciones de elaboración; y por otro lado, un valor agregado de naturaleza material que se traduce por un precio más justo para el productor y por diversas medidas de tipo garantía de compra o fidelización de los productores.

Varios autores (Le Velly 2006; Laforga 2005; Castel 2003) observaron, con el desarrollo mundial del comercio solidario, los límites del proceso de agregación conjunta de los dos tipos de valores: ético y material.

² FLO (Fair Trade Labelling Organization), IFAT (International Fair Trade Association), EFTA (European Fair Trade Association).

Díaz Pedregal (2006) recuerda que los operadores convencionales (centrales de compra de supermercados, firmas agroalimentarias) también han invertido, de acuerdo con sus prácticas y normas habituales, en la comercialización de productos del comercio justo. Sin embargo, para ser competitivo en esas redes, conviene garantizar volúmenes, condiciones de acondicionamiento, embalaje y costos que no siempre son compatibles con la compra personalizada o con el abastecimiento junto a grupos asociativos o cooperativas de pequeños productores. En esas condiciones competitivas, tales productores no siempre pueden garantizar volúmenes importantes y constantes (por cuenta de variaciones climáticas o económicas). Por lo tanto, esto limita la capacidad de los nuevos operadores de comercio justo globalizados de mantener al mismo tiempo la fidelidad y la exclusividad del abastecimiento. El monitoreo de la calidad, su certificación, el esfuerzo de información del consumidor (y de los productores) y de animación de redes "solidarias" representan un costo agregado, a veces incompatible con las condiciones de la gran distribución.

La utilización de los servicios de certificación de firmas privadas reintroduce también más competencia por su costo y nuevas formas de exclusión de muchos pequeños productores por sus exigencias (Le Velly, 2007; Laforga 2005; Díaz Pedregal 2006).

Para mantener tales redes de venta, los operadores del comercio justo deben reducir sus costos de transacción y de flete, lo que los lleva a recurrir a los mismos intermediarios de la gran distribución capitalista. Arriesgan así adoptar las mismas prácticas, en nombre de la eficiencia, hasta el punto de perder el valor agregado ético: la fidelidad y la exclusividad del abastecimiento, la calidad de la información mutua, es decir, la relación humana entre consumidor y productor.

Le Velly observa en la evolución de la iniciativa asociativa *Artisans du Monde* en Francia, el crecimiento de la despersonalización, típica del intercambio mercantil, a partir del momento en que la red se dotó de una central de compras y multiplicó sus volúmenes y cifras (Le Velly, 2004, 2006).

1.3. Referencias de interface entre intercambio mercantil y reciprocidad

Existen referencias anteriores en términos de articulación o de interfaces que introducen un componente de reciprocidad en un marco de intercambio mercantil. Es el caso de las prestaciones comerciales internacionales realizadas según una lógica de reciprocidad, a ejemplo de las tarifas compensatorias entre naciones del Norte y del Sur, entre la Unión Europea y países de la región ACP (África, Caribe, Pacífico). Las políticas de cuotas y de derechos de producir pretenden reducir la competencia capitalista e instaurar cierta compartición (Barthélemy 1999). De hecho, es también una compartición más justa de partes del mercado capitalista.

Temple (1981) trae la experiencia del contrato de mercado con dos precios (precio indígena y precio europeo), experimentado para comercializar en Europa cerámicas de arte de las mujeres *shipibo* de la Amazonía peruana. La diferencia entre el precio local y el precio europeo fue devuelta a las comunidades de artesanas *shipibas* y a su organización de desarrollo étnico. Sin embargo, la calidad excepcional de las colecciones reunidas y vendidas conforme ese sistema en Europa, generó una especulación, extremadamente rentable, principalmente tratándose del mercado del arte que no conoce límites. Los especuladores, bien equipados, financiados y organizados (inclusive en un museo público francés) pudieron, por lo tanto, sorprender a las organizaciones étnicas *Shipibo*. Así, en el inmenso valle de Ucayali, pudieron reunir cerámicas junto a las comunidades, que aún no habían sido contactadas o asociadas al proceso del contrato a dos precios. Medimos cuán desfavorable es la desproporción de los medios a las

etnias y comunidades del Sur. Para evitar la penetración de empresas occidentales, otras etnias de la Amazonía peruana, mejor organizadas, tuvieron que recurrir al amparo de la legislación de las comunidades indígenas y tierras de bosque y sus armas para expulsar a buscadores de oro, comerciantes o colonos que no respetaban las condiciones previstas por la ley (Sabourin,1982). No obstante, en cuestión comercial, al contrario de la problemática agraria, la ley nacional nunca es favorable a las comunidades rurales e indígenas.

2. Economía solidaria y comercio justo en Brasil

2.1. Referencial brasileiro

Singer (2002) define la economía solidaria como un conjunto de experiencias colectivas de trabajo, producción, comercialización y crédito, organizadas conforme principios solidarios bajo la forma de cooperativas y de asociación de productores, empresas de autogestión, bancos comunitarios y diversas organizaciones populares urbanas y rurales.

¿Qué significa el principio de solidaridad en relación con la noción de economía?

Para la Secretaría Nacional de la Economía Solidaria (SENAES, 2003), es una preocupación permanente con la justa distribución de los resultados, la mejoría de las condiciones de vida de los participantes, el compromiso con un ambiente saludable, el apoyo a los movimientos de emancipación y la investigación del bienestar de los trabajadores y de los consumidores.

La SENAES, de la cual Singer se convirtió en el Secretario de Estado en 2003, polarizada por sus interacciones históricas con las redes urbanas de cooperativas y de empresas auto-administradas tiene tendencia a reducir ese campo. Ella define oficialmente la economía solidaria “como el conjunto de las actividades económicas –de producción, distribución, intercambio, consumo, ahorro y crédito– organizadas de manera solidaria por los trabajadores bajo una forma colectiva o de autogestión” (SENAES, 2003).

Singer (2005) retomó esa concepción, expandiendo el campo de la economía solidaria (ES) y, por lo tanto, de sus instrumentos de política pública en el mundo rural, recordando que la expresión más masiva de ES en el Brasil es constituida por las asociaciones comunitarias y las cooperativas de la agricultura familiar y de los proyectos de reforma agraria.

Gaiger (2003, 2005) considera también que la economía solidaria mantiene semejanzas con la economía campesina: ausencia de salarios, ayuda mutua y cooperación, unidad entre propiedad y uso de los medios de producción. Sin embargo, esa ampliación ocasiona problemas a partir del momento en que las redes de ES en medio rural pasan a integrar productos transformados de las plantaciones de frutas y hortalizas (jugos de fruta, etcétera) que exigen, inclusive para los agricultores familiares, recurrir a los salarios.

En cuanto a la viabilidad económica de la ES, esta no se define en los documentos de la SENAES. Esto es así porque todo depende de en cuál sistema consideramos la actividad económica del emprendimiento solidario: el ámbito de la competencia del mercado de intercambio capitalista, el ámbito de la protección por el Estado de los mercados públicos (redistribución) o el ámbito de la compartición de recursos y factores de producción, regido por el principio de reciprocidad.

El Brasil presenta el caso original de un Estado donde, por cuenta de las limitaciones de las iniciativas de comercio justo de los países del Norte "a favor" de los productores del Sur, fue desarrollada una reflexión crítica y alternativa. Contempla lo que podría ser un comercio más

justo pensado y organizado en la escala de un país continente y de su amplio mercado interno. Examinemos los límites del comercio justo Norte-Sur conforme a los brasileños (SENAES, 2007).

2.2. Avances y límites del comercio justo en el Brasil

En Brasil, la experiencia de comercio justo comenzó a través de ONG internacionales como OXFAM, cuya campaña en Brasil, a partir del caso del café, establecía un vínculo entre la seguridad alimentaria y el comercio internacional (Mascarenhas, 2007). Dio lugar a la negociación de contratos de productos fáciles de exportar (castaña de caju, café, artesanía de sisal, guaraná, etcétera) junto a la ONG o a las redes europeas. Rápidamente, aparecieron límites en términos de volumen y de exigencias de certificación que condujeron a más institucionalización y a costos mayores.

La *Fairtrade Labelling Organisation International* (FLO) fue acusada en Brasil y en México de pagar precios muy bajos a los productores de café y de cobrar una tasa elevada para proporcionar su sello. Las empresas de certificación brasileñas Agro-Cert y mexicanas Certimex son el blanco del mismo tipo de crítica.

La FLO se aproxima a las grandes firmas nacionales y multinacionales para implicarlas en el comercio justo denuncia el GT Brasileño del Comercio Justo. Esa alianza y el costo de obtención del sello llevan a los productores de café a volver hacia los intermediarios que trabajan para las multinacionales. (GT, 2006)

Mascarenhas (2007) y Laforga (2005) resumen tales limitaciones: i) relaciones de dependencia y, a veces, de paternalismo que no contribuyen para la autonomía y emancipación de las organizaciones de productores; ii) los términos de la participación y de la sociedad de los productores no son negociables, pero definidos por la FLO y la FINE (*Federación Internacional del Comercio Equitativo*); iii) reproducción de los antiguos esquemas del colonialismo Norte-Sur, iv) lógica por producto induciendo el monocultivo, la especialización y por lo tanto la dependencia más que la diversificación de las producciones.

Laforga y otros (2008) a propósito de la red de producción y consumo del Asentamiento Antônio Conselheiro de Tangará da Serra (Mato Grosso) muestran las ventajas y los puntos débiles de las iniciativas de comercio justo en el marco de la agricultura familiar y campesina. Entre las ventajas, encontramos: i) las prácticas anteriores de solidaridad y de repartición de recursos (reciprocidad) en la producción, opuestas al individualismo capitalista; ii) la relación directa entre productores y consumidores, dando una cara humana a las relaciones de intercambio; iii) la diversificación de los mercados, de las fuentes de renta de las unidades familiares y el aumento de la renta de las mujeres; iv) los aprendizajes individuales y colectivos, el compartir de saberes y recursos.

Los puntos débiles indican: i) una tendencia para hacer pasar el lucro capitalista antes de las preocupaciones humanas, integrando fácilmente la lógica de competencia; ii) la falta de legislación adaptada, garantizando una articulación producción solidaria/mercado; iii) el peso y las exigencias del sistema comercial brasileño (burocracia, tasas e impuestos) y la falta de crédito.

Por falta de alternativa a la lógica del intercambio mercantil, los operadores del comercio justo corren, entonces, el riesgo de caer en los mismos defectos o alienaciones del sistema del libre intercambio capitalista. De hecho, la lógica económica del pensamiento único (aun disfrazada bajo sus variantes no ortodoxas) es incapaz de justificar y realizar un comercio más justo sin la intervención de la política. Caillé (2006), en su prefacio para Díaz Pedregal (2006), escribe:

El motor y la eficiencia del comercio justo no residen en una fórmula económica específica, sino, por el contrario en la meta política que lo anima, en el sentido más general del término [...] Ahora, la economía solidaria –y más generalmente, todas las formas de economía alternativa– solo podrá ser solidaria mientras no se torne económica. Más precisamente, la esencia de todas las formas de economía alternativa, no es económica, sino política.

Pero ¿cuál intervención política habría de promoverse y cuál sería la base teórica de la articulación entre lo político y lo económico? ¿Cómo garantizar el diálogo entre sistemas de reciprocidad/redistribución y sistemas de intercambio mercantil?

Tal interfaz debe poder articular las voluntades de reciprocidad de los productores, de los consumidores y de sus organizaciones, por un lado, y las realidades de las prácticas del mercado de intercambio por otro lado. ¿Cuáles pistas explorar desde el punto de vista práctico y teórico, a partir de la teoría de la reciprocidad?

En Brasil, con base en una reflexión marxista, Paul Singer (2002) propone una interfaz sociopolítica para articular y reglamentar la relación entre producción de la economía solidaria y el cuadro nacional del mercado de intercambio capitalista. La Ley del Comercio Justo y Solidario (CJS) considera una serie de criterios mínimos exigidos entre una empresa solidaria y un socio comercial habilitado por un organismo de evaluación de conformidad (GT SENAES, 2007).

La política pública de economía solidaria del Gobierno brasileño favorece el apoyo a las iniciativas de autogestión para que los medios de producción pertenezcan a los trabajadores. Esta concepción incluye a las empresas recuperadas y administradas por sus asalariados y a las cooperativas de producción (SENAES, 2003). De hecho, esta opción, propuesta por Singer (2002) como segunda utopía socialista, fortalece, en apariencia, una oposición al sistema de la empresa capitalista, algo que podría constituir un primer paso rumbo al reconocimiento del principio de reciprocidad. Además, como en el caso de la alienación de la estructura de la repartición, el círculo continúa cerrado: la reciprocidad funciona en el ámbito de la empresa social de autogestión; pero afuera, vender la producción, o sea, lograr resultados económicos, aún se encuentra condicionado a las leyes de la competitividad y competencia del mercado de intercambio capitalista (Azambuja, 2005).

Veremos que la situación no es tan ineluctable cuando existen cuadros formalizados de economía de reciprocidad y de redistribución, o bien, una posibilidad de articulación (interfaz) entre los dos principios económicos.

Uno de los papeles esenciales del Estado y de la acción pública es organizar correctamente la producción de bienes públicos y de interés general: se busca, por lo tanto, promover políticas capaces de separar los principios de intercambio de los principios de reciprocidad o incluso de reglamentar las articulaciones necesarias entre los dos sistemas.

2.3. La reglamentación brasileña del Comercio Justo y Solidario

El comercio equitativo es llamado en Brasil “comercio justo y solidario”; se lo define como “un flujo comercial diferenciado, basado en el cumplimiento de criterios de justicia y solidaridad en las relaciones comerciales y que resulta en el empoderamiento de los Emprendimientos Económicos y Solidarios (EES) en todo el territorio nacional” (Fórum Brasileño ES, 2007, cuadro 1). Está constituido por los “pequeños productores familiares, pequeños comerciantes

y artesanos, y por los consumidores penalizados o marginalizados por el sistema convencional de las relaciones comerciales en gran escala” (ídem, 2007). “El objetivo es generar relaciones de respeto y de confianza entre productores y consumidores de manera que se rompa la lógica de la explotación y asegurar un mejor flujo, así como la calidad de la producción rural y urbana del territorio brasileño” (ídem: 2007).

Ese sistema nacional y su reglamento (que tendrá valor de ley) son justificados por los argumentos expuestos a continuación:

- Necesidad de un conjunto de conceptos, reglas, normas y procesos organizados y divididos, lo cual vale para el conjunto del territorio nacional a fin de garantizar :
- Garantías de procedencia, comunicación de informaciones y promoción de los productos, mercados y ferias, educación para una producción y un consumo responsables.
- Necesidades de comunicación y promoción, educación de los consumidores.
- Necesidad de un instrumento jurídico concretando el papel del Estado como responsable por la justicia social, la distribución igualitaria de la renta y la “sustentabilidad” (durabilidad) socioambiental.

Cuadro 1: Características del Sistema de Comercio justo y Solidario (GT, 2006)

- Principios:

1. Fortalecimiento de la democracia, del respeto de la libertad de opinión, de la organización y de la identidad cultural.
2. Condiciones justas de producción, de agregación de valor y de comercialización
3. Apoyo al desarrollo local y sustentable.
4. Respeto del medioambiente.
5. Respeto de los derechos de las mujeres, niños, grupos étnicos y de los trabajadores.
6. Información al consumidor.
7. Integración a las cadenas o arreglos productivos locales.

- Beneficios del Sistema Nacional (fragmentos)

1. Acceso a las políticas públicas y ventajas fiscales.
2. Agregación de valor a los productos y mejoría de la calidad.
3. Mejoría de las relaciones de trabajo y de la gestión de las empresas.
4. Práctica del precio justo incluyendo costos de producción, costo social y costo ambiental.
5. Redistribución de los poderes de negociación en las cadenas.
6. Mejoramiento de las condiciones de pago y continuidad de las relaciones.
7. Organización de cadenas, redes de producción, comercialización y consumo.
8. Transparencia y consumo responsable.

- Componentes

1. Un conjunto de normas (una identidad nacional).
2. Un sistema de monitoreo de los productos, procesos y servicios.
3. Un sistema de control (el cual garantiza la relación de confianza).
4. Una marca que aproxime a los productores y consumidores en torno a esa propuesta.

Aquí están reunidos los argumentos y principios de una interfaz de sistemas reglamentada y controlada por el Estado. Dicho esto, ¿qué es un precio justo? Diversos autores examinaron ese asunto (Bucolo, 1999; Mascarenhas, 2007; Magalhães y otros 2007; Díaz Pedregal, 2006) sin conseguir resolverlo desde un punto de vista teórico, y tampoco desde una perspectiva operacional. Los demorados debates del Fórum Brasileño del Comercio Justo han conducido

a una propuesta provisoria que tiene que ver más con principios que con la operacionalización. Sin embargo, es un elemento positivo la implementación de comisiones locales y regionales para debatir, no tanto el establecimiento de tales precios, sino de las reglas de su elaboración.

Precio justo: es la remuneración que resulta de un equilibrio definido por el diálogo y la discusión entre los actores involucrados de manera equitativa para poder atribuir un valor a los productos y servicios ofrecidos incorporando el costo real del producto o del servicio y de sus impactos socio-ambientales (Fórum Brasileño ES, 2007).

- Composición del precio transparente entre las partes que deben disponer de la información para el equilibrio de las negociaciones.
- Incorporación de los costos reales de cada etapa del proceso de producción sin presentar a los consumidores extrapolaciones entre el precio de venta de las EES productoras y el precio de las EES comerciales.
- Relaciones de larga duración entre EES productoras y EES comerciales.
- Las EES comerciales aseguran las informaciones sobre los productos.
- Prohibición de venta en consignación, de comisiones para acceso a los mercados y de pago con plazos desfavorables a los productores o contribuyendo para su endeudamiento.
- Garantías de calidad, de acuerdo con diversos métodos de producción de la credibilidad tomando en cuenta diferentes realidades sociales, culturales, políticas, territoriales, institucionales, organizacionales y económicas de cada iniciativa, grupo o empresa.

La construcción del sistema brasileño de comercio justo ya presenta algunos avances:

- La constitución de un espacio institucional público-privado destinado a elaborar políticas públicas e instrumentos de apoyo al proceso nacional.
- El carácter negociado y participativo de la experiencia brasileña y de la propia elaboración del SNCJS, que implica un pacto entre los principales actores.
- La prioridad dada al mercado doméstico, en una perspectiva de autonomía; el comercio justo Norte/Sur siendo considerado solamente como un eventual complemento.
- La demanda de la inclusión social: reservada a productores marginados o que no recurren a la mano de obra asalariada (a diferencia de las grandes y medianas empresas rurales que se benefician también del comercio justo internacional Norte/Sur).

La contribución de los movimientos de la agroecología, como la Red Ecológica (2013) en términos de calificación y certificación participativa, fue reconocida por contribuir a limitar la exclusión ligada a la certificación externa del tipo de la FLO. Sin embargo, se trata de un mecanismo limitado de acceso a los mercados regionales y nacionales y no a los mercados internacionales.

El interés de la dinámica brasileña es que, al contrario de los sistemas de comercio equitativo Norte/Sur, ella salía de la línea de la gestión por producto y cadena cimentada en torno a la noción medio vacía de "producto equitativo" o "producto justo", para considerar la naturaleza justa (o no) de la propia relación. De hecho, un paquete de café justo continúa siendo apenas café, no es justo o equitativo por sí.

Se acordó a un especialista del cálculo del precio equitativo de la FLO, para su organización "son los productos que terminan siendo *justos*, la banana justa o el café orgánico justo... y para que un producto entre en el sistema, la FLO debe atribuirle un precio".

Esta lógica absurda, además de reproducir el colonialismo y el imperialismo Norte-Sur, conduce a una fijación del precio calcada de aquella del mercado capitalista. Por ejemplo, el precio justo fijado en Bonn por la FLO garantiza a los productores un precio mínimo, que supuestamente debe corresponder a su "costo de producción sustentable", a ser pagado solo

en caso de que el precio del mercado internacional quedase demasiado bajo. Pero los productores únicamente reciben el precio del mercado de intercambio capitalista cuando este queda por encima del precio “justo” mínimo.

3. Articulaciones entre principios de intercambio mercantil y de reciprocidad en Brasil

De hecho, a partir de ese tipo de enfoque entre reciprocidad e intercambio mercantil, se puede examinar otras formas de interacción dinámica e dialéctica entre las lógicas del intercambio mercantil y de la reciprocidad, sea en complementariedad (según la hipótesis de la hibridación económica) sea en tensión o en oposición (según la teoría de la reciprocidad de Temple, 2003). A título de ejemplo, cito algunos casos en materia de comercio de proximidad y circuitos curtos de productos agro-alimentares en Brasil y otros países.

3.1. La calificación y su certificación

En Brasil, a despecho de los procesos de mercantilismo capitalista que conoce la agricultura campesina y familiar (Conterato, 2004; Ploeg, 2006 y 2008), existen aún mercados socialmente controlados. Las ferias locales semanales (Kilcher, 2004) y los mercados de proximidad (Sabourin, 2006 y 2007) conocen un verdadero renacimiento. Proporcionan ejemplos de mercados que producen vínculos sociales y movilizan la sociabilidad por medio de las relaciones directas entre productores y consumidores.

Existe también, en torno a la idea de productos de calidad asociados a territorios específicos, un potencial de creación de territorialidades socioeconómicas y culturales mediante la relación entre hombres, productos, culturas, identidades y regiones diversificadas.

En el estado de Paraíba en el nordeste de Brasil los mercados de productos agroecológicos³ se inscriben en la estrategia del Polo Sindical de la Borborema (PSB) para aumentar la autonomía de los agricultores familiares frente a las redes clásicas que ellos no controlan. La iniciativa proviene de la demanda local en productos agroecológicos (conocida por iniciativas anteriores de pequeños grupos informales) y de los límites de las organizaciones campesinas para implantarse en las centrales de abastecimiento (CEASA) de las capitales regionales (João Pessoa, Campina Grande y Recife).

La estrategia de autonomía de los mercados de intercambio dominados por las firmas pasa igualmente por la reducción del uso de insumos químicos externos, por la transformación de las materias primas (quesos, platos cocidos, derivados de la miel, etcétera) y por la diversificación de las alternativas de comercialización (Kilcher 2004). Los casos de intoxicación por el uso de pesticidas son comunes, pero la verdadera causa de la dinámica de esos mercados fue el crecimiento del número de agricultores que practicaban la agroecología. Inicialmente realizado a título experimental durante las fiestas de fin de año de 2001, el mercado agroecológico de Lagoa Seca se convirtió en permanente. Tal iniciativa llevó a un grupo de agricultores a estructurarse mediante la creación de una asociación y a adoptar reglas y normas comunes en términos de estrategia comercial: uniformidad de los puestos, control de los productos para garantizar su calidad y procedencia. Ese mercado finalmente obtuvo un

³ Mercados de venta directa de productos de la agroecología (forma de agricultura ecológica con base biológica y sin insumos químicos) por los agricultores familiares.

reconocimiento de los poderes públicos a nivel federal tras la negociación de apoyo en materia de equipamiento de los mercados (puestos, bancas y quioscos).

El Polo Sindical de la Borborema (PSB) negoció la implantación de un mercado agroecológico con el ayuntamiento de Campina Grande. Dentro del polo urbano regional, dicho mercado posee un valor de "escaparate". Incentiva la participación de los agricultores convertidos a la agroecología que no son bastante numerosos en su municipio, para constituir un mercado diferenciado. Sirve también de modelo para la expansión en escala regional de la comercialización directa de los productos orgánicos (Florentino y otros, 2007).

El público objetivo es de condición modesta y los precios no son tan diferentes de los que tienen los mismos productos convencionales encontrados en otros mercados regionales. Permanecen inferiores a los precios practicados en los supermercados.

Una articulación en la escala del estado de Paraíba garantiza una colaboración con las asociaciones equivalentes de agricultores y mercados agroecológicos del litoral, del Sertão y de los estados vecinos de Pernambuco y Río Grande del Norte.

Con la iniciativa del PSB, fue posible constituir una asociación regional de agricultores agroecológicos, la EcoBorborema y estructurar un proceso de certificación de la calidad.

La certificación de los productos no se confía a un certificador privado externo, lo que aumentaría los costos y el precio de venta. Se trata de una certificación social o de grupo, garantizada por comisiones de agricultores designadas por la asociación de los productores agroecológicos, conforme a la reglamentación de certificación por Organización de Control Social (OCS) adoptada por el Ministerio de Agricultura de Brasil en 2008 y 2011 incluida en el Decreto Nacional nº 2007-6323. Según ese decreto, la certificación OCS es "operada por um grupo, associação, cooperativa ou consórcio, com ou sem personalidade jurídica anteriormente registrada no MAPA. (MAPA, 2008). Estas comisiones visitan regularmente a cada productor y verifican el proceso de cultivo, el itinerario técnico y la naturaleza de los insumos utilizados (Sabourin, 2009).

Cada agricultor puede verse tanto en la posición de evaluador como de evaluado. Los riesgos de fraude son limitados, ya que el interés primordial consiste en mantener una clientela aún frágil, y por ello no se miente sobre la calidad.

Dichos mercados funcionan gracias a la preocupación de algunas familias que cuidan del respeto por las reglas. Otros participantes, menos implicados ideológicamente, dan muestra de oportunismo. Su interés por la agroecología depende más de la emergencia de una demanda de parte de los consumidores y del acceso a una forma de comercialización que remunera mejor su trabajo que la venta a los mayoristas.

Tal sistema de certificación mutua (o recíproca) posee la ventaja de ser gratuito, de no aumentar el costo de producción y de no comprometer a los agricultores en la dependencia de firmas de certificación. En el proceso de certificación social, el control de la calidad se torna inherente a la estructura de producción si esta se ve reposicionada en un sistema de reciprocidad.

La política de calificación (el sello de garantía o la apelación), en sí, limita los efectos de competencia y de especulación del intercambio capitalista. Cuando el nombre del productor está en juego, son las relaciones de reciprocidad las que generan los valores de reputación, honor y responsabilidad (Bom Konde 2003). Son generalmente dichos valores los que garantizan la legitimidad y la autoridad del proceso de certificación de las normas de calidad y de procedencia. Las empresas capitalistas identificaron esos valores humanos para transformarlos en servicio mercantil de verificación. Pero, de hecho, para productos agroalimentarios, la primera sanción es la del consumidor, y la garantía de calidad es, muchas veces, inherente al proceso de producción.

En Brasil, existen, por lo tanto, cada vez más iniciativas de implantación de sistemas de certificación social o de certificación participativa entre productores y consumidores (Medaets y Medeiros 2004; Sabourin, 2009 y 2010).

Tales iniciativas fueron apoyadas por el Ministerio del Desarrollo Agrario (MDA) encargado de la agricultura familiar y campesina. Se instituyó el sello "Producto de la agricultura familiar", además de los sellos regionales específicos (*Produtos coloniais* o *Gaúcho* en el Sur, *Sabor de Minas* en Minas Gerais, etcétera). Los responsables de tales sellos consideran que tienen un efecto palanca para movilizar el apoyo de las políticas públicas para acciones, lo cual facilita la inserción de los productos de la agricultura familiar en un mercado hasta entonces reservado a las empresas agrícolas.

Cualquier proceso de calificación que garantice el origen (el nombre del productor), la especificidad, el proceso o las normas de calidad de un producto contribuye para reducir los efectos de la competencia propios al intercambio capitalista. Asimismo, como en el caso del emprendimiento de economía solidaria, fuera de este grupo de productores y estos productos calificados, las reglas del mercado capitalista funcionan al cien por ciento.

Sin embargo, todas las posibilidades de la calificación de los productos rurales aún no fueron explotadas. Temple (2003 a y 2003b) propone radicalizar el proceso con otro tipo de interfaz, el de la calificación personalizada; es decir, con el nombre de García, solo se puede producir García.

Nadie puede hacer competencia a una producción única cuyo valor intrínseco es potencialmente infinito [...] simbólico o prosaico, el valor será siempre mayor desde que el producto sea más calificado. Y no es preciso hacer que una competencia externa a la producción controle la calidad, pues la calidad es inherente a la estructura de producción. (Temple, 2003^a, p. 11)

Temple se opone a que para mejorar la calidad de los productos se emule a la competencia que busca acumular lucro. Pone el ejemplo del azafrán de la Mancha, en España, cuya producción y comercialización fuera del área de origen fueron prohibidas por los últimos productores, lo cual obligó a los consumidores a visitarlos en el local. En la región, se construyó la Casa del Azafrán; se organizó un mercado local, restaurantes en la hacienda y una producción asociada de legumbres, carnes, frutas y vinos. También se organizaron servicios: hoteles y albergues, turismo rural, etcétera.

La calificación centrípeta y el sello personalizado constituyen, así, una de las claves del desarrollo rural endógeno o auto-centrado que satisfaga prioritariamente las necesidades de las comunidades locales.

De hecho, nuevos espacios económicos se abren para los productores organizados a partir de tal concientización (de conocimiento) de la naturaleza diferente de los sistemas de valor. Uno de los papeles principales del apoyo al desarrollo local (o territorial) es así identificar y calificar los modos de producción, de (re)distribución y las relaciones que determinan una "frontera" entre sistemas diferentes.

¿Será que existen otros tipos de interfaz de sistema entre prácticas de intercambio y práctica de reciprocidad?

3.2. Estructuras de reciprocidad preservadas o reconstruidas

En materia de comercialización de los productos agrícolas, los campesinos o sus organizaciones implementaron varios tipos de "interfaces", lo cual permitió una cohabitación, una articulación entre prácticas de reciprocidad y prácticas de intercambio. Algunos de

aquellos mecanismos son ya antiguos y, además de en las naciones del Sur, funcionan también en los países de Europa.

La primera interfaz es la venta directa que permite el encuentro entre productor y consumidor, a ejemplo de la venta en la hacienda y en los quioscos de borde de camino o en mercados de proximidad, como los mercados o las ferias de productores de África, Brasil o hoy en Argentina. Existe una relación de intercambio, pero el contacto directo entre productor y comprador permite redoblar una relación de reciprocidad binaria, de cara a cara, que genera valores afectivos: sentimiento de amistad, de reconocimiento mutuo o valores étnicos de fidelidad y de respeto.

Frecuentemente, el productor marca esa relación de reciprocidad asociada a la del intercambio, por un don simbólico, un puñado de frejol, una fruta, un tomate suplementario.

En los mercados andinos de Bolivia, ese don se denomina *yapa*. Temple (2003, p. 384) relata cómo se practica la reciprocidad. El que ofrece su producción se encarga de indicar la equivalencia; enseguida incrementa una parte del don (*yapa*). El don es proporcional a la importancia de la transacción y a la calidad del cliente. Este último designa también a su socio *casero*, *caserito* o *casera* (miembro de la casa, familiar).

En Guinea Bissau, encontramos ese gesto del don, llamado *condo*, aun cuando la transacción es efectuada por una etnia especializada en el comercio, como los *diola djila*. La transacción da lugar a discursos sobre el precio, pero igualmente sobre la vida cotidiana, la salud de los miembros de la familia y la estima recíproca entre las dos partes, conforme a un ritual consagrado en criollo : *¿Kuma di familia? ¿Kuma di kurpu?, ¿Kuma di fugao?, ¿Kuma di mininu?* (¿Cómo va la familia? Cómo va la salud? ¿Cómo va el hogar? ¿Cómo va el niño?).

En el litoral de África, donde los mercados están confrontados con el libre intercambio, el don se torna simbólico, pero significa más la lamentación de no poder inscribirse en la lógica de la reciprocidad que una invitación al intercambio.

Incluso en los mercados occidentales, en los que el libre intercambio se impone y la competencia domina, el don de amabilidad testimonia, a menudo, que es tan importante para el comerciante el tener relaciones de amistad con sus clientes como el satisfacer su interés monetario. (Temple 2003, p. 384)

Es también el caso de los circuitos cortos controladas socialmente por agrupamientos de productores o de las cooperativas de consumidores⁴. Podemos citar el caso de los mercados y de los cestos campesinos en Francia, y de las asociaciones mixtas (agriculturas y consumidores) que los generan. Tales situaciones de contacto directo, dan lugar a relaciones humanas: conversaciones y explicaciones en torno al producto, al trabajo, a los procedimientos, a los ingresos, etcétera. Aquellas generan igualmente sentimientos y valores de amistad, de fidelidad y de confianza entre productores y consumidores.

Cuando la relación directa (por el encuentro físico entre productor y consumidor) no es posible, existe la posibilidad de la intermediación calificada e interpersonal, del corretaje. El corredor permite establecer una relación de *reciprocidad ternaria* por el inter-conocimiento, la red y la información sobre la calidad del producto y del productor. Esa estructura produce la *confianza*, la *responsabilidad* y la *reputación* (tanto del productor como del corredor) que es fuente de *prestigio*.

⁴ o por los dos juntos, como es el caso en Brasil, en la región de Porto Alegre, entre cooperativas del MST y cooperativas de consumidores (Eid y otros, 2006)

Los corredores son respetados y apreciados en materia de mercado de arte o de vinos, por sus competencias, que las tienen todos. Paradójicamente, se les critica con frecuencia cuando realizan transacciones con otros productos, agrícolas en particular. ¿Por qué esta diferencia? En Francia existen corredores para los mercados muy especializados: las trufas, las ostras (Dupont, 2004). El corredor no es exactamente un intermediario deshonesto que negocia para obtener más lucro.

Temple (2003b) recuerda que en África, los corredores no tenían el derecho de construir fortunas mediante la especulación. Debían obtener su beneficio conforme a reglas y proporciones establecidas entre las partes involucradas: “la convención instauraba el equivalente de un precio-retorno para los más desfavorecidos, es un sistema de comercio fundado en la igualdad. Es la lógica del robo la que está siendo dominada por las estructuras de reciprocidad”.

Conclusión

Cualquiera que sea la definición escogida, la economía solidaria debe enfrentar las contradicciones inherentes a la diferencia entre una lógica de desarrollo económico basada en el intercambio mercantil y una lógica de desarrollo económico fundada en la reciprocidad. Sin embargo, generalmente, diferentemente de la definición dada por Roustang (2003), la mayoría de los promotores de la economía solidaria no reconoce esa oposición.

En ese sentido, aparecen varias dificultades de articulación que remiten a las dinámicas propias de cada una de las formas de economía colocada en situación de hibridación. Ya no es necesario hoy rehacer la crítica de la alienación o de los riesgos de exclusión ligados al desarrollo de la economía de intercambio capitalista. Es, por lo tanto, importante saber cuál alternativa o cuál límite económico oponemos a la competencia para la competitividad y la acumulación. Uno de los papeles esenciales del Estado y de la acción pública es el de organizar la producción de bienes públicos y del interés general: se trata, por lo tanto, de promover políticas capaces de separar los principios de intercambio mercantil de los principios de reciprocidad o aún, de regular las articulaciones necesarias entre las dos lógicas.

La validación de la noción de sistemas mixtos (asociando prácticas de intercambio mercantil y prácticas de reciprocidad) da toda su importancia al concepto de interfaz de sistemas. Eme y Laville (1996), Laville (2000), Cattani (2003) y França Filho (2006) proponen fundar la economía solidaria en el principio de hibridación entre las tres formas de economía plural heredadas de Polanyi: reciprocidad, redistribución e intercambio mercantil. Sin embargo, la dificultad de esa propuesta viene de la cuestión de la articulación entre esas tres formas económicas. Para Castel (2003), ese enfoque es problemático, pues una empresa capitalista puede también beneficiarse de la hibridación de los recursos: vende su producción en el mercado capitalista (intercambio mercantil) y puede obtener subsidios públicos o exoneración fiscal (redistribución pública), a pesar de estar inserida en redes empresarias o interpersonales reguladas por la reciprocidad. Puede también movilizar la reciprocidad al título de la responsabilidad social o efectuar dones para fundaciones caritativas para conseguir exoneración de impuesto, sin que esto sea en nada de solidario.

Según Temple (2003), Castel (2003) y Gardin (2006, p. 41), dos entre esos principios económicos son antagónicos: la maximización del lucro por medio del intercambio mercantil y la reciprocidad. El lucro monopolizado por el patrón prohíbe su uso solidario. El principio de

redistribución puede ser compatible tanto con el principio de intercambio o con el de reciprocidad.

Para superar esa limitación del uso de la “hibridación”, propongo la noción de “sistema mixto”, que se puede aplicar a situaciones en las cuales cohabiten relaciones de reciprocidad y de intercambio, o que corresponde a la mayoría de nuestras sociedades contemporáneas. Esa cohabitación puede darse de manera paralela, separada o mediante una tensión por cuenta del antagonismo entre sistema de intercambio y sistema de reciprocidad. Puede también acontecer de manera complementaria cuando existe una interface de sistema permitiendo articular prácticas de reciprocidad y prácticas de intercambio mercantil.

Los sistemas mixtos pueden, así, ser declinados en función de las modalidades de articulación entre las lógicas de intercambio y de reciprocidad:

a) la *yuxtaposición de mundos paralelos*: las prácticas de intercambio y de reciprocidad coexisten sin mezclarse, pudiendo hasta ignorar-se;

b) la *complementariedad reversible*: las prácticas de intercambio y de reciprocidad siendo reconocidas como de naturaleza diferente; los actores las articulan de manera complementaria en la base de una interface; corresponde a la situación de hibridación propuesta por la teoría de la economía solidaria;

c) la *contradicción* entre lógicas de reciprocidad y lógicas de intercambio con dos tipos de consecuencia: parálisis mutua de los dos sistemas o dominación de uno por el otro.

Tengo observado, sobre todo, contradicciones llevando a una yuxtaposición o una oposición de las esferas de intercambio y de la reciprocidad. Esta contradicción es inherente a la propuesta de la economía solidaria. Se trata, por lo tanto, de reducir el antagonismo entre un funcionamiento regulado por la reciprocidad y el compartir en el seno del emprendimiento solidario y, fuera, por un mercado de intercambio fundado en la competencia y la ganancia. Para que exista la complementariedad entre los dos sistemas (y su “articulación” más que su “hibridación”) es necesaria una interfaz de sistema para resolver la contradicción.

La noción de sistemas mixtos es operacional para dar cuenta de una pluralidad de lógicas económicas. La noción de hibridación (Laville, 2000), sin ser errada, es muy parcial. Ella considera apenas la hipótesis de la complementariedad entre los dos sistemas, como si esto fuera natural.

En ese contexto, el papel de las políticas públicas como instrumentos de interfaz, o de articulación entre los dos sistemas, es esencial. Indiqué las políticas de regulación del comercio en Brasil: será interesante acompañar la aplicación y la evolución del Sistema nacional de comercio justo y solidario en ese país, en particular en comparación con la dinámica construida en torno al Programa de Adquisición de Alimentos.

Una de las dificultades de las políticas de economía solidaria, ligada a las bases teóricas hasta hoy movilizadas, es precisamente la cuestión de la articulación entre el emprendimiento económico solidario, regulado por la lógica de reciprocidad (solidaridad, compartimiento entre los trabajadores) y el mercado capitalista, basado en la lógica del intercambio (competencia para la acumulación privada).

Bibliografía

ALBERTI Giorgio, MAYER; Enrique y FONSECA, Cesar: **Reciprocidad e intercambio en los Andes peruanos**, Lima, IEP, 1974.

- AZAMBUJA, Lucas Rodrigues: "Os valores da economia solidária: um estudo sobre a heterogeneidade ideológica de trabalhadores de cooperativas auto geridas", en XXIX Encontro anual da Anpocs, **Anais...** Caxambu, 2005
- BARTHÉLEMY, Denis: "Droits à produire, patrimoine d'entreprise et patrimoine paysan. Les droits à produire, entre valeur et non-valeur", en **Revue de Droit Rural**, 1999, 270, p. 98-104.
- BOM KONDÉ, Paul: "Le traitement de la qualité agroalimentaire et questionnements". **Conférence au Cauris**, octobre 2003, disponible en <http://afrique.cauris.free.fr/> accès le 12-12-2004
- BUCOLO, Ettore: **Le commerce équitable**, Notes de l'Institut Karl Polanyi, Paris, 1999, disponible en www.crida-fr.org
- CAILLÉ, Alain: **Dé-penser l'économique, contre le fatalisme**. Paris, La Découverteq M.A.U.S.S., 2005, 310p.
- CAILLÉ, Alain: "Préface a DIAZ PEDREGAL Valérie", en: **Commerce équitable et organisations de producteurs. Le cas des caféiculteurs andins au Pérou, en Equateur et en Bolivie**, Paris, L'Harmattan, 2006, 274p. Coll. Logiques Sociales
- CASTEL, Odile: "La dynamique institutionnelle de l'économie populaire solidaire dans les pays du Sud, Chaire de recherche en développement des collectivités", en **Comparaisons internationales**, no.4, Université du Québec en Outaouais, 2003.
- CATTANI, Antonio Davi. (Org.): **A Outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003.
- CONTERATO, Marcelo: **A mercantilização da agricultura familiar do Alto Uruguai/RS: um estudo de caso no município de Três Palmeiras**. Porto Alegre, UFRGS/PGDR, Master. 2004.
- DIAZ PEDREGAL, Valérie: "La normalización del comercio justo y su impacto en los países andinos", en **Jornal do Mauss Iberolatinoamericano**, 22-09-2007
- DIAZ PEDREGAL, Valérie: **Commerce équitable et organisations de producteurs. Le cas des caféiculteurs andins au Pérou, en Equateur et en Bolivie**, Paris, L'Harmattan, 2006, 274p
- ECOVIDA, REDE DE AGROECOLOGIA ECOVIDA: "A Rede" [On line]. [2013/08/05]. <URL: <http://www.ecovida.org.br/a-rede/>>.
- EID, Farid, PIMENTEL Andréa Eloísa Bueno; SEVERINO, Maico Roris y SANTOS, CLARICE: "Cadeias produtivas sob controle de famílias cooperadas do MST-Brasil", en **Anais VII Congresso Latinoamericano de Sociologia Rural - ALASRU**. Quito, Equador, 20-24/11, 2006.
- EME, Bernard y LAVILLE, Jean Louis: "Économie plurielle, économie solidaire: précisions et compléments", en **Revue du MAUSS semestrielle**, n° 7, 1er semestre, 1996, p. 246-268.
- FLORENTINO, Laurence Granchamp; SIMÕES, Aquiles ; SABOURIN, Eric y DUQUE, Ghilaine: "As organizações profissionais agrícolas e a gestão dos recursos naturais: aprendizagens sociais e construção social de uma governabilidade", en: FoNtaine, G; VLIET, G. V. y PASQUIS, R. (Org.), **Políticas ambientales y gobernabilidad en América Latina**. Quito, Montpellier: FLACSO, Cirad, Iddri, 2007, v. 1, p. 303-324.
- FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA: **Proposta de Instrução Normativa do Sistema de Comércio Justo e Solidário**, Brasília, 15/05/2007
- FRAISSE, Laurent: "Economie solidaire et démocratisation de l'économie", en **Hermès** n°36, 2003, p. 137-147.
- FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho: "Políticas públicas de economia solidária no Brasil: características, desafios e vocação", en FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho; LAVILLE, Jean Louis; MEDEIROS, Alzira y MAGNEM, Jean-Philippe (Org.), **Ação pública e economia solidária: uma perspectiva internacional**. Porto Alegre: EDUFRGS; Salvador: EDUFBA, 2006, p. 259-267.
- GAIGER, Luis Ignacio: "Apontamentos sobre a natureza do vínculo solidário na vida econômica", em **Anais XXIX Encontro Anual da ANPOCS**, 2005. 23 p.

- GAIGER, Luis Ignacio: *“L'économie solidaire au Brésil”*. **Revue du Mauss** n° 21 (Alter-économie: quelle autre mondialisation?), 2003, p. 80-96.
- GARDIN, Laurent: **Les initiatives solidaires. La réciprocité face au marché et à l'Etat**, Paris, Eres, 2006, 190p.
- GIRARD FERREIRA NUNES, Christiane: *“Politiques publiques en faveur de l'économie solidaire au Brésil”*, en **Tiers Monde**, n°190 : 2007, p. 379-399
- GRUPO DE TRABALHO SISTEMA NACIONAL DE COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO: **Documento base sobre Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário**, Brasília, SENAES, 19-05-2006.
- KILCHER, Frédéric: **Marchés hebdomadaires et agricultures familiales. Quelle complémentarité**. CNEARC, Montpellier, Mémoire ESAT 1, 2004,136p
- LAFORGA, Guilherme: **Dinâmica do Comércio Justo, Associativismo e Agricultura Familiar na Citricultura Brasileira**. 2005. 348p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2005.
- LAFORGA, Gilmar: *“Economia solidária, agricultura familiar e comércio justo: alinhando convergências, apresentado desafios”*, en **Anais XXIX Encontro Anual da Anpocs**, Caxambu, 2005.
- LAVILLE, Jean Louis (dir): **L'économie solidaire : une perspective internationale**, Paris : Desclée de Brouwer, 2000, 343p.
- LE VELLY, Ronan: *“Le commerce équitable: des échanges marchands contre et dans le marché”*, en **Actes I Congrès de l'Association Française de Sociologie**, Villeteuse, 2004.
- LE VELLY, Ronan: *“Le commerce équitable: des échanges marchands contre et dans le marché”*, en **Revue française de sociologie**, 2006, 47 (2), p. 319-340
- LE VELLY, Ronan: *“Le marketing fait-il perdre leur âme aux militants du commerce équitable?”*, en **Gérer et comprendre**, 2007, 89, septembre, p. 15-23
- LÉVI-STRAUSS, Claude: **Les structures élémentaires de la parenté**. Mouton, La Haye. [1949] 1967.
- LÉVI-STRAUSS, Claude: *“Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss”*, en MAUSS M. **Sociologie et Anthropologie**, Paris, PUF, [1950] 1977, 482p
- MAGALHÃES Reginaldo. Sales y ABRAMOVAY, Ricardo: *“A formação de um mercado de microfinanças no sertão da Bahia”*, en **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, 2007, v. 22, p. 107-119.
- MASCARENHAS, Gilberto.C: **O movimento do Comércio Justo e Solidário no Brasil: entre a solidariedade e o mercado**. 2007. 351p. (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Rio de Janeiro, 2007.
- MAUSS, Marcel: *“Essai sur le Don”*, en: **Sociologie et Anthropologie**, Paris, PUF, [1924] 1950.
- MEDAETS, Jean Pierre y MEDEIROS Josemar Xavier: *“A Ação coletiva no controle da qualidade da produção orgânica familiar: Análise comparativa entre a certificação por auditoria externa e a certificação participativa em rede”*, en **Anais XLII Congresso da SOBER**, 2004.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO-MAPA, Secretaria de desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo: **Controle social na venda direta ao consumidor de produtos orgânicos sem certificação**. Brasília, MAPA, 2008. 25 p.
- PLOEG, Jan Douwe Van der: *“O modo de produção camponês revisitado”* en **A diversidade a Agricultura Familiar**, en SCHNEIDER, S. (org.), Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2006. p 13-54.
- PLOEG, Jan Douwe Van der: **The New peasantries: struggles for autonomy and sustainability in an era of Empire and Globalization**. London, Sterling, Earthscan, 2008, 356p.

- POLANYI, Karl: **La grande transformation: aux origines politiques et économiques de notre temps**, Gallimard, Paris, [1944] 1983, 420p.
- POLANYI, Karl: "*L'économie en tant que procès institutionnalisé*". En Polanyi K et Arensberg. C. **Les systèmes économiques dans l'Histoire et dans la Théorie**, Larousse, Paris, [1957] 1975. pp 239-260
- POLANYI, Karl y ARENSBERG, Conrad: **Les systèmes économiques dans l'histoire et dans la théorie**, Paris, Librairie Larousse. [1957] 1975, Ed. originale: Trade and Market in the Early empires. Economics in History and Theory.
- ROUSTANG, Guy: "*Volatilité ou pérennité des innovations sociales de l'économie solidaire*", en **3^{ème} Rencontres du Réseau Interuniversitaire d'Economie sociale et solidaire** Toulouse Le Mirail, 5/03/03, 10p.
- SABOURIN, Eric: **Ethno-développement et Réciprocité en Amazonie Péruvienne: le cas du Conseil Aguaruna et Huambisa**. Thèse de Doctorat, Université de Jussieu, Paris VII, 1982a, 372p.
- SABOURIN, Eric: "*Dans les bidonvilles du Pérou: des liens renouvelés avec les campagnes*", en: **Le Monde Diplomatique**, 1982b, mars 1982.
- SABOURIN, Eric: "*Práticas sociais, políticas públicas e valores humanos*", en **A diversidade agricultura familiar**, SCHNEIDER, S. (org.), Porto Alegre: UFRGS, Estudos Rurais, 2006, p. 108-132
- SABOURIN, Eric: "*A reciprocidade e os valores éticos da solidariedade econômica*" en *A questão da solidariedade e da reciprocidade na economia solidária*", em **Anais XIII Congresso Brasileiro de Sociologia**, UFPE, Recife 2007.
- SABOURIN, Eric: **Camponeses do Brasil, entre a troca mercantil e a reciprocidade**. Rio de Janeiro. Garamond Universitaria, Col. Terra Mater, 2009, 238p.
- SABOURIN, Eric: "*Agri-food qualification & certification process as an interface between exchange marketing and reciprocity*", en **Annals ISDA International Symposium**, 2010, Montpellier,
- SCOTT, James: **The moral economy of the peasant: rebellion and subsistence in Southeast Asia**. New Haven, London, Yale University Press. 1976.
- SECRETARIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA SENAES: **Programa Economia Solidária em desenvolvimento**, Brasília: SENAES-MTD, 2003
- SECRETARIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA SENAES: **Projeto de Lei de Comercio justo e solidário (CJS)**, Brasília: SENAES-MTD, Anexo 1 Termo de referência do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário SCJS, 2007.
- SINGER, Paul: **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo, Perseu Abramo, 2002, 127p.
- SINGER, Paul: "*Políticas públicas de economia solidária*" en Mesa Redonda 19 Dimensões sociais das políticas de inovação, **29^º Encontro Anual da Anpocs**, Caxambu, 2005.
- TEMPLE, Dominique: "*Le Contrat des Céramiques Shipibo, Réflexions sur la valeur d'échange et la valeur de Réciprocité*". en **Nouvelles de l'Ecodéveloppement**, 1981, n° 16, Paris, CIREDE- MSH.
- TEMPLE, Dominique: "*L'origine du marché de réciprocité*", **Séminaire Cauris**, Montpellier, 2001, Diponible en <http://afrique.cauris.free.fr/marche.html>
- TEMPLE, Dominique: **Teoría de la Reciprocidad**, Tomo I: *La reciprocidad y el nacimiento de los valores humanos*, La Paz, Bolivia: PADEP/ GTZ., 2003, 240p. -
- TEMPLE, Dominique: **Teoría de la Reciprocidad**, tomo II : *La economía de reciprocidad*, PADEP-GTZ, La Paz, Bolivia, 2003a, p. 376-488.
- TEMPLE, Dominique: "*Séminaire Cauris sur la qualité agroalimentaire*", 2003b. Disponible en <http://afrique.cauris.free.fr/>