



HAL
open science

Acesso aos mercados para a agricultura familiar: uma leitura pela reciprocidade e a economia solidaria

Eric Sabourin

► **To cite this version:**

Eric Sabourin. Acesso aos mercados para a agricultura familiar: uma leitura pela reciprocidade e a economia solidaria. Revista Economica do Nordeste REN, 2014. hal-02798379

HAL Id: hal-02798379

<https://hal.science/hal-02798379>

Submitted on 5 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.

ACESSO AOS MERCADOS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR: UMA LEITURA PELA RECIPROCIDADE E A ECONOMIA SOLIDARIA

Markets access for family farming: a lecture by reciprocity and solidarity economy

Eric Sabourin

Graduação em Agronomia Tropical e Economia Rural. Doutor em Antropologia e Etnologia (Université de Paris VII). Pesquisador em sociologia rural do Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement (Cirad) e do Centro de Desenvolvimento Sustentável - CDS/UNB. La Recherche Agronomique pour le Développement, CIRAD - Département Environnement et Sociétés. UR Arena TA C-88/15, 73 Rue Jean François Breton. 34032 - Montpellier, França. eric.sabourin@cirad.fr

Resumo: o artigo trata da comercialização de produtos agrícolas da agricultura familiar a partir de uma reflexão sobre as interações entre práticas e lógicas de troca mercantil de um lado e práticas de reciprocidade por outro. O trabalho examina como as organizações de agricultores e as políticas públicas conseguem dialogar e operacionalizar soluções em torno dessa função, em particular mediante ações muitas vezes reunidas sob o termo de economia solidária. O texto tem duas partes. A primeira traz elementos do contexto brasileiro e do referencial sobre economia solidária e comércio justo. A segunda parte oferece uma reflexão sobre o papel da organização da agricultura familiar para implementar formas de articulação entre economia de reciprocidade e economia de troca.

Palavras chave: comercialização, agricultura familiar, reciprocidade, economia solidária, comércio justo, qualificação dos produtos, certificação, mercados públicos.

Abstract: the article deals with the marketing of family farmers agricultural products from a reflection about the interactions between practices and logics of market exchange on one side and practices of reciprocity on the other. The paper, examines how farmers' organizations and public policies can dialogue and operationalize solutions around marketing, in particular through actions often referred as solidarity economy. The text has two parts. The first brings some elements of the Brazilian context and about the theoretical framework of solidarity economy and fair trade. The second part offers a reflection on the role of family farming organization to implement articulation forms between economy of reciprocity and exchange economy.

Keywords: marketing, family farming, reciprocity, solidarity economy, fair trade, product qualification, certification, public markets.

1 Introdução

O artigo trata da comercialização de produtos agrícolas da agricultura familiar a partir de uma reflexão sobre as interações entre práticas e lógicas de troca mercantil de um lado e práticas de reciprocidade de outro.

O trabalho examina a partir de exemplos, entre outros no Nordeste do Brasil, como as organizações de agricultores familiares e as políticas públicas conseguem dialogar e operacionalizar soluções em torno dessa função, em particular, mediante **ações muitas vezes reunidas sob o termo de economia solidária.**

Uma das dificuldades das formas de agricultura familiar reside no acesso a mercados parciais e diversificados adaptados às suas características socioeconômicas específicas, fundadas no trabalho familiar e na fusão entre unidade doméstica e unidade produtiva.

Os agricultores familiares nordestinos e a sociedade civil organizada têm promovido iniciativas de valorização dos produtos e de acesso aos mercados ligadas à formas de organização social e inscritas em dinâmicas territoriais específicas, marcadas pela proximidade e pela identidade. Essas iniciativas, construídas a partir de experiências de venda direta ou de controle de cadeias curtas pelos produtores, passaram a incluir mecanismos de construção social de mercados diversificados e de qualificação dos produtos. São experiências que podem ser analisadas em termos de relações de reciprocidade, associando uma transação material comercial a uma relação humana específica, que vem agregar um valor social ao valor de troca.

A dificuldade econômica da construção de um valor de troca adaptado e justo tanto para o produtor como para o consumidor reside na contradição entre o sistema de reciprocidade que considera as necessidades das pessoas e o sistema de

troca capitalista que privilegia a concorrência para a acumulação privada do lucro. Recentemente, essas iniciativas coletivas estão encontrando certo eco nas políticas públicas de apoio a iniciativas da agricultura familiar. Trata-se, por exemplo, das feiras agroecológicas e dos sistemas de qualificação e certificação de grupo, do Programa de Aquisição de Alimentos, dos SECAFES (Sistemas estaduais de comércio da agricultura familiar e economia solidária). Esses instrumentos e regulamentos públicos oferecem um amparo jurídico e protegem o produto da agricultura familiar ou da economia solidária da concorrência desigual do mercado de troca capitalista.

A leitura dessas experiências pela teoria da reciprocidade oferece alternativas à exploração capitalista, à troca desigual e, ao mesmo tempo, permite valorizar os atributos específicos dos territórios locais e os valores humanos éticos, afetivos e de identidade, gerados pelas relações de reciprocidade simétrica.

Chamamos de reciprocidade o princípio social e econômico de reprodução mútua de prestações (entre outras dádivas), identificado por Mauss (1924) e qualificado como sistema econômico diferenciado da troca (mercantil) por Polanyi (1944, 1957). Lévi-Strauss (1949) descreveu as estruturas elementares do parentesco e mostrou como são regidas pelo princípio de reciprocidade. Temple (1997, 2003) propõe considerar a reciprocidade como o redobramento de uma ação ou de uma prestação, entre outras, como a reprodução de uma dádiva. Distingue assim, a troca da reciprocidade: a operação de troca corresponde a uma permutação de objetos enquanto a estrutura de reciprocidade constitui uma relação reversível entre sujeitos.

A economia de reciprocidade foi definida por Polanyi (1944), que se apoiou nos trabalhos de Malinowski (1922) e de Mauss (1924). Karl Polanyi identificou a reciprocidade e a redistribuição como categorias econômicas específicas e diferentes da troca. Polanyi, historiador da economia, já tinha apresentando uma definição da reciprocidade como categoria econômica específica em *A Grande Transformação* (1944) a partir da leitura de textos antropológicos. Polanyi teorizou a pluralidade das formas econômicas. Ele identificou a reciprocidade e a redistribuição como formas de transação econômicas diferentes da troca e gerando formas de mercado diferenciadas. Mas ele considerou que, nas sociedades pré-capitalistas, esses mercados estão inseridos de maneira subjetiva nas estruturas sociais que os englobam. Para ele, os valores humanos são dados e encaixados (*embedded*) nas estruturas e nas representações sociais: a religião,

a cultura, o costume etc. Os aportes decisivos de Polanyi me levaram a usar a expressão de sistemas mistos para tratar das situações associando relações de reciprocidade e relações de troca mercantil. A dificuldade sempre aparece na confrontação ou na interface entre as práticas de reciprocidade e de troca: como evitar que a troca destrua ou substitua a reciprocidade?

O desenvolvimento econômico das agriculturas familiares passa também pela sua organização para acessar aos mercados, para enfrentar a extensão generalizada do mercado de troca capitalista, mas também para dialogar com o Estado mediante novos instrumentos de políticas públicas.

Trata-se de um marco propício às confusões ou contradições entre as lógicas de troca mercantil e as lógicas de reciprocidade. Mas oferece também oportunidades para experimentar novos mecanismos de interação entre a ação coletiva das comunidades e organizações de agricultores e a ação pública do Estado. Permite, em particular, testar articulações e interfaces de sistemas entre princípios de troca e de reciprocidade, o Brasil rural oferecendo diversas situações mistas ou híbridas entre essas duas lógicas.

O texto é composto de duas partes. A primeira traz elementos do contexto brasileiro e do referencial sobre economia solidária e comércio justo. A segunda parte oferece uma reflexão sobre o papel da organização da agricultura familiar, em particular do Nordeste, para implementar formas de articulação entre economia de reciprocidade e economia de troca.

2 Problemática, contexto e referencial teórico

2.1 Mercados e reciprocidade

Um dos problemas comuns às diversas formas de agricultura familiar reside nas dificuldades de acesso a mercados parciais e diversificados adaptados às suas características socioeconômicas específicas (ELLIS, 1988; CONTERATO et al., 2007; SABOURIN, 2009). Estas características são principalmente, a centralidade do trabalho familiar e a fusão entre unidade doméstica e unidade produtiva (PLOGG, 2008).

Os agricultores familiares brasileiros e a sociedade civil organizada têm promovido iniciativas peculiares de valorização dos produtos e de acesso aos mercados. Estas são intimamente ligadas a formas de organização social, locais ou regionais e inscritas em dinâmicas territoriais específicas, marcadas pela proximidade e pela identidade (RA-

DOMSKY; SCHNEIDER, 2007).

Algumas dessas iniciativas, construídas a partir de experiências de venda direta ou de controle de cadeias curtas pelos produtores, passaram a incluir mecanismos de construção social de mercados diversificados e de qualificação dos produtos (MEDAETS; MEDEIROS, 2004).

Várias dessas experiências, em particular, a sua reprodução num ambiente mercantil e político pouco favorável, são possibilitadas por serem fundadas em relações e estruturas de reciprocidade: ajuda mútua gratuita, propriedade coletiva ou gestão compartilhada de bens ou de recursos comuns (terra, equipamentos, saberes, conhecimentos e informações etc.) (SABOURIN, 2006, 2007; OLIVEIRA; DUQUE, 2004; CONTERATO et al., 2007; SCHNEIDER et al., 2003).

Essas relações de reciprocidade reduzem os custos de produção ou de transação e, apesar da concorrência do sistema capitalista - geralmente desfavorável para seus sistemas de produção, permitem o acesso dos agricultores familiares ou camponeses aos mercados (SABOURIN, 2006).

Em realidade, além da proteção contra os efeitos da concorrência, as relações de reciprocidade simétricas (equilibradas) facilitam a reprodução destes dispositivos coletivos. Essas relações têm a particularidade de associar a produção material ou a transação comercial, a uma relação humana específica que vem agregar um valor humano e social ao valor material de troca (TEMPLE, 1998, 2003; SABOURIN, 2007). A reprodução da relação de reciprocidade e, portanto, do dispositivo coletivo, é assegurada em parte por essa geração de valor humano (afetivo, ético ou social) que motiva o interesse comum dos agricultores e garante a solidariedade. Assim, o ciclo desses dispositivos coletivos é reproduzido em parte, graças à produção desse valor humano ou social agregado.

Porém, existe uma dificuldade maior para a perenidade de tais dispositivos. Trata-se da contradição (ou da não correspondência) entre as regras e princípios econômicos e sociais da reciprocidade, de um lado (ao nível dos agricultores, no seio dos seus grupos, empreendimentos solidários ou comunidades) e as regras e princípios da troca capitalista no mundo mercantil (concorrência e competição para a acumulação privada do lucro), do outro (SABOURIN, 2009).

A dificuldade econômica da construção de um valor de troca adaptado e “justo” tanto para o produtor como para o consumidor, reside na contradição entre o sistema de reciprocidade que consi-

dera as necessidades das pessoas e o sistema de troca capitalista que privilegia a concorrência para a acumulação privada do lucro (MATOS, 2006; SABOURIN, 2007).

Recentemente, essas iniciativas coletivas estão encontrando certo eco nas políticas públicas de comércio justo e solidário implantadas pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), em colaboração com o Ministério do Desenvolvimento Agrário (GIRARD FERREIRA NUNES, 2007; GT ES, 2006). Trata-se, por exemplo, do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (BRASIL, 2007), dos Secafes (sistemas estaduais de comércio da agricultura familiar e economia solidária), do Programa de Aquisição de Alimentos (MDA, 2005; DELGADO et al., 2007) ou dos sistemas de qualificação e certificação de grupo, entre outros. Esses instrumentos e regulamentos públicos oferecem um amparo jurídico e protegem o produto da agricultura familiar ou da economia solidária da concorrência desigual do mercado de troca capitalista. Constituem uma interface de sistema permitindo articular uma produção gerada por unidades de reciprocidade a um mercado dominado pela lógica da competitividade capitalista. A leitura dessas experiências pela teoria da reciprocidade oferece alternativas à exploração capitalista, à troca desigual e, ao mesmo tempo, permite valorizar os atributos específicos dos territórios e das identidades locais.

2.2 Economia solidaria e comercio justo no Brasil

As noções de “economia solidária” e de “construção social dos mercados” são mobilizadas a propósito das iniciativas de comércio justo ou do renascimento ou da revitalização dos mercados de proximidade tanto no Sul como no Norte (KILCHER, 2004).

Roustang (2003) lembra que:

A economia solidária argumenta em favor do reconhecimento da reciprocidade como modo de troca, à diferença da troca mercantil e do sistema de redistribuição (ROUSTANG, 2003, p. 4, tradução livre).

Para Laville (2003):

Um espaço público é, antes de tudo, um espaço comum de liberdade de expressão, de circulação da palavra, baseado em uma relação de reciprocidade, condição para um reconhecimento mútuo dos pontos de vista e constitutivo de um vínculo de confiança entre as diferentes partes envolvidas (usuários, assalariados, poderes públicos). (LAVILLE, 2003, p. 147, tradução livre do francês.)

Realmente, a noção de economia solidária traz a questão de uma diferença, ou seja, de uma

possível interface entre o sistema de troca mercantil e concorrência, o princípio de reciprocidade e o sistema de redistribuição (CASTEL, 2003; SERVET, 2003). Eme e Laville (1996) e Laville (2002, 2003,) propõem que a economia solidária seja fundada no princípio da hibridação entre estas três formas de economia, por meio, em particular, de mecanismo de “reinserção” dos fatos econômicos na perspectiva social, segundo os trabalhos de Polanyi. Para Roustang (2003), no caso das iniciativas solidárias, existe a ideia de que a construção das necessidades sociais passe por uma forma mais ou menos codificada de deliberação entre atores, que se diferencie tanto de uma relação de concorrência regulada pelos preços, quanto de uma redistribuição de tipo administrativo (tradução livre do francês).

Roustang vai mais longe e reconhece que, por trás do princípio de reciprocidade e redistribuição, surge a ideia de construção das necessidades sociais e que a organização da produção – e eu diria também: sua comercialização ou distribuição – passa por formas mais ou menos codificadas de deliberação entre atores.

Nos meus trabalhos observei, sobretudo, uma contradição entre o princípio de troca e o princípio de reciprocidade (solidariedade e redistribuição) que leva ao que chamo de justaposição das esferas da troca e da reciprocidade; quer dizer a sistemas separados que funcionam de modo paralelo.

Singer (2002) define a economia solidária (ES) como um conjunto de experiências coletivas de trabalho, produção, comercialização e crédito organizadas segundo princípios solidários sob a forma de cooperativas, de associações de produtores, empresas de autogestão, bancos comunitários e diversas organizações populares urbanas e rurais.

Qual é o significado de trazer a noção de solidariedade para a noção de economia? Para a SENAES (2003), trata-se da permanente preocupação com a justa distribuição dos resultados, a melhoria das condições de vida dos participantes, o compromisso com um meio ambiente sadio, o apoio aos movimentos de emancipação e a busca pelo bem-estar dos trabalhadores e consumidores. Como se vê, é uma ampla visão da solidariedade. Mas e a viabilidade econômica? Esta não é definida nos documentos da SENAES. Tudo depende do sistema no qual consideramos a atividade econômica de um empreendimento solidário: o âmbito da concorrência do mercado de troca capitalista, o âmbito da proteção do mercado institucional produzido pela redistribuição pública ou o âmbito do compartilhamento de recursos e fatores de produção, regido pelos princípios de ajuda mútua e reciprocidade na

produção.

Singer (2005) retoma essa concepção ampliando o campo da economia solidária e, portanto dos seus instrumentos de política pública, ao mundo rural, lembrando que a expressão - mais massiva da ES no Brasil é constituída pelas associações comunitárias e as cooperativas da agricultura familiar e dos assentamentos de reforma agrária.

O Brasil apresenta o caso original de um Estado onde, por conta das limitações das iniciativas de comércio justo dos países do Norte “a favor” dos produtores do Sul, foi desenvolvida uma reflexão alternativa. Ela contempla o que poderia ser um comércio mais justo pensado e organizado na escala de um país continente e do seu amplo mercado interno. Examinaremos a seguir os limites do comércio justo Norte-Sul segundo os brasileiros (BRASIL, 2007).

2.3 Avanço e limitações do comércio justo no Brasil

O comércio justo já foi definido como uma parceria comercial baseada no diálogo, na transparência e no respeito com o objetivo de conseguir uma maior equidade no comércio mundial. Segundo Diaz Pedregal (2006):

Ele pretende contribuir ao desenvolvimento sustentável oferecendo melhores condições comerciais e garantindo os direitos dos produtores e dos trabalhadores marginalizados, em particular nos países do Sul do planeta (DIAZ PEDREGAL, 2006, p. 13, tradução livre do francês)¹.

Para Le Velly (2006, p. 320) esse comércio dito justo:

É constituído de intercâmbios mercantis heterogêneos dando um peso mais ou menos importante aos vícios e as virtudes do mercado e participando mais ou menos da ordem mercantil capitalista (LE VELLY, 2006, p. 320).

Em todas essas definições, o comércio equitativo ou solidário é apresentado como uma alternativa mais justa ao comércio internacional fundado na lógica da troca mercantil capitalista conhecida por algumas das suas alienações: exploração dos agentes mais fracos, termos da troca desiguais entre Norte e Sul ou entre centro e periferia, despersonalização do ato mercantil, materialização e degradação do vínculo social, processos de exclusão.

Mas qual é a alternativa ofertada pelos promotores do comércio justo? Do ponto de vista operacional, trata-se de garantir aos produtores um preço diferenciado que seja mais “justo” e adequado

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

que aquele assegurado pelos cursos dos mercados nacionais e internacionais, no sentido de cobrir os custos de produção, reduzir as flutuações e, eventualmente apoiar o desenvolvimento comunitário.

Segundo Diaz Pedregal (2006), existem duas tendências: a da esfera da especialização, constituída por atores inteiramente dedicados à importação e à comercialização de produtos oriundos do comércio justo e a do selo (ou da labelização) animada por organismos de certificação do comércio justo.

Decorre dessa distinção que se o conjunto dos produtos com selo garantido por um organismo certificador vem do comércio justo, todos os produtos do comércio justo não são necessariamente certificados por tais organismos (DIAZ PEDREGAL, 2006, p. 157).

Esta oposição é redobrada por uma diferença entre uma visão mais política e radical de um lado (ligada à cultura católica marxista) e outra de inspiração mais religiosa e caritativa, ao mesmo tempo moral e mercantil, de origem anglo-saxônica.

Do ponto de vista teórico, o princípio comum entre essas duas tendências é de assegurar:

- por um lado, um valor agregado moral, humano ou ético traduzindo-se por uma relação privilegiada entre produtores e consumidores, baseada na qualidade e na origem do produto (certificado ou não) e sobre uma informação sobre a natureza do produto e das suas condições de elaboração;
- e, por outro lado, um valor agregado de natureza material que se traduz por um preço mais “justo” e adequado ao produtor e por diversas medidas do tipo garantia de compra, fidelização dos produtores (com ou sem contrato formal).

Vários autores (LE VELLY, 2006; CASTEL, 2003) observam, com o desenvolvimento mundial do comércio solidário, os limites do processo de agregação conjunta dos dois tipos de valores: ético e material.

Diaz Pedregal (2006) lembra que os operadores convencionais (centrais de compra de supermercados, firmas agroalimentares) também têm investido, de acordo com as suas práticas e normas habituais, na comercialização de produtos do comércio justo. No entanto, para ser competitivo nessas redes, precisa assegurar volumes, condições de condicionamento e embalagem, e preços que nem sempre são compatíveis com a compra personalizada ou com o abastecimento junto a grupos associativos ou cooperativas de pequenos produtores. Nessas condições competitivas, tais produtores nem sempre podem garantir volumes importantes e constantes (por conta de variações climáticas ou econômicas); portanto isto limita a ca-

pacidade dos operadores globalizados em manter ao mesmo tempo a fidelidade e a exclusividade do abastecimento.

O monitoramento da qualidade, a sua certificação, o esforço de informação do consumidor e de animação de redes «solidárias» representam um custo agregado, às vezes incompatível com as condições da grande distribuição.

O fato de ter que recorrer aos serviços de certificação de firmas privadas estabelece também certa concorrência pelo custo e novas formas de exclusão de muitos pequenos produtores pelas suas exigências (LE VELLY, 2007; RENARD, 2005; DIAZ PEDREGAL, 2006).

Para manter essas redes de venda, os operadores do comércio justo devem reduzir seus custos de transação e de frete, o que lhes leva a recorrer aos mesmos intermediários da grande distribuição capitalista, arriscando adotar as mesmas práticas, em nome da eficiência, até o ponto de perder o valor agregado ético: a fidelidade e a exclusividade do abastecimento, a qualidade da informação mútua, quer dizer a relação humana entre consumidor e produtor.

Le Velly observa na evolução do sistema da rede associativa *Artisans du Monde* na França, o crescimento da despersonalização, típica da troca mercantil, à partir do momento em que a rede se dotou de uma central de compras e multiplicou os seus volumes e cifras (LE VELLY, 2007, 2006).

No Brasil, a experiência do comércio equitativo começou com as ONGs internacionais como OXFAM, cuja primeira campanha a partir do caso do café, estabelecia um vínculo entre a questão de segurança alimentar e a do comércio internacional (Mascarenhas, 2007). Deu lugar a negociação de contratos de produtos fácil de exportar (amêndoa de castanha de caju, café, artesanato de sisal, guaraná etc.) junto a ONGs ou redes europeias. Rapidamente, apareceram os limites em termos de volume e de exigências de certificação da qualidade e origem, que têm levado a mais institucionalização e custos maiores. A Fairtrade Labelling Organisation International (FLO) foi acusada, no Brasil e no México, de pagar preços muito baixos aos produtores de café e de cobrar uma taxa elevada para fornecer o seu selo. As empresas de certificação brasileiras Agro-Cert e mexicanas Certimex são alvo do mesmo tipo de crítica. A FLO se aproxima das grandes firmas nacionais e multinacionais para implicá-las no comércio justo denuncia o GT Brasileiro do Comercio Justo. Essa aliança e o custo de obtenção do selo levam os produtores de café a voltar para os intermediários que trabalham para as multinacionais

(Grupo de Trabalho, 2006).

Mascarenhas (2007) resume essas limitações:

- i) relações de dependência e, às vezes, de paternalismo que não contribuem para a autonomia e emancipação das organizações de produtores;
- ii) os termos da participação e da parceria dos produtores não são negociáveis, mas definidos pela FLO e a FINE (Federação Internacional do Comercio Equitativo);
- iii) reprodução dos antigos esquemas do colonialismo Norte-Sul;
- iv) lógica por - produto induzindo o monocultivo, a especialização e portanto a dependência (ao contrário da diversificação das produções).

As observações de Mascarenhas (2007), como as minhas no Nordeste (SABOURIN, 2006) confirmam a tensão entre o princípio de troca e o princípio de reciprocidade nesses sistemas mistos associando práticas de troca mercantil e de reciprocidade.

Entre os trunfos, encontramos:

- i) as práticas anteriores de solidariedade e de partilha de recursos (reciprocidade) na produção, opostas ao individualismo capitalista;
- ii) a relação direta entre produtores e consumidores dando uma cara humana às relações de troca;
- iii) a diversificação dos mercados, das fontes de renda das unidades familiares e o aumento da renda das mulheres;
- iv) as aprendizagens individuais e coletivas, o compartilhamento de saberes e recursos.

As fraquezas remetem a:

- i) tendência a priorizar o lucro capitalista antes das preocupações humanas, integrando facilmente a lógica da concorrência;
- ii) falta de legislação adaptada para assegurar a interface produção solidária/mercado;
- iii) peso e exigências do sistema comercial brasileiro (burocracia, taxas e impostos múltiplos) e falta de crédito.

Por falta de alternativa, a lógica da troca mercantil e os operadores do comércio justo arriscam cair nos mesmos erros ou alienações do sistema de livre câmbio capitalista. A lógica econômica do pensamento único (mesmo disfarçada sob as suas variantes não ortodoxas) é, de fato, incapaz de justificar e operacionalizar um comércio mais justo sem uma regulação política.

Caillé no seu prefácio do livro de Diaz Pedregal (2006, p. 12) escreve:

O motor e a eficiência do comércio equitativo não residem numa fórmula econômica específica, mas, pelo contrário na meta política que o anima, no sentido - mais geral do termo... Ora a economia solidária - e mais geralmente, todas as formas de economia alternativa - só pode ser solidária - enquanto ela não se torna econômica, ou ainda, mais precisamente e mais geralmente, - enquanto a essência de todas as formas de economia alternativa, não é econômica, mas política (DIAZ PEDREGAL, 2006, p. 12).

Porém, importa saber qual atuação política promover e que base teórica para pensar a articulação entre o político e o econômico. Como assegurar o diálogo entre sistemas de reciprocidade/redistribuição e sistemas de troca mercantil? Considero com Caillé (2005) e Latouche (2003), embora por razões diferentes, essa contradição de sistemas como inerente às propostas atuais de economia solidária. Trata-se de resolver a contradição entre um funcionamento da economia dominado pela reciprocidade (o compartilhamento, a solidariedade) no seio do empreendimento solidário, e no exterior, um funcionamento do mercado de troca, fundado na concorrência e na competição para o lucro. Para que haja complementaridade ou, sobretudo, para que possa existir uma articulação mais que uma hibridação entre os dois sistemas, precisa-se de uma interface de sistemas para resolver essa contradição essencial.

Tal interface precisa poder articular as vontades de reciprocidade dos produtores, dos consumidores e das suas organizações por um lado, e os mecanismos das práticas de troca por outro. Que pistas explorar tanto do ponto de vista prático como teórico, a partir da teoria da reciprocidade?

O Brasil é pioneiro em termos de legislação nacional do comércio justo (BRASIL, 2007; FÓRUM BRASILEIRO, 2007).

Baseando-se em valores de equidade e justiça, o comércio justo ou solidário propõe uma remuneração privilegiada, na falta de uma relação direta entre produtores e consumidores. Porém, a simples distância entre produtores (do Sul) e consumidores (do Norte) ou a preocupação de eficácia comercial

levaram os organismos de comércio justo a recorrer cada vez mais às mesmas redes e aos mesmos sistemas de intermediação do comércio capitalista de *commodities*. Esta tendência pode chegar a mudar o caráter específico e solidário da transação ou eliminar o valor agregado de informação mútua entre produtores e consumidores. Muitas vezes, esta confusão desnatura a transação e compromete a possibilidade de se estabelecer relações de reciprocidade capazes de produzir os valores éticos almejados (LE VELLY, 2006).

Em termos de produção de valores de justiça e equidade, existem referências que antecedem a noção de comércio solidário. É o caso das prestações comerciais internacionais realizadas segundo uma lógica de reciprocidade: as tarifas compensatórias entre nações do Norte e do Sul, entre União Europeia e países ACP (da África, Caribe e Pacífico) e as políticas de cotas e de direitos de produzir (BARTHÉLÉMY, 1999). Todas estas práticas visam proteger os produtores, reduzir a concorrência capitalista e instaurar uma dimensão de partilha, mesmo quando se trata do compartilhamento mais justo de partes do mercado capitalista. (facultativo)

3 Experiências de articulação entre troca e reciprocidade

A comercialização dos produtos é um ato de troca, mas que pode incorporar também uma relação de reciprocidade. É particularmente o caso da venda direta, mas também de relações de reciprocidade preservadas ou reconstruídas, em particular no caso do comércio justo e da economia solidária.

3.1 A reciprocidade na comercialização dos produtos da agricultura familiar

Em matéria de comercialização dos produtos agropecuários, os agricultores familiares, e as suas organizações têm implantado vários tipos de interfaces permitindo certa coabitação, uma articulação entre as práticas de reciprocidade e as práticas de troca. Alguns desses mecanismos de interface são já antigos e funcionam nos países da Europa e não apenas nas nações do Sul.

A primeira interface de sistemas é a da venda direta que permite o encontro entre o produtor e o consumidor, quer na venda na unidade de produção, na feira do produtor ou nos mercados de proximidade. Existe sim uma relação de troca; mas o contato direto entre produtor e comprador permite dobrar essa relação de troca de uma relação de reciprocidade binária (de cara a cara) que gera, no mínimo, valores afetivos: sentimentos de conhecimento mútuo, de reconhecimento mútuo e até de

amizade ou valores éticos de respeito mútuo e de fidelidade.

Muitas vezes, nas feiras do Brasil, o produtor marca essa relação diferenciada de reciprocidade associada à relação de troca por uma dívida simbólica, um punhado de feijão, uma fruta ou um tomate a mais.

Onde se praticou sempre a reciprocidade, como nos mercados dos países andinos aquele que oferece a sua produção a venda, tem o cuidado de indicar a equivalência (a parte da troca entre produto e moeda) e logo, agrega a parte da dívida, o “presente” chamado de *yapa* (TEMPLE, 2003b, p. 384). A dívida é proporcional à importância da transação e à qualidade do cliente. Nos países andinos este é logo chamado de *casero*, *caserito* ou *casera* (membro da casa, familiar).

Partindo da análise dos mercados africanos e andinos, Temple (2003a, 2003b) propõe a noção de mercado de reciprocidade. Neste, as prestações recíprocas entre parceiros não são estabelecidas pela relação entre a oferta e a demanda, e sim pelas necessidades mútuas dos protagonistas, medidas através de equivalências. Essas equivalências podem ser de volume ou de quantidade (cabaças, cestas, punhados, litro ou lata vazia de leite) ou simbólicas, mediante objetos raros ou prestigiosos (búzios, penas de pássaros amazônicos, moedas rituais etc).

Temple (2003a, p.12) escreve:

Nos mercados de reciprocidade, o compartilhamento abre espaço para a reciprocidade generalizada, na medida em que cada um doa a alguns parceiros aliados e recebe de outros parceiros (...). Como o que se deve e pode ser doado a cada um varia conforme as comunidades, as equivalências de reciprocidade variam também. Porém, as comunidades tendem para a reciprocidade entre si, e as equivalências de reciprocidade mais comuns logo se tornam referências para o mercado: é a moeda de reciprocidade (TEMPLE, 2003a, p. 12, tradução livre do francês).

Aliás, esta moeda de reciprocidade pode também ser, simplesmente, o Real, o Euro ou o Dólar, quando seu uso o transforma em unidade de contabilização de equivalências de reciprocidade.

Dois sentimentos prevalecem na reciprocidade generalizada segundo Temple (2003a, p. 385-386), o valor de responsabilidade e o valor de justiça.

A responsabilidade está relacionada não apenas à qualidade e à autenticidade dos produtos comercializados, mas também à preocupação de atender as necessidades de seus clientes. A justiça

está associada à noção de “preço justo”, isto é, um preço aceitável para o consumidor de um produto de necessidade e não um preço imposto por alguém que está em posição de força. Temple (2003a, p. 386) lembra que o preço justo é *determinado pelo princípio de equivalência e não pelo equilíbrio entre oferta e demanda. A reivindicação do preço justo é uma busca pela reciprocidade generalizada.*

Com a teoria da reciprocidade, é possível interpretar tanto o sentido social como a lógica econômica, construídos pelas comunidades humanas ao longo da história e por trás de prestações que, de forma quase imperceptível, foram naturalizadas como próprias da troca capitalista. Mas pouco se preocupa o capitalismo com valores éticos ou com um projeto mais justo para toda a humanidade.

Mesmo nos mercados ocidentais onde o livre-câmbio já tem imposto a lei da concorrência, a dádiva de amabilidade testemunha muitas vezes de como é importante para o comerciante manter relações de amizade com os seus clientes tanto como satisfazer o seu interesse monetário (TEMPLE, 2003a, p. 384)

Outro exemplo é o dos circuitos de comercialização curtos, socialmente controlados pelos produtores mediante suas redes e organizações ou por cooperativas de consumo². Cita-se os casos dos mercados camponeses, das cestas camponesas e da acolhida camponesa no Estado de Santa Catarina, inspirado nas experiências europeias mantidas por associações mistas (de agricultores e consumidores). Os agricultores das feiras agroecológicas do Nordeste se organizaram também em associação para obter apoios públicos, por exemplo, para melhorar as infraestruturas desses mercados (SABOURIN, 2009). Tais situações de contato direto dão lugar a relações humanas (conversas e explicações em torno do produto, dos processos, das receitas) que geram também sentimentos de proximidade, amizade e valores de confiança e de fidelidade entre produtor e consumidor.

Quando a relação direta (mediante o encontro físico entre produtor e consumidor) não é mais possível, existe a figura da intermediação qualificada e interpessoal, com o sistema de corretagem.

O corretor permite estabelecer uma relação de reciprocidade ternária mediante o interconhecimento e a informação qualificada sobre a qualidade do produto e do produtor (e a qualidade e solvabilidade do comprador). Tal estrutura elementar de reciprocidade produz valores éticos: produz con-

fiança e responsabilidade e gera a reputação tanto do produtor como do corretor, fontes de prestígio e de poder, no sistema de reciprocidade. É também um dos mecanismos na base do efeito “rede” (CASTELL, 1989).

Os corretores são considerados necessários e, portanto respeitados e apreciados no caso dos mercados da arte ou dos vinhos pelas suas competências (que não são dadas a todos), mas também pelo seu comportamento ético (ser discreto, honesto etc.). Paradoxalmente, são muitas vezes denegridos no caso de outros produtos agropecuários mais comuns em particular (BIERSCHENK et al., 2000). Porque teria de ser diferente? Na França existem corretores para os produtos (e mercados) muito específicos que exigem competências peculiares: as trufas e ostras, as plantas para perfumes etc. (DUPONT, 2004). O corretor não é um *marchand* ou negociante de gado que barganha para tudo.

Temple (2003a) lembra que, na África, a remuneração dos corretores vem do fato que os comerciantes não tinham o direito de construir fortunas a partir da especulação e deviam tirar seu benefício segundo regras e proporções convencionadas entre as partes envolvidas:

A convenção instaurando o equivalente de um preço de retorno para os mais desfavorecidos, tratava-se de um sistema de comércio fundado na igualdade. A lógica do roubo era assim controlada pelas estruturas de reciprocidade (TEMPLE, 2003a. tradução livre do francês).

3.2 Os mercados não capitalistas no Brasil: mercados mistos e protegidos

a) *Autoconsumo, distribuição não mercantil e informal*

A maioria das estatísticas e dos estudos de cadeias agropecuárias no Brasil não considera o autoconsumo, a redistribuição não monetária ou não mercantil e a venda direta. No entanto os circuitos curtos e os mercados locais (venda direta na unidade de produção, nas feiras locais ou agroecológicas, mercados dos produtores) asseguram parte significativa do abastecimento alimentar da população das cidades, sobretudo das pequenas e médias.

Por outra parte, a leitura econômica pelo ângulo da produção para a troca capitalista tende a homogeneizar uma visão parcial da agricultura familiar muitas vezes limitada aos estados do Sul do país, que não leva em conta as realidades diversas e as formas locais de agriculturas familiares (Wanderley, 2009). Essa visão subestima a fragilidade e as flutuações rápidas e frequentes do mercado capitalista das grandes cadeias (leite, cereais, tubérculos etc.). Ignora a herança de vários sistemas

2 Ou pelas duas em conjunto, como é o caso na região de Porto Alegre entre cooperativas de assentamentos do MST e cooperativas de consumidores.

camponeses locais que garante ainda a reprodução das unidades familiares graças à autonomia (dos insumos externos, do mercado capitalista, dos financiamentos públicos) e a flexibilidade de adaptação às demandas de mercados diversificados ou de proximidade.

b) *Os limites dos mercados de nichos*

O potencial de conquista de mercados de nichos pelos agricultores familiares foi bastante exagerado ou superavaliado. Aliás, quando existiram políticas de apoio específicas (Primeiro Pronaf Agroindústria no MAPA, primeiros projetos do SEBRAE) foram em grande parte captadas por agricultores patronais, melhor habilitados.

A verdadeira diversificação passa pela tomada em conta da diversidade dos mercados que sejam locais, de proximidade, regionais, nacionais ou de exportação e, sobretudo, da pluralidade das modalidades de acesso aos consumidores: venda direta na propriedade, nas feiras ou festas de produtos típicos, venda às cooperativas de consumo. O conjunto dessas práticas apresenta a característica comum de reduzir o efeito de competição e de concorrência capitalista e, assim de proteger os agricultores familiares. Trata-se, portanto, de mercados, socialmente ou geograficamente territorializados e protegidos. Mas, nada impede o Estado de criar mercados internos politicamente protegidos. É o caso dos mercados ditos “institucionais” e das compras públicas de produtos alimentares para os hospitais, os restaurantes e a merenda das escolas, que podem ser implementados tanto na escala federal, estadual como municipal. Uma experiência federal exemplar neste sentido está sendo conduzida no marco do MAPA pela CONAB, em associação com o programa Fome Zero administrado pelo Ministério do Desenvolvimento Social (MDS).

c) *O Programa de Aquisição de Alimentos*

O Programa de Aquisição de Alimentos PAA (MDA, 2010), reservado a agricultores familiares constitui, apesar de recursos ainda limitados (teto de 6.000 reais por família/ano), um verdadeiro instrumento adaptado ao fortalecimento da agricultura familiar e camponesa (DELGADO et al., 2007; CHMIELEWSKA; SOUZA, 2010). O programa, mediante diversas modalidades, compra a um preço garantido todos os tipos de produções, inclusive aquelas que não exigem crédito de custeio (culturas alimentares) e os produtos transformados na unidade familiar (queijos, doces, rapadura etc.).

Diante do sucesso desse Programa, amplamente aprovado pelas organizações de agricultores familiares, o Governo brasileiro acaba de aumentar

o teto anual por família, de multiplicar os recursos e de diversificar a gama de produtos e de modalidades de acesso, inclusive mediante as organizações sindicais e cooperativas.

Assim, os mercados institucionais e públicos administrados pelas coletividades territoriais (municípios, estados) em interação com as organizações de agricultores, oferecem diversas vantagens: encurtar as cadeias, reduzir os custos de transação, facilitar o controle de qualidade, e preservar ao mesmo tempo, territorialidades econômicas de reciprocidade (SABOURIN, 2006, 2007).

Os mercados públicos com preços garantidos constituem um instrumento de política pública de articulação ou de interface entre sistemas de troca mercantil e sistemas de reciprocidade. De fato, tais políticas introduzem uma dimensão de reciprocidade e de justiça num sistema dominado pela troca capitalista como aquele dos mercados agropecuários no Brasil.

A qualificação dos produtos

Os processos de qualificação dos produtos agrícolas em função da origem, do processo ou de especificidades locais, constituem também, modalidades de diferenciação e de redução dos efeitos da concorrência. Permitem também criar mercados territorializados associando relações de intercâmbio e de reciprocidade (SABOURIN, 2012). No entanto, o modelo atual considera, sobretudo nos processos de qualificação dos produtos, as possibilidades de certificação para acessar novos nichos, se possível para a exportação. Um modo mais democrático é a certificação gratuita que não encarece os custos de produção. Ela é adaptada à agricultura familiar e, obviamente, não pode ser confiada a empresas capitalistas, mas às organizações de agricultores. Iniciativas já existem no sul do País, com a certificação chamada participativa ou de grupo (MEDAETS; MEDEIROS, 2004) ou com a certificação mútua ou comunitária nas feiras agroecológicas da Paraíba (SABOURIN, 2012).

3.3 A qualificação territorial e a sua certificação

Qualquer processo de qualificação que garanta a origem (o nome do produtor), a especificidade, o processo ou as normas de qualidade de um produto contribui para reduzir os efeitos da concorrência que são próprios à troca capitalista. De fato, cria-se assim uma territorialidade de reciprocidade em torno de um produto específico. Todavia, como no caso do empreendimento de economia solidária, afora este grupo de produtores e estes produtos qualificados, são as regras do mercado capitalista que funcionam.

Por isto no caso do processo de qualificação clássica, recorre-se um dispositivo de interface: o mecanismo de certificação permite reintroduzir uma produção de reciprocidade no sistema do mercado de troca capitalista. Mas todas as possibilidades da qualificação dos produtos rurais ainda não foram exploradas. Temple (2003a e 2003b) propõe radicalizar o processo com outro tipo de interface, o da qualificação personalizada; ou seja: com o nome Sousa, só se pode produzir Sousa.

Ninguém pode fazer concorrência a uma produção única cujo valor intrínseco é potencialmente infinito (...) simbólico ou prosaico, o valor será sempre maior porquanto o produto seja mais qualificado. E não é preciso fazer com que uma competência externa à produção controle a qualidade, pois a qualidade é inerente à estrutura de produção (TEMPLE, 2003a, p. 11).

Temple opõe a emulação para melhorar a qualidade dos produtos à concorrência que visa acumular lucros. Ele dá o exemplo do açafraão da Mancha, na Espanha, cuja produção e comercialização fora da área de origem foram proibidas pelos últimos produtores, de forma a obrigar os consumidores a ir visitá-los no local. Na região, eles construíram a Casa do Açafraão; organizaram um mercado local, restaurantes na fazenda e uma produção associada de legumes, carnes, frutas e vinhos; organizaram também serviços: hotéis e albergues, turismo rural etc.

A qualificação endógena e o selo personalizado constituem também uma das chaves para um desenvolvimento rural endógeno ou autocentrado que, prioritariamente, atenda às necessidades das comunidades locais.

a) *Os mercados agroecológicos na Paraíba*

Os mercados de produtos agroecológicos³ integram a estratégia do Polo Sindical da Borborema (PSB) de aumentar a autonomia dos agricultores familiares, incentivando-os a parar de utilizar insumos químicos e a diversificar as alternativas de comercialização (KILCHER, 2004). Os casos de intoxicação por uso de pesticidas eram frequentes; mas o verdadeiro desencadeador foi o aumento do número de agricultores que praticam a agroecologia, em decorrência da atuação da AS-PTA⁴ na re-

3 Mercados de venda direta de produtos da agroecologia (forma de agricultura ecológica com base orgânica, sem insumos químicos) pelos agricultores familiares.

4 A AS-PTA – Agricultura Familiar e Agroecologia “é uma associação de direito civil sem fins lucrativos que, desde 1983, atua para o fortalecimento da agricultura familiar e a promoção do desenvolvimento rural sustentável” Fonte: <http://aspta.org.br/quem-somos/>

gião. Realizado inicialmente a título experimental, por ocasião das festas de final de ano em 2001, o mercado agroecológico de Lagoa Seca se tornou permanente. Esta iniciativa levou um grupo de agricultores a se estruturar, criando uma associação e adotando regras e normas de estratégia comercial: uniformidade dos stands e controle dos produtos para garantir sua qualidade e origem. Por fim, este mercado obteve um reconhecimento dos poderes públicos no plano federal, através da negociação das modalidades de investimento do PRONAF/Infraestrutura.

Em seguida, o PSB negociou a implantação de um mercado agroecológico com a prefeitura municipal de Campina Grande. No âmbito deste polo urbano regional, este mercado possui valor de “vitrine”. Incentiva a participação dos agricultores convertidos à agroecologia que não são bastante numerosos em seu município, para constituir um mercado diferenciado. Isto serve de modelo para a ampliação, em escala regional, de um sistema de comercialização direta dos produtos orgânicos.

Com a iniciativa do PSB, foi possível construir uma associação regional de agricultores agroecológicos e estruturar um processo de certificação da qualidade. Como indicado adiante, esta dinâmica econômica e mercantil relançou a atividade dos grupos de Agricultores–Experimentadores da região que passaram a testar novas espécies, variedades e processos, para satisfazer os clientes, para melhorar a qualidade dos produtos e reduzir os custos. Uma articulação na escala do Estado da Paraíba garante uma colaboração com as associações equivalentes de agricultores e mercados agroecológicos do litoral, do Sertão e dos estados vizinhos de Pernambuco e do Rio Grande do Norte.

b) *Qualidade e certificação do grupo*

A certificação dos produtos é garantida por comissões de agricultores designados pela associação dos produtores agroecológicos; estas visitam cada produtor com regularidade e conferem o processo de cultivo, o itinerário técnico e a natureza dos insumos utilizados. Cada agricultor pode se ver na posição ora do avaliador, ora do avaliado; por isso, os riscos de fraude são bem limitados, já que o interesse primordial consiste em manter uma clientela ainda frágil, ou seja, não mentir sobre a qualidade. Como diz Temple (2003a), o controle da qualidade se torna inerente à estrutura de produção se esta se vê reposicionada em um sistema de reciprocidade.

De fato, este sistema de certificação mútua (ou recíproca) tem por vantagem e ser gratuito, não aumentar o custo de produção e não tornar os agri-

cultores dependentes de organismos de certificação.

c) *Ensinaamentos em termos de política pública*

Existe um debate entre os agricultores sobre a estratégia mais relevante de diferenciação destinada aos consumidores: será preciso criar mercados especializados ou devem se dar os meios para que os consumidores possam identificar mais facilmente seus produtos no âmbito dos mercados tradicionais?

Para poder adotar a segunda opção, um apoio dos poderes públicos, mesmo mínimo, seria interessante. No caso da feira de Campina Grande, o apoio público federal e municipal facilitou o financiamento de estandes homogêneos de fácil identificação e garantiu um espaço diferenciado no âmbito dos mercados locais. Estes mercados funcionam graças ao envolvimento de algumas famílias que cuidam do cumprimento das regras. Os demais participantes, menos convictos, fazem mostra de oportunismo. Seu interesse pela agroecologia depende muito mais do surgimento de uma demanda por parte dos consumidores e de ter acesso a uma forma de comercialização que remunere melhor seu trabalho do que a venda para atacadistas. Os mercados agroecológicos não apareceram simplesmente como resposta a uma transformação das práticas ou a um incentivo por organismos de apoio: a condição de seu sucesso se deve à sua resposta qualificada e perene, ou seja, coletiva e institucionalizada, para uma demanda por produtos de qualidade e sem pesticidas.

Esta experiência, bem como a das iniciativas de crédito solidário, mostra a necessidade de um apoio produtivo (e de um suporte econômico e financeiro de tipo crédito, mercado etc.) para manter e desenvolver a agricultura camponesa e familiar. De fato, existe no Brasil, em particular no Nordeste, uma tendência em reduzir as políticas de apoio à agricultura familiar a medidas de assistência social (aposentadorias, bolsas etc.). Isto é alias um risco do tratamento social do segmento da agricultura familiar menos integrado às grandes cadeias de *commodities* agropecuárias. A associação entre transferências de renda e tratamento social da produção familiar acaba tornando os agricultores mais vulneráveis mais dependentes do mercado de troca capitalista. Com isto, sua integração ao mercado capitalista ocorre cada vez mais como consumidor e não tanto como produtor.

Isto foi o caso da modalidade inicial do cartão alimentação do projeto Fome Zero. A principal modalidade (modificada em 2005) deste projeto

consistia em atribuir R\$ 50,00/mês/família para comprar alimentos; só que isto era feito por meio de um cartão eletrônico que só podia ser utilizado nos supermercados interligados à rede bancária eletrônica. Assim, ao invés de dinamizar a produção local como previsto, contribuía para a dependência desses agricultores familiares mais pobres por produtos padronizados da agroindústria e da grande distribuição.

4 Conclusão

Hoje não há mais sociedades funcionando em economia de reciprocidade pura. Por outra parte, estamos aqui falando também de teoria. Reciprocidade e troca são modelos teóricos, quando a realidade é mista. No caso da agricultura e da sociedade rural do Brasil, a teoria da reciprocidade tem contribuído para interpretar as dinâmicas da agricultura familiar em termos de sistemas “sistemas mistos” para qualificar situações e estruturas que associam práticas de troca mercantil e práticas de reciprocidade (SABOURIN, 2009, 2011). Portanto, essa coexistência pode ocorrer de maneira paralela e separada; pode dar lugar a tensões por conta do antagonismo entre os dois sistemas econômicos; pode ser também, de forma complementar, quando existe uma interface de sistema que permite articular as práticas de reciprocidade com as práticas de troca, sem que uma destrua a outra.

Por isso necessitamos de dispositivos de interface para articular sistemas de troca com sistemas de reciprocidade de maneira positiva, ou até complementar, como no caso da *economia solidária*. Existem várias formas de regulação da interface troca/reciprocidade: mediante regras comuns, instituições, legislação ou política pública que regulem a articulação entre as duas lógicas.

Qualquer que seja a definição escolhida, a economia solidária e o comércio “justo” devem enfrentar as contradições inerentes à diferença entre o desenvolvimento econômico baseado na troca e aquele fundado na reciprocidade econômica (MATOS, 2006). Pois, geralmente, a maioria dos promotores da economia solidária não reconhece essa oposição de maneira explícita. Vários, como Laville (2002, 2004), preferem falar de hibridação entre as diversas formas econômicas. A hibridação de sistemas é apenas uma das figuras de articulação ou de interface possíveis, por conta do antagonismo entre a lógica de troca e aquela de reciprocidade. Neste sentido existem várias dificuldades para uma articulação entre os dois princípios econômicos, que podem ser associados às dinâmicas próprias a cada uma das formas de economia colocada em situação de hibridação.

A crítica da alienação ou dos riscos de exclusão ligados ao desenvolvimento da economia de troca capitalista não precisa mais ser lembrada. Mas é importante saber que alternativa ou que limite econômico opor à concorrência para a competição e a acumulação.

Um dos papéis centrais do Estado e da ação pública é precisamente organizar a produção de bens públicos e de interesse geral: trata-se de promover políticas capazes de reconhecer e de separar o princípio de troca daquele de reciprocidade, para poder regular as articulações entre os dois sistemas.

Essas formas de organização de proximidade dos agricultores familiares, mas também de outros atores, permitem garantir o desenvolvimento de relações e estruturas econômicas e sociais de reciprocidade. Estas conseguiram e conseguem ainda, mesmo sendo ignoradas ou mascaradas, e apesar da dominação da lógica da troca, assegurar a sobrevivência material da grande maioria das populações rurais, mais modestas e pobres. Mas, sobretudo, conseguiram contribuir para manter nas nossas sociedades, um mínimo de valores humanos de amizade, de responsabilidade e de confiança.

Na tese que defendo aqui, esses valores não são dados, não são apenas heranças culturais ou sociais, inseridos nas estruturas simbólicas ou nas representações, como o imaginavam Polanyi ou Lévi-Strauss, ou patrimônios genéticos como o investiga recentemente Ostrom (2003). Esses valores éticos são construídos socialmente pelas relações de reciprocidade simétrica.

Um dos aspectos mais graves da confusão entre as lógicas de reciprocidade e de intercâmbio é precisamente o fato de justificar a mobilização de estruturas sociais produzindo tais valores humanos, para favorecer o desenvolvimento de uma economia de troca capitalista.

Esses exemplos oferecem uma alternativa original em termos de instrumentos de política de desenvolvimento rural territorial e de multifuncionalidade da agricultura nos países do Sul. Trata-se de uma política fundamentada no reconhecimento dos dispositivos coletivos dos agricultores que cuidam da produção ou do manejo de bens comuns ou públicos.

Agregaria, finalmente, dois ensinamentos complementares: os instrumentos de política pública e os dispositivos referidos revelam a existência de complementaridades mais ou menos estabilizadas e de tensões entre prestações muitas vezes qualificadas como mercantis e não-mercantis (re-

distribuição pública). Na verdade, tais prestações decorrem de categorias econômicas diferentes. Isto leva, portanto, a aprofundar e qualificar melhor a natureza das regras e dos princípios econômicos que presidem cada categoria de prestações.

Recorrer à oposição mercantil/não-mercantil induz a um erro, com duras consequências: excluir a reciprocidade do mercado, quando a maioria dos mercados no mundo não capitalista são mercados de reciprocidade.

Referências

BARTHÉLEMY, Denis. Droits à produire, patrimoine d'entreprise et patrimoine paysan. Les droits à produire, entre valeur et non-valeur. **Revue de Droit Rural**, 270, 1999, p. 98-104.

BIERSCHENK, Thomas; CHAUVEAU, Jean Pierre; OLIVIER DE SARDAN, Jean Pierre. **Cour-tiers en développement. Les villages africains en quête de projets**. Paris: Karthala; Mayence, APAD, 2000, 318 p.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social. Grupo Gestor - PAA. **Balço de avaliação da execução do Programa de Aquisição de Alimentos 2003-2010, Relatório descritivo**. Brasília: MDS, 2010.

BRASIL. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Programa Economia Solidária em desenvolvimento**. Brasília: SENAES-MTD, 2003.

_____. **Projeto de Lei de Comercio justo e solidário (CJS)**. Brasília: SENAES-MTD, 2007. Anexo 1 - Termo de referencia do Sistema Nacional de Comercio Justo e Solidário/SCJS.

CAILLÉ, Alain. **Dé-penser l'économique, contre le fatalisme**. Paris: La Découverte; M.A.U.S.S., 2005. 310p.

_____. **Le Commerce équitable dans la France Contemporaine, idéologies et pratiques**. Préface de Diaz Pedregal Valérie. Paris: l'Harmattan, 2007. p. 8-12.

CASTELL, Odiel.. La réciprocité: principe de comportement économique en conflit/coopération avec le profit et la redistribution. In: COLLOQUE L'ÉCONOMIE AU SERVICE DE LA SOCIÉTÉ, 2006, Dakar. **Anais...** Dakar: Pekea; Université Cheik Anta Diop, 2006. 13p.

_____. **La société en réseau**. Paris: Fayard, 1989. 500p.

CONTERATO, Marcelo A.; GAZOLLA, Marcelo; SCHNEIDER, Sergio. A dinâmica agrícola do desenvolvimento da agricultura familiar no

- Alto Uruguai-RS: suas metamorfoses e reações locais. In: TONNEAU, J. P.; SABOURIN, E. (Org.). **Agricultura Familiar: interação entre políticas públicas e dinâmicas locais: ensinamentos a partir de casos.** Porto Alegre: UFRGS, 2007. p. 13-54.
- CHMIELEWSKA, Danila; SOUZA, Darana. **Mark et alternatives for Smallholder Farmers in Food Security Initiatives: lessons from the Brazilian Food Acquisition Programme.** Brasília: SAE/PNUD, IPC-IC, 2010. Working Paper.
- DELGADO, Guilherme C.; JUNIA, Carlos C.; OLIVEIRA, JADER J. Relatório de avaliação do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). **Sociedade e Desenvolvimento Rural**, v. 0, n. 0, p. 18-39, 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. (Coll. Logiques Sociales).
- _____. **Le commerce équitable dans la France contemporaine. Idéologies et pratiques.** Paris: L'Harmattan, 2007. 268 p. Coll Logiques Sociales).
- DUPONT, Pierre. **La moisson des marins-paysans: L'huître et ses éleveurs dans le bassin de Marennes-Oléron.** Paris: MSH-INRA; Editions Quae, 2004. 326 p.
- ELLIS, Francis. **Peasant Economics.** Farm households and agrarian development. 2. ed. Cambridge: The Cambridge University Press, 1988. 309p.
- EME, Bernard; LAVILLE, Jean Louis. Economie plurielle, économie solidaire. **Revue du Mauss**, n. 7, 1er semestre, 1996. 392p.
- FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. **Proposta de Instrução Normativa do Sistema de Comércio Justo e Solidário.** Brasília, 15 maio 2007.
- GRUPO DE TRABALHO SISTEMA NACIONAL DE COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO. **Documento base sobre Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário.** Brasília: SENAES. Disponível em: < http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A3ADC4075013AFECE06F969A4/Termo_Referencia_SNCJS.pdf>. Acesso em: 19 maio 2006.
- KILCHER, Frederic. **Marchés hebdomadaires et agricultures familiales.** Quelle complémentarité. CNEARC, Montpellier, Mémoire ESAT 1, 2004. 136p.
- LAVILLE, Jean Louis. Démocratie et **économie : éléments** pour une approche sociologique. **Revue Hermès**, Paris, n. 36, p. 16-25, 2003.
- _____. Economia solidária, a perspectiva europeia. **Sociedade e Estado**, Brasília, n. 16, v. 1-2, p. 57-99, 2002.
- LATOUCHE, Serge. L'Oxymore de l'économie solidaire. **Revue du Mauss**, Paris, n. 21, p. 145-150, 2003.
- LE VELLY, Ronan. Le commerce équitable: des échanges marchands contre et dans le marché. **Revue française de sociologie**, v. 47, n.2, mars-juin, p. 319-340, 2006.
- _____. **Le Commerce équitable: des labels à l'éthique relationnelle. Quelle personnalisation pour quel développement du commerce équitable? GDR sociologie – économie. Les marchés agroalimentaires**, Montpellier, p. 23-24, 2006.
- _____. Le marketing fait-il perdre leur âme aux militants du commerce équitable? **Gérer et comprendre**, n. 89, sept. p. 15-23, 2007.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. Les structures élémentaires de la parenté, chap. XXVII. In: **Les cycles de la réciprocité.** La Haye: Mouton, 1949.
- MASCARENHAS, Guilherme. **O movimento do Comércio Justo e Solidário no Brasil: entre a solidariedade e o mercado.** 2007. 351f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- MALINOWSKI, Bronislaw. **Les argonautes du Pacifique Occidental.** Paris: Payot, 1963. Ed orig. [1922] Argonauts of the Western Pacific, London, Routledge.
- MATOS, Aécio Gomes de. Organizações sociais e economia solidária. In: SABOURIN, E. (Ed.) **Associativismo, cooperativismo e economia solidária no meio rural.** Brasília: UNB, 2006. (Cadernos do CEAM, n. 23).
- MAUSS, Marcel [1924]. «Essai sur le Don», In: **Sociologie et Anthropologie.** Paris: PUF. Réédition 1989.
- MEDAETS, Jean Pierre; MEDEIROS, Josemar. 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. In: CONGRESSO DA SOBER, 42., 2004, Cuiabá. **Anais eletrônicos...**

Cuiabá: SOBER, 2004. Disponível em: < <http://www.sober.org.br/?op=paginas&tipo=pagina&sec=7&pagina=40>>. Acesso em: 19 maio 2006.

NUNES, Christiane Girard Ferreira. Politiques publiques en faveur de l'économie solidaire au Brésil. **Revue Tiers Monde**, Paris, n. 190, p. 379-399, 2007.

OLIVEIRA, Maria do Socorro L.; DUQUE, Ghilaine. Reciprocidade e sociabilidade no Cariri Paraibano. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 24., 2004, Olinda. **Anais...** Olinda: ABA, 2004. 20p.

OSTROM, Elinor. Toward a Behavioral Theory Linking Trust, Reciprocity and Reputation. In: OSTROM; WALKER (Ed.) **Trust and reciprocity: Interdisciplinary Lessons for Experimental**. New York: Russell Sage Foundation, 2003. p. 19-79.

PLOEG, J. D. Van der. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. (Org.) **A diversidade a agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2006. p. 13-54.

_____. **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**. Paris: Gallimard, [1944] 1983, 420p.

_____. L'économie en tant que procès institutionnalisé. In: POLANYI et al. **Les systèmes économiques dans l'Histoire et dans la Théorie**, Paris: Librairie Larousse, 1975. p. 239-260.

RADOMSKY, Guilherme; SCHNEIDER, Sergio. Nas teias da economia: o papel das redes sociais e da reciprocidade nos processos locais de desenvolvimento. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 22, n. 2, p. 249-284, 2007.

RENARD, Marie Christine. Quality certification, regulation and power in fair trade. **Journal of Rural Studies**, [s. l.] v. 21, p. 419-431, 2005.

ROUSTANG, G. Volatilité ou pérennité des innovations sociales de l'économie solidaire. In: RENCONTRES DU RÉSEAU INTERUNIVERSITAIRE D'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE, 3., 2003, Toulouse. **Anais...** Toulouse: Toulouse Le Mirail, 2003. 10p.

SABOURIN, Eric. A Construção social dos mecanismos de qualificação e certificação entre reciprocidade e troca mercantil. **REDD - Revista**

Espaço de Diálogo e Desconexão, v. 4, n. 2, p. 83-104, 2012.

_____. A reciprocidade e os valores éticos da solidariedade econômica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, 13., 2007, Recife. **Anais...** Recife: UFPE, 2007. A questão da solidariedade e da reciprocidade na economia solidária.

_____. **Camponeses do Brasil, entre a troca mercantil e a reciprocidade**. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2009. 248 p. (Coleção Terra Mater).

SABOURIN, Eric. Consequências metodológicas e epistemológicas do reconhecimento da multifuncionalidade da agricultura. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 13, n. 2, p. 161-189, 2006a.

_____. Multifuncionalidade e relações não mercantis: manejo de recursos naturais no Nordeste. **Cadernos do CRH**, Salvador, v. 23, n. 58, jan/abr, p. 151-169, 2010.

_____. Práticas sociais, políticas públicas e valores humanos. In: SCHNEIDER S (Org.). **A diversidade agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2006b. p. 108 -132. (Série Estudos Rurais).

_____. Que política pública para a agricultura familiar no segundo governo Lula? **Sociedade e Estado**, Brasília, DF, v. 22, n. 3, p.715-751, 2007.

_____. **Sociedades e organizações camponesas: uma leitura através da reciprocidade**. Porto Alegre: UFRGS, 2011. 270p. (Série Estudos Rurais).

SABOURIN, Eric et al. Laurence. Reconhecimento público dos atores coletivos da agricultura familiar no Nordeste. **Cadernos de Ciência e Tecnologia**, n. 23, 2005.

SCHNEIDER, Sergio et al. A pluriatividade e as condições de vida dos agricultores familiares no Rio Grande do Sul. In: SCHNEIDER, S. (Org.). **A Diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2006. p. 137-164. (Série Estudos Rurais).

SINGER Paul. Políticas públicas de economia solidária in Mesa Redonda 19 "Dimensões sociais das políticas de inovação". In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 29., Caxambu. **Anais...** Caxambu: ANPOCS, 2005.

SINGER Paul. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Perseu Abramo, 2002. 127p.

TEMPLE, Dominique. L'économie humaine. **La revue du MAUSS**, Paris, n. 10, p. 103-109, 1997.

_____. Les structures élémentaires de la réciprocité. **Revue du MAUSS**, Paris, n. 12, p. 234-242, 1998.

_____. **Séminaire Cauris sur la qualité agro-alimentaire**. 2003a. Disponível em: < <http://afrique.cauris.free.fr> >. Acesso em: 19 maio 2006.

_____. **Teoría de la reciprocidad**. La Paz, Bolivia: Padep-GTZ, 2003b. Tomo i: la reciprocidad y el nacimiento de los valores humanos.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. Prefacio in Sabourin, E. **Camponeses do Brasil, entre reciprocidade e troca mercantil**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009. p. 5-10.