

# 1º Seminario REDILAGC “ Estrategias inclusivas en las cadenas globales en Mesoamérica”

24 de mayo de 2017

San José, CINPE-UNA

## Construcción social del acceso a los mercados por agricultores familiares en Brasil

Sabourin Eric (CIRAD UMR Art-dev & UnB CDS, Brazil); Aveline Igor (UnB CDS, Brasilia, Brasil); Petersen Paulo (ASPTA, Brasil). Pra Marlene (FAO-Roma, Italia);

Autor correspondente Sabourin Eric : Email : [eric.sabourin@cirad.fr](mailto:eric.sabourin@cirad.fr)

**Resumen:** El trabajo presenta los resultados de un análisis de la construcción social de los mercados por los agricultores familiares de Brasil del Agreste de la Paraíba (Nordeste) y de los asentamientos de reforma de Mambai – Goiás (Centro-oeste). Las estrategias y lógicas de comercialización fueron observadas junto a una muestra de familias inseridas en distintos circuitos o cadenas: venta directa, compras públicas e circuitos largos con intermediarios. La metodología asocio el estudio de prácticas y estrategias colectivas de comercialización y el rol de las relaciones de reciprocidad entre familias y comunidades. Los resultados muestran la importancia de los procesos organizacionales y de los apoyos públicos y privados para la implementación de esas estrategias. Las relaciones de reciprocidad que producen y consolidan los lazos sociales también son esenciales para facilitar el acceso a los mercados y contribuir a la perennidad de las actividades de comercialización de las familias en complementariedad de la acción colectiva y las políticas públicas.

**Palabras-clave:** Agricultura familiar, agroecología, acceso al mercado, estrategias de comercialización, reciprocidad.

**Résumé :** La communication présente les résultats d’une analyse de la construction sociale des marchés par les d’agriculteurs familiaux du Brésil, dans l’Agreste de la Paraíba (Nordeste) et les périmètres de réforme agraire de Mambai –Goiás Centre-Ouest). Les logiques et stratégies de commercialisation ont été observées auprès d’un échantillon de familles insérées dans un ou plusieurs circuits ou filière: la vente directe, les marchés d’achats publics et les circuits longs (avec intermédiaires). La méthodologie associe l’étude des pratiques et stratégies collectives de mise en marché et le rôle des relations de réciprocité entre les familles et communautés. Les résultats montrent l’importance des processus d’organisation et des appuis privés et publics à la mise en œuvre de ces stratégies. Les relations de réciprocité qui produisent et consolident les liens sociaux sont également importantes pour faciliter l’accès aux marchés et pérenniser la qualité de l’activité de commercialisation des familles en complément de l’action collective et des politiques publiques.

**Mots-clés :** Agriculture familiale, agro-écologie, accès au marché, stratégies de commercialisation, réciprocité.

**Abstract:** The paper presents the results of an analysis on markets’ social construction made-up by Brazilian family peasants in the Agreste of Paraíba (Northeast) and the agrarian reform settlements of Mambai-Goais (Center-west). Logics and marketing strategies have been observed among a sample of families inserted in one or several market channels: local direct sales, public food purchase programme and long marketing channels with brokers. The methodology combines the study of collective practices and marketing strategies and the role of reciprocity relationships between families and communities. The results show the importance of organizational processes, of public and private support for the implementation of these strategies. The reciprocity relationship that produce and consolidate social ties are also important to facilitate access to markets and sustain the families’ activity of commercialization, in complementarity with collective action and public policies.

**Key word:** Family farming; agro-ecology; access to markets; marketing strategies; reciprocity.

## Introducción

La monetización de los intercambios en áreas rurales debido a nuevas formas de consumo y acceso a servicios (transporte, educación, salud, etc.) ha forzado, cada vez más, los agricultores familiares al acceso a cadenas regionales/ globales.

El acceso a mercados depende de interacciones y de acción colectiva a nivel de las familias, de comunidad y de colectividades territoriales, interacciones que pueden ser analizados en términos de construcción social de mercados (Wilkinson, 2000; Papet-Garcia, 2001)

Este trabajo compara resultados de estudios en dos regiones contrastadas de la agricultura familiar de Brasil: Sertão da Borborema /Nordeste y Cerrado de Goiás Centro-oeste

Procura responder a las preguntas siguientes:

- Como los agricultores familiares consiguen acceso a mercados más inclusivos?
- Cuál es el papel de la organización formal e informal?
- Como caracterizar las coordinaciones informales ?
- Cuál debería ser el rol de las políticas públicas en apoyo a esos procesos?

## 1. Referencial teórico e metodología

### 1.1.La acción colectiva y el aprendizaje

La gestión de la acción colectiva según Ostrom (1992) pasa por tres procesos no lineales e constitución del capital social:

- la delegación de poder e de responsabilidad
- el aprendizaje colectivo o institucional
- la capacidad de renovar las reglas

Ostrom propone caracterizar los atributos de los actores para el manejo de bienes comunes (Ostrom, 1990)

- La dependencia de los recursos
- la confianza en los otros actores
- la reciprocidad en las relaciones
- La percepción común del recurso

### 1.2.La teoría de la reciprocidad

El principio de reciprocidad no se limita solo al don/contra don entre pares o grupos sociales simétricos.

Existe un *Tercero incluido* en la relación de reciprocidad: el sentido de la relación corresponde à la producción de un sentimiento o un valor ético compartido (*mana, hau* de Mauss).

Las relaciones de reciprocidad pueden ser analizadas como estructuras

- Temple (1998) propone cinco estructuras elementares de las relaciones de reciprocidad:
  - *Binaria*: con 2 tipos: cara a cara e compartir
  - *Ternaria* : entre pelo menos 3 sujetos (entre generaciones)
  - *Centralizada* = redistribución de Polanyi
  - *Generalizada* : relaciones mutuales de reciprocidad entre todos,
- Cada tipo de relación estructurada genera ciertos valores afectivos e éticos

## 2. Metodología del estudio

### Hipótesis:

La construcción social de mercados de la agricultura familiar pasa por practicas y relaciones de reciprocidad

**Objetivo:** Estudiar las prácticas e estrategias colectivas de comercialización del papel de las relaciones de reciprocidad entre las familias.

### Metodología:

- Observación y aplicación cuestionario exploratorio amplio (ATER Agroecológica en la Paraíba, Asentamientos en Goiás)
- Entrevistas finas de 12 familias inseridas o en camino de inserción en uno o mas circuitos en cada sitio de estudio;
- 3 circuitos : venda directa circuitos cortos, compras públicas y circuito longos (intermediarios).

### Dos casos em Brasil

- Agreste de la Paraíba (Municipios: Areial, Esperança, Lago Seca, Remígio)
- Cerrado de Goiás: 5 asentamientos de reforma agraria en Mambai

Figura 1: Localización de las zonas de estudio en Brasil

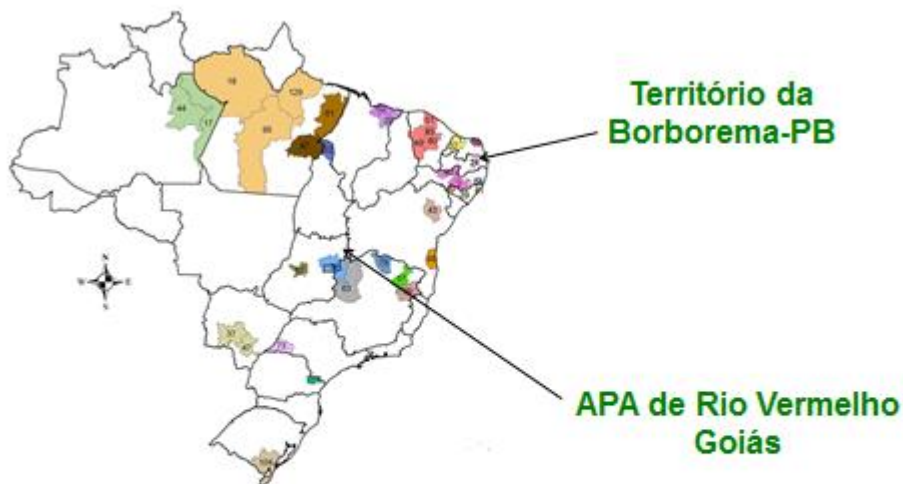
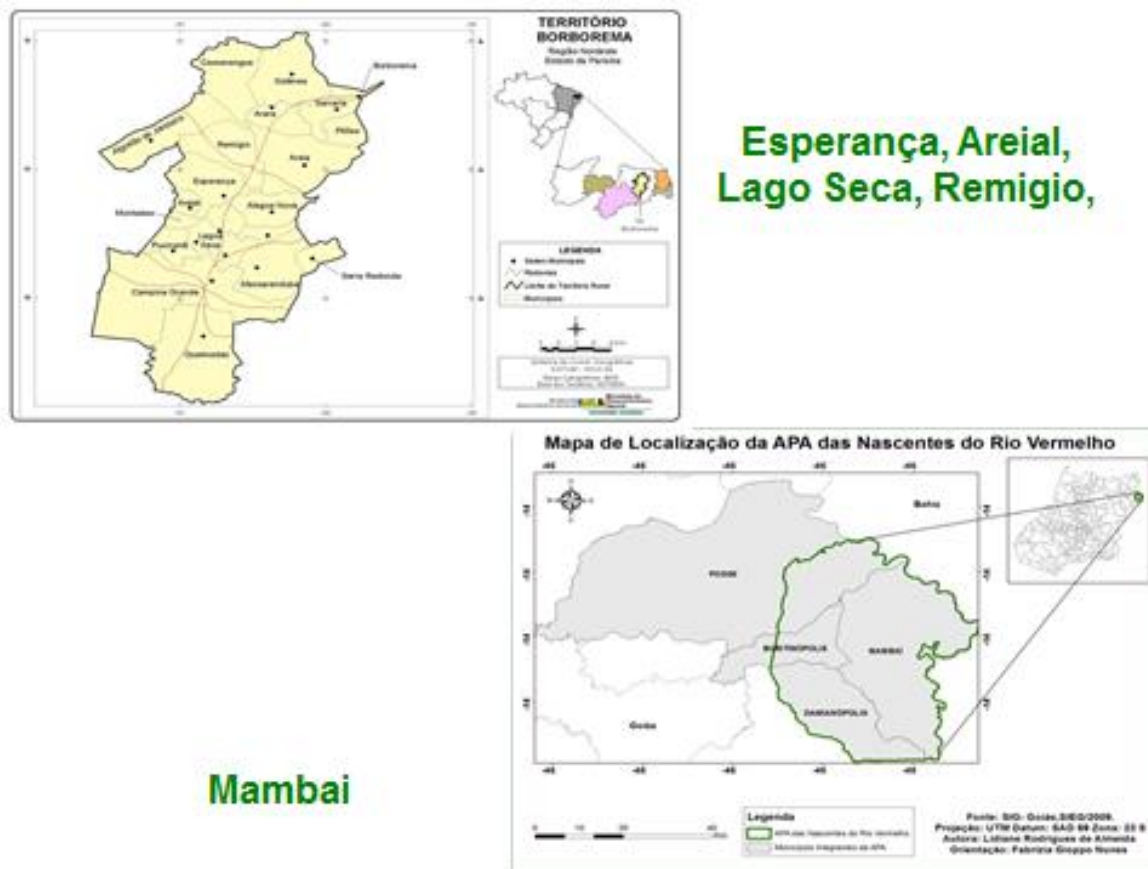


Figura 2: Localización de los municipios de estudio en cada región



### 3. Principales resultados de los dos casos

Los resultados en los dos casos muestran la existencia de **varios grados de "complejidad"** en la lógica de construcción social de mercados y rol facilitador de las relaciones de reciprocidad.

-1° nivel: **Aumentar y diversificar una producción comercializable.**

Acción colectiva para apoyo institucional y técnico de políticas públicas

+ Reciprocidad familiar y interfamiliar en la producción : *compartir recursos, saberes, técnicas y trabajo + ayuda mutua*

-2° nivel : **Acceso a los mercados**

Organización formal y informal + prácticas economía solidaria y relaciones de reciprocidad (*ayuda mutua: carona, transporte, contactos, venta a media*)

-3° nivel : **Perennidad y institucionalización de los mercados**

Organización para cualificación y certificación o exportación

+ Relaciones de reciprocidad entre productores y clientes/consumidores

### 3.1. Construcción social para la producción de excedentes comercializables

Las interacciones y cooperaciones son movilizadas para la producción de un excedente diversificado destinado a venta

Se trata de aumentar su producción y desarrollar una autonomía

Supone de tomar conocimiento de los diferentes circuitos y desarrollar estrategias de producción específicas para su acceso:

- **Acción colectiva**
  - Asociación comunitaria: adquisición de capacidades de planeamiento y de organización solidaria (*acceso a AT en GO y crédito en PB*)
- **Reciprocidad entre las familias y las comunidades**
  - Ayuda mutua (*cara a cara*) familiar y interfamiliar
  - Compartimiento de informaciones o referencias técnicas en reuniones técnicas y sociales (*religión, fiestas, deporte, transporte escuela, política*)
  -
- **Políticas públicas**
  - Fondos rotativos solidarios (*FRS*) apoyados por ONG's en la Borborema
  - Acceso a tierra e agua en Mambai y Borborema (*PIMC/PITierra/2 aguas*)
  - Crédito Pronaf, asistencia técnica del *SEBRAE, EMATER, ICM-BIO* (2 casos)

### 3.2. Construcción social para el acceso a los mercados

Se trata, mediante la cooperación de aumentar el aprendizaje y la autonomía de las familias principalmente mediante el acceso a circuitos de comercialización con control social de los productores:

- **Acción colectiva**
  - Asociaciones (*EcoBorborema*) y cooperativas (*pollo "caipira"*) en PB:
  - Asociaciones PA + *organización feria municipal de la A F* en Mambai –GO
- **Reciprocidad**
  - Ayuda mutua para administración entrada en circuito PAA-PB (plataforma internet)
  - Carona solidaria en Mambai-GO
  - Compartimiento información y repartición de productos (2 casos)
  - Compartimiento de banca en la feria
- **Políticas públicas**
  - Políticas de inclusión social y económica: PAA e PNAE en Borborema
  - Apoyo do Territorio Borborema (MDA-Proinf) para barracas ferias agroecológicas
  - Apoyo ICM-BIO, UnB y Emater Go para capacitación extractivismo en Mambai
  - Apoyo UnB, ICM-BIO, Municipalidad para Feria municipal de la AF

### 3.3. Construcción social para mantener y consolidar los mercados

Las relaciones de reciprocidad son movilizadas para asegurar la perennidad del dispositivo y su institucionalización. Una de las estrategias es la diferenciación de los productos en el mercado y precio más justo. Se trata de cultivar productos saludables a partir de prácticas sustentables o ecológicas

### ***Acción colectiva en Borborema***

- Cualificación y construcción confiabilidad, certificación calidad agroecológica
- Certificación auditoria externa/circuitos largos supermercados y restaurantes

### ***Reciprocidad en Mambai y Borborema***

- venta directa → relación de reciprocidad “*cara a cara*” productor/consumidor
- conversas sobre los productos y procesos → relaciones de confianza, proximidad, respecto mutuo y hasta amistad
- cuidado o atención por parte del productor → fidelidad del cliente.

### ***Políticas públicas***

- Certificación OCS agroecológica en Borborema (+ 25% precio agroecológicos)
  - valores de equidad e justicia inseridos en la relación mercantil
- Papel de interface entre lógica mercantil y lógica de reciprocidad
- Nueva propuesta para economía solidaria

## **4. Lecciones: movilizar métodos y dispositivos de interacción territorios/cadenas**

Las políticas públicas para la agricultura familiar y la agroecología deben adoptar una dimensión territorial:

→ AF y agroecología no solo sistemas técnicos en escala de la unidad de producción: → ***socio-agro-ecosistemas en la escala territorial***

→ la calificación productos (agroecología) depende de ***redes socio-técnicas*** en la escala territorial

→ Para preservar los recursos naturales: necesidad de un ***efecto escala*** frente a escala del agronegocio o de la agricultura convencional

Las prácticas deben ser adaptadas y socializadas de acuerdo con los socio-agro-ecosistemas locales

→ Los ***mercados consumidores son también locales, territoriales*** y el acceso a mercados distantes depende de ***coordinación local o regional***

## **Conclusión**

**Los instrumentos de políticas públicas son indispensables y son movilizados por los grupos de agricultores :**

- papel seminal o estructural del apoyo a la producción y su diversificación;
- papel social de la organización, para cualificación y/o certificación social;
- capacidad de ofrecer una interface entre lógica mercantil y de reciprocidad para la regulación de la competencia ligada al mercado de intercambio.

**Hay que integrar la complejidad de la construcción social de los mercados**

- carácter mixto o híbrido de las configuraciones sociales y de los arreglos institucionales
- que combinan prácticas de intercambio mercantil y prácticas de reciprocidad.

## Referências movilizadas o consultadas

- AS-PTA, *Agricultores Familiares do Agreste Paraibano. O caso dos municípios de Solânea e Remígio*, Solânea-PB: AS-PTA, 1997, 28p.
- AS-PTA, *Comissão Territorial da Batatinha Agroecológica planeja ações para 2015 e comemora resultados de 2014*, AS-PTA, 2014 <http://aspta.org.br/2014/12/comissao-territorial-da-batatinha-agroecologica-planeja-aco-es-para-2015-e-comemora-resultados-de-2014/> acesso 5/5/2015
- ASSIS Thiago Rodrigo de Paula. Sociedade Civil e a construção de políticas públicas na região: O caso do Programa Um Milhão de Cisternas Rurais (P1MC). *Revista Pol.Públ*, São Luis, v.16, n°1 pp.179-189, jan/jun 2012.
- CALLON, Michel. Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Briec Bay in *Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge*, John LAW (ed).p 196-233 London: Routledge & Kegan P., 1986
- CARDONA Aurèlie, CHRETIEN Fanny, LEROUX Benoit, RIPOLL Fabrice, THIVET Delphine. *Dynamiques des agricultures biologiques: Effets de contexte et appropriations*. Versailles, Quae, Educagri 2014, p 159.
- FICHTER, Joseph H. *Sociologia*, São Paulo, Editora Herder, 1967
- MALINOWSKI, Bronislaw. *Les argonautes du Pacifique Occidental*, Paris, Payot, 1963. (ed. orig. *Argonauts of the Western Pacific*, London, Routledge,1922])
- MAUSS, Marcel "Essai sur le Don", In: *Sociologie et Anthropologie*, Paris, PUF, réédition 1989 [1924]
- OSTROM, Elinor. *Governing the commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- POLANYI, Karl, A grande transformação. Rio de Janeiro, Editora Campus Ltda, [1944] 2000.
- SABOURIN Eric, Camponeses do Brasil, entre a troca mercantil e a reciprocidade. Rio de Janeiro. Editora Garamond Universitária, 2009, 238p. Col. Terra Mater,
- SABOURIN Eric, Sociedades e organizações camponesas: uma leitura através da reciprocidade. Porto Alegre, Ed. da UFRGS, 2011, Serie Estudos Rurais,
- SABOURIN, Eric. Acesso aos mercados pela Agricultura Familiar: Uma leitura pela reciprocidade e a economia solidaria. *Revista Econômica do Nordeste*, N° especial Agricultura familiar 2014
- SILVEIRA, Luciano Marçal da; VICTOR, Roselita ; ANACLETO, Nelson. (2007), Saíndo de trás do birô : a reconstrução do movimento sindical no agreste da Paraíba. *Agriculturas: experiências em agroecologia*. Rio de Janeiro, AS-PTA. V.4, N° 2 p. 10-4
- TEMPLE Dominique, L'économie humaine in *La revue du MAUSS* n°10, (1) :103-109,1997.
- TEMPLE Dominique, *Teoría de la Reciprocidad*. La Paz, Bolivia: PADEP/ GTZ, 3 Tomos, 2003
- TEMPLE Dominique, Théorie de la réciprocité, 1999, <http://dominique.temple.free.fr/> acesso em 3/04/2015
- WILKINSON, John. Mercados, Redes e Valores: O Novo Mundo da Agricultura Familiar. Porto Alegre, Ed da UFRGS, Serie Estudos Rurais, 2008