

CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS: ESTRATÉGIA DE FORTALECIMENTO DA AUTONOMIA DOS AGRICULTORES FAMILIARES NO SEMIÁRIDO BRASILEIRO

Farias, Jorge Luis de Sales¹
Fernandes, Francisco Eden Paiva²
Fernandes, Cellyneude de Souza³
Machado, Adriana Brandão Nascimento⁴

Recibido: 14-09-2015 Revisado: 21-01-2016 Aceptado: 28-07-2016

RESUMO

O processo de modernização da agricultura brasileira resultou no aumento da dependência dos agricultores familiares, reduzindo sua autonomia e deixando-os à mercê de forças externas. Contudo, existe um contramovimento silencioso, onde os agricultores estão constantemente buscando alternativas de resistência e lutando por espaços de autonomia. Este artigo teve como objetivo caracterizar e analisar a utilização de uma abordagem sociotécnica como instrumento para a construção social de mercados para agricultores familiares no Semiárido brasileiro com foco no fortalecimento da autonomia desses atores. O estudo ocorreu em duas comunidades rurais de Sobral (Ceará, Brasil). Foi utilizado um modelo de inovação social como prática epistêmica e metodológica para a construção do processo de desenvolvimento rural sustentável. A abordagem teórica e analítica utilizada para compreender o processo de construção social de mercados serviram-se da perspectiva orientada aos atores e da sociologia econômica. Os principais resultados permitiram verificar que a autonomia dos agricultores em relação aos mercados encontrava-se fragilizada, demonstrando elevada dependência. A utilização do modelo possibilitou a expressão das capacidades dos agricultores em reconhecer o contexto local e suas relações, bem como a problematização sobre as formas de inclusão em mercados. Este foi o instrumento para a promoção da reconfiguração de práticas no processo de construção social de mercados, a partir da potencialização das ações econômicas locais de

¹ Graduação em Medicina Veterinária (Universidade Estadual do Ceará – UECE, Brasil); Especialidade em Produção Animal no Trópico Semiárido (UVA, Brasil); Mestre em Zootecnia (UVA, Brasil). Pesquisador da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), na área de Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural Sustentável. **Endereço:** Fazenda Três Lagoas, Estrada Sobral/Groaíras, Km 4 Caixa Postal: 145 CEP: 62010-970 – Sobral, CE, Brasil. **Telefone:** +55-88-31127593; **e-mail:** jorge.sales@embrapa.br

² Graduação em Zootecnia (Universidade Estadual Vale do Acaraú – UVA, Brasil); Mestre em Zootecnia (Universidade Federal de Viçosa – UFV, Brasil); Doutor (UFV, Brasil). Analista da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). **Endereço:** Fazenda Três Lagoas, Estrada Sobral/Groaíras, km 4 Caixa Postal: 145 CEP: 62010-970 - Sobral, CE, Brasil. **Telefone:** +55-88-31127479; **e-mail:** eden.fernandes@embrapa.br

³ Graduação em Zootecnia (Universidade Estadual Vale do Acaraú – UVA, Brasil); Mestre em Zootecnia (Universidade Federal do Ceará – UFC, Brasil); Doutora em Zootecnia (Universidade Federal de Viçosa – UFV, Brasil). Professora na Faculdade Luciano Feijão (Sobral, CE, Brasil); bolsista do Programa Nacional de Pós Doutorado da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (PNPD/CAPES, Brasil). **Endereço:** Fazenda Três Lagoas, Estrada Sobral/Groaíras, km 4 Caixa Postal: 145 CEP: 62010-970 - Sobral, CE, Brasil. **Telefone:** +55-88-31127479; **e-mail:** cellyneudeolivindo@yahoo.com.br

⁴ Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo (Universidade Federal do Piauí – UFPI, Brasil); Especialidade em Comunicação Pública (Universidade Gama Filho – UGF, Brasil). Analista da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), na área de Comunicação Organizacional. **Endereço:** Fazenda Três Lagoas, Estrada Sobral/Groaíras, Km 4 Caixa Postal: 145 CEP: 62010-970 – Sobral, CE, Brasil. **Telefone:** +55-88-31127487; **e-mail:** adriana.brandao@embrapa.br

inclusão socioproductiva, fortalecendo suas redes de relacionamentos, como forma de operacionalizar o processo de mercantilização. Nesse contexto, o elemento fundamental deverá ser a expressão da capacidade de agência, possibilitando uma reconfiguração da coprodução, via construção de novos domínios e promoção de redes que favoreçam a autonomia desses atores e que contribuam ao desenvolvimento rural a partir da diversificação da economia local.

Palavras-chave: Brasil, Ceará, desenvolvimento rural sustentável, inovação social, perspectiva orientada aos atores, sociologia econômica, redes

RESUMEN

El proceso de modernización de la agricultura brasileña ha resultado en una mayor dependencia de la agricultura familiar, reduciendo su autonomía y dejándola a merced de fuerzas externas. Sin embargo, hay un contra movimiento silencioso, en el que los agricultores buscan constantemente alternativas por su autonomía. Este artículo tiene por objetivo caracterizar y analizar el uso de un enfoque sociotécnico como herramienta para la construcción social de mercados para agricultores familiares en la región semiárida brasileña, con énfasis en el fortalecimiento de la autonomía de estos actores sociales. El estudio se realizó en dos comunidades rurales de Sobral (estado de Ceará, Brasil). Se utilizó un modelo de innovación social como práctica epistémica y metodológica para la construcción del proceso de desarrollo rural sostenible. Los enfoques teóricos y analíticos utilizados para comprender el proceso de construcción social de los mercados fueron la Perspectiva orientada a los actores y la Sociología económica. Los principales hallazgos dieron cuenta que la autonomía de los agricultores frente a los mercados se vio debilitada, debido a una elevada dependencia. El modelo utilizado permitió la expresión de las capacidades de los agricultores para reconocer el contexto local y sus relaciones socioeconómicas, así como también las dificultades que enfrentar para ser incluidos en los mercados. Este fue el instrumento para la promoción de la reconfiguración de las prácticas en la construcción social de mercados, a partir de la explotación de las acciones económicas locales de inclusión socioproductiva, con fortalecimiento de sus redes sociales como una forma de poner en práctica el proceso de mercantilización. En este contexto, el elemento clave debe ser la expresión de la capacidad de la «agencia», que permite la reconfiguración de coproducción, con la construcción de nuevos dominios y la promoción de redes a favor de la autonomía de estos actores, contribuyendo así con el proceso de desarrollo rural a partir de la diversificación de la economía local.

Palabras clave: Brasil, Ceará, desarrollo rural sostenible, innovación social, perspectiva orientada al actor, sociología económica, redes

ABSTRACT

The modernization of Brazilian agriculture resulted in increased dependence on family farming –that is, reducing its autonomy–, and therefore external forces are now in control. However, there is a silent movement among the farmers in order to pursue alternatives means to increase its autonomy. This article aims to characterize and analyze the use of a socio-technical approach as a tool for social construction of markets for family farmers in the Brazilian semiarid region, with focus on strengthening the autonomy of these actors. The study occurred in two rural communities in Sobral (Ceará State, Brazil). A model of social innovation using epistemic and methodological practice was applied, in order to build a sustainable rural development process. Therefore, the theoretical and analytical approach to understand the process of social construction of markets was Actor-oriented perspective and Economic sociology. Main findings revealed that the autonomy of farmers for the market was fragile, revealing high dependency on external forces. This methodology enabled the expression of the capacities of farmers to recognize the local context and their relationships, as well showing different ways for market inclusion. Therefore, the methodology was able to promote the social construction of markets process, derived by local economic actions in order to use the social networks as a way to operationalize the inclusion of farmer's products in the local and regional market. In this context, the key element should be the expression of agency capacity of the smallholder to act in order to reconfigure the co-production and to implement the construction of new domains and networks, which certainly will favor the autonomy of these actors. Therefore, the diversification of the local economy will add up to the process of rural development.

Key words: Actor-oriented perspective, Brazil, Ceara, economic sociology, networks, perspective oriented actors, social innovation, sustainable rural development

RÉSUMÉ

Le processus de modernisation de l'agriculture brésilienne a résulté en l'augmentation de la dépendance des agriculteurs familiaux, en la réduction de leur autonomie, ce qui a conduit à laisser les agriculteurs dépendant des forces externes. C'est-à-dire qu'il existe un contre mouvement silencieux où les agriculteurs ont constamment cherché des alternatives de résistance, en luttant pour son autonomie. Cet article a comme objective caractériser et analyser l'utilisation de une approche sociotechnique comme instrument pour la construction sociale des marchés pour les agricultures familiales dans le semi-aride brésilienne, moyennant le renforcement de l'autonomie de ces acteurs. L'étude a été réalisé en deux communautés rurales de Sobral, Ceará, au Brésil. On a utilisé un modelé d'innovation sociale comme pratique épistémique et méthodologique pour la construction du processus de développement rurale durable. L'abordage théorique et analytique utilisé pour comprendre le processus de construction sociale des marchés a été la perspective orientée vers les acteurs et la sociologie économique. On a vérifié que l'autonomie des agriculteurs en relation aux marchés a été fragilisée, en démontrant une dépendance élevée. L'utilisation de ces modèles a possibilité l'expression des capacités des agriculteurs en retrouvant le contexte local et ses relations, ainsi comme leurs difficultés d'inclusion dans les marchés problématisation sous les formes d'inclusion en marchés. Ceci a été l'instrument pour la promotion de la reconfiguration des pratiques dans le processus de construction des marchés, à partir de la potentialisation des actions économiques locales d'inclusion socio-productive, en enrichissant les réseaux de rapports, comme façon de adopter le processus de « marchandisation ». Dans ce contexte, l'élément fondamental doit être l'expression de la capacité de « l'agence », en donnant la possibilité d'une reconfiguration de la coproduction, avec la construction des nouveaux domaines et la promotion des réseaux en faveur de l'autonomie de ces acteurs, contribuant ainsi avec le processus de développement rurale à partir de la diversification de l'économie locale.

Mots-clé : Brésil, Ceará, développement rural durable, innovation sociale, perspective orientée vers les acteurs, sociologie économique, réseaux

1. INTRODUÇÃO

Este artigo faz parte de um estudo sobre o processo de inovação com o foco na construção social de mercados, como uma estratégia de inclusão socioproductiva de agricultores familiares. Assim, emerge a reflexão sobre a utilização de abordagens sociotécnicas construtivistas alinhada à capacidade dos agricultores em construir práticas de mercantilização, como uma alternativa para fortalecer a autonomia desses atores no Semiárido brasileiro.

A Região Nordeste é caracterizada pelo Semiárido brasileiro, que apresenta forte insolação, temperaturas relativamente altas e regime de chuvas marcado pela escassez, irregularidade e concentração das precipitações em breves períodos (Silva *et al.*, 2010). Essa região concentra a metade dos estabelecimentos rurais de base familiar do país que, na sua maioria, são atingidos por uma terrível mazela social: a pobreza. Diferentes políticas vêm sendo executadas com a finalidade de amenizar e até mesmo eliminar este grande problema. Entretanto, as ações direcionadas para o rural apresentam-se descontextualizadas e, na maioria das vezes, direcionadas apenas para políticas agrícolas

semelhantes às já concebidas nas décadas de 1960 e 1970 (ou seja, políticas que contribuíram para a situação vigente).

Uma das consequências dessa política modernizante para a agricultura brasileira foi o aumento da dependência dos agricultores familiares, que reduziu sua autonomia e os deixou a mercê de forças externas, resultando em uma crescente diferenciação socioeconômica entre os estratos sociais da agricultura. Essa diferenciação levou a uma exclusão social que culminou com a manutenção da pobreza no meio rural. Nesse sentido, a pobreza deve ser entendida como uma ruptura na autonomia dos agricultores familiares, comprometendo a sua reprodução social. Salienta-se, que esses atores não são percebidos como sujeitos ativos sob a ótica do paradigma predominante, mas estereotipados como sujeitos passivos, subordinados a uma dominação econômica, social e política, que invisibiliza seu protagonismo. Além disso, questões como participação social, equidade e autonomia são meros coadjuvantes de um processo de desenvolvimento rural.

Por outro lado, Schneider, Menezes, Silva & Bezerra (2014) afirmam que está em curso um

processo silencioso de mudança da base produtiva e tecnológica da agricultura e da produção agroalimentar no Brasil, no qual os agricultores familiares estão conquistando um papel de destaque, em virtude da sua busca contínua pela sua autonomia e negação de um padrão produtivo que lhes é totalmente antagônico.

Para o estabelecimento desses novos caminhos, destaca-se a necessidade de compreender o processo de mercantilização como uma estratégia para fortalecer a autonomia dos agricultores em relação aos mercados. Não obstante, a mercantilização não poderá se resumir ao que é preconizado pelos modelos estruturalistas de desenvolvimento rural, que atribuem às forças externas o processo de mudança social e econômica. Por sua vez, existem perspectivas que se opõem a essas interpretações, alinhando-se com o entendimento de que esse processo é resultante das negociações e disputas entre os atores que envolve o controle de recursos – materiais e simbólicos, e desta forma, o domínio dos mercados (Conterato, Niederle, Radomsky & Schneider, 2011).

Sabourin (2014) afirma que a agricultura familiar apresenta dificuldades de acessar mercados parciais e diversificados devido às suas características socioeconômicas específicas, fundadas no trabalho familiar e na fusão entre unidade doméstica e produtiva. Contudo, segundo este mesmo autor, os agricultores familiares têm promovido iniciativas de acesso aos mercados ligadas às formas de organização social, marcadas pela proximidade e pela identidade, incluindo a construção social de mercados. Por sua vez, Sacco dos Anjos & Becker (2014) destacam a importância dos mercados como uma oportunidade de realizar a inclusão social, onde os setores mais frágeis da sociedade devem ter o direito de exercer sua cidadania por meio da possibilidade de comercializar o fruto do seu trabalho e/ou de sua produção.

Este artigo tem como objetivo caracterizar e analisar o processo de mercantilização a partir de uma experiência de construção social de mercados realizada no município de Sobral, estado do Ceará, localizado na região Nordeste do Brasil, por meio de um processo de inovação social. Esta análise está amparada em referenciais teóricos e analíticos relacionados ao desenvolvimento rural sustentável⁵.

Ressalta-se a carência de estudos rurais sobre este tema no Nordeste brasileiro, no que se refere às inovações sociais e a utilização de perspectivas analíticas que contemplem o fortalecimento da autonomia dos agricultores familiares.

O artigo está dividido em cinco partes, além da introdução e considerações finais. Na primeira parte, será apresentado o referencial teórico sobre o processo de mercantilização e mercados a partir do paradigma para o desenvolvimento rural sustentável. Em seguida, será descrita a abordagem sociotécnica que foi utilizada como instrumento de inovação para o fortalecimento da autonomia dos agricultores familiares em mercados. A terceira parte, apresentará a metodologia utilizada neste estudo para caracterizar e analisar o processo de mercantilização a partir da utilização da abordagem sociotécnica. Na quarta, o foco será a caracterização do processo de mercantilização e de inovação para a construção social de mercados. Na última parte, será apresentada uma análise sobre o fortalecimento da autonomia dos agricultores em relação aos mercados, a partir da atuação ativa desses atores para o desenvolvimento local.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Perondi & Schneider (2012) afirmam que, após meio século de intervenções no meio rural com o foco no desenvolvimento, estudiosos e formuladores de políticas chegaram a um quase consenso em torno da ideia de que a promoção de mudanças sociais e econômicas constitui-se em um desafio que requer muito mais do que substituir ou ofertar novos fatores de produção. Essas mudanças são decorrentes do tipo de abordagem utilizada para o estabelecimento do processo de desenvolvimento rural. De acordo com Mior (2009) existem duas grandes abordagens em relação aos dilemas colocados pelo processo de globalização: uma está relacionada com a própria globalização e internacionalização e a outra centrada na realocização e diversidade da agricultura e do sistema alimentar. Conforme Niederle (2013), ocorreram mudanças nos regimes de responsabilização no sistema agroalimentar a partir de um processo de globalização, saindo do controle das famílias em direção aos oligopólios globais. Nesse sentido, Matte, Neske, Borba, Waquil & Schneider (2014) afirmam que a emergência da

⁵ Ploeg et al. (2000) afirmam na existência de mudanças de paradigmas sobre o processo de desenvolvimento

rural. Para esses autores o desenvolvimento rural sustentável é multinível, multiator e multifacetado.

relocalização como protagonista na ressignificação da produção agroalimentar, associa e valoriza aspectos como o enraizamento social do lugar, relações de confiança e, sobretudo, a formação de cadeias curtas na produção de alimentos.

Dessa forma, sob um novo contexto, a agricultura familiar assume um papel de destaque para o desenvolvimento rural do país, consolidando-se devido às suas contribuições para diferentes dimensões da sustentabilidade. O Censo Agropecuário realizado em 2006 identificou 4.367.902 estabelecimentos da agricultura familiar, o que representa 84,4% dos estabelecimentos brasileiros, ocupando 24,3% da área total e representando 74,4% das pessoas ocupadas e responsável por 38% do Valor Bruto da Produção. Apesar da sua inquestionável importância socioeconômica para o desenvolvimento do país, a agricultura familiar brasileira foi marginalizada do processo de modernização da agricultura (Xavier, Molina, Zoby, Torres & Gastal, 2009).

Silva (2009) afirmou que o modelo de desenvolvimento fundamentado na modernização da agricultura institucionalizou a metáfora de um mundo máquina, concebendo a agricultura em uma estrutura precisa, regular e previsível de produzir alimentos e fibras; ou seja, somente poderia existir uma agricultura, a agricultura moderna. Essa forma de compreender o rural, como uma máquina de produzir alimentos, materializou-se sob um padrão tecnológico, no qual o mercado é o indutor da inovação (Marques, 2011).

Navarro (2001) relatou que este processo levou a um rompimento com o passado por integrar fortemente as famílias rurais a uma nova racionalidade produtiva, mercantilizando a vida social e, em lento processo histórico, quebrando a relativa autonomia setorial que em outros tempos a agricultura teria experimentado. Assim, como explicita Niederle (2006), a mercantilização sugerida pela dependência dos agricultores aos mercados é uma relação condicionada pelo contexto externo e apresenta uma dinâmica a partir da qual os agricultores negociam a inserção em diferentes circuitos de troca, tendo em vista suas próprias condições e os interesses dos demais atores.

Ploeg *et al.* (2000) apontam para a necessidade da construção de um novo desenvolvimento rural que deverá ser amparada por novas teorias que adequadamente reflitam sobre redes, práticas e identidades. Sen (2010) afirma que o desenvolvimento sob uma perspectiva de liberdade

deverá conceber uma economia com uma visão orientada para o agente⁶, com oportunidades sociais adequadas, onde os indivíduos podem efetivamente moldar seu próprio destino e ajudar uns aos outros.

Nesse sentido, Marques, Ploeg & Dal Soglio (2012) afirmam que o surgimento de uma agricultura sustentável não deverá se fundamentar apenas na criação de novos produtos ou cadeias alimentares alternativas, mas também envolve a construção de diferentes configurações sociais, requerendo novos padrões de aprendizagem e o ingresso de diferentes atores sociais. E, segundo Darolt, Lamine & Branemberg (2013) está ocorrendo um movimento de resistência, como contraponto à crise no sistema agroalimentar, que abre espaço para a discussão de novas proposições de desenvolvimento rural incorporando não apenas variáveis técnico-produtivas, econômicas e ambientais, mas também valores sociais, éticos e culturais; e, dessa forma, possibilitando a reconexão entre agricultores e consumidores.

Por sua vez, os mercados podem ser compreendidos como formas de interação da agricultura familiar com a sociedade e que existem pelo menos duas perspectivas para compreender o processo de acesso aos mercados (Plein & Filippi, 2011). Uma perspectiva estabelece que os agricultores são totalmente dependentes do mercado, enquanto, a outra defende uma visão alternativa que os mercados são construções sociais. Segundo esses autores, essas abordagens são a tese e antítese, devendo avançar para uma síntese, levando em consideração os aspectos relevantes das duas perspectivas, procurando compreender o papel das instituições e a capacidade dos atores no funcionamento de mercados.

Os mercados não surgem como um rearranjo espontâneo de agentes econômicos que procuram otimizar suas transações mercantis, mas são decorrentes de um conjunto não coordenado de decisões institucionais, relações pessoais e culturais (Steiner, 2006). Assim, Nierdele (2006) salienta que

⁶ O conceito de *agente* utilizado por Sen difere do termo emprego na literatura sobre economia e teoria dos jogos. Na sua concepção a condição de agente é de alguém que age e ocasiona mudanças e cujas realizações podem ser julgadas de acordo com seus próprios valores e objetivos, independentemente de as avaliarmos ou não segundo critérios externos (Sen, 2010).

os agricultores apresentam a capacidade de agente⁷ e reagem a este tipo de ambiente, onde podem alterar o processo e sustentar relações mercantilizadas a partir de valores determinados por elementos não mercantis, expressando alternativas de resistência. Dessa forma, Schmitt (2011) reforça a existência de crescente interesse sobre questões relacionadas com o enraizamento de redes, valores, produtos e territórios, que favorecem a emergência de possibilidades para a construção de mercados.

Partindo da premissa que as ações econômicas de trocas mercantis têm como base um enraizamento nas relações sociais e a emergência de novas práticas e processos entre as unidades produtivas com mercados poderão estar fundamentadas em uma perspectiva construtivista, resultando não apenas em novos canais de comercialização; mas, sobretudo, em maiores níveis de autonomia das famílias em relação aos mercados de produtos (Oliveira & Araújo, 2014).

Assim, uma das formas para a inclusão produtiva de agricultores familiares em mercados deverá estar alinhada com um processo de inovação coletivo em que se reconheça a capacidade dos atores em construir mercados. Nesse sentido, a inovação social emerge como uma estratégia para atingir esse fim. Piraux & Bonnal (2011) definem a inovação social como um alinhamento de interesses coletivos em torno de um objetivo ou causa cuja execução se dá por intermédio de um dispositivo de grupo que requer organização, governança e redistribuição de encargos e poder. De forma semelhante, Neumeier (2012) conceitua a inovação social como um processo coletivo que não pode ser realizada por apenas um indivíduo, sendo resultante de grupos colaborativos que atuam em uma rede de interesses, fundamentadas nas alianças entre diferentes atores e o seu potencial está relacionado com a existência de redes e capital social disponível. Entretanto, a inovação social é pouco estudada, diferentemente das inovações técnicas e econômicas (Cajaiaba-Santana, 2014) e, conseqüentemente, pouco compreendida.

Schmitt & Grisa (2013) afirmam que a

⁷ De acordo com Menezes & Malagodi (2011) a *capacidade de agente* significa possuir capacidade ou habilidade para influenciar e atuar sobre outros; ou seja, a capacidade de ação que faz de alguém ou de um grupo de atores um elemento atuante no contexto social específico.

localização do atual sistema agroalimentar configura-se hoje como um campo extremamente rico de experimentação social e debate. Dessa forma, surgem questões relacionadas a este tipo de inovação e à construção do processo de transição sociotécnica direcionada para o desenvolvimento rural sustentável.

3. UMA ABORDAGEM SOCIOTÉCNICA COMO INSTRUMENTO PARA A INOVAÇÃO COM FOCO NO DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL

Entre os desafios inerentes ao desenvolvimento rural sustentável está o processo de inovação. Nesse sentido, a partir de paradigmas construtivistas o processo de inovação deve ser reorientado para o fortalecimento da autonomia dos agricultores familiares. De acordo com Monllor (2013) a inovação deve ser mais cooperativa do que competitiva, próxima da realidade dos agricultores, com a construção de soluções emergindo de suas necessidades e com os recursos existentes no local. Para tanto, devem ser estruturados ambientes de inovação, por meio de uma transição sociotécnica, possibilitando a reconfiguração de práticas sociais dentro de contextos específicos.

Nesse contexto, a inovação social constitui-se em elemento basilar para um novo processo de desenvolvimento, rompendo com a perspectiva linear das inovações agrícolas, referente ao paradigma da modernização, oportunizando novas formas de inovações no meio rural. Para isso, devem ser utilizadas abordagens que contemplem a participação dos agricultores como sujeitos ativos no processo de desenvolvimento. Thiollent & Silva (2007) afirmam que essa forma de abordagem deve apresentar como denominador comum o princípio da participação, em diversas formas e graus de intensidade, de todos os atores envolvidos nos problemas que pretendem resolver, abrangendo um amplo conjunto de métodos e técnicas de pesquisa, ensino, extensão, avaliação, gestão e planejamento.

Para a construção social de mercados utilizou-se uma abordagem sociotécnica de natureza construtivista, que permitiu a interface entre conhecimento científico e tácito, reconhecendo sua complementariedade na construção de conhecimentos, como uma prática epistêmica e metodológica. Essa metodologia foi denominada de *Sustentare*, é orientada por eixos norteadores como abordagem localizada, protagonismo,

participação, dialética, alteridade, aprendizagem, cooperação e controle social. A abordagem consiste nas seguintes etapas: Gestão para Autonomia, Conhecer para Atuar; Planejar para Fortalecer, Construir a Sustentabilidade Local, Monitorar e Avaliar a Sustentabilidade e Comunicar para o Desenvolvimento (Figura Nº 1).

A Gestão para Autonomia é uma etapa transversal às demais e corresponde ao fortalecimento da capacidade de agência dos agricultores, estimulando seus domínios em seus espaços sociotécnicos para a construção de um conhecimento contextualizado e promovendo a solidariedade e a reciprocidade entre os mesmos. Tem como princípio orientador o reconhecimento de saberes locais e a construção de relações horizontalizadas, possibilitando o fortalecimento do capital social por meio da participação e cooperação dos agricultores familiares no decorrer da implementação do processo.

A etapa Conhecer para Atuar é uma das estratégias de interação entre agricultores, técnicos e pesquisadores no processo de construção de um

aprendizado coletivo por meio do conhecimento dos agentes externos e reconhecimento dos agricultores e moradores das comunidades, com a finalidade de conhecer as condições sobre o meio de vida dos agricultores a partir do reconhecimento do contexto local, dos recursos e instituições. A construção de uma nova percepção pelos atores sociais envolvidos na mediação, sobre problemas e potencialidades locais permite a elaboração das demandas e sua priorização.

A etapa seguinte, Planejar para Fortalecer, ocorre o planejamento comunitário participativo com a realização de uma problematização com os agricultores familiares. Nessa etapa, a importância do papel social dos agricultores se expressa como sujeitos transformadores de sua realidade, com a elaboração de planos de ação comunitário.

Construir a Sustentabilidade Local é a etapa na qual se intensificam as interfaces entre diferentes saberes, possibilitando a construção de um novo conhecimento, conectado com as demandas locais, representando uma alternativa às abordagens convencionais de progresso técnico. Nessa etapa

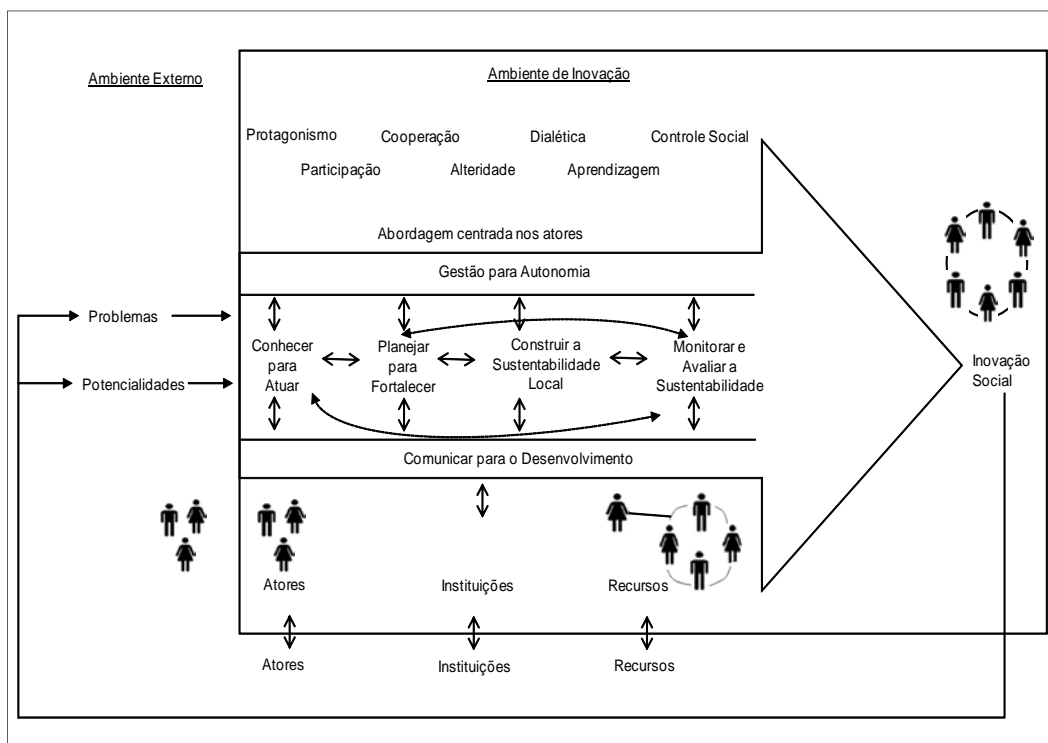


Figura 1. Representação esquemática da metodologia Sustentare

Fonte: elaborado pelos autores

são implementadas ações para atender as demandas da comunidade em termos do planejamento participativo. Ressalta-se a emergência das inovações sociais a partir de um processo de aprendizagem na busca de soluções adequadas a cada contexto.

A etapa do Monitorar e Avaliar a Sustentabilidade apresenta como objeto de análise a inovação realizada pelos agricultores, como um processo de reconfiguração de suas práticas na busca de solucionar problemas, bem como a sua contribuição para o desenvolvimento rural e a melhoria na qualidade de vida.

A Comunicação para o Desenvolvimento, semelhante à gestão para autonomia, é transversal às outras etapas da metodologia, onde os fluxos de informação se estabelecem com o fim de promover e agilizar o processo de conhecimento e a sua apropriação pela sociedade, com a finalidade de transformar e melhorar as condições de vida dos sujeitos. Consiste em um processo de alteridade, onde o diálogo é a estratégia para o processo de apreensão do conhecimento pelos diferentes atores envolvidos no processo.

Ressalta-se que os processos transversais, devido a sua natureza, resultam no estabelecimento de espaços sociotécnicos permanentes onde ocorrem as interfaces entre diferentes saberes, culminando na construção e/ou fortalecimento de conhecimentos na comunidade. Assim, são estruturas que reconhecem e fortalecem a capacidade dos agricultores familiares como sujeitos ativos do seu próprio desenvolvimento, capazes de construir e reconstruir suas histórias na busca do protagonismo.

4. METODOLOGIA

O estudo sobre o processo de construção de conhecimentos com foco na mercantilização voltada para o fortalecimento da autonomia dos agricultores foi realizado nas comunidades de Pé de Serra Cedro e Sítio Areias, na zona rural de Sobral, Ceará, Brasil. O município de Sobral está localizado na região Noroeste do estado do Ceará, latitude 3° 41' 10" e longitude 40° 20' 59", com clima tropical quente semiárido e tropical quente semiárido brando, a temperatura média é compreendida entre 26° a 28°C, inserido no Semiárido brasileiro, susceptível às frequentes perturbações climáticas, denominadas de secas. O município apresenta um intenso processo de urbanização (89%), enquanto que a população rural apresenta elevado estágio de pobreza

(aproximadamente 80% da população é considerada como pobre e 31,5% extremamente pobre). De acordo com o censo agropecuário realizado em 2006, 95,3% dos estabelecimentos rurais desse município são de base familiar e ocupam apenas 29,6% da área. Por outro lado, unidades rurais consideradas não familiares representam 4,7% e ocupam 70,4% da área.

As comunidades foram selecionadas a partir de critérios relacionados com a localização, a existência de uma rede agricultores no local e a disponibilidade dos agricultores em realizarem o experimento social a partir da utilização do modelo de inovação social para o desenvolvimento de uma nova perspectiva para o local. Foram formados grupos de interesse, compostos por 12 e sete famílias nas comunidades Pé de Serra Cedro e Sítio Areias, respectivamente.

4.1. TÉCNICA DE PESQUISA

Partindo do pressuposto que o desenvolvimento rural sustentável é um processo em construção, no sentido de que os agricultores familiares – como sujeitos ativos do processo – estão constantemente lutando pela sua autonomia, admite-se que esta realidade é fluente e os processos de investigação dependem das concepções, valores e objetivos dos pesquisadores.

Dessa forma, utilizou-se a etnografia como uma estratégia para a realização dessa pesquisa de natureza qualitativa. A estratégia apresentou como pressuposto a interação direta com as pessoas na sua vida cotidiana, o que auxilia a compreender suas concepções, práticas, motivações, comportamentos e procedimentos, e os significados que atribuem a essas práticas (Chizzotti, 2010). Ressalta-se a busca por elementos que possibilitem o entendimento sobre os processos sociais cotidianos dos agricultores familiares na luta por sua autonomia. Minayo (2013) salienta que este tipo de estudo se aplica ao estudo da história, das relações, das representações, das crenças, das percepções, produtos das interpretações que os humanos fazem a respeito de como vivem, constroem seus artefatos e a si mesmos.

A pesquisa foi realizada no período de 2012 a 2014, foram utilizadas um conjunto de procedimentos técnicos e operacionais para coleta de dados, entre elas destacam-se as entrevistas, mapas, diagramas e observação participante para a identificação das relações sociais e econômicas das comunidades e da vida dos agricultores familiares das comunidades estudadas.

4.2. ANÁLISE TEÓRICA DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO RURAL

Foram utilizados dois enfoques teóricos para compreender o processo de mercantilização e a estratégia sociotécnica de inclusão produtiva dos agricultores familiares no Semiárido brasileiro, com foco no fortalecimento da autonomia em mercados.

A Perspectiva orientada aos atores é instrumento analítico que vai além das abordagens deterministas e estruturalistas, pois possibilita compreender a dinâmica dos processos sociais a partir dos conceitos-chaves sobre agência humana, arenas, interface, domínios e projetos. De acordo com Schneider & Gazolla (2011), essa abordagem pode ser usada para investigar por que certos agricultores oferecem respostas diferenciadas diante de circunstâncias estruturais similares, mesmo que as condições pareçam relativamente homogêneas. Nesse contexto, a mercantilização é compreendida como um amplo processo social associado a ideia de mercados, como arenas, apresentando como resultado uma construção social e histórica em que atores (individuais e coletivos) disputam e negociam recursos e colocam em interface diferentes valores, normas e interesses (Conterato *et al.*, 2011).

A Sociologia econômica apresenta concepções que vislumbram uma forma diferenciada sobre mercados no que concerne à relação entre agentes econômicos. De acordo com Gazolla & Pelegrini (2010) os mercados estão inseridos em relações sociais, em redes de atores e, que estes são construídos pelos atores sociais de acordo com as suas estratégias, motivações e em contextos em que a proximidade social e a confiança são elementos-chaves. O funcionamento de mercados pode ser compreendido a partir de uma abordagem de redes sociais e a posição dos atores nessa rede (Wilkinson, 2008).

De acordo com Granovetter (2007), *embeddedness* (imersão, enraizamento), conceito central da Sociologia econômica, enfatiza o papel das relações pessoais concretas e as estruturas dessas relações na origem do comportamento econômico. Este conceito define que o estudo de mercados deve ser realizado a partir de diferentes relações que os atores sociais possuem entre si, como são construídas, se desenvolvem, organizam sua vida social e econômica, redes e dentre outros fatores (Gazolla & Pelegrini, 2010). Por sua vez, Steiner (2006) apresenta como conceito para compreender o funcionamento dos mercados a análise de redes sociais. Segundo esse autor, uma rede é um

conjunto de atores ligados por uma relação, caracterizando um sistema formado por vínculos direto e indiretos entre os atores.

5. CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO DE MERCANTILIZAÇÃO E DA CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS

Verificou-se a existência de três formas de ações econômicas realizadas pelos agricultores familiares nas duas comunidades: reciprocidade, redistribuição e trocas mercantis.

A reciprocidade é umas das ações econômicas realizada pelas famílias, conforme os relatos dos agricultores, está fundamentada na troca de mão de obra e de alimentos, respaldando-se nos aspectos culturais e sociais. No primeiro caso, refere-se à realização de trocas de alimentos, tradicionalmente cultivados pelas famílias; enquanto no segundo, a esfera de circulação ocorre a partir das relações sociais existentes entre os membros das comunidades. De acordo com o observado é uma ação constante, resultando na formação de um sistema de reciprocidade com base nas relações de confiança e solidariedade existente nesses contextos.

Outra forma relatada pelos agricultores foi a redistributiva, neste caso específico o Estado assumiu o papel de contribuir para amenizar as desigualdades de renda entre as famílias, por meio das políticas de transferência de renda. Nas comunidades estudadas, destaca-se como política pública de redistribuição o Programa Bolsa Família e a Previdência Rural, que contribuem na formação da renda familiar.

A terceira forma refere-se a trocas mercantis, que ocorrem por meio de circuitos curtos de comercialização. Os agricultores do Sítio Areias identificaram o atravessador como o único ator para intermediar sua produção. Por sua vez, os agricultores familiares da comunidade Pé de Serra Cedro, apresentaram três formas de inserção em mercados: atravessadores, consumidores locais e consumidores na sede do município⁸. Contudo, esta última foi abandonada, pois, conforme os relatos dos agricultores não atenderam suas expectativas de comercialização de seus produtos.

Os agricultores da comunidade Sítio Areias reconheceram que o processo de inserção em mercados por meio de atravessadores é

⁸ Estes consumidores eram atores que não faziam parte de suas relações sociais.

problemático, pois acreditam que nesse processo de negociação os agricultores são os grandes perdedores. Por sua vez, os agricultores familiares na comunidade Pé de Serra Cedro revelaram a sua dependência a insumos externos para a manutenção das atividades agropecuárias, comprometendo à composição da renda familiar. Além disso, de acordo com os relatos dos agricultores, a renda familiar foi reconhecida como instável, e essa condição independe do período do ano, agravando-se em momentos de perturbações climáticas na região, que comprometem os agroecossistemas familiares.

Além disso, verificou-se a ausência de programas públicos de compras governamentais⁹ nas comunidades estudadas, que possibilitaria a diversificação de alternativas de inserção dos produtos provenientes da agricultura familiar em mercados institucionais. Outra questão observada foi sobre o conhecimento dos agricultores em relação ao tema mercados, constatando-se que ambas as comunidades os agricultores não possuíam conhecimentos sobre sua capacidade de agente ativo no processo de mercantilização. Ressalta-se que na comunidade Sítio Areias a falta de cooperação entre os agricultores para ações coletivas. Neste contexto, constatou-se que a autonomia dos agricultores encontrava-se fragilizada, demonstrando elevada dependência de questões econômicas, sociais, ambientais e políticas.

Por outro lado, os agricultores apresentaram estratégias de resistência em relação a sua manutenção no meio rural. Destacaram-se as diferentes formas de diversificação de suas rendas com atividades não agrícolas, com empregos de mão de obra autônoma, pequenos empreendimentos e empregos públicos, resultando em processo de pluriatividade. Contudo, verificou-se um desestímulo dos jovens em relação à agricultura, fato que os agricultores familiares atribuem à questão da renda, fazendo com estes busquem a sua inclusão em mercados de trabalho na área urbana do município. Este último fato, poderá repercutir em processo de desativação¹⁰,

comprometendo a reprodução social das famílias no meio rural.

Nesse sentido, foi utilizada a abordagem sociotécnica *Sustentare* como estratégia para a construção de conhecimentos para assegurar novas formas de inclusão em mercados, com foco no fortalecimento da autonomia dos agricultores. Esse foi o instrumento epistêmico e metodológico para a construção social de mercados, como elemento para o desenvolvimento do potencial local na emergência de alternativas de inclusão produtiva dos agricultores em mercados. Dessa forma, a importância da autonomia dos agricultores em relação ao processo de mercantilização foi entendida como um experimento social comunitário com o objetivo de fomentar o seu protagonismo.

Nas comunidades Pé de Serra Cedro e Sítio Areias foram criados espaços sociotécnicos para o debate sobre o processo de mercantilização como um processo social. Nesse sentido, iniciou um processo de formação de capacidade, com os agricultores assumindo sua condição de agente na busca do fortalecimento de sua autonomia em relação aos mercados. A partir das discussões estabelecidas, verificou-se a necessidade de valorização das redes sociais dos agricultores, possibilitou a realização de ações coletiva e de cooperação entre os agricultores, com a potencialização das competências locais.

A partir da utilização da abordagem, verificou-se a expressão da capacidade dos agricultores em reconhecer o contexto local e suas relações. A mediação utilizada possibilitou aos agricultores familiares se reconhecerem como sujeitos ativos, e que interagem com a natureza, sociedade e outros atores. Dessa forma, foi evidenciada a necessidade de buscar novas formas de inclusão em mercados para possibilitar a eliminação de intermediários e de assegurar uma melhor renda a partir das atividades agropecuárias e não agrícolas.

Para tanto, a partir do processo de compreensão sobre a realidade local e problematização, identificou-se com os agricultores as formas de inclusão nas comunidades de Pé de Serra Cedro e Sítio Areias, respectivamente (Quadro N° 1). Assim, a inclusão socioprodutiva a partir da construção social de mercados foi considerada como uma estratégia para emergência de novidades de caráter organizativo, que possibilitariam o fortalecimento da autonomia dos agricultores em relação à mercantilização a que estavam submetidos.

⁹ Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

¹⁰ De acordo com Ploeg (2008) esse processo de desativação implica na contenção ou redução progressiva dos níveis de produção, no qual os recursos e a mão de obra podem retirar-se da agricultura de forma definitiva ou temporária.

Quadro 1. As formas de inclusão em mercados identificados pelos agricultores familiares de duas

Comunidades	Formas de inclusão socioprodutiva identificadas pelos agricultores
Pé de Serra	Turismo rural, Consumidores locais, Consumidores externos a comunidade que fazem parte das relações sociais, Consumidores institucionais, Feira na comunidade, Feira em praças na cidade, Feira da agricultura familiar realizada pela prefeitura local, Feira no mercado central do município e Programa de compras governamentais.
Sítio Areias	Consumidores locais, Consumidores externos a comunidade que fazem parte das relações sociais, Consumidores institucionais, Feira na comunidade, Feira em praças na cidade, Feira da agricultura familiar realizada pela prefeitura local, Feira no mercado central do município e Programa de compras governamentais.

Fonte: dados da pesquisa

As alternativas identificadas pelos agricultores como novas formas de inclusão em mercados podem ser representadas em dois grupos, de acordo com a forma de enraizamento do processo de mercantilização. O primeiro está relacionado ao fator espaço, e à medida em que se distância das comunidades em direção a área urbana do município, evidencia-se um afastamento das relações sociais entre os agricultores e suas redes de contatos. No segundo grupo, por sua vez, o enraizamento encontra-se nas relações sociais existentes; mesmo que se estenda além da comunidade, essa forma de mercantilização é percebida como parte das redes dos agricultores familiares.

A partir dessa identificação, foram selecionadas as formas de construção social dos mercados para serem trabalhadas de forma imediata, em médio e longo prazo. Assim, formaram-se grupos de interesse, com os agricultores assumindo o papel de protagonistas, experimentadores dessas propostas, como alternativas para a geração de renda e emprego em seus respectivos contextos. Salientam-se outras questões como a valorização territorial e o fortalecimento das relações de confiança entre os agricultores.

Na Comunidade Pé de Serra Cedro foi selecionada, como uma alternativa de inserção a curto prazo, a realização de feiras na própria comunidade. Constituiu-se um grupo de interesse para tratar sobre as questões do planejamento relacionados com a logística e execução da feira. O grupo identificou a necessidade de incluir outras

competências locais, além dos agricultores. Ressalta-se que no processo de construção de mercados, no caso da feira na comunidade, envolveu a formação de diferentes alianças entre os agricultores, resultando em um esforço constante destes atores para que o funcionamento da feira estivesse com o foco voltado para a valorização do local.

Foram realizadas quatro feiras nessa comunidade, e nesse espaço os agricultores reafirmaram suas identidades social e cultural quando a denominaram de «Feira da agricultura familiar Pé de Serra Cedro: valorizando as competências locais». O evento nas suas edições contemplou a diversidade local, pois não foi um espaço apenas para produtos agrícolas, pois contou com a participação de profissionais liberais, artesãos, agricultores e empreendedores locais expondo seus produtos e serviços para o público presente. Ressalta-se as apresentações culturais, realizadas pelos jovens da comunidade. Verificou-se durante as feiras, por meio de entrevistas com o público presente, e constatou-se que 100% dos entrevistados haviam sido convidados por um membro desta comunidade; ou seja, atores que faziam parte das redes locais. De acordo com avaliação realizada, os agricultores afirmaram que o experimento superou as próprias expectativas, tornando-se uma opção para a geração de renda e valorização das competências locais da comunidade, passando a fazer parte da agenda de eventos da comunidade, com a realização de duas feiras anuais.

Salienta-se a existência de outras formas de construção social de mercados que foram

selecionadas como estratégicas para essa comunidade, o turismo rural e a formação de uma rede de consumidores que fizessem parte de suas relações sociais.

Na comunidade Sítio Areias foi selecionada como estratégia para inclusão em mercados a formação de uma rede de consumidores, que de forma semelhante à comunidade Pé de Serra Cedro, estes deveriam fazer parte de seus espaços sociais. Para tanto, foram identificados e pesquisadas as preferências alimentares dos consumidores, a frequência da compra e origem dos produtos. A finalidade dessa ação foi a promoção da conexão entre agricultores e consumidores ajustando interesses e necessidades.

A partir das iniciativas de construção social de mercados, os agricultores iniciaram um processo de articulação entre as duas comunidades e estão em um processo de formação de uma rede de comunidades que possam interagir e convergir esforços no processo de inclusão produtiva em mercados, com a possibilidade de emergir novidades no processo de mercantilização, com o fortalecimento de ações locais, valorização de saberes, culturas, produtos e de seus territórios.

6. ANÁLISE DO FORTALECIMENTO DA AUTONOMIA DOS AGRICULTORES EM MERCADOS COMO UMA ESTRATÉGIA DE INCLUSÃO PRODUTIVA

A compreensão sobre as formas de ação econômica realizada pelos agricultores familiares a partir dos seus contextos locais possibilita o reconhecimento da autonomia desses atores em relação à sociedade e à natureza. No caso da ação econômica envolvendo a reciprocidade entre as famílias, especificamente a trocas de alimentos e a ajuda mútua em atividades agrícolas, revela a expressão da capacidade de agência dos agricultores em estabelecer relações sociais e constituírem redes de contatos. Dessa forma, acredita-se que a reciprocidade representou para essas comunidades uma estratégia de resistência ao processo de modernização da agricultura imposta ao país, que os levou a um processo de exclusão e invisibilidade.

Devido ao processo de modernização, o mercado foi assumido como o instrumento de socialização, com as ações de reciprocidade se fragmentando, direcionando a relações de atomização entre os agricultores. Dessa forma, conforme apontado por Gazolla (2009) a modernização da agricultura brasileira proporcionou a uma parcela dos

agricultores familiares se inserirem na dinâmica de mercado, com um processo de mercantilização que fragilizou e, até mesmo, fez com que muitos perdessem sua autonomia em relação ao processo produtivo, que resultou em uma intensa diferenciação socioproductiva. Ao persistirem as práticas de modernização no meio rural, por meio de soluções técnicas exógenas e descontextualizadas, a partir de uma dinâmica preestabelecida, culminará com a invisibilidade e até mesmo, o rompimento de ações econômicas exercidas pelos agricultores, contribuindo para o processo de exclusão no meio rural. Assim, emergem questões sobre a compreensão do papel social dos mercados, e como premissa estes não deve ser supervalorizado como elemento norteador das relações humanas.

Sob o prisma de um novo paradigma de desenvolvimento rural sustentável, deve-se compreender os mercados como mais uma estratégia no processo de inclusão social, reconhecendo-os como um processo de mediação entre atores no estabelecimento e fortalecimento de redes sociais. A partir dessa premissa, o desenvolvimento rural poderá ser compreendido como um processo de realocação de sistemas agroalimentares, respeitando as relações econômicas consideradas como importantes para as famílias e na valorização dos espaços rurais a partir de saberes, cultura e produtos locais, possibilitando a reconexão dos atores em redes sociais, fortalecendo o enraizamento da economia local.

A existência de mercados nas comunidades estudadas refere-se às relações construídas socialmente, onde até mesmo os atravessadores, como intermediários de sua produção para mercados, fazem parte das relações de confiança. Assim, o abandono da realização de venda de produtos da comunidade Pé de Serra Cedro a consumidores da área urbana é um exemplo do processo de desencaixe no enraizamento da economia local, que constituiu em uma tentativa dos agricultores se inserirem na sociedade global. Nesse sentido, a descontinuidade dessa prática ratifica que as redes sociais são elementos determinantes para o estabelecimento das relações econômicas baseadas em mercados, como espaço social. Nesse caso específico, apesar do estabelecimento de um circuito curto de comercialização, não se configurou uma relação de confiança entre o agricultor e consumidor, com uma despersonalização das relações entre os agentes econômicos.

O reconhecimento do comprometimento da autonomia dos agricultores familiares em relação aos

mercados demonstra a necessidade de estabelecer mecanismos de inovação para inclusão social dos agricultores no processo de mercantilização com o foco no fortalecimento da sua autonomia. Por conseguinte, o processo de reconstrução da agricultura no Semiárido brasileiro passa pelo reconhecimento da necessidade de compreender o processo de mercantilização, como uma forma de promover a reconexão da produção com o consumo, fortalecendo os circuitos curtos de comercialização fundamentados na capacidade de agência dos agricultores familiares, tendo-os como protagonistas dessa ação, reconhecida como um processo dialético, decorrente de uma mediação social e de construção de redes de relacionamento e confiança.

A utilização da abordagem sociotécnica construtivista preconizou a força social como elemento motriz das mudanças, ora em curso na construção de um novo paradigma para o desenvolvimento rural. Portanto, a participação dos atores não deve se concentrar apenas na manutenção das tradições, mas em poder levar a uma renovação social, econômica, ambiental e cultural (Neumeier, 2012). Nesse sentido, fundamentou-se a partir das relações de confiança e das redes estabelecidas entre os agricultores nas comunidades e possibilitou a promoção da reconfiguração de práticas no processo de construção social de mercados, por meio de ações coletivas.

Outro ponto a ser destacado é a relação da inovação com o processo de construção social de mercados. Este processo deverá ser compreendido como uma inovação social, surgindo como um resultado de um processo epistêmico, construído por diferentes atores, a partir de uma demanda na busca de soluções adequadas aos seus contextos econômicos, sociais, ambientais, culturais e espaciais. A utilização de uma perspectiva dialética (Moreira & Carmo, 2004) para o estabelecimento de um processo fundamentado no paradigma do desenvolvimento rural, possibilitou a emergência de inovações construídas pelos agricultores a partir da mediação social estabelecida por esta abordagem sociotécnica.

A estratégia para a inovação foi potencializar as ações econômicas de inclusão, mantendo a permanência das redes de relacionamentos dos agricultores, como forma operacionalizar o processo de mercantilização fundamentado no fortalecimento da autonomia, a partir do enraizamento da ação econômica nas redes sociais dos agricultores. Assim, a emergência de novas práticas sociais foi resultante da reconfiguração de recursos naturais e sociais,

representado pelo desenvolvimento de novos domínios e projetos dos agricultores familiares a partir das interfaces que surgiram durante o processo de aprendizagem social.

Em vista disso, o processo de construção de inovações que foi utilizado estimulou a expressão do poder de agência dos agricultores, uma vez que requer capacidade organizativa ou estratégica, e possibilitou aos atores exercerem influências dentro de redes de relações sociais, de forma a vencerem conflitos sobre a atribuição de significados sociais, ações e ideias particulares. Assim, a partir de uma perspectiva centrada nos atores, com a valorização de conhecimentos e saberes convergiu em inovações construídas socialmente e adequadas aos contextos locais e, conseqüentemente, contribuindo para a dinâmica do potencial endógeno.

O processo de construção social de mercados é fortemente dependente de mobilização dos atores. Nesse sentido, a metodologia *Sustentare* é um instrumento para um modelo de inovação para o Semiárido brasileiro, com proposição de uma governança orientada na realocação dos sistemas agroalimentares e centrada nos atores sociais. Schneider & Menezes (2014) apontam para a importância do local como ponto de referência para as mudanças de ordem produtiva, sociotécnica e de organização social e política. Para tanto, organiza-se para questões relacionadas aos contextos locais e a sua compreensão pelos atores, com a construção de novos domínios e projetos, reconfigurando práticas e processo sociais, possibilitando a resolução de situações reconhecidas como problemas e animação dos potenciais inerentes ao local.

A realização das feiras de agricultura familiar na Comunidade Pé de Serra Cedro e a formação de redes de consumidores nas duas comunidades são formas de entender os mercados como uma expressão das relações, fundamentadas em suas redes sociais. Gazolla & Pelegrini (2011) afirmam que essa interação entre agricultores e mercados a ênfase não está nas relações econômicas, como preços e quantidades, mas sim nas que passam pelos padrões de interação social, como a confiança, o não logro, racionalidade limitada do lucro, as relações de proximidade e de interconhecimentos existentes. Nesse contexto, os agricultores familiares utilizaram a construção social de mercados como uma estratégia de fortalecimento de sua autonomia em relação aos mercados, apoiando a valorização das relações sociais e a expressão da identidade territorial.

Os agricultores reconfiguraram suas práticas sociais para a inclusão em mercados. Assim, o

reconhecimento do protagonismo dos agricultores familiares – a partir de uma gestão para autonomia – com participação e controle social no processo de inovação, reforça que esses atores (conforme Schneider & Gazolla, 2011), por meio das relações e interações sociais, adquirem ou constroem agência, mobilizando recursos, capacidades e formulando estratégias que permitem «fazer diferente» em face de ações contingentes e estruturais.

Contudo, ressaltar-se que esse processo de fortalecimento da autonomia dos agricultores em relação a mercados é dinâmico, associado a fatores econômicos, sociais e ambientais. Destaca-se a necessidade de ações contínuas para a diversificação da economia local, com ampliação das capacidades dos atores na construção de soluções para valorização de seus territórios, a busca incessante por uma agricultura inclusiva socialmente e resiliente as constantes perturbações climáticas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As relações econômicas existentes nas comunidades estudadas estavam relacionadas com: i) a reciprocidade, que se expressaram por meio da solidariedade entre as famílias; ii) a redistribuição, com o Estado promovendo a transferência de renda por meio de políticas públicas; e, iii) as trocas mercantis, realizadas a partir das relações de proximidade, decorrente dos circuitos curtos de comercialização, com atores que fazem parte das suas relações sociais e associadas ao elemento de confiança.

Apesar da existência de diferentes formas de comercialização de seus produtos, os agricultores reconheceram o comprometimento da sua autonomia em relação aos mercados, devido às questões de atores intermediários no processo de mercantilização, falta de acesso a políticas de compras governamentais e desconhecimento sobre o funcionamento desses mercados, o que comprometeu a renda familiar, a partir dos rendimentos agrícolas, necessitando de mecanismos de fortalecimento da autonomia por meio da mercantilização.

A abordagem sociotécnica utilizada foi o instrumento para a promoção da reconfiguração de práticas para o processo de construção social de mercados. Nesse sentido, a estratégia utilizada para potencializar as ações econômicas de inclusão, manteve a permanência das redes de relacionamentos dos agricultores, como forma de operacionalizar o processo de mercantilização fundamentado no

fortalecimento da autonomia, a partir do enraizamento da ação econômica nas redes sociais dos agricultores.

A construção social de mercados apresentou em sua essência o surgimento de dispositivos coletivos, com surgimento de novas alianças entre agricultores e consumidores, requerendo modos diferenciados de organização social como forma de criação de sinergias para a emergência dessas práticas e redes de cooperação. Além disso, pode ser considerada como uma inovação social, uma vez que surge a partir de uma demanda, onde diferentes atores se mobilizam e constroem práticas na busca de solucionar necessidades ou aspirações.

Para tanto, exige-se um processo dialético que possibilite a transformação das relações sociais e a manifestação de novos mercados, a partir de diferentes interfaces e arenas. Dessa forma, deve-se ter como elemento fundamental a expressão da capacidade de agência possibilitando uma reconfiguração da coprodução, com a construção de novos domínios e na promoção de redes possibilitando o fortalecimento da autonomia desses atores.

O processo de mercantilização deverá ser compreendido como a busca para o fortalecimento da autonomia dos agricultores no Semiárido brasileiro em mercados, estruturado no fortalecimento das relações sociais e enraizamento das ações econômicas, favorecendo a criação de estruturas e práticas para a diversificação da economia local, reconectando homem, natureza e sociedade e contribuindo com o processo de desenvolvimento rural sustentável.

REFERENCIAS

- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: moving the field forward. A conceptual framework. *Tecnological Forecasting & Social Change*, (82), 42-51.
- Chizzotti, A. (2010). *Pesquisa qualitativa em ciência humanas e sociais*. Petrópolis: Vozes.
- Conterato, M. A., Niederle, P. A., Radomsky, G. & Schneider, S. (2011). Mercantilização e mercados: a construção da diversidade da agricultura na ruralidade contemporânea. Em Schneider, S. & Gazolla, M. (Orgs.), *Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais* (pp. 67-89). Porto Alegre: Editora UFRGS.

- Darolt, M. R., Lamine, C. & Branemberg, A. (2013). A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Agriculturas*, 10(2), 8-13.
- Gazolla, M. (2009). O processo de mercantilização do consumo de alimentos na agricultura familiar. Em Schneider, S. (Org.), *A diversidade da agricultura familiar* (pp.85-106). Porto Alegre: Editora UFRGS.
- Gazolla, M. & Pelegrini, G. (2010). A construção social dos mercados pelos agricultores: o caso das agroindústrias familiares. Em *Anais do XLV/III congresso da sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural*, Campo Grande, Brasil, 25 a 28 de junho.
- Gazolla, M. & Pelegrini, G. (2011). Novos mercados da agricultura familiar: o caso das pequenas unidades agroindustriais produtoras de alimentos. Em Schneider S. & Gazolla, M. (Orgs.), *Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais* (pp. 133-150). Porto Alegre: Editora UFRGS.
- Granovetter, M. (2007). Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. *RAE – eletrônica*, 6(1), art.9. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/rael/v6n1/a06v6n1>
- Marques, F. C. (2011). Nicho e novidade: nuances de uma possível radicalização inovadora na agricultura. Em Schneider S. & Gazolla, M. (Orgs.), *Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais* (pp. 189-204). Porto Alegre: Editora UFRGS.
- Marques, F. C., Ploeg, J. D. van der & Dal Soglio, F. K. (2012). New identities, new commitments: Something in lacking between niche and regimes. Em Barbier, M. & Elzen, B. (Eds.), *System innovation, knowledge regimes, and design practices toward transition for sustainable agriculture* (pp. 23-46). Paris: INRA.
- Matte, A., Neske, M. Z., Borba, M. F. S., Waquil, P. D., Schneider, S. (2014). A realocação e o mercado de cadeias curtas na pecuária familiar do território Alto Camaquã no Sul do Rio Grande do Sul. Em *Anais do VII Encontro de Economia Gaúcha*, Porto Alegre, Brasil, 15 a 16 de maio.
- Mior, L. C. (2009). Desenvolvimento rural: a contribuição da abordagem das redes sociais e sociotécnicas. Em Schneider, S. (Org.), *A diversidade da Agricultura familiar* (pp. 273-298). Porto Alegre: Editora UFRGS.
- Menezes, M. & Malagodi, E. (2011). Os camponeses como atores sociais: a perspectiva da autonomia e da resistência. Em Schneider S. & Gazolla, M. (Orgs.), *Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais* (pp. 49-66). Porto Alegre: Editora UFRGS.
- Minayo, M. C. de S. (2013). *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo: Hucitec.
- Monllor, N. (2013). El nuevo paradigma agrosocial, futuro del nuevo campesinado emergente. *Polis*, 34(1), 1-17. doi: 10.4000/polis.8831
- Moreira, R. M. & Carmo, M. S. do. (2004). Agroecologia na construção do desenvolvimento rural sustentável. *Agricultura em São Paulo*, 51(2), 37-56. Retirado de <http://www.iea.sp.gov.br/out/publicacoes/pdf/asp-2-04-4.pdf>
- Navarro, Z. (2001). Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro. *Estudos Avançados*, 15(43), 83-100.
- Neumeier, S. (2012). Why do social innovations in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research? Proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research. *Sociologia Ruralis*, 52(1), 48-69.
- Niederle, P. A. (2006). Mercantilização, diversidade e estilos de agricultura. *Raízes*, 25(1), 37-47.
- Niederle, P. A. (2013). Construção social de mercados e novos regimes de responsabilização no sistema agroalimentar. *Agriculturas*, 10(2), 4-7.
- Oliveira, D. & Araújo, J. P. de. (2014). Produção de novidades na transição agroecológica: uma análise de iniciativas no sul e nordeste do Brasil. Em Schneider, S., Menezes, M. A., Silva, A. G. da & Bezerra, I. (Orgs.), *Sementes e brotos da transição: inovação, poder e desenvolvimento em áreas rurais do Brasil* (pp. 165-192). Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Perondi, M. A. & Schneider, S. (2012). Bases teóricas da abordagem de diversificação dos meios de vida. *REDES - Revista Desenvolvimento Regional*, 17(2), 117-135.

- Piroux, M. & Bonnal, P. (2011). Ações públicas territoriais e inovações sociais e institucionais. O caso do território da Borborema e da Articulação do Semiárido. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 19(1), 62-87.
- Plein, C. & Filippi, E. E. (2011). Capitalismo, agricultura familiar e mercados. *REDES - Revista Desenvolvimento Regional*, 16(3), 98-121.
- Ploeg, J. D. van der. (2008). Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto alegre: Editora UFRGS.
- Ploeg, J. D. van der, Renting, H., Brunori, G., Knickel, J. M., Marsden, T., Roest, K., Sevilha-Gusman, E. & Ventura, F. (2000). Rural development: from practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 391-408.
- Sabourin, E. (2014). Acesso aos mercados para a agricultura familiar: uma leitura pela reciprocidade e a economia solidária [Suplemento especial]. *Revista Econômica do Nordeste*, (45), 18-30.
- Sacco dos Anjos, F. & Becker, C. (2014). Agricultura familiar e mercados institucionais: o desenvolvimento como liberdade [Suplemento especial]. *Revista Econômica do Nordeste*, (45), 92-101.
- Schmitt, C. J. (2011). Redes, atores e desenvolvimento rural: perspectivas na construção de uma abordagem relacional. *Sociologias*, 13(27), 82-112.
- Schmitt, C. J. & Grisa, C. (2013). Agroecologia, mercados e políticas públicas: uma análise a partir dos instrumentos de ação governamental. Em Niederle, P. A., Almeida, L. de & Vezzani, F. M. (Orgs.), *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura* (pp. 213-265). Curitiba: Kairós.
- Schneider, S. & Gazolla, M. (2011). Os atores entram em cena. Em Schneider, S. & Gazolla, M. (Orgs.), *Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais* (pp. 11-17). Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Schneider, S. & Menezes, M. A. (2014). Inovação e atores sociais. Em Schneider, S., Menezes, M.A., Silva, A.G. da & Bezerra, I. (Orgs.), *Sementes e brotos da transição: inovação, poder e desenvolvimento em áreas rurais do Brasil* (pp. 13-24). Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Schneider, S., Menezes, M. A., Silva, A. G. da & Bezerra, I. (2014). Semeando sementes e cultivando brotos. Em Schneider, S., Menezes, M.A., Silva, A.G. da & Bezerra, I. (Orgs.), *Sementes e brotos da transição: inovação, poder e desenvolvimento em áreas rurais do Brasil* (pp. 7-12). Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Sen, A. (2010). *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das letras.
- Silva, J. S. (2009). Agricultura familiar e inovação paradigmática na pesquisa agropecuária: contexto, interação e ética para inclusão. Em Sousa, I. S. F. de & Cabral, J. R. F. (Orgs.), *Ciência como instrumento de inclusão social* (pp.329-386). Brasília: Embrapa Informação Tecnológica.
- Silva, P. C. G. da, Moura, M. S. B. de, Kiill, L. H. P., Brito, L. T. de L., Pereira, L. A., Sá, I. B., Correia, R. C., Teixeira, A. H. de C., Cunha, T. J. F. & Guimarães Filho, C. (2010). Caracterização do Semiárido brasileiro: fatores naturais e humanos. Em Sá, I. B. & Silva, P. C. G. da (Eds.), *Semiárido brasileiro: pesquisa, desenvolvimento e inovação* (pp. 18-48). Petrolina: Embrapa Semiárido.
- Steiner, P. (2006). *A sociologia econômica*. São Paulo: Editora Atlas S.A.
- Thiollent, M. & Silva, G. de O. (2007). Metodologia de pesquisa-ação na área de gestão de problemas ambientais. *Revista Eletrônica de Comunicação Informação & Inovação em Saúde*, 1(1), 93-100.
- Wilkinson, J. (2008). *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Xavier, J. H. V., Molina, M. C., Zoby, J. L. F., Torres, A. L. & Gastal, M. L. (2009). Antecedentes e articulação entre as instituições participantes. Em Oliveira, M. N. de, Xavier, J. H. V., Almeida, S. C. R. de & Scopel, E. (Orgs.), *Projeto Unai: pesquisa e desenvolvimento em assentamentos de reforma agrária* (pp. 23-52). Brasília: Embrapa Informação Tecnológica.