

DANIELA OLIVEIRA*
MARCELO KUNRATH SILVA**
SERGIO SCHNEIDER***

A CONQUISTA DA AUTONOMIA ATRAVÉS
DOS MERCADOS: COMO PEQUENOS AGRICULTORES
MUDARAM SUA FORMA DE PRODUZIR
E COMERCIALIZAR A PRODUÇÃO EM IPÊ (RS)****

* Engenheira Agrônoma, mestre em desenvolvimento rural, doutoranda do Programa Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural/ UFRGS. E-mail: danioliveira02@yahoo.com.br

** Sociólogo. Mestre e doutor em Sociologia. Professor e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e membro do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: mksilva@ufrgs.br

*** Sociólogo. Mestre e doutor em Sociologia. Professor e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural e membro do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: schneide@ufrgs.br

**** Este artigo é parte da dissertação de mestrado da autora, defendida no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural/UFRGS, no ano de 2007.

Este artigo foi elaborado a partir de um estudo comparativo entre famílias de agricultores ecologistas e famílias não ecologistas do município de Ipê/RS, município que se destaca no Sul do Brasil no que se refere à produção com base nos princípios da agroecologia. A partir de um referencial teórico que destaca a capacidade de os agricultores agirem socialmente e mediarem o estabelecimento de relações capitalistas no campo, mostramos que a construção de autonomia social na agricultura depende não somente da propriedade dos dois principais meios de produção (terra e trabalho), mas também da construção de relações menos dependentes e subjugadas no universo dos mercados. Comparando relações entre unidades de produção e mercados, foi possível identificar, em ambos os grupos (ecologistas e não ecologistas), a presença de estratégias de distanciamento dos mercados de insumos para a agricultura, do mercado financeiro e do mercado de alimentos, sendo que no grupo de ecologistas o afastamento destes mercados foi mais significativo. Também identificamos que os ecologistas têm sido mais proativos em construir canais de comercialização, reduzindo a intermediação e aumentando a capacidade de gerenciamento das famílias sobre preços e condições de pagamento dos seus produtos. Juntos, o afastamento dos mercados de insumos e a construção de novos canais de comercialização possibilitaram aos ecologistas uma melhoria significativa nos rendimentos familiares, nos investimentos e na diversificação das unidades produtivas. Os resultados parecem indicar que na agricultura familiar a busca de autonomia social não requer necessariamente uma recusa pelos mercados, mas pode ser construída a partir de novas e estratégicas relações com estes, tais como o afastamento do mercado de insumos e o domínio dos canais de venda de produtos.

Palavras-chave: agricultura familiar; agroecologia; mercados; autonomia social.

INTRODUÇÃO

De acordo com Polanyi (1980), mercados são resultados de processos específicos e enraizados de interação social, anteriores às economias capitalistas. Nestes mercados, as motivações para produzir e trocar não provêm de interesses especificamente econômicos, mas podem estar ligadas a um conjunto de fatores sociais que variam em cada grupo humano: a necessidade de preservar vínculos familiares ou uma posição social, a adesão a um código de honra ou a valores tradicionais etc. ... (Polanyi, 1980). A grande transformação ocorre na medida em que o intercâmbio deixa de ser uma forma de interação social e passa a ser a razão das relações sociais. Aqui a economia desenraiza-se das instituições extraeconômicas, que mediam as trocas, e passa a ser mediada simplesmente pelo desejo de maximizar os lucros. Em outras palavras, para Polanyi, enquanto a economia estava enraizada socialmente (*embedded*), era capaz de orientar e impor limites às funções do mercado. A partir do momento em que ela se desenraiza da vida social, o mercado passa a organizar e a dirigir a sociedade. Portanto, a mercantilização passa a ser o processo de interação social *par excellence*.

Transferindo essa abstração para a análise do mundo rural, podemos nos perguntar como ocorre o processo de mercantilização e o que acontece com os camponeses ou agricultores, quando relações capitalistas integram as atividades produtivas no campo? De modo abrangente, pode-se afirmar que a mercantilização do mundo rural transforma formas sociais que antes produziam para viver, em formas sociais que passam a viver para produzir bens de troca ou mercadorias. Ou seja, deixam de ter os mercados como espaços de interação social e passam a tê-los como espaço de subordinação e dominação. Aqui a reprodução social passa a ser cada vez mais dependente dos mercados.

No entanto, apesar da tendência ao soterramento pelo moinho satânico dos mercados, uma análise do mundo rural nos permite perceber que este processo não é linear e unidirecional, já que os agricultores reagem de formas diferentes aos movimentos do capitalismo e, assim, geram processos diferenciados de mercantilização social. Para Ploeg (1992b), as análises das mudanças sociais agrárias precisam reconhecer que os agricultores não são meros receptáculos das tecnologias e das transformações estruturais do capitalismo. Eles possuem um papel fundamental e ativo nos processos de produção e de reprodução, através do conhecimento que acumularam e das decisões que tomam. Para o autor, os agricultores negociam sua inserção nos mercados, tendo em vista não somente o contexto em que operam, mas também seus próprios interesses e condições. Nessa relação dialética, os agricultores podem acelerar, modificar, neutralizar, resistir ou inverter as tendências gerais de mercantilização

crescente e, assim, modificar a dinâmica do desenvolvimento, imprimindo condicionantes e ritmos diferenciados.¹

É com base nessa capacidade de agir socialmente que os agricultores se rebelam e buscam “fazer diferente”, lutando por autonomia e melhores condições de produção e reprodução social; movimento que tem se tornado recorrente no período atual, devido aos constantes sinais de crise que o paradigma dominante – paradigma da modernização agrícola – vem manifestando.

A análise do desenvolvimento do capitalismo no campo, levando em consideração a perspectiva da mercantilização social, permite-nos supor que a construção de autonomia social depende não somente da propriedade dos dois principais meios de produção (terra e trabalho). Depende também da construção de relações menos dependentes e subjugadas no universo dos mercados. Assim sendo, para que a autonomia se configure, torna-se necessário reduzir a dependência do mercado de insumos, assim como melhorar as formas de acesso aos mercados de produtos, reduzindo a intermediação e aumentando a capacidade de gerenciamento das famílias sobre preços e condições de pagamento dos seus produtos.

Este artigo insere-se nesta discussão e pretende mostrar, a partir do estudo de caso dos agricultores ecologistas de Ipê e Antônio Prado, no Rio Grande do Sul, o processo de construção de autonomia centrado em dois eixos: o afastamento do mercado de insumos e o domínio dos canais de venda de produtos, fundamentados na comercialização direta. Pretendemos demonstrar que a permanência de características e dimensões não mercantilizadas entre as famílias analisadas tem possibilitado *espaços de manobra* para um *desenvolvimento ao contrário*. Ou seja, para o re-estabelecimento de relações mercantis libertadoras, na medida em que tem permitido que os agricultores consolidem novas práticas produtivas e, assim, conquistem maiores níveis de autonomia e de independência social.²

Os agricultores familiares em pauta, para efeito deste artigo, foram divididos em duas categorias: famílias que praticam uma agricultura chamada de ecológica e famílias não ecologistas ou convencionais, como algumas vezes serão chamadas. Por agricultura ecológica nos referimos a uma

¹ Nesta perspectiva, a noção de agência social é central. De forma sintética, agência social representa a capacidade dos atores de processar a experiência social, de delinear formas de enfrentar a vida e de intervir no fluxo de eventos que ocorrem no seu entorno.

² De acordo com Steiner (2006), a capacidade do mercado de libertar os indivíduos de relações sociais opressoras foi defendida inicialmente por Smith e Marx. Garcia Parpet (1986 apud STEINER, 2006) resgata a ideia mostrando que a construção social do mercado de morangos em Sologne liberou os agricultores das relações sociais coercitivas que mantinham anteriormente com os negociantes que compravam as frutas. Desta forma, Steiner (2006, p.55) destaca [...] que o mercado, em muitos casos, é libertador ao permitir que os indivíduos conquistem sua independência social.

forma de organização da produção que, como prática social, se baseia em princípios da agroecologia e prevê o associativismo, a diversificação das fontes de renda e a construção de canais alternativos de comercialização. Esta experiência merece destaque pelo número de famílias que praticam a agricultura ecológica, pelo tempo de engajamento delas nesta prática e pelo nível de transição agroecológica em que as unidades produtivas se encontravam no momento da pesquisa de campo, a qual deu origem a este trabalho. Nessa ocasião, 69 famílias de agricultores tinham na agricultura ecológica a principal fonte de renda, suas unidades produtivas encontrando-se há mais de 10 anos em processo de transição agroecológica.

A escolha das famílias para compor a amostra deu-se com base na preocupação qualitativa de reunir um conjunto de casos que, mesmo pequeno, refletisse as características da população estudada (sem, no entanto, ser estatisticamente representativo de tal população). No caso dos ecologistas, o principal critério de seleção foi o pertencimento da família à rede de agricultores ecologistas do município, ou seja, a afiliação do agricultor e sua família a uma associação ou grupo informal, bem como seu envolvimento com a comercialização de produtos ecológicos há pelo menos 10 anos. Além desse critério, optamos, em ambos os grupos, por selecionar famílias com o mesmo perfil demográfico e com pelo menos um filho com idade entre 15 e 29 anos. Isto porque, de acordo com Chayanov (1974), o perfil demográfico das famílias, correspondente à relação entre o número de consumidores e o número de produtores, apresenta-se como fator determinante, tanto das estratégias agrícolas e não agrícolas utilizadas pelas famílias camponesas, como da diferenciação social existente entre elas. Assim, escolher famílias com perfil bastante próximo serve para nivelar a influência de alguns dos fatores internos que são determinantes de modificações nas estratégias de reprodução das famílias. A partir desses critérios e com auxílio dos técnicos do escritório municipal da EMATER e de dirigentes do Sindicato dos Trabalhadores Rurais do município, grupos de famílias ecologistas e não ecologistas foram delimitados. Após a identificação das famílias enquadradas nos critérios utilizados, procedemos à formação de uma amostra aleatória através de sorteio. A amostra final foi composta por sete famílias ecologistas e oito famílias não ecologistas.

Este artigo encontra-se organizado em três partes. Na primeira, resgatamos na literatura a discussão sobre a relação entre campesinato e mercados. Na segunda, apresentamos as condições em que ocorreu o processo de modernização e mercantilização da agricultura familiar de Ipê/RS, destacando quais os fatores extraeconômicos que influenciaram na conformação dos

diferentes estilos de agricultura familiar que hoje existem no município. E entre eles, a agricultura conhecida localmente como ecológica. Na terceira seção, mostramos como as estratégias de construção de autonomia vêm sendo articuladas e quais os desdobramentos decorrentes.

AGRICULTORES, MERCADOS E A MERCANTILIZAÇÃO

As relações entre camponeses e mercados têm uma longa história nos estudos rurais.³ Dos clássicos da questão agrária aos estudos mais recentes sobre a mercantilização da agricultura, as relações entre camponeses e mercados e as consequências dessa relação têm sido tema de interesse central. Apesar das particularidades de cada abordagem desenvolvida, pode-se observar que, de forma geral, a mercantilização da agricultura e do mundo rural é concebida como um processo inevitável e unidirecional de desenvolvimento de relações sociais de produção capitalistas. Nesses estudos, os mercados são vistos como estruturas genéricas e totalizantes que, constituindo forças externas, inevitavelmente [...] encapsulam a vida das pessoas (LONG; PLOEG, 1994, p. 63), e lhes abstém de qualquer resquício de autonomia.

Para os autores da teoria da mercantilização da escola de Wageningen, no entanto, o final conhecido dessas abordagens estruturalistas decorre, antes de tudo, da falta de atenção dada ao papel ativo desempenhado pelos agricultores nos próprios processos de mercantilização. Sobre este argumento é que se desenvolve a teoria da mercantilização (*commodification theory*) da escola de Wageningen, que tem como destaque os trabalhos de Norman Long e Jan Douwe van der Ploeg.

De forma sintética, podemos afirmar que a teoria da mercantilização da escola de Wageningen, com base na perspectiva orientada aos atores sociais, proposta por Long (1986), reivindica uma maior atenção e análise à forma com que indivíduos ou grupos dialogam com os mercados e com a tendência estrutural da mercantilização. Com base nestes referenciais, Ploeg (1992b) defende que nos processos de mercantilização os agricultores negociam sua inserção nos mercados e sua relação com as tecnologias, tendo em vista não somente o contexto ou a tendência estrutural de mercantilização, mas também seus próprios interesses, condições e instituições sociais. Nessa dialética podem acelerar, modificar, neutralizar, resistir ou inverter as tendências gerais de mercantilização

³ Neste trabalho, estamos assumindo camponês e agricultor familiar como tendo o mesmo conteúdo, qual seja, significam as formas familiares de produção que coexistem no meio rural. Não desconhecemos o debate que a literatura sobre o tema tem produzido, diferenciando uma forma de outra, em função das relações com os mercados e com as técnicas modernas de produção, mas aqui optamos por assumir que são sinônimos.

crescente e assim modificar a dinâmica do desenvolvimento, imprimindo a esta, condicionantes e ritmos diferenciados. Nas palavras de Long:

Muitos teóricos da mercantilização apóiam-se, eu acredito, muito fortemente numa visão linear da mudança. Além disso, embora eles tentem qualificar suas discussões falando sobre desigualdade e diversidade local e regional, eles falham em não considerar que estruturas locais são tão resilientes que podem configurar significativamente o modo como o capitalismo evolui. Esses processos locais, dessa forma, tornam-se uma importante fonte de variação no desenvolvimento das relações de mercantilização. Assim sendo, podemos sugerir que forças externas são de fato sempre mediadas por estruturas locais. Indivíduos (agricultores e trabalhadores) podem ter condições de agregar elementos novos em seu modo de vida e eles naturalmente fazem isso, baseados em seus pontos de vista, em suas experiências e nas formas institucionais já existentes. (LONG, 1986, p.105, tradução nossa)

Assim sendo, questiona-se tanto a noção de que a mercantilização induz à perda total da autonomia, quanto a de que esse processo possa estar completo, uma vez que, enquanto existirem agricultores familiares, existirão recursos e *inputs* mobilizados externamente aos circuitos mercantis, o que reflete em espaços de manobra e estratégias criados para manter uma autonomia relativa da unidade de produção e, desta forma, “espaços de manobra para um desenvolvimento ao contrário” (PLOEG, 2006).

A recampesinização como estratégia de (des) mercantilização

Ao interpretar os mercados e as tecnologias de forma marcadamente diferente, práticas diversas são produzidas, bem como os diferentes estilos de agricultura que conformam a heterogeneidade do espaço rural. Vale destacar que, para Ploeg (2006), a existência de diferentes expressões de formas de produção mercantil no mundo rural da atualidade não é somente fruto da capacidade de os agricultores manterem a produção estrategicamente relacionada com os mercados. Ela também depende da capacidade destes em reverter elementos mercantilizados em elementos não mercantilizados, estratégia que, de acordo com o autor, tem se tornado recorrente em contextos de crise do paradigma da modernização agrícola e do conseqüente *squeeze* da agricultura gerado por esta. Neste sentido, o autor propõe a noção de recampesinização da agricultura, a qual abordaremos nesta seção.

De forma sintética, podemos dizer que o processo de recampesinização da agricultura é fruto da reação social ao *profit squeeze* (PLOEG et. al., 2004), ou à crise do paradigma de produção de massa e do regime tec-

nológico a ele associado. Assumindo que a produção agrícola é assentada em crescentes formas de intensificação, bem como em utilização de recursos e insumos adquiridos através dos mercados agrícolas, a crise se configura no momento em que

os preços dos custos de produção alcancem valores expressivos, não sendo compensados pelos preços de venda dos produtos. Autores têm destacado (Ploeg, 2006; Ploeg and Renting, 2000) que esta não é uma crise circunstancial, que poderia ser resolvida pela via da intervenção do Estado até que a situação de mercado ajustasse as relações de troca. (SCHNEIDER, 2007, p.13)

Também não é uma situação que pode ser resolvida através da redução de um ou outro tipo de insumo adquirido no mercado, pois, segundo Ploeg et al. (2004), este tipo de estratégia resulta, em geral, numa desarmonia no conjunto do sistema de produção, resultando com isto numa redução da produção e da produtividade das unidades produtivas.

Diante desse cenário de crise, bem como da capacidade de os agricultores manterem a produção estrategicamente relacionada com os mercados, e ainda, segundo a dificuldade de conversão de elementos mercantilizáveis em elementos não mercantilizáveis, a produção camponesa – ou a pequena produção mercantil – reemerge gerando diferentes estratégias para ajustar-se às condições do mercado, às políticas e às tecnologias.⁴ O autor intitula a reemergência da produção camponesa (ou pequena produção mercantil) de processo de recampesinização da agricultura familiar. Tal processo consiste num fluxo contínuo e flutuante, ao longo do tempo, através do qual objetiva-se o afastamento sistemático, gradual e estratégico entre as unidades de produção e os diferentes mercados.

No entanto, a condição camponesa e o associado modo de produção camponês não representam um momento estático – trata-se também de um fluxo coerente e estrategicamente organizado que se desdobra ao longo do tempo: o presente se constrói sobre o passado e a situação atual irá se traduzir em uma próxima, a não ser que surjam revezes de força maior. Durante – e parcialmente devido a – tais fluxos, a aparência imediata do campesinato pode mudar consideravelmente. O padrão básico, no entanto, permanece o mesmo... Camponês é aquele que or-

⁴ Para Ploeg (2006), o mundo rural na atualidade é composto por diferentes expressões de formas de produção mercantil: (a) a agricultura capitalista (ou produção ampliada de mercadorias); (b) a agricultura empresarial (ou produção simples de mercadorias); e (c) a agricultura camponesa (ou pequena produção mercantil). As diferenças básicas entre essas formas de produção mercantil residem “nas diferentes inter-relações entre agricultura e mercado e no associado ordenamento do processo de produção agrícola” (PLOEG, 2006, p.18).

ganiza de uma forma camponesa tanto os seus processos de produção como as suas relações sociais. (PLOEG, 2006, p.40)

Entre as principais características do modo de produção camponês, Ploeg (2006, p.22) cita: (a) a busca por maior eficiência técnica; (b) a contínua intensificação da produção (alta produção por objeto de trabalho), devido ao fato de que, entre os camponeses, o trabalho será relativamente abundante e os objetos de trabalho e insumos relativamente escassos (terra, animais, insumos em geral); (c) o retorno à centralidade do trabalho, no que se refere à intensidade e à qualidade. Nesse processo, destaca-se o desenvolvimento de tecnologias baseadas na capacidade técnica dos agricultores, inclusive a produção de inovações; (d) a busca de criação de valor agregado e de empregos produtivos, na comunidade e pelos atores individuais, obtida através do distanciamento do processo de produção dos circuitos mercantis.

Além destas, outra decisiva característica refere-se à oposição entre a reprodução dependente do mercado e a reprodução historicamente garantida. O processo de mercantilização leva, em diferentes graus, a uma dependência em relação a uma complexa rede de novas relações mercantis e prescrições técnicas e administrativas. Na reprodução dependente do mercado, os insumos e fatores de produção aparecem no processo produtivo como mercadorias, pois a unidade produtiva não mais se organiza em função da necessidade de assegurar, na forma de valores de uso, as condições de produção do ciclo seguinte. Os recursos monetários obtidos após a colheita determinam o modo como deverá se organizar a produção no ano agrícola subsequente. Quando um alto nível de incorporação é alcançado, os mercados tornam-se um princípio estruturante, reorientando a reestruturação do processo de trabalho agrícola e o conjunto das estratégias produtivas e reprodutivas das famílias.

Através da recampesinização, as famílias buscam a reprodução relativamente autônoma e historicamente garantida, na qual a força de trabalho, os objetos e os meios de trabalhos utilizados, em um determinado ciclo produtivo, são o resultado do ciclo precedente. Essa modalidade não exclui, ao contrário do que se poderia pensar, a existência de uma relação com o mercado. Orienta-se, no entanto, a partir de uma racionalidade que busca assegurar não apenas a produção de mercadorias, mas a reprodução de todo um conjunto de valores de uso que deverão garantir a continuidade do processo produtivo no próximo ciclo. “Os camponeses buscam as possibilidades de desmercantilizar (no que se refere ao mercado de novas tecnologias e insumos), para justamente poder ingressar

de forma mais eficiente em processos específicos de mercantilização de seus produtos” (PLOEG, 2006, p.39).

Assim, em várias partes do mundo, boa parte dos agricultores tem buscado distanciar suas unidades de produção dos mercados e, ao mesmo tempo, diversificar suas atividades a partir da efetivação de uma série de alternativas, entre as quais:

- (a) A criação de novos produtos e serviços, com a criação simultânea de novos mercados e novos circuitos mercantis. Emergem então unidades produtivas multiprodutos, as quais contêm novos níveis de competitividade e reforçam a autonomia.
- (b) A busca de um distanciamento em relação aos mercados de insumos, a partir de práticas agrícolas de menor uso destes e serviços adquiridos no mercado. Isso resulta em uma agricultura (mais) econômica, na qual o processo de produção é crescentemente baseado na utilização de recursos não mercantis, provocando, com isso, uma redução na dependência direta da agricultura em relação ao capital financeiro e industrial.
- (c) Relacionado ao anterior, a reconexão da agricultura com a natureza (otimização do uso dos recursos naturais nos processos produtivos).
- (d) A emergência da pluriatividade.
- (e) A emergência de novas formas de cooperação local.
- (f) A reintrodução da atividade artesanal (unidade orgânica entre trabalho intelectual e manual que permite um controle direto e afinado do processo de produção).

A MERCANTILIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NA SERRA GAÚCHA:

O CASO DO MUNICÍPIO DE IPÊ/RS

A agricultura familiar que hoje encontramos em Ipê é o resultado de um processo crescente de mercantilização da vida colonial e do processo produtivo, fruto, por um lado, de mudanças ocorridas no ambiente social macro, qual seja a política de modernização da agricultura brasileira; por outro, de transformações internas ao campesinato, decorrentes da crise do sistema produtivo colonial, que alterou as condições necessárias para a existência do campesinato e assim fez emergir uma nova forma social, integrada em diversos graus aos mercados de insumos e produtos.

Nesta seção objetivamos mostrar, de forma breve, como ocorreu o processo de modernização e de mercantilização da agricultura em Ipê,

processo esse que originou uma agricultura diferente daquela do sistema produtivo colonial, posto que mais mercantilizada e, ao mesmo tempo, portadora de uma considerável diversidade entre si. Dentro dessa heterogeneidade, destacaremos a emergência e o desenvolvimento de um estilo agrícola calcado nos princípios da agroecologia.

O processo de modernização da agricultura de Ipê teve início no final da década de 1970. Até então, as unidades produtivas do município caracterizavam-se pelo plantio de trigo, soja, uva, suínos e pela criação de gado de corte, atividades essas destinadas principalmente ao mercado, e pela produção de alimentos para a subsistência das famílias, todos com baixo nível de utilização de insumos e de tecnologias externos às unidades de produção. Ao final dos anos 1970, quando o preço dos suínos sofreu redução e o comércio de trigo e soja enfrentou dificuldades (devido à concorrência com a produção tritícola do Planalto Gaúcho, que promoveu o fechamento de uma série de moinhos coloniais na Serra Gaúcha), mas não só, quando também houve forte incidência de pragas e doenças que passaram a atacar esses cultivos na Região da Serra, as famílias do município investiram na busca de novas alternativas produtivas. É nesta fase, de busca de alternativas ao sistema colonial de até então, que, juntamente com o cultivo da maçã e mais tarde de pêssego, alho e cebola, que são incorporadas as primeiras inovações tecnológicas características do pacote da Revolução Verde na agricultura de Ipê.⁵

Juntamente com a introdução de novas atividades e de novas tecnologias, intensificam-se os vínculos estabelecidos entre as unidades de produção e o mercado de produtos. Nesse período, as unidades produtivas especializam-se em atividades destinadas à venda, e a produção para o autoconsumo e subsistência diminuem significativamente. Além da intensificação dos vínculos, altera-se também a qualidade deles. Até então o trigo, a soja, o suíno e outros produtos da colônia eram comercializados através de redes locais, nas quais os comerciantes eram, na maioria das vezes, os próprios agricultores das comunidades. Portanto, onde o peso das relações pessoais entre produtores e comerciantes era bastante forte. A partir da introdução da maçã, do pêssego, do alho, da cebola, do fumo

⁵ Após a introdução da maçã, como cultivo modernizado, introduzem-se como alternativas produtivas a produção de pêssego, de alho e de cebola, estes últimos cultivos de inverno. A partir da segunda metade dos anos 1980, a fruticultura passa a integrar a pauta de alternativas e mais tarde, durante os anos 1990, a produção de suínos e aves em integração com indústrias processadoras. Atualmente, a pauta de produtos agrícolas de Ipê é formada por frutas, hortaliças e animais de pequeno e grande porte. No ano de 1995/1996, 71,89% do VPB foi gerado pela produção animal, enquanto 28,11% foi fornecido pela produção vegetal. Entre as atividades de produção animal destaca-se a produção de animais de pequeno porte (78,23% do VBP), principalmente a criação de frangos em integração com a agroindústria. As principais atividades de produção vegetal são a fruticultura (produção de uva, maçã e pêssego) e a horticultura (produção de cebola e alho).

e, mais tarde, dos suínos e aves, por integração com grandes empresas do setor, esse ambiente modifica-se profundamente.

Alguns produtos agrícolas passam a ser comercializados através de *empresas* que, por possuírem infraestrutura adequada (*packing houses*, câmaras frigoríficas, frota de caminhões etc.), assumem a função de intermediação entre a produção local e o mercado global de alimentos. Nesse contexto, então, outras formas de atuação dos diferentes atores, ao longo das cadeias, são estabelecidas. Da mesma forma, os padrões de qualidade foram alterados, tornando-se cada vez mais rigorosos; a escala de produção passou a ser cada vez mais um fator determinante da competitividade, e o estabelecimento de preços e de condições de pagamento tornou-se cada vez menos gerenciados pelos agricultores e comerciantes locais. Em outros casos, o comércio continuava sendo realizado através dos mesmos agricultores comerciantes de antes, mas agora eles também passavam a operar a partir das novas regras de mercado. As cooperativas, tanto de Ipê quanto outras da região, também remodelam seu sistema de atuação, assumindo um perfil cada vez mais empresarial.

No entanto, a transformação da agricultura colonial numa agricultura mercantilizada não foi homogênea entre as famílias. E aqui se destaca uma série de fatores institucionais locais, que promoveram formas diferenciadas de relacionamento das famílias com as novas alternativas produtivas implantadas na fase de modernização da agricultura e com as técnicas modernas e mercantilizadas que estas exigiam. Entre tais características, destacam-se as representações sociais do crédito e da relação com agências bancárias, bem como as representações sociais dos agrotóxicos. Ou conforme modos de expressão dos entrevistados: “o medo que o colono tem do banco”, devido ao risco que uma dívida possa representar à posse da terra, e o “medo dos venenos”, toda avaliação que parecem ter assumido papel central na mediação entre o mercado e as decisões das famílias:

Outra coisa é que o pessoal sempre teve muito medo do banco, e pra investir na maçã tinha que recorrer ao banco. Também é verdade que o colono de Ipê na verdade não gosta de trabalhar com veneno. Ele sabe que o veneno é um risco para a saúde (Entrevista nº 16).

A AGROECOLOGIA COMO ALTERNATIVA PRODUTIVA

O início dos anos 1980 pode ser caracterizado como o período em que emergem as primeiras discussões e questionamentos sobre as consequências da modernização agrícola no Brasil. Nesta mesma época e como

parte deste movimento de questionamento, algumas experiências alternativas de produção agrícola passam a ser desenvolvidas no país, entre as quais, o Projeto Vacaria, hoje Centro Ecológico, que foi instalado numa propriedade rural do município.⁶

Em Ipê, a movimentação em torno da construção de uma nova forma de fazer agricultura encontrou um terreno bastante favorável a sua implantação. Nessa época, as famílias estavam em busca de novas atividades, já que as atividades tradicionais estavam em crise. Novas alternativas vinham sendo desenvolvidas (produção de maçã e pêsego, produção de fumo, produção de alho e cebola), mas nem todas as famílias tiveram condições ou quiseram se engajar e se manter nessas novas atividades. Neste contexto a agricultura ecológica passa então a constituir mais uma alternativa para as famílias.

naquele tempo, em cinco anos, saíram mais de 20 famílias da nossa comunidade, não tinham mais o que fazer aqui, a terra estava gasta e não tinha pra quem vender os produtos, tinha família que fez empréstimo e não conseguiu pagar. Aqui na comunidade ficou quem tinha mais dinheiro e foi trabalhar com frutas, com fumo, com chiqueirão, com aviários ou com leite. A gente ouvia falar que tinha gente aqui em Ipê que estava na feira [ecológica] e estava ganhando dinheiro, nós entramos por dinheiro, se não fosse a ecologia nós tinha ido pra cidade, nós já tinha vendido muita coisa por causa das doenças na família e não dava pra plantar fruta, ter chiqueirão, aviário, essas coisas, porque a gente não tinha dinheiro pra investir e o Nono tinha medo do veneno e do banco (Entrevista nº 3).

Conforme descrito por Meirelles (2002), a agricultura ecológica não se limita à utilização de tecnologias alternativas, baseadas nos princípios da agroecologia. A experiência de Ipê é bastante representativa da construção de *mecanismos de suporte* à mudança técnico-ambiental na agricultura. Nesse sentido, conjugado aos esforços de redesenho dos agroecossistemas, as famílias de Ipê têm buscado construir e consolidar mecanismos de agregação de valor aos produtos agrícolas, através da agroindustrialização em pequena escala e da constituição de canais alternativos de comercialização. Pretendem, levando em conta este conjunto de estratégias, reduzir a dependência da agricultura em relação à indústria de insumos e, ao mesmo tempo, alcançar maiores níveis de autonomia em relação aos processos de comercialização de seus produtos.

Atualmente, existem em Ipê e Antônio Prado oito agroindústrias familiares ou associativas, com capacidade para processar frutas e hortaliças

⁶ Mais informações sobre o Centro Ecológico, histórico e situação atual ver: <http://www.centroecologico.org.br/>

ecológicas, todas com os registros legais necessários. Além disso, em praticamente todas as famílias de agricultores ecologistas destes municípios, um ou mais produtos são processados e comercializados. A comercialização dos produtos das famílias ocorre através de feiras, em Antônio Prado, Caxias do Sul, Flores da Cunha e Porto Alegre, em lojas de produtos ecológicos, em Porto Alegre, Florianópolis, São Paulo e Rio de Janeiro; e em alguns supermercados de Porto Alegre e de outras capitais. Em todos os casos, a comercialização é realizada pelas próprias famílias de agricultores e/ou por suas organizações. O quadro a seguir apresenta algumas características da agricultura ecológica no município de Ipê, em outubro de 2006.

QUADRO 1: CARACTERIZAÇÃO DA AGRICULTURA ECOLÓGICA EM IPÊ E ANTÔNIO PRADO/RS, OUTUBRO DE 2006

Número de famílias	69
Associações	Associação dos agricultores ecologistas da Linha Pereira de Lima – APE-MA; Associação dos agricultores ecologistas da Vila Segredo – APEVS; Associação dos agricultores de Santa Catarina – APESC; Associação dos agricultores ecologistas da Linha São João – AESBA; Associação dos agricultores ecologistas de São José – APEJ; Associação dos agricultores ecologistas da sede de Ipê – APESI; Associação dos agricultores ecologistas de Santo Antônio – APESAA.
Cooperativas	Cooperativa dos agricultores ecologistas de Ipê e Antônio Prado – CO-OPAECIA.
Mecanismos de comercialização	Feiras em Antônio Prado (1), Caxias do Sul (2), Porto Alegre (5). Lojas em Ipê (1), Antônio Prado (1), Caxias do Sul (3), Porto Alegre (1). Casas de produtos naturais e supermercados em Porto Alegre, Florianópolis, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro e outras capitais. Cooperativa de comercialização (1) e central de comercialização (1)
Agregação de valor	5 agroindústrias processadoras de sucos e bebidas, doces em geral e conservas vegetais.

Fonte: Pesquisa de campo, 2006.

3. DESCONSTRUINDO A DEPENDÊNCIA E CONSTRUINDO ALTERNATIVAS: OS MERCADOS DOS AGRICULTORES AGROECOLOGISTAS DE IPÊ

Conforme apontamos na introdução, ao levarmos em conta a perspectiva da mercantilização social, destacamos que a análise do desenvolvimento do capitalismo no campo permite visualizar que a busca da autonomia social passa a depender não somente da propriedade dos dois principais meios de produção (terra e trabalho), como também da construção de relações menos dependentes e subjugadas com os mercados. Assim sendo, para que a autonomia se configure, torna-se necessário reduzir a dependência em relação a alguns mercados. Por exemplo: mercado de insumos e de alimentos. Da mesma forma, também melhorar as formas de acesso aos mercados de produtos, reduzindo a intermediação e

umentando a capacidade de gerenciamento das famílias sobre preços e condições de pagamento dos seus produtos.

A partir dos dados e informações coletadas a campo, nesta seção pretendemos mostrar como a diversidade na relação com os diferentes mercados se expressa nas estratégias familiares e em especial nas estratégias das famílias engajadas na prática da agricultura ecológica. Na análise da diversidade, pretendemos revelar como o processo de afastamento dos mercados – desmercantilização da produção – tem sido utilizado como estratégia de reprodução social pelas famílias, em especial por aquelas ecologistas, e quais os resultados que estas estratégias têm produzido em relação à possibilidade de autonomia e independência social.

3.1 DESMERCANTILIZAÇÃO: A AGROECOLOGIA COMO FORMA DE “DEIXAR DE GASTAR”

De acordo com Ploeg (1992b), a mercantilização da agricultura é o processo através do qual os elementos e as etapas que integram a atividade produtiva são externalizados e, assim, atribuídos a instituições externas. O processo de desmercantilização, ao contrário, consiste num fluxo contínuo e flutuante ao longo do tempo, através do qual objetiva-se o afastamento sistemático, gradual e estratégico entre as unidades de produção e os diferentes mercados. Nesta seção, a (des) mercantilização da produção será analisada através dos indicadores (a) consumo intermediário (CI), (b) consumo alimentar das famílias, (c) e (c) relação com o mercado financeiro.⁷

Uma primeira observação, resultante da análise dos dados, é que existe um nível de consumo intermediário que é comum aos dois grupos, já que 50% das famílias de ambos os grupos apresentaram consumo intermediário na faixa de R\$ 5.000 a R\$ 10.000,00. Esta constatação demonstra que, no caso das famílias analisadas, o cuidado diante do caráter mercantil da produção tem sido uma estratégia utilizada tanto por agricultores ecologistas quanto por famílias não inseridas na rede alternativa.

⁷ O CI mostra o valor dos insumos (produção animal, vegetal e transformação caseira) e serviços (máquinas, equipamentos, manutenção das instalações, luz, gás e água) adquiridos de outros agentes econômicos e destinados ao processo de produção do estabelecimento agrícola.

**TABELA 1: CONSUMO INTERMEDIÁRIO (R\$)
NAS UNIDADES PRODUTIVAS ANALISADAS (2004/2005)**

	Famílias ecologistas				Famílias não ecologistas		
	CI (R\$)	SAU (ha)	CI/SAU		CI (R\$)	SAU (ha)	CI/SAU
Fam1	5.025,50	24,45	205,5	FamA	7.390,00	23	321,3
Fam2	2.237,30	35,4	63,2	FamB	4.531,00	34,5	131,3
Fam3	7.168,00	17,5	409,6	FamC	3.673,50	74	49,6
Fam4	4.421,60	16	276,4	FamD	24.963,00	37	674,7
Fam5	8.099,00	7	1157,0	FamE	5.013,00	8	626,6
Fam6	7.597,00	24	316,5	FamF	7.143,00	60	119,1
Fam7	3.330,00	33	100,9	FamG	11.903,50	24	496,0
Média	5.411,19*	22,48*	240,7	FamH	6.774,00	12	564,5
				Média	9.143,00*	34,06*	268,4

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

*Dados que diferem estatisticamente entre os grupos

**TABELA 2: EXTRATOS DE CONSUMO INTERMEDIÁRIO (CI)
NAS UNIDADES PRODUTIVAS ANALISADAS (2004/2005)**

Extratos (R\$)	Famílias ecologistas			Famílias não ecologistas		
	N	%	% Acumulada	N	%	% Acumulada
0 a 2.500	1	14,3	14,3	0	0,0	0,0
2.501 a 5.000	2	28,6	42,9	2	25,0	25,0
5.001 a 10.000	4	57,1	100,0	4	50,0	75,0
10.001 a 20.000	0	0,0				
20.001 a 30.000	0	0,0		2	25,0	100,0
Total	7	100,0	100,0	8	100	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

* Corresponde à área (em hectares) efetivamente explorada com atividades agrícolas.

Apesar da existência de uma faixa de CI comum a cerca de 50% das famílias de ambos os grupos, o comportamento das demais famílias indica que o CI entre os não ecologistas foi maior. Assim, podemos perceber que, enquanto os não-ecologistas gastaram em média R\$ 9.143,00, o consumo intermediário dos ecologistas foi de R\$ 5.411,19, o que reflete na renda líquida da atividade agrícola. Na tabela 3, podemos ver que não há diferenças estatísticas na renda bruta entre os grupos, mas que os rendimentos líquidos são maiores entre os ecologistas. Ou seja, apesar de não haver diferenças em relação à renda bruta, o menor CI entre os ecologistas tem conferido a estas famílias rendimentos líquidos superiores na agricultura.

TABELA 3: RENDA AGRÍCOLA NAS FAMÍLIAS ANALISADAS NA SAFRA 2004-2005

	Famílias ecologistas			Famílias não ecologistas			
	Trabalho agrícola na UP		Renda líquida/ Renda bruta (%)		Trabalho agrícola na UP		Renda líquida/ Renda bruta (%)
	Renda bruta (R\$)	Renda líquida (R\$)			Renda bruta (R\$)	Renda líquida (R\$)	
Fam1	40.715	35.689	87,66%	famA	33.020	25.630	77,62%
Fam2	18.548	16.311	87,94%	famB	7.665	3.134	40,89%
Fam3	24.000	16.832	70,13%	famC	11.429	7.756	67,86%
Fam4	15.012	10.590	70,54%	famD	66.881	41.918	62,68%
Fam5	32.075	23.976	74,75%	famE	15.360	10.347	67,36%
Fam6	33.668	26.071	77,44%	famF	10.230	3.087	30,18%
Fam7	15.525	12.195	78,55%	famG	26.991	15.088	55,90%
Média	25.649	20.238*	78,90%*	famH	6.028	-746	-12,38%
				Média	22.200	13.277*	59,81%*

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

*Dados que diferem estatisticamente entre os grupos

REFORÇANDO O AUTOCONSUMO:

A "DESMERCANTILIZAÇÃO" DO CONSUMO ALIMENTAR

A produção para autoconsumo possui um papel fundamental na reprodução da agricultura familiar. O autoconsumo, que Ellis (2000) chamou de subsistência, permite as formas familiares de produção e trabalho sobreviverem e se reproduzirem em uma sociedade capitalista cada vez mais competitiva. Segundo Ellis (2000), o campesinato persiste na economia capitalista devido "a sua capacidade de reunir os pré-requisitos para (produzir) a sua própria subsistência" (p. 24 apud GAZOLLA, 2004, p. 103), o que faz mantendo o consumo alimentar estrategicamente distanciado do mercado. Para analisar o grau de mercantilização do consumo alimentar, utilizaremos como indicador o valor da produção para autoconsumo, que é a relação entre o consumo produzido na unidade produtiva e o consumo total da família.⁸

⁸ O autoconsumo familiar foi estabelecido da seguinte forma: durante as entrevistas de campo, foi realizado um levantamento dos diferentes tipos de alimentos, e das respectivas quantidades, que as famílias consomem (*in natura* e beneficiados/transformados) e que são produzidos na unidade produtiva. Em seguida, estes alimentos foram valorados de acordo com os valores médios do mercado local, o que possibilitou calcular o quanto cada família gastaria, em reais, por semana, por mês e por ano, caso toda a alimentação proveniente da unidade de produção fosse comprada no mercado local.

TABELA 4: CONSUMO TOTAL (R\$), AUTOCONSUMO (R\$) E RELAÇÃO ENTRE CONSUMO TOTAL E AUTOCONSUMO (%) NAS FAMÍLIAS ANALISADAS EM 2004-2005

	Famílias ecologistas			Famílias não ecologistas			
	Consumo Total (R\$)	Auto-consumo (R\$)	Autoconsumo/Consumo Total (%)	Consumo Total (R\$)	Auto-consumo (R\$)	Autoconsumo/Consumo Total (%)	
Fam1	11.155,20	9.955,20	89,24%	famA	6.474,00	3.824,00	59,07%
Fam2	10.043,70	8.811,70	87,73%	famB	7.115,50	5.915,50	83,14%
Fam3	13.198,50	9.638,50	73,03%	famC	9.585,15	8.385,15	87,48%
Fam4	13.488,80	11.088,80	82,21%	famD	8.393,70	5.993,70	71,41%
Fam5	12.171,90	9.051,90	74,37%	famE	7.013,50	3.793,50	54,09%
Fam6	17.807,70	15.407,70	86,52%	famF	4.520,00	1.300,00	28,76%
Fam7	12.805,50	11.605,50	90,63%	famG	9.198,98	5.226,98	56,82%
Média	12.953,04*	10.794,19*	83,39%*	famH	5.982,50	4.182,50	69,91%
				Média	7.285,42*	4.827,67*	63,83%*

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

*Dados que diferem estatisticamente entre os grupos

Pelo que os dados apresentam, o consumo total entre os ecologistas é estatisticamente superior ao consumo total entre os não ecologistas; nessas famílias, em média o consumo total é de 12.953,04/ano e 1.079,42/mês, enquanto entre os não ecologistas o consumo médio total é de R\$ 7.285,42/ano e R\$ 607,12/mês. Em relação ao autoconsumo (proporção do consumido produzido na unidade produtiva), este comportamento permanece, já que em média o valor do autoconsumo nas famílias ecologistas é de R\$ 10.794,19/ano e R\$ 899,52/mês; e no grupo dos não ecologistas este valor se reduz para R\$ 4.827,67/ano e 402,31/mês. Considerando-se o valor do salário mínimo na ocasião da coleta dos dados (R\$ 300,00), concluímos que as famílias ecologistas possuíam um autoconsumo médio de 3 salários mínimos mensais, e as famílias não ecologistas de 1,35 salários mínimos.

Quando analisamos a relação entre o consumido e o produzido na unidade produtiva, podemos ver que os ecologistas produzem 83,39% do que consomem e os não ecologistas 63,83%. Assim, podemos concluir que as famílias ecologistas, quando comparadas às famílias não ecologistas, consomem mais do que estas (consumo total maior) e, além disso, produzem mais daquilo que consomem (autoconsumo). Provavelmente isto decorre da maior diversidade de cultivos e criações presentes nas unidades produtivas das famílias ecologistas, devido às necessidades e possibilidades oferecidas pelos mercados de produtos em que estas famílias operam. Os principais canais de comercialização utilizados pelas

famílias desses grupos são as feiras e as lojas de produtos ecológicos, canais que não somente permitem como também exigem maior diversidade na oferta de produtos. A maior diversidade exigida pelo mercado promove a diversificação de cultivos e criações no âmbito das unidades produtivas, ao mesmo tempo que diversifica a pauta de alimentos consumidos e eleva o autoconsumo familiar e, em consequência, o consumo total das famílias. Parece que a inserção na rede resgata aquilo que Garcia Júnior (1983, 1989) denominou de alternatividade, já que grande parte dos itens produzidos tanto pode ser vendida quanto autoconsumida, dependendo das condições de reprodução social e alimentar, das flutuações de preço e das condições de troca em vigor no mercado. Este resultado é bastante interessante, pois demonstra uma situação em que a elevação do autoconsumo (ou desmercantilização na esfera do consumo alimentar) não tem sido causada pelo afastamento do mercado de produtos, mas por modificações nesse mercado.

Além disso, podemos concluir que, apesar de os indicadores terem apresentados valores superiores no grupo dos ecologistas, em ambos os grupos a esfera da alimentação tem sido, pelo menos em parte, mantida (os ecologistas produzem 83,39% do que consomem e os não ecologistas 63,83%) fora dos circuitos mercantis. Essa estratégia permite também às famílias não ecologistas enfrentar situações de crise sem comprometer o consumo alimentar.

Segundo Schmitt (2001), as dimensões culturais e as representações sociais que a alimentação possui na manutenção da identidade da “família de colonos” são elementos centrais quando se trata de explicar, não só a continuidade da produção de autoconsumo na colônia italiana, como também o distanciamento entre a alimentação da família e os mercados.

Gazzola (2004) realiza uma análise de alguns elementos culturais que exercem barreiras, mediam e assim diferenciam a mercantilização do consumo doméstico, na agricultura familiar.⁹ Para o autor:

O autoconsumo não é somente a produção através do trabalho do agricultor aplicado a um processo produtivo a fim de obter os elementos e produtos necessários à alimentação e manutenção do grupo doméstico. Nesta esfera o trabalho do agricultor é produtivo, mas é também simbólico e repleto de significações e sentidos que lhe são fundamentais para a construção da sua identidade social enquanto agricultor familiar (GAZZOLA, 2004, p. 83).

⁹ Este autor baseia-se nos trabalhos de Woortmann e Woortmann (1997), Woortmann (1990), Santos (1984), Seyferth (1994) e Renk (2000).

NOVAS ESTRATÉGIAS PRODUTIVAS E O ACESSO AO CRÉDITO:
A RELAÇÃO COM O MERCADO FINANCEIRO

Na agricultura familiar mercantilizada, o acesso ao crédito se tornou um dos principais meios para viabilizar a produção, já que, através dele, o agricultor consegue acompanhar o ritmo do progresso tecnológico, adquirindo insumos, máquinas e equipamentos, entre outros, utilizados nas atividades produtivas. Numa agricultura modernizada, a mercantilização financeira ocorre porque dificilmente um agricultor tem condições de manter sozinho o custo crescente das atividades agrícolas e da constante necessidade de inovação tecnológica. Ao contrário, numa situação de desmercantilização, a necessidade de recorrência ao mercado financeiro estaria sendo reduzida, pois, ao reduzir o ritmo do progresso tecnológico, estariam sendo reduzidos os custos de produção e a necessidade constante de novos investimentos produtivos, e, em consequência, a dependência das famílias em relação ao mercado financeiro.

Neste trabalho, a análise da dependência das unidades produtivas em relação ao capital financeiro foi realizada a partir de três indicadores: (a) a relação entre máquinas, equipamentos e instalações adquiridos com recursos próprios e com recursos financiados; (b) os compromissos com o pagamento de crédito de custeio e de investimento na safra 2004-2005; e (c) os valores financiados pelas famílias.

Em relação ao primeiro indicador, os dados da tabela 5 mostram que, nos componentes máquinas e equipamentos, não há diferenças significativas entre os grupos, ou seja, em ambos, a maior parte das máquinas e equipamentos foi adquirida com recursos próprios. Quando analisamos os dados que dizem respeito às instalações, vimos que é neste componente que ocorrem diferenças entre os grupos. Aqui continua a afirmação de que a maior parte dos bens foi adquirida com recursos próprios. No entanto, entre os ecologistas, a necessidade de recorrer ao mercado financeiro foi maior, já que em todas as famílias ecologistas, parte do capital investido em instalações foi financiado. Enquanto entre as famílias não ecologistas o montante médio de capital financiado para a aquisição de instalações foi de 5,15%, entre os ecologistas este número sobe para 20,55% do valor total investido.

TABELA 5: PROPORÇÃO DO VALOR INVESTIDO EM MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E INSTALAÇÕES EXISTENTES NAS UNIDADES PRODUTIVAS ADQUIRIDOS COM RECURSOS PRÓPRIOS E COM RECURSOS FINANCIADOS ATÉ 2004/2005

	Máquinas e equipamentos				Instalações			
	Próprio		Financiado		Próprio		Financiado	
	(%)	(R\$)	(%)	(R\$)	(%)	(R\$)	(%)	(R\$)
Famílias ecologistas								
Fam1	88,74%	23.650,00	11,26%	3.000,00	59,29%	74.266,67	40,71%	51.000,00
Fam2	90,79%	35.214,29	9,21%	3.571,43	92,59%	87.500,00	7,41%	7.000,00
Fam3	75,82%	21.950,00	24,18%	7.000,00	82,81%	53.000,00	17,19%	11.000,00
Fam4	100,00%	22.850,00	0,00%	0,00	75,82%	34.500,00	24,18%	11.000,00
Fam5	78,84%	27.950,00	21,16%	7.500,00	79,17%	342.000,00	20,83%	90.000,00
Fam6	70,57%	63.070,00	29,43%	26.300,00	79,17%	57.000,00	20,83%	15.000,00
Fam7	78,32%	30.700,00	21,68%	8.500,00	87,27%	48.000,00	12,73%	7.000,00
Média	83,30%	32.198	16,70%	7.982	79,45%*	99.467*	20,55%*	27.429*
Famílias não ecologistas								
famA	47,83%	11.000,00	52,17%	12.000,00	100,00%	85.000,00	0,00%	0,00
famB	100,00%	53.430,00	0,00%	0,00	100,00%	65.000,00	0,00%	0,00
famC	100,00%	16.450,00	0,00%	0,00	100,00%	117.000,00	0,00%	0,00
famD	82,56%	94.700,00	17,44%	20.000,00	58,82%	100.000,00	41,18%	70.000,00
famE	100,00%	31.950,00	0,00%	0,00	100,00%	66.000,00	0,00%	0,00
famF	100,00%	10.300,00	0,00%	0,00	100,00%	65.000,00	0,00%	0,00
famG	98,67%	66.650,00	1,33%	900,00	100,00%	110.000,00	0,00%	0,00
famH	50,36%	18.260,00	49,64%	18.000,00	100,00%	37.000,00	0,00%	0,00
Média	84,93%	37.843	15,07%	6.363	94,85%*	80.625*	5,15%*	8.750*

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

*Dados que diferem estatisticamente entre os grupos

Na análise do segundo indicador, compromissos das famílias com o pagamento de crédito de custeio e de investimento (tabela 6), podemos ver que, em relação aos compromissos com o pagamento de crédito de custeio da safra 2004/2005, não há diferenças entre os dois grupos, já que apenas duas famílias, de ambos os grupos, possuíam este tipo de compromisso para com os rendimentos da safra 2004/2005. Isto mostra que, nos dois grupos analisados, grande parte dos custos de produção está sendo coberta com recursos adquiridos pelas famílias em safras precedentes. Quando analisamos o valor que cada família comprometeu com o custeio da próxima safra (2005/2006), tendo por base o ano agrícola 2004/2005, podemos ver que os ecologistas comprometeram uma menor proporção da renda bruta com o custeio da safra seguinte (13%

entre ecologistas e 28,7% entre não ecologistas), o que ocorre provavelmente em função do menor consumo intermediário encontrado entre as famílias deste grupo.

Tratando-se dos compromissos com o pagamento de crédito para investimento, observamos as diferenças entre os grupos. Enquanto os ecologistas comprometeram 17,57% da renda bruta de 2004-2005 com o pagamento do crédito de investimentos, entre os não ecologistas este compromisso foi de apenas 3,0%. Além disto, foi possível verificar que os valores financiados com vistas a investimento também foram maiores entre os ecologistas. Enquanto no grupo dos não ecologistas a média do valor financiado para investimento foi de R\$ 13.340,00, e o valor da prestação naquele ano era de R\$ 1.112,50 (3,0% da renda bruta), no grupo dos ecologistas, o valor médio financiado foi de R\$ 28.832,14, sendo o valor da prestação, em média, R\$ 5.491,67 (17% da renda bruta).

TABELA 6: PROPORÇÃO (%) DA RENDA BRUTA DAS FAMÍLIAS UTILIZADA NO PAGAMENTO DE CRÉDITO DE CUSTEIO, DE CRÉDITO DE INVESTIMENTO E DE DESPESAS COM A SAFRA AGRÍCOLA 2004-2005

	Famílias ecologistas			Famílias não ecologistas			
	Pagamento de Custeio (%)	Pagamento de Crédito de Investimento	Financiar próxima safra	Pagamento de Custeio (%)	Pagamento de Crédito de Investimento	Financiar próxima safra	
Fam1	0,0%	4,7%	9,9%	FamA	0,0%	2,6%	9,4%
fam2	0,0%	5,2%	7,6%	FamB	0,0%	0,0%	18,8%
Fam3	0,0%	11,9%	23,8%	FamC	2,5%	0,0%	20,8%
Fam4	0,0%	13,3%	12,8%	FamD	0,0%	7,3%	37,3%
Fam5	0,0%	0,0%	10,3%	FamE	2,0%	0,0%	23,2%
Fam6	17,1%	28,9%	10,8%	FamF	0,0%	14,5%	51,8%
Fam7	0,0%	59%	16,2%	FamG	0,0%	0,0%	30,9%
Média	2,4%	17,57%*	13,0%*	FamH	0,0%	0,0%	37,8%
				Média	2,25%	3,0%*	28,7%*

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

*Dados que diferem estatisticamente entre os grupos

A tabela 7 traz informações sobre os investimentos realizados nas unidades produtivas nos últimos cinco anos (investimentos com recursos próprios e investimentos com recursos financiados). Nela podemos ver que, enquanto no grupo dos não ecologistas a média do valor investido foi de R\$ 37.882,80, entre os ecologistas a média do investimento foi de R\$ 57.320,00. Esta informação nos permite afirmar que os ecologistas, além de acessarem crédito de investimento de forma mais frequente e em mon-

tantes mais elevados, investiram mais nas unidades produtivas, durante os últimos cinco anos. Entre os investimentos realizados, destacam-se, entre os ecologistas, a instalação de agroindústrias familiares (prédios e equipamentos) e os investimentos em estrutura para a comercialização dos produtos (transporte).

Tabela 7: Investimentos realizados na UP nos últimos 5 anos (valor investido e tipo de investimento)

Ecologistas		Não ecologistas		
Valor investido	Tipo de investimento	Valor investido	Tipo de investimento	
Fam1	60.700,00	Agroindústria + Reforma aviário	FamA 6.200,00	Ampliação do parreiral + Pulverizador
Fam2	61.842,86	Agroindústria + Açude	FamB 17.000,00	
Fam3	53.000,00	Agroindústria + Plantadeira + Açude	FamC 1.500,00	Trator + Adaptação do aviário para produção de peru
Fam4	34.500,00	Caminhão para transportar produtos para a feira (reforma)	FamD 98.100,00	Ampliação do parreiral
Fam5	95.500,00	Agroindústria	FamE 36.880,00	Ampliação do parreiral
Fam6	81.700,00	Troca de caminhão (utilizado para a feira) + Pulverizador + Agroindústria	FamF 18.882,00	
Fam7	14.000,00	Agroindústria + Espalhador de esterco	FamG 100.000,00	
Média	57.320,00*		FamH 24.500,00	
			Média	37.882,80*

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

*Dados que diferem estatisticamente entre os grupos

Os dados apresentados até aqui demonstram, por um lado, a manutenção, em ambos os grupos, de um afastamento do mercado financeiro. No conjunto das famílias, a maior parte dos bens foi adquirida com recursos próprios, e os custos de produção têm sido pagos, em grande medida, com recursos de safras precedentes. Por outro lado, vimos que a inserção na rede vem provocando modificações em relação à mercantilização financeira, principalmente no que se refere à utilização de crédito para investimentos nas unidades produtivas. Entre as famílias ecologistas,

os investimentos na unidade produtiva foram maiores, assim como o financiamento desses investimentos. Neste caso, o acesso ao crédito de investimento foi mais frequente, e os valores financiados mais elevados. Além disso, constatamos que, entre as famílias ecologistas, o comprometimento da renda bruta com o pagamento de despesas relacionadas à produção agrícola na próxima safra foi menor, ao mesmo tempo que a utilização dos recursos obtidos pelas famílias ao longo do ano (renda bruta) com o pagamento de parcelas dos financiamentos, foi maior.

Em decorrência, inferimos que a maior presença de investimentos entre os ecologistas pode estar sendo possibilitada pela diminuição dos custos de produção. Esta não é uma oportunidade colocada para os não ecologistas, na medida em que os custos com a manutenção da atividade produtiva são maiores (conforme visto, quando analisamos o consumo intermediário entre as famílias). Tal fato compromete uma maior porcentagem da renda bruta com o pagamento das despesas de safra.

Essa diferença de capacidade de investimento e de endividamento entre os grupos pode nos indicar uma diferenciação nas oportunidades futuras de reprodução, pois desta forma os ecologistas tenderiam à maior qualificação da unidade produtiva e/ou diversificação de atividades produtivas. Esta constatação parece bastante próxima à afirmação de Ploeg (2006), ao asseverar que, através da desmercantilização referente ao mercado de novas tecnologias e insumos, torna-se possível o ingresso de forma mais eficiente em processos específicos de mercantilização dos produtos. Neste caso a eficiência é representada pelos investimentos realizados na estratégia de agroindustrialização e comercialização, estratégias que têm concentrados os investimentos realizados nas unidades produtivas nos últimos cinco anos.

4 (RE) MERCANTILIZAÇÃO: A BUSCA DE AUTONOMIA ATRAVÉS DE NOVOS MERCADOS DE TRABALHO E DE PRODUTOS

A recampezinização como processo requer, além do afastamento do produtor de alguns mercados, uma relação estratégica organizada com outros, em especial diante de mercados de produtos e serviços (Ploeg, 2006). Em outros termos, estas estratégias concretizam-se a partir da efetivação de uma série de alternativas, entre as quais a criação de novos produtos e serviços e, de forma simultânea, de novos mercados e circuitos mercantis. Emergem então unidades produtivas multiprodutos, as quais contêm novos níveis de competitividade e reforçam a autonomia. Nesta seção, nosso foco incide sobre a diversificação das fontes de renda, em

especial a pluriatividade,¹⁰ e sobre as estratégias de relacionamento com os mercados de produtos que têm sido implementadas pelas famílias.

4.1 A importância da pluriatividade e das rendas não agrícolas

A tabela 8 apresenta, em valores absolutos e relativos, a renda total e as diferentes fontes de renda de cada família. Em primeiro lugar, podemos observar que somente em duas famílias, das 15 analisadas, a agricultura é a única fonte de renda. Além da agricultura, a aposentadoria rural, o aluguel de imóveis e três tipos de pluriatividade (para-agrícola, de base agrária e intersetorial) contribuem para a formação da renda. Neste contexto de diversificação, a agricultura e a pluriatividade são as principais fontes de renda, seguidas das transferências sociais (das 15 famílias analisadas, 73,33%, ou 11 famílias, são pluriativas).

Apesar de a estratégia da pluriatividade estar presente entre as famílias de ambos os grupos, é possível afirmarmos que, entre os ecologistas, esta estratégia é mais importante, tanto no que se refere ao número de famílias quanto à importância dos recursos gerados na formação da renda total. Entre os ecologistas, 100% das famílias analisadas são pluriativas, enquanto entre os não ecologistas a pluriatividade é característica de 50% das famílias. Entre os não ecologistas, a renda da pluriatividade corresponde a 27,3% da renda líquida total, enquanto no grupo dos ecologistas este valor é de 35%. Neste grupo, em quatro famílias a renda da pluriatividade é superior a 30% e em três famílias os rendimentos da pluriatividade superam 45% da renda total. Nas duas famílias de maior rendimento líquido (fam5 e fam6), a renda proveniente da pluriatividade, nestes casos da pluriatividade para-agrícola, ultrapassa 48% dos rendimentos familiares. Outra informação que mostra a importância da pluriatividade entre os ecologistas é o fato de que em média 64% dos membros dessas famílias praticam a pluriatividade, enquanto entre as famílias de agricultores convencionais esta prática restringe-se a 19% dos membros das famílias.

Em ambos os grupos, a pluriatividade para-agrícola (atividades não agrícolas diretamente ligadas à produção agrícola, tais como processamento, beneficiamento ou agroindustrialização de produtos agrícolas por famílias de agricultores) é o tipo mais comum, e entre os ecologistas analisados,

¹⁰ Schneider entende a pluriatividade como um fenômeno decorrente dos processos de reconfiguração social, econômica e espacial da reestruturação capitalista, também chamada de fase pós-fordista, ou pós-produtivista. Nesta fase, o espaço rural deixa de ser unicamente um espaço para a produção agrícola, recebendo novas atribuições e tornando-se espaço para o desenvolvimento de múltiplas atividades, o que possibilita novas oportunidades para a agricultura familiar, tanto na agricultura quanto fora desta.

todas as famílias praticam este tipo de pluriatividade.¹¹ Analisando-se a renda da pluriatividade para-agrícola (agroindustrialização), podemos ver que entre os ecologistas esta é de R\$ 13.592, enquanto no grupo dos não ecologistas é de R\$ 2.206.

Avaliando, através do indicador renda total (tabela 8), o resultado do conjunto das atividades e fontes de renda das famílias, podemos observar que, no grupo dos ecologistas, a renda líquida total foi maior (R\$ 39.536,00) do que no grupo dos não ecologistas (R\$ 25.259,00). Essa contraposição nos permite inferir que a associação de estratégias de desmercantilização da produção (demonstrada através da redução do CI) e de investimentos na pluriatividade para-agrícola têm sido eficientes para aumentar os rendimentos das famílias de ecologistas.

4.2 A construção de mercados de produtos: em busca de uma mercantilização autônoma

Para entendermos os processos pelos quais novas formas de inserção no mercado de produtos (inserção estrategicamente organizada) vêm sendo desenvolvidos, analisaremos: (a) o número de canais de comercialização utilizados; (b) o nível de gerenciamento e controle das famílias sobre os preços e sobre as condições de pagamento; (c) a forma de inserção no mercado, se individual ou coletiva; e (c) os investimentos realizados com a comercialização, no que se refere ao tempo utilizado.

Iniciamos com a análise pela tabela 9. De acordo com os dados, o comércio de produtos agropecuários no âmbito das famílias analisadas, de ambos os grupos, caracteriza-se por uma grande diversidade de canais de comercialização (foram identificados 15 canais de venda de produtos utilizados pelas famílias analisadas). Nesta diversidade, podemos identificar, por um lado, a presença do comércio com empresas integradoras, frigoríficos, câmaras frias e cooperativas, canais nos quais há um forte predomínio de relações mercantis, e sobre os quais os agricultores possuem baixa capacidade de gerenciamento e de definição dos preços e das condições de pagamento. Por outro lado, percebemos a coexistência

¹¹ Schneider (2006) propõe cinco tipos de pluriatividade no mundo rural contemporâneo. A primeira, chamada de pluriatividade intersetorial, decorrente da articulação do setor agrícola e não agrícola com a indústria comércio e serviço. Um segundo tipo é chamado de pluriatividade de base agrária, já que acontece dentro do setor agrícola. O terceiro tipo de pluriatividade é chamado de para-agrícola, que é o beneficiamento ou transformação de produtos vegetais ou animais com o objetivo de venda. Neste tipo são bons exemplos as agroindústrias familiares de pequeno porte que vêm sendo implantadas no meio rural do Brasil. O quarto tipo de pluriatividade é chamado de trabalho informal, e trata da venda de mão de obra em trabalhos temporários ou esporádicos. O quinto, e último, tipo de pluriatividade proposta é a tradicional ou camponesa, sendo formada pelas antigas atividades que sempre existiram dentro da propriedade camponesa. Estas não visam inserções mercantis, sendo bons exemplos a produção artesanal de balaios, cesto e arreios para animais.

de canais nos quais permanecem, e até mesmo predominam, as relações personalizadas, os vínculos e as negociações de caráter não mercantil.

TABELA 8 - RENDIMENTO ABSOLUTO (R\$) E RELATIVO (%) POR FONTE DE RENDA (2005-2004)

	Trabalho agrícola na UP		Para-agrícola	Pluri de base agrária	Pluri-inter-setorial	Soma da pluriatividade	Transferências sociais	Aluguéis*	Renda líquida total					
	Renda bruta	Renda líquida												
Fam1	40.715	35.689	78%	6.080	13%	0	0%	1.550	3%	1.560	3%	720	2%	45.599
Fam2	18.548	16.311	60%	4.744	17%	0	0%	0	0%	6.240	23%	0	0%	27.295
Fam3	24.000	16.832	73%	5.088	22%	1.075	5%	0	0%	0	0%	0	0%	22.995
Fam4	15.012	10.590	35%	156	1%	13.200	44%	0	0%	6.240	21%	0	0%	30.186
Fam5	32.075	23.976	34%	43.700	62%	0	0%	0	0%	3.120	4%	0	0%	70.796
Fam6	33.668	26.071	42%	30.318	48%	0	0%	0	0%	6.240	10%	0	0%	62.629
Fam7	15.525	12.195	70%	5.055	30%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	17.250
Média	25.649	20.238*	54%	13.592*	28%	2.039*	7%	221*	0%	3.343	9%	103	0%	39.536*
famA	33.020	25.630	36%	9.219	13%	0	0%	36.000	51%	0	0%	0	0%	70.849
famB	7.665	3.134	16%	465	2%	0	0%	3.500	18%	6.240	32%	6.240	32%	19.579
famC	11.429	7.756	55%	0	0%	0	0%	0	0%	6.240	45%	0	0%	13.996
famD	66.881	41.918	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	41.918
famE	15.360	10.347	62%	0	0%	0	0%	0	0%	6.240	38%	0	0%	16.587
famF	10.230	3.087	24%	3.563	28%	0	0%	0	0%	6.240	48%	0	0%	12.890
famG	26.991	15.088	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	15.088
famH	6.028	-746	-7%	4.404	40%	7.503	67%	0	0%	0	0%	0	0%	11.161
Média	22.201	13.277*	48%	2.206*	10%	938*	8%	4.938*	9%	3.120	20%	780	4%	25.259*

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

*Dados que diferem estatisticamente entre os grupos

*Aluguéis de imóveis residenciais/comerciais.

TABELA 9 - CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO UTILIZADOS PELAS FAMÍLIAS E NÚMERO DE OPERAÇÕES COMERCIAIS REALIZADAS NA SAFRA 2004-2005 EM CADA CANAL

Canal de comercialização	Nº de operações comerciais realizadas através do canal		Grau das relações mercantis
	Ecologistas	Não ecologistas	
Famílias da comunidade	1		Forte presença das relações não mercantis
Famílias de Ipê	1		
Sociedade da carne na comunidade	2		
Famílias de outras cidades		2	
Outras famílias de Ipê que industrializam produtos agrícolas	1	1	
Feira	7		Relações mercantis e não mercantis se equilibram
Loja de produtos ecológicos	2		
Açougueiros em Ipê		1	
Atravessador na comunidade ¹	2		
Atravessador ²		5	Predomínio das relações mercantis
Cantina	1	2	
Cooperativa	1	5	
Câmara fria		2	
Frigorífico	1	2	
Empresa Integradora	1	2	

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Tratando-se de cada grupo, vimos que os não ecologistas comercializam principalmente nos canais em que predominam os vínculos mercantis.¹² Do total de 22 operações comerciais realizadas, 18 (81,81%) ocorreram nesses canais. Entre os ecologistas, de um total de 20 operações comerciais realizadas na safra 2004/2005, cinco operações, ou 25%, ocorreram com forte presença de relações não mercantis e 11 (55%) em canais nos quais as relações mercantis e não mercantis se equilibram. Aqui ganha destaque o investimento no comércio através de feiras e de lojas de produtos ecológicos.

Em relação ao número de canais de comercialização utilizados individualmente pelas famílias, não há diferenças entre os grupos (tabela 10). Em ambos os grupos, as famílias, em média, operam através de três canais de comercialização. Ao contrário, na análise da forma de comercialização, se individual ou coletiva, observamos diferenças significativas entre

¹² A distinção entre canais nos quais predominam ou não os vínculos mercantis foi feita pelos agricultores. A pergunta era: neste canal quais os fatores que determinam as negociações? As opções de resposta eram: os preços, a relação com o comprador, outros de caráter não mercantil.

os grupos: enquanto entre os não ecologistas há um predomínio da comercialização realizada de forma individual, já que nenhuma família realizou operações comerciais em parceria com outras famílias, entre os ecologistas a comercialização coletiva é recorrente. Neste grupo, todas as famílias realizaram alguma operação comercial de forma coletiva, e em média 69,04% das operações comerciais realizadas naquele ano aconteceram de forma coletiva.

**TABELA 10 - NÚMERO DE CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO UTILIZADOS
PELAS FAMÍLIAS ANALISADAS E FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO (SE INDIVIDUAL OU COLETIVA)
(SAFRA 2004-2005)**

	Número de canais	% de operações comerciais realizadas de forma			Número de canais	% de operações comerciais realizadas de forma	
		Individual	Coletiva			Individual	Coletiva
Fam 1	6	66,7	33,3	Fam A	2	100,0	0,0
Fam 2	4	50,0	50,0	Fam B	3	100,0	0,0
Fam 3	2	0,0	100,0	Fam C	4	100,0	0,0
Fam 4	1	0,0	100,0	Fam D	5	100,0	0,0
Fam 5	2	0,0	100,0	Fam E	2	100,0	0,0
Fam 6	4	50,0	50,0	Fam F	5	100,0	0,0
Fam 7	2	50,0	50,0	Fam G	2	100,0	0,0
Média	3,00	30,96*	69,04*	Fam H	2	100,0	0,0
				Média	3,11	100,0*	0,0*

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

*Dados que diferem estatisticamente entre os grupos

Na tabela 11 são apresentadas informações sobre a forma de estabelecimentos dos preços e das condições de pagamento nas operações realizadas. Entre os ecologistas, em 71,42% das operações realizadas, as famílias participaram do estabelecimento dos preços (itens sombreados em cinza). Entre os não ecologistas, a participação dos agricultores no estabelecimento dos preços ocorreu em somente 33,33% dos casos. Referente às condições de pagamento, entre os ecologistas, em 50% das operações comerciais realizadas, as condições foram estabelecidas pelos agricultores e em 25% foram negociadas. Nas demais operações (25%), as condições de pagamento foram determinadas pelos compradores. No grupo dos não ecologistas, em 4,55% das operações realizadas, os agricultores estabeleceram as condições, e em 18,8%, estas foram negociadas entre agricultores e compradores. No restante, 77,27% dos casos, os compradores determinaram as condições de pagamento. Neste grupo, a cooperativa destaca-se como agente determinante dos preços (em 31,82% dos casos).

TABELA 11 - RESPONSÁVEL PELO ESTABELECIMENTO DOS PREÇOS E DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO DOS PRODUTOS COMERCIALIZADOS NO TOTAL DAS OPERAÇÕES COMERCIAIS REALIZADAS (%) (2004/2005)

Responsável pelo estabelecimento dos preços				Responsável pelo estabelecimento das condições de pagamento			
Ecologistas		Convencionais		Ecologistas		Convencionais	
Comissão de feira	28,57%	Negociado	33,33%	Agricultores	50,00%	Agricultores	4,55%
Agricultor	19,05%	Cooperativa	29,17%	Negociado	25,00%	Negociado	18,18%
Agricultor e comissão de feira	9,52%	Atravessador	12,50%	Cooperativa	5,00%	Cooperativa	31,82%
Negociado (a partir de preços estabelecidos pelo mercado)	9,52%	Frigorífico Pastore	8,33%	Frigorífico	15,00%	Frigorífico	9,09%
Associação	4,76%			Atravessador	0,00%	Atravessador	13,64%
Cooperativa	4,76%	Integradora	4,17%	Cantina	0,00%	Cantina	4,55%
Integradora	4,76%	Tabela da uva	4,17%	Integradora	5,00%	Integradora	9,09%
Frigorífico	4,76%			Câmara	0,00%	Câmara	9,09%
Determinado pelo mercado	14,29%			Total	100,0%	Total	100,0%
Total	100,0%	Total	100,0%				

Fonte: Pesquisa de campo (2006).

Analisando-se o tempo utilizado pelas famílias com a comercialização dos produtos, podemos ver que há diferenças entre os grupos, já que os ecologistas utilizaram em média 0,68 UHTs, o que corresponde a 15% das UHTs disponíveis. No grupo dos ecologistas, os investimentos na comercialização são bem menores, com a utilização de 0,03 UHTs ou 1,22% da disponibilidade de mão de obra.

Essas informações mostram que a inserção no mercado de produtos pelas famílias ecologistas e não ecologistas apresenta por um lado, semelhanças e por outro, diferenças. As semelhanças referem-se ao número de canais em que as famílias operam, visto que, na média, todas as famílias, de ambos os grupos, operam por três canais, e ao fato de que existem alguns canais que são comuns às famílias de ambos os grupos. Também é comum o fato de ecologistas e não ecologistas comercializarem em canais com forte presença de relações não mercantis, embora entre os ecologistas a comercialização nestes canais ser mais frequente.

Apesar das semelhanças, existem diferenças entre os grupos, diferenças estas que caracterizam uma relação estrategicamente organizada entre as famílias ecologistas e o mercado de produtos. Dessa forma, os ecologistas

comercializam em canais em que há predomínio de relações não mercantis, ou em que as relações mercantis e não mercantis se equilibram, com destaque para as feiras e lojas de produtos ecológicos. Pelo que os dados indicam, a estratégia agroecológica no município de Ipê tem possibilitado um afastamento, ou a permanência, das famílias ecologistas em mercados de produtos nos quais as relações pessoais de caráter informal fazem parte das negociações.

Também se destaca a participação das famílias de agricultores ecologistas na definição dos preços e das condições de pagamento. Observando as informações a respeito da forma de comercialização, individual ou coletiva, e a respeito do tempo dedicado à comercialização, podemos associar a maior capacidade de negociação de preços e condições de pagamento, por parte dos ecologistas, a significativos investimentos no processo de comercialização dos produtos, seja em relação ao tempo dedicado à comercialização, seja em relação à inserção coletiva dos produtos no mercado.

CONCLUSÕES

Neste trabalho, nosso objetivo foi problematizar as concepções tradicionais que tratam da relação entre mercados, mercantilização e reprodução social da agricultura familiar. Utilizando como referencial a teoria da mercantilização da Escola de Wagningen, analisamos o processo de mercantilização como um processo diverso, heterogêneo e mediado por valores e instituições sociais. Através do estudo de caso, mostramos como a capacidade de mediação, entre produção e mercados, possibilita às famílias afastar pontos estratégicos da influência imediata das relações de preços e de mercados, e assim manter dimensões produtivas e reprodutivas estrategicamente relacionadas com mercados. Nesse diálogo, conforme proposto pela teoria e atestado no caso aqui analisado, as famílias podem tanto afastar dimensões produtivas e reprodutivas da relação com os mercados – (des) mercantilização –, quanto aproximar-se de outras – (re) mercantilização.

Com base nessa perspectiva, analisamos o caso dos agricultores familiares de Ipê/RS, comparando famílias ecologistas com famílias não ecologistas, ou convencionais. Aqui a comparação teve o propósito de mostrar, por um lado, as mudanças que o engajamento na agricultura ecológica tem gerado, e, por outro, destacar as semelhanças entre os grupos, ou seja, as continuidades existentes na relação entre as famílias e os mercados. Entre os resultados, destacamos o distanciamento do mercado mantido por ecologistas e não ecologistas, no que se refere ao circuito mercantil

de insumos (consumo intermediário), de alimentos (consumo alimentar), e ao mercado financeiro (custeio e investimentos). E ainda em referência à comercialização de produtos, ressaltamos a possibilidade de venda em mercados nos quais as dimensões não mercantis e fatores extras aos preços permanecem, em alguns casos até mesmo predominando nas negociações comerciais.

Apesar das semelhanças entre os grupos, vimos que entre as famílias ecologistas a estratégia de (des)mercantilização tem sido mais significativa. Neste grupo, tanto o consumo intermediário quanto os gastos com consumo alimentar foram estatisticamente inferiores àqueles do grupo dos não ecologistas. Tais alternativas têm possibilitado maiores investimentos nas unidades produtivas (tanto com recursos próprios quanto com recursos financiados), e assim, a possibilidade de diversificação das fontes de renda, principalmente em atividades para-agrícolas (agroindústrias familiares). Como também foi visto, a pluriatividade para-agrícola em agroindústrias familiares assume grande importância entre os ecologistas, já que, neste grupo, todas as famílias praticam este tipo de pluriatividade, razão pela qual esta representa uma parte significativa dos rendimentos das famílias.

Tratando-se de mercado de produtos, foi possível verificar que, apesar de algumas semelhanças entre os dois grupos estudados, a inserção na rede vem provocando mudanças na relação com esses mercados. Dentre as mudanças, as principais incidem na qualidade dos vínculos estabelecidos e na capacidade de gerenciamento das famílias sobre preços e condições de pagamentos dos seus produtos. Nas famílias inseridas na rede alternativa, os canais de comercialização utilizados são principalmente aqueles nos quais há um predomínio de relações não mercantis, ou aqueles em que as relações mercantis e não mercantis se equilibram. Nesses canais, os ecologistas em geral participam de forma ativa da definição dos preços e das formas e condições de pagamento. No entanto, vale observar que esta maior autonomia e capacidade de gestão estão relacionadas, no caso dos ecologistas, a significativos investimentos realizados no processo de comercialização, seja em relação ao tempo dedicado à venda, seja em relação à inserção coletiva dos produtos no mercado.

Esses investimentos em comercialização, associados à redução dos gastos com consumo intermediário e alimentar das famílias, mas também articulados à diversificação das fontes de renda, agrícola e não agrícola (agroindústria), possibilitaram, no ano agrícola 2004-2005, não só uma melhoria significativa nos rendimentos familiares desse grupo, mas também nos investimentos nas unidades produtivas e ainda na capacidade das famílias em investir na diversificação de atividades produtivas.

Tais resultados são bastante expressivos, pois *a priori* tendemos a pensar que, na agroecologia, o distanciamento dos mercados – (des) mercantilização – é uma estratégia central e exclusiva. No entanto, assim demonstramos, o processo de construção da autonomia, tal como vem sendo desenvolvido pelas famílias analisadas, articula, por um lado, a realização de uma agricultura mais econômica – ou uma estratégia de economia de recursos – e, por outro, o acesso aos mercados e à comercialização direta como forma de reduzir o achatamento da taxa de ganho, ou de ampliar a capacidade de apropriação do valor gerado (pelo trabalho e pela produção), que, desta forma, permanece entre as famílias de agricultores, em vez de ser redistribuído via comercialização. É justamente esta possibilidade de manter/segurar a riqueza produzida que tem possibilitado às famílias maiores investimentos nas unidades produtivas e a diversificação das fontes de renda.

Indo além do caso estudado, os resultados encontrados neste trabalho podem nos estimular à construção de uma nova perspectiva sobre o lugar dos mercados no desenvolvimento rural. Em vez de moinho satânico, que tritura os homens transformando-os em massa (POLANYI, 1980), como tradicionalmente tem sido considerado nos estudos rurais, eles podem ser explorados como fonte de autonomia e de independência social, ou, como nas palavras de Ploeg (2006), podem ser pensados como espaços para um desenvolvimento ao contrário.

ABSTRACT

This article was drawn from a comparative study of farm families ecologists and environmentalists families not in the municipality of Ipe/RS, the municipality which stands in southern Brazil in relation to production based on the principles of agroecology. From a theoretical framework that highlights the ability of farmers to act socially and mediate the establishment of capitalist relations in the field, we show that the construction of social autonomy in agriculture depends not only ownership of the two main means of production (land and labor) but also building relationships and less dependent on world markets subdued. Comparing relationships between production units and markets could be identified in both groups (ecologists and environmentalists do not), the presence of distancing strategies of markets for agricultural inputs, financial market and food market, while in group Ecologists removal of these markets was more significant. We also found that the ecologists have been more proactive in building sales channels, reducing the intermediation and increasing the manageability of families on price and payment conditions of their products. Together the removal of input markets and building new sales channels enabled ecologists to a significant improvement in family income, investment and diversification of productive units. The results seem to indicate that the family farm

in search of social autonomy does not necessarily require a refusal by the markets, but that can be built from new and strategic relations with them, such as the removal of market inputs and the field of sales channels products.

Keywords: *family farming; agroecology; markets; social autonomy.*

REFERÊNCIAS

ANTONELLI, P. O Estado do Rio Grande do Sul e a imigração italiana. In: DE BONI, L. A. *A Itália e o Rio Grande do Sul IV: relatório de autoridades italianas sobre a colonização em terras gaúchas*. Caxias do Sul: EST/ UCS, 1983. p. 9-26.

ELLIS, F. *Rural livelihoods and diversity in developing countries*. Oxford: Oxford University Press, 2000.

GAZOLLA, M. *Agricultura familiar; segurança alimentar e políticas públicas: uma análise a partir da produção para auto-consumo no território do Alto Uruguai/RS*. 2004. 287 p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

LONG, N.; PLOEG, J.D. van der. Heterogeneity, actor and structure: towards a reconstitution of the concept of structure. In: BOOTH, D. (Ed.). *Rethinking Social Development: Theory, Research and Practice*. Harlow: Longman, 1994. p. 62-90.

LONG, N. Commoditization and issues of social value. In: LONG, N. et al. *The commoditization debate: labour process, strategy and social network*. Wageningen: University Wageningen, 1986a. p.: 96-113.

MEIRELLES, L. B. *Agricultura Ecológica e Agricultura Familiar*. 2007. Disponível em: <http://www.centroecologico.org.br>. Acesso em: 5mai.2006.

ORTH, M. A.; LUCATELLI, P. *Vila Ipê: 50 anos de história*. Porto Alegre: Escola Superior de Teologia e Espiritualidade Franciscana, 1986.

PLOEG, J. D. van der. O modo de produção camponês revisitado. In.: SCHNEIDER, S. *A diversidade da Agricultura Familiar*. Porto Alegre: Ed. da Universidade (UFRGS), 2006. p. 13-56.

_____. Styles of farming: an introductory note on concepts and methodology. In: PLOEG, J. D. van der; LONG, A. *Born from within: practices and perspectives of endogenous rural development*. Assen: Van Gorcum, 2004. p. 7 – 30.

_____. El proceso de trabajo agrícola y la mercantilización. In: GUSMAN, E. S. (Ed.). *Ecología, campesinato y historia*. Madrid: Piqueta, 1992b. p. 163-195.

POLANYI, K. La economía como actividad institucionalizada. In: POLANYI, Karl, ARENSBERG, Conrad M. e PEARSON, Harry W. (org.). *Comercio y Mercado en los Imperios Antiguos*, trad. de Alberto Nicolás, Barcelona: Editorial Labor, 1976b, pp. 289-316.

_____. *A Grande Transformação: as origens da nossa época*, trad. de Fanny Wrobel, Rio de Janeiro: Campus, 1980.

SCHIMITT, C. J. *Tecendo as redes de uma nova agricultura: um estudo socioambiental da Região Serrana do Rio Grande do Sul*. 2001. 395p. Tese (Doutorado em Sociologia) – Curso de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

SCHNEIDER, S.; CONTERATO, Marcelo Antônio. Transformações agrárias, tipos de pluriatividade e desenvolvimento rural: considerações a partir do Brasil. In: Guillermo Neiman; Clara Craviotti. (Org.). *Entre el Campo y la Ciudad: Desafíos y estrategias de la pluriactividad en el agro*. Buenos Aires: Ciccus, 2006.

SCHNEIDER, S. SEMENTES E BROTOS' DA TRANSIÇÃO: INOVAÇÃO, PODER E DESENVOLVIMENTO EM ÁREAS RURAIS DO BRASIL. *Projeto de Pesquisa Científica e Tecnológica*. Brasil. Porto Alegre: PGDR/UFRGS, 2007.

SCHNEIDER, S. *A dinâmica local e territorial do desenvolvimento rural no Rio Grande do Sul: um estudo de caso no município de Veranópolis na Encosta Superior da Serra do Nordeste*. Porto Alegre, 2002. Relatório técnico.

STEINER, P. *Sociologia Econômica*. São Paulo: Atlas, 2006.