



# Os atores do desenvolvimento rural

**PERSPECTIVAS TEÓRICAS  
E PRÁTICAS SOCIAIS**

**Sergio Schneider  
Marcio Gazolla**  
Organizadores

  
**UFRGS**  
EDITORA

  
**PGDR**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM DESENVOLVIMENTO RURAL - UFRGS

# Os atores do desenvolvimento rural



UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO RIO  
GRANDE DO SUL

---

Reitor

**Carlos Alexandre Netto**

Vice-Reitor e Pró-Reitor  
de Coordenação Acadêmica  
**Rui Vicente Oppermann**

---

**EDITORA DA UFRGS**

Diretora

**Sara Viola Rodrigues**

Conselho Editorial

**Alexandre Santos**

**Ana Lígia Lia de Paula Ramos**

**Carlos Alberto Steil**

**Cornelia Eckert**

**Maria do Rocio Fontoura Teixeira**

**Rejane Maria Ribeiro Teixeira**

**Rosa Nívea Pedroso**

**Sergio Schneider**

**Susana Cardoso**

**Tania Mara Galli Fonseca**

**Valéria N. Oliveira Monaretto**

**Sara Viola Rodrigues, presidente**

# Os atores do desenvolvimento rural

**Sergio Schneider**  
**Marcio Gazolla**  
Organizadores

© dos autores  
1ª edição: 2011

Direitos reservados desta edição:  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Capa: Carla M. Luzzatto  
Ilustração da capa: arte popular, México  
Revisão: Carlos Batanoli Hallberg  
Editoração eletrônica: Fernando Piccinini Schmitt

---

A881 Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais / organizadores Sergio Schneider [e] Marcio Gazolla. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

328 p. : il. ; 16x23cm

(Série Estudos Rurais)

Inclui figuras, quadros e tabelas.

Inclui referências.

1. Agricultura. 2. Desenvolvimento rural. 3. Agricultores – Construção – Autonomia – Diversidade. 4. Agricultura familiar – Novos mercados. 5. Agroindústria rural – Redes de desenvolvimento. 6. Agricultura – Criatividade – Conhecimento. 7. Agricultura familiar – Diversificação agrícola. 8. Turismo rural – Campos de Cima da Serra, RS. 9. Agricultura ecológica – Certificação participativa. 10. Agricultura – Desenvolvimento – Conservação ambiental. I. Schneider, Sergio. II. Gazolla, Marcio. III. Série.

CDU 338.43.01(81)

---

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.  
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB10/979)

ISBN 978-85-386-0136-4

# Mercantilização e mercados: a construção da diversidade da agricultura na ruralidade contemporânea

Marcelo Antônio Conterato

Paulo André Niederle

Guilherme Radomsky

Sergio Schneider

## Introdução

Os estudos produzidos no campo da Sociologia e da Economia Rural nas últimas décadas foram pródigos em demonstrar como a modernização da base tecnológica da agricultura repercutiu sobre as formas de trabalho e as relações sociais no meio rural, alastrando seus efeitos sobre as economias locais e as dinâmicas territoriais. Analistas de todas as partes do mundo concentraram seus esforços em demonstrar em que medida as transformações tecnológicas decorrentes da chamada Revolução Verde tiveram impactos sobre a (re)ordenação dos recursos produtivos, notadamente terra e força de trabalho, e suas repercussões sobre a produção e produtividade dos cultivos e menos em relação às formas de sociabilidade que se esvaíam e as que emergiam no meio rural como resultado dos novos arranjos mercantis instituídos.

Um aspecto comum às abordagens e teorias que trataram deste tema é a crença de que, de algum modo, para o bem ou para o mal, neste processo também havia uma tendência inelutável de transformação das relações sociais do meio rural através do desenvolvimento da produção para os mercados.

Uma destas perspectivas espousava a assertiva, largamente aceita e legitimada, de que quanto mais “moderna” fosse a forma de produzir na agricultura (ideia associada à adoção de tecnologias híbridas), maior seria o potencial produtivo de alimentos e fibras e mais robusto se apresentaria o desenvolvimento do meio rural. O fortalecimento da agricultura viria, necessariamente e cada vez mais, pela capacidade de incorporação de tecnologias exógenas que superariam o “atraso” relativo da agricultura e do meio rural *vis-à-vis* a indústria e o meio urbano. Nesta concepção, tornou-se corrente (*mainstream*) o entendimento de que “modernizar a agricultura tradicional” significava integrá-la e inseri-la ao “mercado” via aumento da *commercialization* – a montante através da absorção de *inputs* externos como insumos, sementes e fertilizantes e, a jusante pela ampliação dos chamados “cultivos comerciais”.

Uma outra vertente dos estudos rurais, identificada com a economia política e em oposição a perspectiva anterior, tratou dos efeitos das transformações na base tecnológica e produtiva da agricultura, destacando suas repercussões sociais, espaciais e econômicas, em geral negativas, advindas da inserção crescente dos agricultores aos mercados. Esta perspectiva é conhecida na literatura como a abordagem da *commoditization* (Long *et al.*, 1986), cujos autores

signatários buscaram mostrar como a mercantilização implicava uma ampliação das relações de troca em sociedades crescentemente organizadas sob o predomínio da produção de bens para intercâmbio mercantil transformando, com isto, o conjunto das relações de produção e a vida econômica e social como um todo no meio rural.

A ênfase dos expoentes da mercantilização consiste, basicamente, numa crítica à perspectiva que percebe a inserção aos mercados como sinônimo de modernização ou de desenvolvimento. Já para a vertente *mainstream*, a mercantilização assume um sentido promissor, sendo que o aumento da produção para venda e a intensificação dos fluxos de comercialização sinalizam para o progresso e a evolução. Assim, enquanto a vertente da *commercialization* buscava sustentar a ideia de que a ampliação da inserção nos mercados levaria ao desenvolvimento da agricultura e, por consequência, do meio rural, a perspectiva da *commoditization* sublinhava o lado perverso e desigual deste processo, mostrando que a ampliação da inserção aos mercados não significaria, inequivocamente, desenvolvimento e melhorias aos agricultores.

Apesar de diferentes, ambas as perspectivas coincidem no entendimento do desenvolvimento como um processo progressivo de busca por uma formação institucional e tecnológica mais complexa, capaz de integrar as partes ao conjunto do sistema (Vandergeest, 1988; Long e Ploeg, 1994). Segundo Long (1982), neste aspecto reside uma singular convergência entre as perspectivas liberal e da economia política da agricultura, que é a centralidade dos modelos estruturais e lineares que concebem a mudança social e econômica a partir da intervenção de forças externas, atribuindo restrito papel e reconhecimento à capacidade dos atores sociais de intervir no curso destes processos. Por esta razão, haveria se generalizado entre os estudiosos da agricultura e do mundo rural a compreensão de que os processos de mercantilização possuíam um sentido inexorável e unidirecional, que consistia no desenvolvimento das relações sociais de produção capitalistas, enquanto que os mercados eram descritos e compreendidos enquanto estruturas rígidas e invisíveis, porque percebidos como *explanans*, forças externas que “*encapsulate the lives of peoples*”, na sentença de Long e Ploeg (1994).

Desta crítica nasce uma tentativa mais ampla de superar os esquemas estruturalistas de entendimento dos processos de mudança social e desenvolvimento rural, em que a discussão sobre a mercantilização e o papel dos mercados tem um lugar central. Esta perspectiva de análise foi explorada nos trabalhos da chamada Escola de Wageningen, notadamente por Jan Douwe van der Ploeg e Norman Long. Ao mesmo tempo em que estes autores mantêm afinidades e influências da economia política marxista, destacam a necessidade de pensar as interfaces dos produtores com as estruturas e os dispositivos dos grupos subalternos ou dominados pelos mercados sem cair num determinismo *ex-ante*. Além de acrescentar elementos da matriz chayanoviana, os autores articularam a assim denominada “perspectiva orientada aos atores” (POA) com uma abordagem mais construtivista e microsociológica (Knnor-Cetina, 1981; Long, 2001).

Neste sentido, e no que se refere especificamente à discussão sobre mercados e mercantilização, é notória a interface desta perspectiva com a agenda de pesquisas da Nova Sociologia Econômica (NSE), abordagem que se estabeleceu como um aglutinador de teorias não *standards* dos mercados e da ação econômica (Granovetter, 1985; Granovetter e Swedberg, 1992). Embora trilhando caminhos distintos, a POA e a NSE convergem no entendimento de que os mercados não são essencialmente nefastos e nem a expressão pura e simples do capitalismo.

Ao contrário, os mercados passam a ser entendidos como modos e espaços de interação cujo desenvolvimento se dá através de interações econômicas incrustadas (*embedded*) em “redes sociais” e “interfaces” entre atores sociais e os contextos em que vivem (Long, 2001).

Além desta interface, a exemplo de autores expoentes da NSE como Zelizer (1992; 2003a) e DiMaggio (2003), a perspectiva orientada aos atores também se voltou para os “repertórios culturais” (noções de valor, discursos, ideias de organização, símbolos e procedimentos rituais) que orientam as práticas dos agricultores. Seguindo uma espécie de virada culturalista (*cultural turn*), a POA procurou evidenciar a importância das representações para explicar e entender as respostas diferenciais dos atores em ambientes heterogeneamente mercantilizados. Esta virada culturalista fez com que os expoentes desta perspectiva passassem a ter uma preocupação cada vez maior com a análise da diversidade do mundo rural, marcadamente aquela diversidade produtiva escamoteada pelas perspectivas de mercado e de inserção mercantil então dominantes. Antes vista como um aspecto residual e temporário, a diversidade emerge como símbolo das desuniformidades que caracterizam o processo de “mercantilização diferencial” da agricultura refletindo, segundo Ploeg (1994; 2003), a emergência de múltiplos e distintos “estilos de agricultura” no meio rural.

Assim, ao enfatizar e acreditar na capacidade de agência dos agricultores, os autores da POA desenvolveram uma nova leitura que ressignifica o papel e o lugar dos mercados e do processo de mercantilização. Os mercados deixam de ser percebidos como estruturas rígidas e externas e passam a ser vistos como espaços sociais (redes, campos, arenas – a metáfora utilizada pode variar) resultantes das interações entre os agricultores e os demais atores do rural, inclusive não agricultores. Por sua vez, a mercantilização é o resultado de um amplo processo de negociação e disputa entre os atores (individuais e coletivos; locais e externos) que envolve o controle de recursos (materiais e simbólicos) e, desta forma, o domínio dos mercados. Amplia-se não só o olhar sobre os efeitos extraeconômicos do processo de mercantilização, mas o próprio sentido da noção, de forma condizente com análises mais recentes que demonstram ser este um processo social mais amplo e heterogêneo do que até então se compreendia (Appadurai, 2008).

Apoiando-se fortemente nesta perspectiva, este artigo pretende sintetizar a trajetória e os avanços produzidos no debate sobre mercantilização, particularmente das formas familiares de agricultura, e os processos de construção social dos mercados a partir da perspectiva orientada aos atores (POA). As reflexões aqui expostas são provenientes do esforço coletivo de diversos pesquisadores vinculados ao projeto *Sementes e brotos da transição inovação, poder e desenvolvimento em áreas rurais do Brasil* (Ipode) e ao Grupo de Pesquisa Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural (GEPAD/PGDR/UFRGS).<sup>1</sup> O desafio de aproximar o debate da mercantilização da agricultura com a discussão sobre construção social dos mercados inscreve-se na necessidade imanente de novos aportes analíticos que deem conta das transformações recentes da agricultura e do rural como um todo. Trata-se de uma temática norteadora dos esforços de análise das metamorfoses em curso no meio rural brasileiro, em que o fortalecimento e legitimação da agricultura familiar estão diretamente associados à ampliação das suas relações mercantis. Os agricultores familiares tornaram-se protagonistas na construção de novos circuitos de troca (circuitos curtos, venda direta, mercados institucionais e de quali-

---

<sup>1</sup> Sobre o Ipode e o Gepad consultar o site <<http://www.ufrgs.br/pgdr/ipode>>.

dades específicas, entre outros), alternativos aos mercados convencionais, como é o caso dos mercados de *commodities* agrícolas.

O artigo está dividido em cinco seções, em que se soma esta. Na próxima seção delimitaremos brevemente os conceitos de mercantilização e mercados para orientar as discussões seguintes. Em seguida, apresentaremos como o debate sobre mercantilização foi incorporado aos estudos sobre a agricultura e o rural. A quarta seção explorará a diversidade deste processo, demonstrando porque ele está relacionado à heterogeneidade de estilos de agricultura encontrados no mundo rural contemporâneo e as estratégias adotadas pelos agricultores para (re)construção da autonomia. Finalmente, retomaremos a questão da construção social dos mercados destacando como os agricultores se engajam na construção de redes alternativas, que demonstram que os mercados podem constituir espaço de resistência e (re)construção de autonomia.

### **A mercantilização enquanto um amplo processo social**

A mercantilização é um fenômeno distintamente reconhecido por aqueles que se dedicam ao estudo das transformações pelas quais passam as populações nas diversas esferas de organização da vida em sociedade. Não obstante a importância do fenômeno, o termo mercantilização muitas vezes é utilizado sem ressalvas com a pretensão de explicar considerável (senão toda) parcela das transformações do capitalismo contemporâneo. Contudo, o fato é que, embora remeta aos clássicos da sociologia, notadamente à Marx, apenas recentemente os mercados e o processo de mercantilização passaram a ser estudados com mais profundidade revelando, por um lado, as controvérsias de sua definição e, por outro, as dimensões e os limites deste processo. Muito disto se deve a emergência da “nova sociologia econômica”, a qual congrega um conjunto heterogêneo de estudos que demonstram o renovado interesse das ciências sociais pelos mercados.<sup>2</sup> Antes objeto quase exclusivo dos economistas, o avanço da *commoditization* para “fronteiras” até então imprevisíveis (Zelizer, 1992; Hochschild, 2004; Binsbergen, 2005) demonstrou que os mercados são instituições muito importantes para serem omitidos pela análise sociológica.<sup>3</sup>

Nesta seção procuramos delimitar brevemente como a mercantilização (e os mercados) será considerada no decorrer do texto. Não faz parte do escopo deste trabalho uma revisão sobre a etimologia do termo e sua evolução. Pretende-se argumentar pela necessidade de uma

---

<sup>2</sup> Isto também se deve a própria incapacidade da economia ortodoxa em responder aos desafios abertos pelas transformações socioeconômicas em curso no final do século, como o retorno da inflação, do desemprego e das baixas taxas de crescimento. Ao mesmo tempo, a “descoberta” de configurações econômicas cujo sucesso era atribuído a fatores até então não ponderados (o sucesso dos distritos industriais e a resiliência da economia informal – dentro dela o setor da agricultura familiar) mostravam a necessidade de uma compreensão mais abrangente dos fenômenos econômicos (Beckert, 2007).

<sup>3</sup> A sociologia ainda reproduzia a divisão disciplinar parsoniana e relutava em adentrar no universo dos “fatos econômicos”. No entanto, a abordagem econômica da escolha racional já adentrava no seu campo, construindo explicações para os fatos sociais (Olson, 1965; Elster, 1986). Assim, a preocupação renovada com os mercados mostrou-se um misto de reação e necessidade frente às mudanças em curso nas ciências sociais e nas economias capitalistas modernas.

compreensão mais ampla dos mercados e do processo de mercantilização do que aquela que têm predominado na maior parte das análises sobre o tema, em especial, nas perspectivas marxistas mais ortodoxas que reproduzem uma leitura excessivamente linear e estrutural dos mercados e das transformações por eles engendradas. De outro modo, propomos uma abordagem na qual os mercados são o resultado de uma construção social e histórica em que atores (individuais e coletivos) disputam recursos e colocam em interface diferentes valores, normas e interesses.

De modo geral, mercantilização é uma noção que remete diretamente à tradição marxiana, embora outros autores como Karl Polanyi e George Simmel também tenham discorrido sobre o tema em perspectivas distintas. É na primeira parte do primeiro livro de *O Capital* que se encontram as principais ideias de Marx sobre o processo de mercantilização. Para alguns estudiosos o essencial a se reter da formulação de Marx é que as mercadorias estão atreladas ao dinheiro, que é sua representação quantitativa (equivalente geral), e o mercado é um espaço impessoal onde circulam os valores de troca (La Grassa, 1991).

Este tipo de interpretação, em geral, leva a uma simplificação exagerada, que reconhece em Marx uma leitura das mercadorias unicamente como objetos produzidos para troca e a mercantilização como um processo quase mecânico em que os mercados simplesmente transformam valor de uso em valor de troca. Nesta perspectiva o significado do processo de mercantilização pode ser compreendido pelo papel que um mercado impessoal e externo assume em transformar todas as coisas em mercadorias, e em sua tarefa de tornar independente das pessoas o resultado de seu trabalho, fazendo dos vínculos humanos unicamente possíveis mediatizados pela forma social da mercadoria e do dinheiro.

Esta é, certamente, uma visão estreita da perspectiva marxiana original sobre o tema. Existe outra leitura possível, proveniente sobretudo dos escritos sobre o fetichismo da mercadoria, que revela uma visão mais institucional dos mercados e uma percepção da mercantilização como um processo efetivamente dialético, decorrente da interação de atores sociais com interesses contraditórios. Nesta perspectiva, ao destacar que o produto tem que ser transferido para alguém para se tornar mercadoria, Marx reconhece a troca como um processo social mais amplo, cercado de valores imaginários e convenções que extrapolam qualquer ideia de impessoalidade dos mercados. De fato, Marx (1982) assume que nenhum produtor isolado é capaz de produzir mercadorias, sendo que o produto de seu trabalho somente assume essa forma sob relações sociais definidas que se encontram nos mercados, vale dizer, na interação social. No entanto, a imagem do mercado como uma estrutura impessoal e externa ainda parece prevalecer na sua obra (Abramovay, 2004).

É neste tipo de leitura acerca da troca como interação social que ocorre em um contexto institucional definido,<sup>4</sup> que podemos encontrar os elementos necessários para uma compreensão mais refinada do processo de mercantilização. Com efeito, é aí que Appadurai (2008)

---

<sup>4</sup> É essencial sublinhar a inseparabilidade destes dois aspectos relativos aos mercados: trata-se de uma construção social que ocorre em um contexto institucional dinâmico. De outro modo, autores da NSE, como o próprio Granovetter, centraram-se quase exclusivamente no aspecto reticular destas interações, tornando as instituições simples reflexos da conformação das redes. Como aludem Nee e Ingram (1998), as redes sociais não são um substituto às instituições, o que exige a complementação do enfoque interacionista com abordagens que conduzam para o centro da análise o conjunto de normas, valores, hábitos e convenções sociais que estão implicadas nas práticas sociais.

encontra elementos convergentes entre a teoria marxiana e a ideia de Simmel segundo a qual a troca (com todas as relações políticas e institucionais que ela envolve) seria a real fonte de valor das coisas.<sup>5</sup> Isto permite abrir espaço para leitura que busca restituir a dimensão sociocultural e política de um processo quase sempre percebido exclusivamente pela sua dimensão econômica. No entender de Dodd (1997), para Simmel a objetificação do valor faz parte integrante da vida social, qualquer que seja o contexto histórico, tendo em vista o fato fundamental de que a troca é a condição da vida social.

Nestes termos, Appadurai (2008) sugere a ampliação do entendimento da mercantilização e propõe uma reconsideração sobre a teoria do valor. Embora reconhecendo em Marx a ideia fundamental de que a mercantilização ocorre sob a condição de que a trocabilidade venha a se tornar o traço essencial das “coisas”, Appadurai afirma que o valor é antes uma projeção das pessoas e não uma objetividade exterior. Disso decorre sua investidura na proposta de uma política de valores. A insistência na política e nos processos culturalmente localizados volta à atenção da mercantilização como um processo não linear, mas que tem uma característica fundamental, também encontrada nos trabalhos de Marx: a produção de objetos para os outros. Appadurai (2008) sugere que objetos a serem doados também podem conter este traço (a produção para os outros) e valores projetados, no entanto o caráter da troca – como manutenção das relações ou como intercâmbio pontual – é que dará o sentido da ação. Este parece ser um ponto crucial. Kopytoff (2008) entende que uma mercadoria é algo “que tem valor de uso e que pode ser trocado por uma contrapartida numa transação descontínua [...]”. Portanto, a mercantilização operaria de duas maneiras: uma com “respeito a cada coisa, ao torná-la trocável por um número crescente de outras coisas, e a outra com respeito ao sistema como um todo, ao fazer um número crescente de coisas diferentes mais amplamente intercambiáveis” (Kopytoff, 2008, p. 100).

Ao centrar-se sobre a troca, Appadurai (2008) também procura abarcar o fenômeno do consumo, que teria sido negligenciado na perspectiva marxista, haja vista a prioridade conferida à produção (um problema que, como veremos adiante, reproduziu-se nas análises sobre o processo de mercantilização da agricultura). Envolvendo ambas as faces das relações de troca, o autor sugere que a mercantilização deva ser vista como um processo mais amplo e diverso, em que a complexa interseção de fatores temporais, culturais e sociais fazem com que algumas coisas transitem no “estado de mercadoria”. Para o autor, as coisas não são produzidas para serem mercadorias, mas elas podem se tornar sob determinadas condições sociais. A esfera mercantil (o mercado), que parece à primeira vista uma enorme máquina impessoal é, na verdade, uma arena que confere às coisas o caráter de mercadoria em determinados momentos de sua vida social.

Quando as trocas assumem unicamente o significado do intercâmbio mercantil, esvaem-se as referências às demais dimensões envolvidas no fenômeno o que, no limite, faz com que deixem de ser percebidas como uma interação entre humanos para serem caracterizadas como um encontro despersonalizado entre compradores e vendedores. Neste caso, os mercados passam a ser “objetificados” e vistos como estruturas externas em que os agentes entram e saem

---

<sup>5</sup> Como afirma Appadurai (2008, p. 15), “para ele (Simmel), o valor jamais é uma propriedade inerente aos objetos, mas um julgamento que os sujeitos fazem sobre ele”.

como estranhos, regidas por um suposto equilíbrio entre a oferta e a demanda de determinados valores de troca. Seguramente, é preciso reconhecer os mercados enquanto *locus* da circulação de mercadorias, mas o crucial é que eles não existem como estruturas anteriores à ação, pois é no caráter processual e performativo que os atores efetivam os mercados. Consequentemente, eles não podem ser compreendidos como arenas impessoais, já que resultam de interações reais.<sup>6</sup> Ademais, a forma social da mercadoria produzida nos mercados é muito mais diversa e complexa daquela reconhecida por grande parte dos economistas. As mercadorias possuem o que Kopytoff (2008) chama de “biografia cultural”, uma trajetória que demonstra como sua produção, além de um processo material, é também um processo cultural e cognitivo, principalmente quando a mercantilização avança para novas e mais complexas esferas da vida social.<sup>7</sup>

## A mercantilização na agricultura

Desde sua origem, em meados da década de 1980, a Sociologia da Agricultura tem aportado contribuições variadas ao debate da mercantilização.<sup>8</sup> Uma das discussões mais proeminentes estabeleceu-se acerca das especificidades que caracterizam a reprodução das formas familiares de produção nas sociedades de capitalismo avançado. Atualizando o conceito marxista de “produção simples de mercadorias”, importantes autores como Bernstein (1979; 1986), Friedmann (1978; 1986), Gibbons e Neocosmos (1985) e Goodmann e Redclif (1985) contribuíram à construção do que, posteriormente, se convencionou “*the commoditization debate*” (Long *et al.*, 1986; Ploeg, 2010).

O surgimento desta discussão foi, antes de tudo, uma crítica à perspectiva da *commercialization* que tinha como principal expoente o economista norte-americano Theodor Schultz. Em seu livro seminal, *Transforming Traditional Agriculture*, Schultz (1964) afirma que o problema do desenvolvimento capitalista na agricultura estava associado aos entraves à completa racionalidade por parte do agricultor no uso dos fatores de produção e, consequentemente, à sua dificuldade de inserção nos mercados (a qual é medida pela quantidade de produção comercializada *vis-à-vis* o volume total produzido). Acusada de dar ênfase excessiva à teoria e de ter uma visão linear do desenvolvimento e da agricultura, a “teoria da comercialização” viu, então, emergir ao seu lado a perspectiva da *commoditization* a partir de um conjunto de autores preocupados em superar o impasse marxista sobre a permanência das formas familiares de produção.

---

<sup>6</sup> Os trabalhos de Zelizer (2003a; 2003b) sobre seguro de vida e sobre o dinheiro demonstram justamente o contrário: que os mercados podem ser compreendidos como um conjunto de valores morais, ou como estruturas institucionais em que coexiste determinado grau de impessoalidade com laços sociais de intimidade e solidariedade que vinculam os atores envolvidos nas trocas.

<sup>7</sup> A discussão sobre mercantilização não raro recupera metáforas espaciais: limites, fronteiras e esferas. Helgason e Pálsson (1997) mostram que no curso histórico objetos são protegidos ou mercantilizados estando fora ou dentro dos “limites” culturais ou esferas de troca.

<sup>8</sup> Para uma visão geral sobre o escopo de estudos e questões de debate veja Buttel, Larson e Gillespie Jr. (1991), Buttel (2001) e Schneider (1997).

Em que pese importantes diferenças na compreensão da chamada “produção simples de mercadorias”, de modo geral, esses autores convergiram em sustentar que a passagem de uma forma de produção doméstica (supostamente avessa aos mercados e, portanto, incapaz de reproduzir-se nas condições de capitalismo avançado) para uma forma de produção simples de mercadorias (funcional ao modo de produção capitalista) levaria à completa inserção e dependência dos agricultores aos mercados refletindo, ao final, o processo inevitável e unidirecional do desenvolvimento capitalista na agricultura, no que convergia com a visão liberal da *commercialization*. Quando Bernstein (1979, p. 424), por exemplo, assume que o processo de mercantilização não é uniforme nem completo, o autor refere-se ao fato de que, até aquele momento, o desenvolvimento capitalista ainda não havia conseguido solapar a “economia natural”<sup>9</sup> em todos os locais.

Não obstante, seja enquanto um processo de mudança social mais amplo, seja referindo-se estritamente ao campo dos processos agrários, o fato é que na perspectiva marxista mais ortodoxa o processo de mercantilização foi analisado por um viés macroestrutural.<sup>10</sup> Como afirma Navarro (2001, p. 10),

Em face da sempre presente oposição desta teoria (e suas preferências macro-estruturais) aos processos microsociais, as implicações de amplos processos de “desenvolvimento do capitalismo no campo” nas práticas sociais e, em particular, na subjetividade, ficaram freqüentemente à margem dos esforços de pesquisa empreendidos sob a ótica marxista. A literatura, tanto nacional como internacionalmente, desde os anos sessenta, tangencia o tema. Especialmente as análises inspiradas na tradição marxista, as quais destacaram o “processo de desenvolvimento capitalista no campo”, mas suas lentes analíticas, presas no geral ao dogmatismo economicista e à “inevitabilidade das leis do capital”, acabariam produzindo interpretações, quando muito, apenas aproximadas dos processos sociais agrários.

Frente a estes limitantes, outras perspectivas analíticas ganham relevo no âmbito dos estudos sobre mudanças na agricultura e no meio rural, especialmente a partir da década de 1990. Em um importante texto de avaliação e síntese dos avanços ocorridos nos estudos rurais deste período, Buttel (2001) indicou que a década de 1990 assistiu a uma verdadeira explosão/fragmentação de orientações e perspectivas teóricas na sociologia rural. Para o autor, em nível internacional as mudanças já estavam postas nas décadas anteriores, sinalizando a necessidade de maior pluralidade de fontes de inspiração teórica para identificar e analisar as transformações em curso no meio rural.

Nos primeiros esforços de renovação analítica sobre os processos de mercantilização observa-se uma grande preocupação em apontar as falhas das perspectivas anteriores na interpretação dos processos sociais agrários e no reconhecimento da não linearidade das transformações que se operam na agricultura e no rural em face, por exemplo, da modernização

---

<sup>9</sup> “Pela categoria economia natural nós denominamos as formações sociais nas quais a produção de valores de uso é dominante” (Bernstein, 1979, p. 423).

<sup>10</sup> Uma exceção aqui é Harriet Friedmann. Invocando dimensões da teoria chayanoviana, a autora é uma das primeiras a destacar que a produção simples de mercadorias é caracterizada por “relações sociais específicas” derivadas do fato da produção e reprodução serem organizadas em virtude das relações de parentesco e variáveis demográficas e não pela racionalidade econômica do mercado (Friedmann, 1978).

das práticas produtivas e da intensificação das relações mercantis (Long, 1986; Ploeg, 1992; Marsden, 1995). O debate foi crucial na medida em que permitiu a ampliação do leque de interpretações sobre o que de fato determina a reprodução social das formas familiares de produção e seu fortalecimento no interior do capitalismo.

No campo das inovações teórico-metodológicas, uma das perspectivas que mais se destacou foi a proposta proveniente da Escola de Wageningen/Holanda. A crítica às perspectivas estruturalistas e a falta de reconhecimento do papel dos atores vinha sendo reclamada por Long (1982) desde o final da década de 1970, mas é a partir de meados de 1980 que ela realmente se amplia e ganha respaldo (Long *et al.*, 1986). Sublinhando o poder de agência dos agricultores frente às tendências homogeneizantes do processo de desenvolvimento capitalista na agricultura e centrando-se no escrutínio da diversidade do mundo rural, a “perspectiva orientada aos atores” fundada por Long<sup>11</sup> (1984; 1986) – e desenvolvida a partir de uma série de pesquisas em conjunto com Ploeg (Long e Ploeg, 1994; 1995) – associa-se a um conjunto emergente de estudos “pós-marxistas” que, dialogando dentro da tradição da economia política, critica os enfoques estruturalistas.

Segundo Long e Ploeg (1994), as abordagens até então constituídas acerca das mudanças em curso na agricultura e no rural “carregam consigo a pretensão de constituir uma análise dialética, mas não passam de visões lineares das mudanças, tomadas como exclusivamente dependentes das condições do desenvolvimento capitalista”. Para Long (2001), o debate sobre mercantilização deve ser interpretado como uma opção tanto à perspectiva leninista (da decomposição e diferenciação do campesinato enquanto categoria social), que privilegiava demasiadamente, senão exclusivamente, os aspectos estruturais, como também à perspectiva chayanoviana, demasiadamente calcada nos aspectos microeconômicos dos camponeses. Não cabe aqui resgatar esse debate, mas insistir e reforçar que os processos geradores de diferenciação social e maior autonomia ou dependência não necessariamente devam ser tomados como sinônimos de isolamento em relação aos mercados e tampouco que os mercados impõem vulnerabilidade aos agricultores familiares. Mercados podem se constituir em mecanismos de inserção social e econômica e resultar no fortalecimento da autonomia frente às vulnerabilidades enfrentadas, quaisquer que sejam suas origens.

Long (2001) também postula que a mercantilização da agricultura revela um relativo balanço entre atividades de autoconsumo e de mercado, e como essa relação pode ser importante para ponderar o nível de mercantilização da economia doméstica. Outrossim, se existem de fato diferentes graus, intensidades e formas pelas quais as relações mercantis penetram no processo de trabalho e de produção, então a mercantilização enquanto processo universal permite analisar a diversidade praticada pelas sociedades agrárias mais ‘tradicionais’ até as formas familiares de agricultura altamente mercantilizadas, para quem o mercado de trabalho não agrícola se inscreve como importante fator de diferenciação social e econômica – mas não de classe.

---

<sup>11</sup> Em relação à POA, cabe destacar que Norman Long se vale de amplo debate já existente nas Ciências Sociais, em que a Sociologia voltada aos atores (ou da ação social) foi originalmente apresentada por Weber e posteriormente incorporada nos trabalhos de Bourdieu, Touraine, Giddens, entre outros. A originalidade de Long está em apresentar esta perspectiva teórica aplicada aos estudos do desenvolvimento. As diferenças estabelecidas com o conceito bourdiano de campo e giddensiano de *agency*, por exemplo, podem ser consultadas em Long (2001).

Mas é, sobretudo nas análises de Ploeg, que o tema da mercantilização da agricultura recebe um lugar de destaque. Inicialmente, ele surge associado às mudanças nas relações de trabalho e produção no interior das unidades familiares (Ploeg, 1990; 1992). Nesta época, o autor retoma a definição marxiana focalizando os microprocessos aí enraizados para, então, sugerir a existência de distintos “graus de mercantilização”. Estes são operacionalizados pelo cálculo da proporção entre a quantidade de mercadorias mobilizadas pelos agricultores nos diversos circuitos mercantis e os valores de uso reproduzidos no ciclo de produção anterior interno à unidade agrícola, de modo similar à perspectiva mais convencional do conceito de mercantilização.

Nestes termos, Ploeg (1992) demonstra que o processo de produção agrícola se dá pela mobilização de recursos adquiridos no mercado e recursos (re)produzidos internamente,<sup>12</sup> sendo que a intensidade das trocas depende da capacidade de mobilização dos referidos recursos. Isso implica a existência de graus de mercantilização que refletem o nível em que as relações mercantis penetram no processo de trabalho e de produção agrícola, não sendo, no entanto, passíveis de generalização para todas as atividades agrícolas no espaço e no tempo. No entanto, é importante ter claro que não há nenhum tipo de determinismo no que diz respeito à passagem de uma condição à outra – de total autonomia para total dependência, por exemplo – mas que os vínculos mercantis podem ser múltiplos e ter também reflexos distintos em termos de práticas, estratégias e estilos de agricultura.

A existência de diferentes graus de mercantilização está associada a uma espécie de dialética do controle dos recursos produtivos, a qual envolve os agricultores, as empresas agroindustriais e o próprio Estado. Assim, segundo Ploeg (1992), frente à trajetória tecnológica imposta pelo processo de modernização da agricultura, a mercantilização foi acompanhada por uma crescente “externalização” de etapas do processo de produção, que é dada pela transferência do controle de recursos para atores externos (bancos, empresas, cooperativas, técnicos, indústrias, etc.), de modo que

[...] as tarefas que foram organizadas e coordenadas inicialmente, sobre o mando do próprio agricultor, passam a ser coordenadas agora mediante a troca mercantil e por meio do sistema recém estabelecido das relações técnico-administrativas. Esta externalização crescente não somente afeta as atividades de produção, mas também resulta em uma transformação completa do processo de reprodução (Ploeg, 1992, p. 170).

O resultado final deste processo é a separação do controle da unidade de produção dos próprios agricultores, fazendo com que a gestão fique sob a direção de um sistema de relações técnico-administrativas coordenadas exogenamente. Da mesma forma, também ocorre uma alteração substancial dos parâmetros sobre os quais os agricultores planejam e executam suas estratégias e uma transformação completa do processo de reprodução (Ploeg, 1985). Assim, na realidade, como destaca Marsden (1995), a mercantilização se estende a um conjunto

---

<sup>12</sup> Aqui fica sublinhada a influência de Chayanov (1974) nos trabalhos de Ploeg, uma vez que este último busca demonstrar em suas análises que a diferenciação social e econômica gerada pela mercantilização também não é linear ou evolutiva, mas de natureza multifacetada.

muito mais amplo de esferas sociais, atribuindo às interações humanas e materiais que ali se reproduzem valores mercantis, que passam a regular as práticas sociais, econômicas e culturais dos agricultores.<sup>13</sup>

É neste sentido que Marsden (1995) destaca como vários espaços rurais não essencialmente produtivos, referindo-se aqueles espaços não destinados a produção de alimentos e fibras, têm sido mercantilizados através do desenvolvimento de algumas das “novas funções” do meio rural. Frequentemente, estas representam um conjunto de bens materiais e simbólicos como a paisagem, o folclore e a gastronomia locais, aos quais os agricultores passam a “atribuir valor de troca”. Com efeito, a importância do fenômeno está igualmente vinculada à compreensão mercantil que os agricultores desenvolvem em relação a suas práticas. É o que mostra Mior (2005) quando afirma que a atividade comercial (*brique*), por muito tempo considerada um aspecto negativo da sociabilidade camponesa, torna-se cada vez mais um componente essencial de uma nova “profissão de agricultor”.

De fato, além de conformar novas formas de trabalho e produção, a mercantilização foi responsável por criar uma nova atmosfera de relações sociais, culturais e simbólicas, gradualmente materializada em uma nova sociabilidade (Navarro, 2001). É a partir destas transformações nas relações sociais que se poderá apreender como a mercantilização está associada à transformação de noções estratégicas, valores e percepções que guiam os agricultores na organização de suas unidades de produção e vida social. E é a partir desta conjunção de significados que o fenômeno comporta, que podemos perceber como os mercados são mais do que simples mecanismos de transformação de valores de uso em valores de troca. São construções sociais cujo formato específico reflete a contínua interação entre os atores, seus projetos, estratégias e repertórios culturais. Construções que ao longo do tempo institucionalizam um conjunto de dispositivos (recursos materiais, cognitivos e normativos) que os atores precisam acessar para coordenar suas atividades de produção de bens (físicos e culturais) e modificar suas posições nas redes sociais, redefinindo, assim, a estrutura de distribuição de recursos e o próprio formato inicial do mercado.

É esta perspectiva que Ploeg assume em seus trabalhos mais recentes, sobretudo naqueles em que discute o conceito de “estilos de agricultura” (Ploeg, 2008; 2003). Ao encontro de Long (2001), o autor destaca que entende por mercantilização os processos pelos quais a noção de valor de troca ou intercâmbio, não necessariamente à custa ou a partir do valor de uso, passa a desempenhar um crescente papel normativo no curso da vida social, econômica e cultural. Destarte, sem abandonar as dimensões econômico-produtivas, o autor revela uma preocupação mais evidente com a cultura (Ploeg, 1994). Afirmando uma dialética de relações entre a prática concreta dos processos produtivos e a cultura enquanto elementos de jogo incessante e de influência mútua, o autor traz para o centro do debate a definição de “repertório cultural” cunhada por Long. Esta noção pretende dar conta “das maneiras com que vários elementos culturais (noções de valor, tipos e fragmentos de discursos, ideias de organização, símbolos e

---

<sup>13</sup> “Ela não representa um processo único e universal que transforma, por exemplo, o processo de trabalho na agricultura (tal como sugerido na literatura marxista sobre o desenvolvimento agrário). Trata-se, pelo contrário, de um fenômeno diversamente construído, em torno do qual os processos de desenvolvimento coalescem e se generalizam” (Marsden, 1995, p. 293).

procedimentos rituais) são usados e recombinados na prática social, conscientemente ou de outra maneira” (Long, 2001, p. 56). Trata-se, portanto, de uma tentativa de compreender como o processo de mercantilização é mediado e ressignificado no âmbito da cultura.

Com isso, Ploeg (2008) procura demonstrar que a agricultura não envolve somente uma forma de produzir alimentos, mas também de produzir valores e significados. Para o autor, o processo de mercantilização é permeado por relações e lógicas socioculturais que tornam este processo tão amplo quanto parcial e flexível. O desafio dos estudos rurais é justamente revelar esses valores geralmente negligenciados e que são os principais responsáveis por fazer da diversidade a característica-chave para compreender as transformações em curso no espaço rural contemporâneo.

De certo modo, encontra-se aqui um ponto de contato com a contribuição de Kopytoff (2008), a partir da qual podemos concluir esta seção afirmando que a mercantilização constitui um processo social culturalmente diferenciado, visto que a mesma “coisa” pode ser considerada como uma mercadoria em um dado momento de sua vida social e como algo absolutamente distinto em outro; ou mesmo, ser percebida como uma mercadoria por uma pessoa/comunidade e como algo diverso por outra. Apesar de a mercantilização ser capaz de tornar mercadoria até mesmo o ser humano (venda de órgãos; tráfico de crianças; prostituição; trabalho escravo; etc.), este processo não se universaliza porque precisa ser validado no âmbito das *culturas* e nelas (em suas particularidades) que se constituem oposições à homogeneização preconizada por este processo, ressingularizando e desmercantilizando as coisas.<sup>14</sup>

### **Mercantilização e heterogeneidade: a construção de estilos de agricultura**

O lugar e o futuro da agricultura familiar, ou das formas familiares de produção e trabalho, sempre foi alvo de intenso debate em meio ao tema da mercantilização. No começo deste trabalho, apresentaram-se as visões da *commercialization* e da *commoditization*, mostrando-se que cada uma, a seu modo, encontrou uma explicação para o lugar das relações e formas não capitalistas de produção em seu arcabouço analítico.

Desde então, houve avanços significativos na literatura. Desde os trabalhos de Lamarche (1993) e Gasson e Errington (1993), para citar apenas dois, desenvolveram-se critérios operacionais de definição da diferenciação entre as formas de agricultura existentes, familiares *versus* capitalistas. Desta diferenciação emergiu intenso debate acadêmico e institucional sobre a necessidade de reconhecimento da diversidade da agricultura. Cada vez mais esta diversidade é percebida como uma das características mais importantes das formas familiares de produção e portadora de robusta capacidade explicativa não só de sua permanência como também de seu fortalecimento em ambientes sociais e econômicos em que imperam as relações de troca

---

<sup>14</sup> Para Kopytoff, nenhuma sociedade existe sem criar princípios de equivalência entre certos objetos e singularização de outros, portanto não haveria forma social em que todos objetos podem ser trocados por equivalentes, tampouco aquela em que existiriam apenas itens singulares e sem possibilidade de trocas.

mercantil. No Brasil, por exemplo, esta perspectiva encontra eco nos trabalhos de Veiga (1991) e Abramovay (1992), que exerceram forte influência neste debate.<sup>15</sup>

Não obstante, tal como destacado em trabalho de Schneider (2006), ainda há clara necessidade da construção de ferramentas teórico-metodológicas adequadas ao entendimento da heterogeneidade e da diversidade do meio rural que suplantem os confrontos ideológicos que invariavelmente subjazem o debate sobre agricultura camponesa, agricultura familiar e agronegócio. Neste sentido, afirma o autor:

É preciso ir além desta simplificação e do maniqueísmo ideológico que lhe corresponde, pois a mera contraposição entre campesinato e agricultura familiar e, às vezes, agronegócio, pouco acrescenta ao entendimento da diversidade das formas familiares de produção e trabalho, das suas dinâmicas territoriais de diferenciação social. Na realidade, o estudo da agricultura familiar requer uma análise sociológica multidimensional sobre a diversidade das formas sociais familiares, que pode começar pelo estudo da organização do trabalho e da produção e sua relação com a natureza, mas passa pelo entendimento dos mecanismos de construção das estratégias de interação com o ambiente social que caracterizam as suas relações domésticas (parentesco, gênero, etc.), assim como os múltiplos meios de exercício da ação política (Schneider, 2006, p. 9).

Embora seja verdadeiro que o avanço das políticas de modernização agrícola provocou – e continua a provocar – substanciais modificações nas condições de produção e reprodução da agricultura familiar, isso não autoriza a generalizar um completo desaparecimento da autonomia estratégica na mobilização e conversão de recursos que se dá no interior destas unidades produtivas. Formas inauditas de resistência, criação e recriação de espaços de manobra e construção de autonomia parcial e relativa estão em curso (Ploeg, 2008; Sabourin, 2009), e ocorrem, via de regra, paralelamente às situações de crescente aumento da dependência em relação aos agentes externos, as quais invariavelmente se constituem em função da fragilização ou precariedade dos meios de produção (terra, trabalho e capital).

De fato, a construção de autonomia frequentemente envolve condições nas quais os indivíduos e as famílias rurais dispõem de um portfólio restrito de recursos. Assim, este processo é particularmente dependente da criação de novidades (*novelties*) técnicas, organizacionais e institucionais que alteram/aperfeiçoam a conexão entre estes recursos (Roep e Wiskerke, 2004). Isto ocorre através da “coprodução” entre homem e natureza, onde se faz uso das múltiplas possibilidades de construção de sistemas de cultivo e criação agroecológicos ou “*low-external input*” (Ploeg *et al.*, 2000); pela arquitetura de redes sociotécnicas que possibilitam uma reorganização no fluxo de recursos e informações, constituindo mesmo um mecanismo essencial à inovação (Callon, 2008); ou ainda, pela redefinição do contexto normativo (normas e *stan-*

---

<sup>15</sup> A estes trabalhos, pelo menos em nível de Brasil, pode-se somar os resultados da pesquisa Inkra/Fao (2000), em que a diversidade das formas de agricultura se dá pela diferenciação entre agricultores familiares, e seus sub-típos, e agricultores patronais. As particularidades históricas impõem tratar com ressalvas o que critérios como os adotados pelo Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), de cunho normativo e operacional, tendem a tratar homogeneamente para fins de enquadramento.

*dards*) que define os parâmetros através dos quais se organizam as relações de produção e de troca e o acesso a recursos: a criação de mecanismos de certificação participativos, por exemplo.

Em contextos de vulnerabilidade social e econômica, a emergência destas alternativas estimula a diversificação dos meios de vida (Ellis, 2000), que permite maior estabilidade em face das contingências da agricultura (mudanças sazonais, intempéries climáticas, pestes) e reduz os riscos derivados de possíveis falhas no acesso a mercados e na própria criação de inovações pelos agricultores. A diversificação das estratégias de reprodução (e da base de recursos necessária para constituí-las) fortalece a autonomia na medida em que incrementa a capacidade dos agricultores de decidir e interagir com demais atores (no mercado, por exemplo). Neste sentido, o próprio sentido do desenvolvimento consiste em dotar as pessoas de meios para construção de capacidades (*capability construction*, no sentido de Amartya Sen) que contribuam para a organização da sua base de recursos e definição das trajetórias de vida que considerem as mais adequadas para si e para suas famílias.

No que tange à mercantilização, a capacidade de resiliência das formas familiares de produção manifesta-se na (re)formulação ou (re)fundação das relações mercantis, sem que isso signifique qualquer tipo de afastamento definitivo dos mercados. Antes disso, observa-se que a luta por autonomia em curso nesta arena social pode incorrer no distanciamento em relação a alguns circuitos de troca, particularmente os que tomam os agricultores como simples fornecedores de mercadorias, mas resulta na (re)construção de mercados mais territorializados, onde se observam possibilidades reais de um controle mais efetivo por parte dos agricultores familiares. Esta reconexão com os mercados locais representaria importante avanço no reconhecimento dos graus e formas distintas de mercantilização em que se encontra a agricultura, fugindo da visão linear de desenvolvimento agrário e sua impossibilidade de considerar o papel dos atores e as variações empíricas dos fenômenos.

Nesses termos, os aspectos relacionados à autonomia e à dependência das diferentes formas de produção de mercadorias possuem implicações importantes no entendimento da emergência de múltiplos estilos de agricultura que decorrem do ininterrupto processo de negociação entre os agricultores e os demais agentes econômicos, inclusive o Estado. Tomando como exemplo o caso europeu, Ploeg (2006) afirma que atualmente os agricultores estão diante de um verdadeiro e intenso processo de aperto (*squeeze*) na agricultura, o qual demonstra a incapacidade do modelo produtivista em garantir um retorno econômico condizente com suas necessidades de reprodução. Se, por um lado, os efeitos sociais e ambientais do processo de modernização já eram amplamente notados, agora o modelo também começa a apresentar sinais de colapso no âmbito produtivo (Ploeg *et al.*, 2000). A clássica resposta do aumento de escala de produção não parece ser efetiva e possui cada vez menos capacidade de sustentar o argumento de que o desenvolvimento rural viria pelo aumento da renda agrícola e, consequentemente, condicionaria a melhoria das condições de vida dos agricultores. O enfrentamento do ambiente hostil criado pelo aprofundamento da liberalização e globalização do mercado mundial de produtos agropecuários tem sido cada vez mais um importante aliado na constatação de que o desenvolvimento agrícola não necessariamente leva ao desenvolvimento rural.

Nas pesquisas recentes conduzidas por Ploeg (2008) fica claro que práticas mais autônomas resultam em estilos de agricultura mais diversificados e em padrões de desenvolvimento rural mais endógenos. A articulação entre aspectos técnicos e sociais resultaria, nesse caso, em

padrões de reprodução social amplamente distintos. Nessa perspectiva, é possível considerar que o sentido do desenvolvimento rural enquanto processo aglutinador da diversidade seja dado analiticamente a partir da perenidade de esforços de apreensão da diversificação de práticas e estratégias (Schneider, 2006).

Segundo Ploeg, a trajetória de diversificação, que marcou as últimas quatro ou cinco décadas do meio rural europeu, é o resultado de padrões de negociação em que os agricultores interagem de acordo com os recursos disponíveis. Conforme forem as situações particulares de cada agricultor em termos de disponibilidade e qualidade dos recursos e do ambiente mercantil e institucional que o rodeia, pode haver limites mais ou menos decisivos à diversificação. Não por acaso isso tende a ocorrer de forma associada à crescente externalização em situações em que a agricultura se volta, basicamente, à produção de *commodities*, impondo restrições institucionais e mercantis ao surgimento de práticas contestatórias ao modelo/padrão hegemônico de produção (Long e Ploeg, 2011; Ploeg, 2008).

Isto tende a ocorrer, segundo Ploeg, porque o resultado mais geral do desenvolvimento capitalista no campo é exatamente produzir *heterogeneidade estrutural* e não especialização e uniformidade produtiva, como acentua recorrentemente a literatura ortodoxa. A heterogeneidade estrutural permite desvelar a “monotonia da paisagem produtiva” que, analisada para além da aparência, demonstra as infinitas possibilidades de racionalidade decisória no uso dos recursos por parte das famílias rurais. A diversidade emerge tanto em termos de padrões tecnológicos e opções produtivas, muitas vezes dentro do mesmo “setor de atividade”, como também nas formas heterogêneas de inserção em mercados não agrícolas, através da pluriatividade (Schneider, 2003).

Neste sentido, pode-se interpretar a diversidade de modos de fazer agricultura e a heterogeneidade social que lhe corresponde como sendo diferentes *estilos de agricultura*, que podem ser entendidos a partir das necessidades ou possibilidades de os agricultores organizarem suas relações sociais e produtivas a partir de diferentes lógicas, intensificando ou extensificando o uso dos recursos produtivos já que, por exemplo, a disponibilidade de trabalho/mão de obra qualificada é uma característica estratégica e indispensável da necessária base de recursos, que tanto pode se fortalecer como se debilitar face à intensidade e, fundamentalmente, à qualidade dos vínculos mercantis.

Originalmente, o conceito de estilos de agricultura (*styles of farming*) foi empregado por Hofstee (1946) para articular as dimensões da cultura e localidade, representando “um complexo e integrado conjunto de noções, normas, conhecimentos e experiências portados por um grupo de agricultores em uma região específica que descreve o modo com que a *farming praxis* é levada adiante” (Ploeg, 1994, p. 17).<sup>16</sup> Esta construção inicial faz referência às diferenças no modo de fazer agricultura entre diferentes regiões europeias. Porém, à medida que se torna evidente a heterogeneidade intrarregional, estilos de agricultura começaram a ser referidos,

---

<sup>16</sup> O debate sobre o conceito de estilos de agricultura (*styles of farming* ou *farming styles*) é uma derivação analítica do aporte teórico-metodológico desenvolvido por Long e Ploeg em relação à perspectiva orientada ao ator. Na concepção de Long (1980), os estilos de agricultura emergem como ferramentas analíticas a partir do reconhecimento das fragilidades das teorias da modernização e suas derivações em explicar as mudanças sociais e os padrões de desenvolvimento, seja no âmbito da sociedade como um todo, seja no âmbito específico dos estudos agrários.

fundamentalmente, em relação às distintas lógicas produtivas das unidades familiares, em uma perspectiva mais diretamente orientada aos atores, seus projetos e estratégias reprodutivas.

De acordo com Ploeg (1993), um estilo de agricultura refere-se a um repertório cultural, uma composição de ideias normativas e estratégias sobre como a agricultura é feita. O conceito está baseado em três eixos centrais. O primeiro deles é o *eixo normativo*, e refere-se à heterogeneidade nas práticas e na organização da unidade produtiva (a unidade de produção e consumo), que é o retrato da natureza do processo de trabalho desenvolvido. As diferenças que emergem nas práticas agrícolas evidenciam o resultado das diferenças nas estratégias adotadas pelas famílias, sua racionalidade e o acesso aos recursos internos e externos (o conjunto de capitais ou acessos disponíveis). O segundo é o *eixo prático*, e diz respeito à natureza e à relevância, sempre multifacetada, dos processos de mercantilização e incorporação institucional. Esses processos são fundamentais na moldagem da organização do trabalho, das tarefas e das estratégias. O terceiro é o *eixo do mercado*, e demonstra a capacidade dos agricultores reordenarem suas inserções e interações sociais e econômicas através da possibilidade de combinação de atividades agrícolas e não agrícolas (alocação da força de trabalho).

A partir da complexa interação entre estes três conjuntos de fatores constituem-se diferentes formas de fazer agricultura, as quais, de modo geral, podem seguir duas vias históricas, conforme o tipo de resposta que constituem ao regime sociotécnico dominante na agricultura:

Os estilos de agricultura [...] podem ser considerados como algumas das muitas respostas para o projeto da modernização [...]. Alguns estilos representam e reproduzem a internalização do projeto de modernização (e são materialmente dependentes de sua continuação). Outros estilos, por sua vez, representam um distanciamento e uma desconstrução de toda limitação e controle impostos pelo projeto modernizador (Ploeg, 2003, p. 113).

O grau com que os agricultores inserem-se em uma ou outra via e a multiplicidade de arranjos entre distintos domínios (das relações econômicas e institucionais, da família e comunidade local, da produção) refletem múltiplas e complexas noções, experiências e compreensões socialmente compartilhadas. Já a pluralidade de estratégias das quais os agricultores lançam mão é ao mesmo tempo resultado e origem dos diferentes estilos.

No que tange especificamente ao universo da “agricultura familiar”, Ploeg (2006) contrasta duas vias de desenvolvimento que implicam em estilos de fazer agricultura diferentes. De um lado, encontra-se uma via de “reprodução relativamente autônoma e historicamente garantida” chamada de *modo camponês*, em que cada ciclo de produção é construído a partir dos recursos produzidos e reproduzidos nos ciclos anteriores. Esse padrão representaria uma unidade orgânica de produção e reprodução, revelando uma preocupação constante com a produção de valor de uso e a reprodução dos objetos e meios de trabalho. De outro lado, uma via que representa o *modo empresarial* de produção familiar. Neste caso, a mobilização dos recursos ocorre fora da unidade de produção, junto aos mercados de insumos, produtos e serviços, fazendo com que as atividades de produção e reprodução sejam crescentemente externalizadas. Isso significa que os recursos são mobilizados em seus correspondentes mercados e entram no processo de produção como mercadorias (Ploeg, 1992; 2006).

O modo camponês desenvolve-se a partir de crescente intensificação do trabalho, para o que existe uma vinculação dos processos de produção e reprodução à qualidade do traba-

lho, proporcionando assim rendimentos crescentes por objeto de trabalho. Já a “reprodução dependente do mercado” se desenvolve pela ampliação da escala, onde o número de objetos de trabalho por produtor aumenta enquanto os rendimentos caem continuamente (Ploeg, 1992). Ademais, o alto nível de inserção mercantil conjugada à crescente externalização, que se constituem problemáticos e remotos à reprodução autônoma, são as bases da lógica de reprodução dependente do mercado, sendo na verdade uma vantagem aqui. A estrutura do *calculus* que orienta o *modelo empresarial* é dada pela razão custo/benefício econômico e pela escala de produção, onde o resultado esperado é rentabilidade econômica.<sup>17</sup> Nesta via as unidades se desenvolvem geralmente a partir da estratégia de ampliação de escala e relativa extensificação. Outrossim, neste caso, cada vez mais os meios de trabalho e o próprio trabalho apresentam-se como custos diretos, sendo que este aliena-se do produtor e perde qualidade e suas características de *artesanidade*. Do mesmo modo, a eficiência econômica prevalece sobre a eficiência técnica; os benefícios a curto prazo tornam-se mais relevantes que a longo prazo; o conceito de risco econômico torna-se mais evidente; a produção por objeto de trabalho diminui; o processo de tomada de decisão se altera e, por fim, cria-se uma necessidade inerente de adoção de tecnologias externas. No *modo empresarial* agricultores incorporam “a lógica do mercado” (Friedmann, 1978) e os recursos produtivos usados são mobilizados preferencialmente via mercados.

O *modo camponês* de forma alguma está associado à “aversão ao mercado” pois a “condição camponesa” está assentada na capacidade de construir novas e diferenciadas relações mercantis (Ploeg, 2008). No modo camponês de fazer agricultura a construção e manutenção de uma base de recursos autônoma é a chave para sua reprodução. A *autonomia* é o denominador comum da condição camponesa moderna e reflete a luta constante e infundável das formas familiares de produção pela criação de uma base de recursos autocontrolada, integrada e de múltiplo uso. Esta luta se expressa nas novas e múltiplas formas de resistência que estão surgindo no meio rural, associadas sobretudo a uma ampla gama de práticas heterogêneas no “modo de fazer a agricultura” (Ploeg, 2008). As estratégias de resistência operam tanto através da desmercantilização, pelo afastamento em relação aos mercados de insumos e fatores de produção, assim como dos circuitos de *commodities* mais tradicionais, quanto pela construção de “mercados alternativos”: especialidades de nicho, orgânicos, artesanais, solidários, institucionais, não agrícolas.

### **A construção da autonomia via mercados – novas interações e desdobramentos**

Na medida em que os mercados ultrapassam a esfera produtiva e a dimensão material das relações sociais, construir autonomia também se associa à luta pela manutenção de recursos simbólicos (discursos, crenças, práticas culturais, etc.) enraizados na arte de fazer

---

<sup>17</sup> Outra forma de conceber essa distinção está no que Ploeg denominou “artesanidade” e “empresarialidade”. Esta se refere “a capacidade de adaptar o controle do processo de produção à penetração de diferentes formas de relações mercantis”, enquanto que aquela significa “a capacidade da força de trabalho de desenvolver o potencial produtivo de seus objetos de trabalho” (Ploeg, 1992, p. 183).

agricultura. Enfrentar a “ordem moral” do mercado também significa contrapor-se ao seu ideário e construir um outro conjunto de valores. Além de recursos produtivos, a autonomia envolve a singularização, qualificação e defesa dos bens imateriais presentes nos territórios rurais. Outrossim, autonomia refere-se, por exemplo, ao fortalecimento de formas de troca recíprocas não mercantis fundadas na dádiva, como é o caso das trocas de alimentos e trabalho assentadas na enorme variedade de mecanismos de ajuda mútua que se encontram no meio rural (Sabourin, 2009).

Neste sentido, a autonomia refere-se a uma condição relacional, concebida a partir das múltiplas e heterogêneas formas de interação entre os agricultores e o contexto externo (Ploeg, 2010). Os mercados não apenas condicionam a forma como as trocas materiais ocorrem, como também impõem parâmetros a partir dos quais se estrutura o mundo social e natural. No entanto, não se trata de uma mão invisível. No máximo, mãos que agem à distância, facilitadas pelas novas tecnologias de comunicação e informação que aumentam sua capacidade de controle.

Novas formas de produção e governança, baseadas numa dinâmica territorializada de desenvolvimento, demonstram que os agricultores com menor portfólio de recursos produtivos também são capazes de reproduzirem-se frente às novas e cada vez mais constrangedoras pressões dos modernos “impérios alimentares” (Friedmann, 2004; Ploeg, 2008). A emergência de novas formas de resistência traz à tona um debate sobre a constituição de uma trajetória de desenvolvimento “pós-produtivista”, territorializada e endógena, que reconecta produção e consumo enraizando-os no contexto sociocultural onde se desenvolvem (Renting, Marsden e Banks, 2003; Sonino e Marsden, 2006).

Um conjunto de mercados emergentes constitui-se a partir do âmbito local e da relação direta entre compradores e vendedores na lógica de cadeias curtas com capacidade de ressocializar e reespecializar os alimentos. São mercados baseados em nichos ou especificidades em que se reconfiguram politicamente o papel do lugar e das relações de proximidade entre consumidores e produtores. Se a compreensão dos mercados engendrada pela NSE é que estes são geralmente enraizados em processos sociais, as cadeias curtas e os produtos com signos culturais-locais potencializam essa condição, pois são vistos como construções expressivamente enraizadas (*embedded*) em relações socioculturais particulares e que fazem da ligação com localidade, tradição, origem, natureza ou modo de produção específico seus maiores apelos comerciais. Assim, certos mercados não convencionais estariam se reproduzindo em virtude de fatores socioculturais que decorrem da participação em redes sociais (Wilkinson, 2008), da defesa dos valores “intrínsecos” dos territórios (Ray, 1998) e da preocupação com formas socialmente justas de trabalho (Goodman, 2004)

A esta constatação sobre o modo camponês de luta pela autonomia e a diversidade de estilos de agricultura que são parte da constituição social dos mercados converge a perspectiva que remonta aos trabalhos fundadores da NSE. Granovetter (1985, p. 507) destaca que “[...] as pequenas firmas em um mercado particular podem persistir [...] porque uma densa rede de relações sociais é sobreposta às relações de negócio, conectando semelhantes firmas e reduzindo as pressões para integração”. Essa densa rede de relações sociais constitui o componente de enraizamento social da ação econômica, a qual explica porque empreendimentos provenientes da agricultura familiar, aparentemente sem condições de se manter frente às pressões exercidas pelo “império” (Ploeg, 2008), conseguem se reproduzir e, em alguns casos, obter vantagens competitivas.

É nesta perspectiva que Ploeg (2008) discute a emergência de um processo de recampeonato, caminhando diametralmente de encontro à formulação clássica, segundo a qual as formas familiares estariam condenadas à inexorável “lógica do mercado”. Segundo o autor, a consolidação de um modo camponês de produção expressa, na realidade, a capacidade renovada dos agricultores em se contrapor a um processo unidirecional de mercantilização e, principalmente, em criar circuitos mercantis alternativos. No primeiro caso, trata-se da construção de estratégias materiais e discursivas que aumentam o espaço de manobra frente às pressões dos impérios alimentares. No segundo, formas próativas de inserção mercantil que se constituem *pari passu* com a formação de novos contextos políticos e normativos.

Uma interpretação integrada e suficientemente ampla acerca destas mudanças ainda está sendo formulada. Seja como for, o fato é que será imprescindível (e mesmo inevitável) que os estudos rurais incorporem os avanços que vêm sendo processados na teoria social para reposicionar analiticamente o lugar dos agricultores no curso das transformações do meio rural e da sociedade como um todo. A perspectiva orientada aos atores vem contribuindo com a construção deste novo quadro analítico, mas continua limitada pela reconhecida dificuldade na elaboração de uma abordagem dos mercados que tenha como ponto de partida a ideia de que se trata de construção social.

Neste sentido, torna-se importante analisar e estudar como os atores se comportam, de que maneira criam novas formas de produção e governança, como os mecanismos institucionais afetam as relações econômicas, de que modo são negociados circuitos de dádivas e mercadorias e como estes problemas interagem entre si. A nosso ver, talvez aqui haja espaço para uma profícua e fértil interlocução entre a perspectiva orientada aos atores e a nova sociologia econômica. O diálogo entre estas perspectivas, tal como esboçado neste trabalho, sugere que os processos de mercantilização são heterogêneos, complexos e não lineares. Sua compreensão requer o entendimento das condutas sociais e comportamentos dos atores a partir dos contextos e ambientes em que estão imersos. A POA ensina que os atores são capazes de construir uma interação proativa com os mercados e até mesmo reorientar o vetor desta interação em um sentido que venha a favorecer à sua reprodução social. A NSE, por outro lado, oferece um complemento importante a esta perspectiva ao insistir no fato de que os atores se inserem em redes e relações sociais tais como o interconhecimento e a proximidade.

O fundamental a reter, ao final, é que parece chegado o momento em que se vislumbra a possibilidade de discutir e analisar a mercantilização para além da simples transmutação da relação de uso e de troca e, sobretudo, da anacrônica compreensão dos mercados como espaços etéreos e fictícios de formação de preços. Isto torna ainda mais estimulante e desafiador o trabalho por fazer pelos que pretendem entender e explicar os dilemas e paradoxos da interação humana valorizando o papel e o poder dos atores, das redes sociais e das normas e instituições existentes e construídas.

## Referências

- ABRAMOVAY, R. *Paradigmas do capitalismo agrário em questão*. São Paulo: Hucitec, 1992.
- \_\_\_\_\_. Entre deus e o diabo: mercados e interação humana em Ciências Sociais. *Tempo Social*, v. 16, n. 2, p. 35-64, 2004.

- APPADURAI, A. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Eduff, 2008, p. 15-88.
- BECKERT, J. *The great transformation of embeddedness*: Karl Polanyi and the new economic sociology. MPIfG Discussion Paper, n. 7/1, 2007.
- BERNSTEIN, H. African peasantries: a theoretical framework. *Journal of Peasant Studies*, London, v. 6, n. 4, p. 420-444, 1979.
- \_\_\_\_\_. Capitalism and petty commodity production. *Social Analysis: The International Journal of Cultural and Social Practice*, n. 20, p. 11-28, dec. 1986.
- BINSBERGER, W. V. Commodification: things, agency and identities: introduction. In: BINSBERGER, W. V.; GESCHIERE, P. (Ed.). *Commodification: things, agency and identities (The social life of things revisited)*. Münster: LIT, 2005, p. 9-51.
- BUTTEL, F. H. Some reflections on late twentieth century agrarian political economy. *Sociologia Ruralis*, v. 41, n. 2, p. 165-181, apr. 2001.
- BUTTEL, F. H.; LARSON, O. F.; GILLESPIE JÚNIOR, G. W. *The sociology of agriculture*. New York: Greenwood Press, 1991.
- CALLON, M. Dos estudos de laboratório aos estudos de coletivos heterogêneos, passando pelos gerenciamentos econômicos. *Sociologias*, v. 10, n. 19, p. 302-321, 2008.
- CHAYANOV, A. *La organización de la unidad económica campesina*. Buenos Aires: Nueva Vision, 1974.
- DiMAGGIO, P. Aspectos culturais da ação e da organização econômica. In: PEIXOTO, J.; MARQUES, R. *A nova sociologia econômica*. Lisboa: Celta, 2003, p. 167-194.
- DODD, N. *A sociologia do dinheiro*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.
- ELSTER, J. The market and the forum: three varieties of political theory. In: ELSTER, J.; HYLLAND, A. (Ed.). *Foundations of social choice theory*. Cambridge: CUP, 1986, p. 103-132.
- ELLIS, F. *Rural livelihoods and diversity in developing countries*. Oxford: Oxford University, 2000.
- FRIEDMANN, H. Simple commodity production and wage labour in the American plains. *Journal of Peasant Studies*, v. 6, n. 1, p. 71-100, 1978.
- \_\_\_\_\_. Patriarchal commodity production. *Journal of Cultural and Social Practice*, n. 20, p. 47-55, dec. 1986.
- \_\_\_\_\_. Feeding the Empire: the pathologies of globalized agriculture. In: MILIBAND, R. (Ed.). *The socialist register*. London: Merlin Press, 2004, p. 124-143.
- GASSON, R.; ERRINGTON, A. *The farm family business*. Wallingford: Cab International, 1993.
- GIBBONS, P.; NEOCOSMOS, M. Some problems in the political economy of African socialism. In: BERNSTEIN, H.; CAMPBELL, B. (Ed.). *Contradictions of accumulation in Africa*. London: Sage, 1985, p. 153-206.
- GOODMAN, M. K. Reading fair trade: political ecological imaginary and the moral economy of fair trade goods. *Political Geography*, v. 23, n. 7, p. 891-915, 2004.
- GOODMANN, D.; REDCLIFF, M. Capitalism, petty commodity production and the farm enterprise. *Sociologia Ruralis*, v. 15, n. 3/4, p. 231-247, 1985.
- GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

- GRANOVETTER, M.; SWEDBERG, R. (Ed.). *The sociology of economic life*. Princeton: Princeton University Press, 1992.
- HOCHSCHILD, A. R. The commodity frontier. In: ALEXANDER, J.; MARX, G.; WILLIAMS, C. (Ed.). *Self, social structure and beliefs: essays in sociology*. Berkeley: University of California Press, 2004, p. 38-56.
- HELGASON, A.; PÁLSSON, G. Contested commodities: the moral landscape of modernist regimes. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, v. 3, n. 3, p. 451-471, 1997.
- HOFSTEE, E. W. *The causes of diversity in dutch agriculture*. Wageningen: Wageningen Agricultural University, 1946.
- INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA AGRÁRIA (INCRA)/ ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA ALIMENTAÇÃO (FAO). *Novo retrato da agricultura familiar – o Brasil redescoberto*. Projeto de Cooperação Técnica. Brasília, 2000.
- KNORR CETINA, K. The microsociological challenge of macrosociology: towards a reconstruction of social theory and methodology. In: KNORR CETINA, K.; CICOUREL, A. V. (Ed.). *Advances in social theory and methodology: toward an integration of micro and macrosociologies*. London: Routledge & Kegan Paul, 1981, p. 1-47.
- KOPYTOFF, I. Biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo In: APPADURAI, A. (Org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Eduff, 2008, p. 89-121.
- LA GRASSA, G. O capitalismo contemporâneo e o papel da teoria marxista. *Revista Crítica Marxista*, v. 2, p. 92-106, 1991.
- LAMARCHE, H. (Coord.). *A agricultura familiar: comparação internacional*. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.
- LONG, N. Introdução à sociologia do desenvolvimento rural. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.
- \_\_\_\_\_. Commoditization: thesis and antithesis. In: LONG, N. et al. *The commoditization debate: labour process, strategy and social network*. Wageningen: Wageningen Agricultural University, 1986, p. 1-25.
- \_\_\_\_\_. *Development sociology: actor perspectives*. London: Routledge, 2001.
- 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.
- \_\_\_\_\_. Reflections on agency, ordering the future and planning. In: FRERKS, G. E.; OUDEN, J. H. B. den (Ed.). *In search of middle ground: essays on the sociology of planned development*. Wageningen: Wageningen Agricultural University, 1995, p. 64-78.
- LONG, N.; PLOEG, J. D. van der; CURTIN, C.; BOX, L. *The commoditization debate: labour process, strategy and social network*. Wageningen: WU Press, 1986.
- MARSDEN, T. Beyond agriculture? Regulating the new spaces. *Journal of Rural Studies*, London, v. 3, n. 11, p. 285-296, 1995.
- MARX, K. *O capital: o processo global de acumulação capitalista*. São Paulo: Difel, 1982.
- MIOR, L. C. *Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural*. Chapecó: Argos, 2005.

- NAVARRO, Z. Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro. *Estudos Avançados*, v. 15, n. 43, p. 83-100, 2001.
- NEE, V.; INGRAM, P. Embeddedness and beyond: institutions, exchange and social structure. In: BRINTON, M. C.; NEE, V. *The new institutionalism in sociology*. New York: Russel Sage Foudation, 1998, p. 19-45.
- OLSON, M. *The logic of collective action: public goods and the theory of groups*. 1. ed. Cambridge: Harvard University Press, 1965.
- PLOEG, J. D. van der. Patterns of farming logic, structuration of labor and impact of externalization: changing dairy farming in northern Italy. *Sociologia Ruralis*, v. 25, n. 1, p. 5-25, 1985.
- \_\_\_\_\_. *Labor, markets and agricultural production*. Boulder: Westview Press, 1990.
- \_\_\_\_\_. El proceso de trabajo agrícola y la mercantilización. In: GUZMAN, E. S.; GONZÁLES DE MOLINA, M. (Ed.). *Ecología, campesinato y historia*. Madri: Las Ediciones de la Piqueta, 1992, p. 153-195.
- \_\_\_\_\_. 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, 1994, p. 7-30.
- \_\_\_\_\_. *The virtual farmer: past, present and future of the Dutch peasantry*. Assen: Van Gorcum, 2003.
- \_\_\_\_\_. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. (Org.). *A diversidade da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2006, p. 13-56.
- \_\_\_\_\_. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- \_\_\_\_\_. The peasantries of the twenty-first century: the commoditization debate revisited. *Journal of Peasant Studies*, v. 37, n. 1, 2010.
- PLOEG, J. D. van der *et al.* Rural Development: from practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 4, p. 391-407, 2000.
- RAY, C. Culture, intellectual property and territorial rural development. *Sociologia Ruralis*, v. 38, n. 1, p. 3-20, 1998.
- RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, v. 35, p. 393-411, 2003.
- ROEP, D.; WISKERKE, J. S. C. Reflecting on novelty production and niche management. In: WISKERKE, J. S. C.; PLOEG, J. D. van der (Ed.). *Seeds of transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*. Assen: Van Gorcum, 2004, p. 341-356.
- SABOURIN, E. *Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade*. Porto Alegre: UFRGS, 2009.
- SCHNEIDER, S. Da crise da sociologia rural à emergência da sociologia da agricultura: reflexões a partir da experiência norte-americana. *Cadernos de Ciência e Tecnologia*, v. 14, n. 2, p. 225-238, 1997.
- \_\_\_\_\_. *A pluriatividade na agricultura familiar*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003.
- \_\_\_\_\_. Introdução. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *A diversidade da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

- SCHULTZ, T. W. *Transforming traditional agriculture*. New Haven: Yale University Press, 1964.
- SONINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, v. 6, p. 181-199, 2006.
- VANDERGEEST, P. Commercialization and commoditization: a dialogue between perspectives. *Sociologia Ruralis*, v. 25, n. 3, p. 7-29, 1988.
- VEIGA, J. E. *Desenvolvimento agrícola: uma visão histórica*. São Paulo: HUCITEC, 1991
- WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- ZELIZER, V. Repenser le marché. La construction sociale du marché aux enfants aux États-Unis. *Actes de la recherche en sciences sociales*, v. 94, p. 3-26, 1992.
- \_\_\_\_\_. Circuits within capitalism. In: NEE, V.; SWEDBERG, R. *The Economic Sociology of Capitalism*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003a, p. 289-319.
- \_\_\_\_\_. O significado social do dinheiro: dinheiros especiais. In: PEIXOTO, J.; MARQUES, R. *A nova sociologia económica*. Lisboa: Celta, 2003b, p. 125-166.