

ATORES E RELAÇÕES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS DO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA

Submetido em: 18/10/2023

Aceito em: 28/1/2024

Publicado em: 25/4/2024

Felipe Toniolo¹; Leonardo Xavier da Silva²

PRE-PROOF

(as accepted)

Esta é uma versão preliminar e não editada de um manuscrito que foi aceito para publicação na Revista Desenvolvimento em Questão. Como um serviço aos nossos leitores, estamos disponibilizando esta versão inicial do manuscrito, conforme aceita. O manuscrito ainda passará por revisão, formatação e aprovação pelos autores antes de ser publicado em sua forma final.

<http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2024.60.15267>

RESUMO

Os mercados cada vez mais passam a fazer parte do cotidiano dos agricultores familiares, entretanto, ainda há gargalos para a participação destes nesses espaços. Organizações como a Rede Ecovida de Agroecologia buscam criar condições para enfrentar essas dificuldades e promover o desenvolvimento rural, tornando-a um campo importante para estudo, sobretudo para compreender a sua dinâmica. Desta forma, este trabalho objetiva caracterizar os atores sociais e institucionais e a rede de relações socioeconômica que influenciam os mercados dos agricultores familiares no Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida. Para atender o objetivo da pesquisa utilizou-se dos aparatos da teoria de redes sociais de Mark Granovetter, a qual ajuda a identificar e elucidar os atores e as relações sociais. A pesquisa caracteriza-se como descritiva e a geração de dados primários se deu por entrevistas semiestruturadas com as entidades que compõem o Núcleo e a observação sistemática não-participante das reuniões de cinco grupos

¹ Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar do Rio Grande do Sul (FETRAF-RS) Porto Alegre/RS, Brasil. <https://orcid.org/0009-0002-8824-348X>

² Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Porto Alegre, Rio Grande do Sul <https://orcid.org/0000-0002-1376-8081>

**ATORES E RELAÇÕES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS DO NÚCLEO ALTO
URUGUAI DA REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA**

de agricultores do Núcleo. Já os dados secundários foram coletados através de pesquisa documental. Os principais resultados revelam que os agricultores no Núcleo Alto Uruguai constituem uma extensa rede social, envolvendo atores sociais e institucionais, individuais e coletivos, bem como externo e internos ao Núcleo, estes que influenciam de diferentes formas os mercados dos agricultores. A partir destes resultados, afere-se que a construção de mercados alternativos tem sido uma importante estratégia usada pelos agricultores familiares e organizações e que a análise de redes sociais é uma importante ferramenta para a interpretação dos mercados da agricultura familiar.

Palavras chaves: Mercados. Relações sociais. Atores sociais.

**ACTORS AND SOCIAL RELATIONSHIPS IN THE SOCIAL CONSTRUCTION OF
MARKETS IN THE ALTO URUGUAI NUCLEUS OF THE ECOVIDA
AGROECOLGY NETWORK (REDE ECOVIDA)**

ABSTRACT

The markets are increasingly becoming part of the daily lives of family farmers, but there are still obstacles to their participation in these spaces. Organizations like the Ecovida Agroecology Network (REDE ECOVIDA) are trying to create conditions to address these challenges and promote rural development, making it an important field of study, especially for understanding its dynamics. Thus, this work aims to characterize the social and institutional network of relationships that influence the markets of family farmers in the Alto Uruguai Nucleus of the Ecovida Network. In order to meet the research objective, Mark Granovetter's social network theory was applied, which helps to identify and elucidate actors and social networks. The research is characterized as descriptive, and primary data Generation was based on semi-structured interviews with the entities that make up the Nucleus and on systematic non-participant observation of the meetings of five farmers groups within the Core. Secondary data were collected through documentary research. The main findings reveal that farmers in the Alto Uruguai Nucleus constitute an extensive social network, involving social and institutional, individual and collective actors, as well as those external and internal to the Nucleus - which influence the farmers markets in different ways. Based on these results, it can be inferred that the development of alternative markets has been an importante strategy used by family farmers and organizations, and that social network analysis is a valuable tool for interpreting family farming markets.

Keyword: Markets. Social relationships. Social actors.

1 INTRODUÇÃO

O século XXI revela que os mercados da agricultura familiar têm se destacado nos debates sobre o desenvolvimento rural. Isso se deve, sobretudo, pela crescente inerência dos mercados aos processos sociais e econômicos dos agricultores familiares, ao mesmo tempo que permanecem e se intensificam dificuldades de acesso e de manutenção dos agricultores a estes espaços (SCHNEIDER, 2016).

Em resposta a estas dificuldades, de forma proativa, os agricultores familiares têm construído mercados alternativos através da aplicação de diferentes estratégias envolvendo dimensões sociais, culturais, ambientais, de localidade e de qualidade na comercialização de alimentos (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2016). Trata-se da construção de mercados com novos padrões de qualidade e mecanismos diferenciados de comercialização que atraem uma parcela do público consumidor e garantem condições de disputas dos agricultores familiares com os seus concorrentes.

Um dos exemplos de construção destas experiências de mercados alternativos, é a Rede Ecovida de Agroecologia, entidade que reúne e promove experiências de agroecologia na região sul do Brasil e atua como Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade. A construção dos mercados alternativos pela Rede Ecovida se dá através de estratégia de oferta de produtos agroecológicos certificados e pela estruturação de diferentes formas de comercialização por cadeias curtas, seja pela venda direta, ou pela garantia de procedência através de selo. Estas estratégias se efetivam nos núcleos regionais da rede, espaços descentralizados que visam colaborar na organização da certificação e na articulação das estratégias de produção e comercialização regional.

Esta experiência, ao auxiliar os agricultores na superação das dificuldades de acesso aos mercados ao mesmo tempo que responde a uma demanda da sociedade por alimentos orgânicos, torna-se um campo aberto para estudos, especialmente aos que buscam elucidar o processo de sua construção, destacando os atores, as relações e os fatores que a influenciam, dada a necessidade de compreender essas construções em prol do fomento a estas experiências. Desta forma, este trabalho tem por objetivo caracterizar os atores sociais e institucionais e a rede de relações socioeconômicas que influenciam os mercados acessados pelos agricultores familiares no Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida.

A delimitação da pesquisa ao núcleo Alto Uruguai se dá em vista da grande dimensão de redes que se formam em cada núcleo da Rede Ecovida, bem como, pela necessidade de

cuidados sanitários postos pela pandemia durante a pesquisa a campo. Para atender o objetivo da pesquisa utilizou-se dos aparatos da Nova Sociologia Econômica, mais especificadamente da teoria de redes sociais de Mark Granovetter, a qual ajuda a identificar e elucidar os atores e as relações sociais na economia. Este referencial é apresentado na próxima seção, a qual é sucedida pelos métodos de sua aplicação e pelos resultados e análise destes.

2 NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA E MERCADOS

O estudo dos mercados tem sido um dos campos de pesquisa da emergente Nova Sociologia Econômica (NSE), a qual tem-se destacado e se consolidado a partir da sua originalidade em reaproximar o trabalho da sociologia com o da economia, em especial pela forma sociológica de interpretar os principais objetos da economia (RAUD-MATTEDI, 2005). A dedicação da NSE ao estudo dos mercados se deve principalmente pelo entendimento de que os sociólogos abdicaram do estudo dos mercados aos economistas, fortalecendo ainda mais o domínio de um modelo de mercado ao adotar ferramentas analíticas econômicas para suas próprias pesquisas (ZELIZER, 1988).

Com o avanço dos estudos da NSE sobre os mercados a partir da década de 1980, estes passaram a ser encarados como espaços reais de interações sociais, onde a forma do mercado se dá por aspectos como força, organização, poder e recursos disponíveis, diferente da ideia do mercado como uma entidade autorregulável colocada pela teoria neoclássica. Sendo assim, com a NSE “[...] o objetivo é mostrar que, nos mercados, os vínculos sociais concretos, localizados, são determinantes de suas dinâmicas e que, portanto, sua autorregulação depende da própria maneira como a interação social ocorre” (ABRAMOVAY, 2004, p. 55).

Desse modo, “o estudo dos mercados como estruturas sociais enraíza os interesses dos indivíduos nas relações que mantêm uns com os outros e não supõe um maximizador abstrato, isolado, por um lado, e a economia, por outro, como resultado mecânico da interação social” (ABRAMOVAY, 2004, p. 36).

A partir desta compreensão, dos mercados como estruturas sociais, duas áreas de pesquisas dentro da NSE se destacam no que se refere à interpretação da organização dos mercados. Uma delas aponta que “[...] a ação econômica possui um significado que não é dado de antemão e sim construído na relação entre os atores” (ABRAMOVAY, 2004, p. 56). Nesta corrente, que tem Paul Di Maggio como um dos principais autores, a cultura ganha um papel importante, dado que ela é capaz de moldar as instituições econômicas e os negócios. Ela entende que os modelos mentais dos atores devem ser buscados na cultura e não na ciência da

cognição, mostrando que as instituições são resultadas das interações sociais (ABRAMOVAY, 2004).

A outra corrente, da qual fundamentamos este artigo, propõem que as relações e interações devem ser o centro do debate sobre mercados. Como aponta Harrison White um dos precursores desta corrente “[...] os mercados são mecanismos de construção de preços e que só podem ser compreendidos por meio da interação social concreta, localizada, específica entre os atores” (ABRAMOVAY, 2004, p. 55). Mark Granovetter, orientado de White, é outro importante autor desta corrente, sobretudo pelas pesquisas desenvolvidas em torno da influência das redes sociais nos mercados.

Granovetter desenvolve uma crítica às visões das economias clássica e neoclássica que se baseiam em uma concepção atomizada e subsocializada da ação humana na economia, bem como a visão da sociologia, que ao inverso, aborda sobre uma visão supersocializada (GRANOVETTER, 2014). Segundo o autor, embora essas duas perspectivas tenham um grande contraste, ambas partilham da concepção de que as ações e decisões são conduzidas por atores atomizados. Na abordagem subsocializada, a atomização está ligada à ideia utilitarista de que os atores se movem apenas por interesses próprios e na supersocializada, deriva da ideia de que os atores interiorizam padrões comportamentais e, portanto, as relações sociais se restringem a efeitos periféricos (GRANOVETTER, 2014).

Contrapondo-se a essas concepções, o autor retomou o conceito de *embeddedness* de Karl Polanyi (WILKINSON, 2002), apontando que os atores, ao desenvolverem suas ações, estão imersos em sistemas concretos e contínuos de relações sociais, ou seja, toda a ação econômica está enraizada em redes sociais. Para o autor, essas redes dão origem à confiança e ao desencorajamento da má-fé (GRANOVETTER, 2014).

Granovetter, ao retomar o conceito de *embeddedness*, contrapõe a visão dominante dos sociólogos, antropólogos, cientistas políticos e historiadores de que o comportamento econômico estaria imerso em redes sociais apenas em sociedades pré-mercantis e que teria se tornado mais autônomo com a modernização. O autor afirma que:

[...] o nível de imersão do comportamento econômico é mais baixo em sociedades não reguladas pelo mercado do que o sustentado pelos substantivistas e teóricos do desenvolvimento, e que esse nível mudou menos com o processo de modernização do que esses autores defendem; mas sustento também que esse nível sempre foi e continua a ser mais substancial do que o considerado pelos formalistas e economistas (GRANOVETTER, 2014, p. 34).

Sendo assim, Granovetter coloca a natureza das redes sociais e a posição do ator nessas redes como ponto de partida para a análise da vida econômica na sociedade mercantilizada (WILKINSON, 2002), destacando-se pela interpretação original e por tornar as redes sociais um importante instrumento analítico (GRISA, 2010). Entretanto, Granovetter (2014) destaca que essa visão não produz previsões generalizáveis (e, portanto, improváveis) de ordem ou desordem universal, mas sustenta que cada situação será determinada pelos detalhes da estrutura social.

2.1 ANÁLISE DE REDES SOCIAIS E A ESTRUTURA SOCIAL DOS MERCADOS

A análise de redes sociais é uma metodologia que está dentro do arcabouço da sociologia estrutural, esta que é uma abordagem que coloca as estruturas sociais, restrições e oportunidades como principais influenciadores da ação humana, mais que as normas culturais ou outras condições subjacentes (MIZRUCHI, 2014). A análise de redes, como um arcabouço da sociologia estrutural, se baseia em uma noção clara dos efeitos das relações sociais sobre o comportamento individual e grupal, ou seja, o princípio básico da análise de redes é que a estrutura das relações sociais determina o conteúdo dessas relações (MIZRUCHI, 2014).

Fligstein e Dauter (2012, p. 482) apontam que “[...] a análise de rede é uma técnica para achar estruturas sociais em dados relacionais. Não é uma teoria das relações subjacentes aos dados e dos mecanismos que essas relações representam”. Os autores acrescentam que as técnicas de rede buscam explicar as estruturas sociais a partir de conceitos como poder, dependência de recursos, cooptação, informação e confiança.

Mizruchi (2014) também entende que o princípio básico de redes é que a estrutura das relações sociais determina o conteúdo dessas relações, rejeitando a noção de que as pessoas são combinações de atributos, ou de que as instituições são entidades estáticas com limites claramente definidos. Indo ao encontro dessa visão, Abramovay (2004, p. 55) argumenta que o objetivo da análise de redes “[...] é mostrar que, nos mercados, os vínculos sociais concretos e localizados, são determinantes de suas dinâmicas e que, portanto, sua autorregulação depende da própria maneira como a interação ocorre”.

Desta forma, a análise das redes tem como base as relações constituídas entre os atores que formam a estrutura das redes. Em síntese, “As redes são sistemas compostos por “nós” e conexões entre eles que, nas ciências sociais, são representados por sujeitos sociais (indivíduos, grupos, organizações etc.) conectados por algum tipo de relação” (MARTELETO; OLIVEIRA; SILVA, 2004, p. 41). Como coloca Bastarz:

**ATORES E RELAÇÕES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS DO NÚCLEO ALTO
URUGUAI DA REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA**

A relação entre os atores sociais possui padrões que definem suas trocas econômicas. Este enfoque estrutural da NSE dá atenção a esses padrões de relações entre os atores, através da metodologia da análise de redes. Grosso modo, este enfoque mostra que os padrões de relações não dependem do conteúdo dos laços sociais e que os constrangimentos associados às posições em uma rede de relações são frequentemente mais importantes na definição das ações individuais que os valores, atitudes e ideias socialmente compartilhadas. Ou seja, a posição de um ator na rede pode definir as ações dos outros atores e a relações que estes estabelecem entre si, em maior ou menor medida (BASTARZ, 2016, p. 50).

Além de caracterizar a estrutura social, a análise de redes sociais sugere também o estudo sobre a qualidade das relações, sendo que alguns autores, como o próprio Granovetter (2014), desenvolveram alguns conceitos para esta análise. Entretanto, não adentraremos na qualificação destas relações nesse trabalho, deixando para um segundo momento.

A análise de redes sociais tem sido um pertinente método para o estudo dos mercados da agricultura familiar, alguns trabalhos revelam essa importância. Guilherme Radomski (2006), ao utilizar da análise para interpretar as redes sociais de reciprocidade e de trabalho na Serra Gaúcha, revelou que as redes sociais são chaves na reprodução social da agricultura familiar. Radomski chama atenção para a importância das redes nos processos de desenvolvimento econômico, no surgimento dos processos de pluriatividade e de reciprocidade e interconhecimento que favoreceram a formação das estruturas produtivas dos agricultores ecologistas na região.

Outra pesquisa foi a de Chaiane Leal Agne (2010), que retratou as relações sociais nos mercados acessados pelas agroindústrias rurais familiares (ARF) na região do COREDE Jacuí Centro/RS. Agne identificou que os mercados de proximidade são dotados de redes sociais e que estas são compostas por diferentes atores, tendo cada um uma função determinada dentro da rede. Segundo a autora, essas redes extrapolam limites locais e não são estáticas, podendo se modificar com frequência, também quando da entrada de novos atores, os quais podem influenciar na produção e na comercialização. A autora também aponta que as redes sociais são importantes para o desenvolvimento rural, visto que colaboram para compreender como resolver a problemática da comercialização agroindustrial.

Por fim, outro exemplo de pesquisa é o de Maciel, Becker e Neske (2019), que aborda as contribuições da análise de redes sociais para compreender a natureza e o funcionamento dos mercados da ovinocultura na pecuária familiar do Rio Grande do Sul. Os autores destacam que a análise foi capaz de elucidar a complexidade presente na comercialização de ovinos, isso pelas relações sociais de reciprocidade e enraizamento que possibilitam a construção de mercados alternativos. Os autores também apontam que o conhecimento da natureza das estruturas sociais, nas quais estão imersas as ações econômicas, e os mercados como construções sociais

enraizados em uma rede social geram potenciais subsídios para perceber os processos de interação entre mercados e o desenvolvimento da ovinocultura.

Portanto, o método de análise de redes sociais constitui-se como um importante método para elucidar a influência das relações sociais no acesso e no funcionamento dos mercados. Sua abordagem possibilita fugir de olhares que tratam os atores sociais como meros agentes guiados por interesses financeiros, passando a considerar-se que a ação econômica dos atores é guiada por uma série de fatores que dizem respeito às relações que são construídas com outros atores. Na próxima seção apresenta-se a unidade de análise e metodologia utilizada na pesquisa.

3 METODOLOGIA

3.1 UNIDADE DE ANÁLISE

A unidade de análise deste trabalho é o Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida de agroecologia, localizado na região Alto Uruguai Gaúcha e parte da região do Alto Uruguai Catarinense. O Núcleo é uma instância da Rede Ecovida, delimitada geograficamente, que tem por objetivo animar e gerir o processo de certificação participativa regional.

A Rede Ecovida é uma organização que nasceu em 1998, na região sul do Brasil, a partir de agricultores e organizações não governamentais que sentiram a necessidade de avançar na articulação das experiências esparsas de agroecologia que se ampliavam e começavam a ganhar um contingente maior de agricultores e da necessidade de ampliar e desenvolver o serviço de assessoria a agricultores familiares ecologistas (CAZZARINO, 2012). O início da Rede Ecovida também é voltado à necessidade de um instrumento em torno da certificação agroecológica.

A criação dos núcleos regionais da rede Ecovida se deu por uma necessidade organizativa, dado a crescente expansão de atores e locais de atuação, bem como, a necessidade em torno do processo de certificação, cujo qual, a rede inova ao desenvolver um sistema participativo. Desta forma, os núcleos visam a ser instrumentos de organização regional das experiências de produção e comercialização e da certificação participativa.

O Núcleo Alto Uruguai, fruto deste processo, nasceu no ano de 2001. Sua criação e articulação se deu a partir da junção das experiências de produção agroecológica na região Alto Uruguai gaúcha, que nascem ainda na década de 1980 em contraposição ao processo de exclusão posto pela Revolução Verde, pela desigualdade socioeconômica e pelas características de localidade e paisagem regional, com a cooperação de dois centros de assessoria que passaram a fomentar as iniciativas de agroecologia na região. O Núcleo funciona como um importante

instrumento de articulação da agroecologia na região, bem como na organização do processo de certificação participativa.

3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto ao método, a pesquisa caracteriza-se como descritiva, dado o propósito de caracterizar e descrever os atores e a rede de relações sociais no Núcleo. A geração de dados primários se deu entre os meses de abril e julho de 2022, a partir de uma entrevista semiestruturada com o coordenador do Núcleo e com um técnico de cada principal entidade de assistência técnica, sendo o Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia (CAPA) e o Centro de Tecnologias Alternativas Populares (CETAP), além da observação sistemática não-participante das reuniões de 05 dos 29 grupos de agricultores participantes do Núcleo Alto Uruguai e de quatro atividades promovidas pelo Núcleo e entidades de assistência técnica. Nos casos em que se sentiu necessidade, também foram realizadas conversas diretas com os agricultores após as reuniões e com técnicos das entidades.

A escolha dos grupos observados deu-se através da indicação dos técnicos dos centros de assistência técnica, observando os seguintes critérios: ser grupos de municípios diferentes; contemplar grupos com tempos de organização diferentes (recentes e mais antigos). O recorte do número de grupos observados também atendeu o limite de tempo e os cuidados sanitários, frente à pandemia.

Já os dados secundários foram coletados através de pesquisa documental com os registros institucionais, como sites das entidades, relatórios e atas dos grupos de agricultores, além de trabalhos acadêmicos sobre a Rede Ecovida entre os meses de maio e julho de 2022, com o objetivo de caracterizar melhor os atores institucionais.

Após a coleta, os dados foram organizados e tabulados observando o método de análise de redes sociais proposta por Granovetter (2005), identificando a rede social, os atores e os vínculos estabelecidos. Inicialmente os dados foram organizados em uma matriz de adjacência em uma planilha de *Excel*, identificando-se os atores e quais possuíam relações. Para os atores que possuíam relações utilizou-se o número 1 e para aqueles que não possuíam relação utilizou-se o número 0. A partir da matriz, utilizou-se o *software UCINET 6* para o *Windows* para produzir o sociograma ilustrando os atores e as relações. O sociograma também serviu para identificar outros elementos da rede como o grau de centralidade dos agentes. Na próxima seção, apresenta-se e discute-se os resultados obtidos a partir da pesquisa.

4 OS ATORES SOCIAIS E INSTITUCIONAIS E AS RELAÇÕES SOCIAIS PRESENTES NO NÚCLEO ALTO URUGUAI

Apresenta-se os atores neste trabalho, em duas classificações, sendo atores internos e externos ao Núcleo. Os atores internos referem-se aos que possuem relação direta com o Núcleo Alto Uruguai, e os externos são os atores que mantêm relações e influenciam direta ou indiretamente a rede, mas que não encontram-se vinculados ao Núcleo. O recorte busca aprofundar o olhar sobre os atores internos, os quais fez-se a pesquisa direta, sem perder de vista os demais atores e a própria complexidade da rede social.

Os atores sociais identificados também são de ordem individual e coletiva, entendendo-se que os atores coletivos, como os grupos de agricultores e cooperativas, embora sejam formados pelos atores individuais, podem ter ações diferenciadas, influenciando de maneira distinta a rede social.

4.1 OS ATORES INTERNOS AO NÚCLEO ALTO URUGUAI

Quanto aos atores internos, identificou-se quatro categorias: os agricultores familiares e seus grupos, hoje 29 grupos, sendo 25 na região do Alto Uruguai Gaúcho que envolvem 140 famílias, e quatro na região Alto Uruguai Catarinense, com 15 famílias; o Núcleo Alto Uruguai; a Associação Ecoterra e; três entidades que prestam assistência técnica: CAPA, CETAP e Cooperativa Central de Comercialização da Agricultura Familiar de Economia Solidária (CECAFES). A seguir apresenta-se os atores internos de forma detalhada

4.1.1 A Participação dos Agricultores Familiares

Os grupos de agricultores do Rio Grande do Sul são: Cooperbem, Três Fronteiras, Cruzaltense, Encruzilhada da Várzea, Passo da Conquista 1, Pitanguinha, Vaca Morta, ACD – Derrubadas, Respeitando a Vida, Compromisso com a Vida, Sementes do Amanhã, Plantando e colhendo Saúde, Costeiros do Uruguai, Linha Santa Lúcia, Linha Pinga Alta, Linha Gruta, Linha Araújo, Grupo da Sede, Sete Lagoas, Frutas do Vale, Linha Araújo 2, Orgânicos da Anta Braba, Orgânicos da Copaal, Orgânicos da COCEL. Já os grupos catarinenses são: Associação de Agro Turismo Caminhos da Roça, APARG e Cooperativa COOPERFAS, Três Fronteiras SC e Lajeado Paulino. Destes grupos, 18 são assessorados pelo CETAP, oito pelo CAPA e três pela CECAFES.

O número de integrantes dos grupos de agricultores varia de três a dez famílias, sendo a proposta da Rede Ecovida que os grupos não sejam demasiadamente grandes. Esta proposta

tem como uma das explicações a visita de pares, uma das normas da Rede Ecovida, que consiste em anualmente um responsável de cada família do grupo visitar as outras famílias para avaliar o desempenho em relação às normas da Rede e sugerir ações para melhorar o processo produtivo e/ou no cuidado ambiental e social.

Além dos grupos operarem como instrumentos para a geração de credibilidade na certificação orgânica, eles funcionam como uma estrutura de ajuda mútua para organizar a produção, seja por troca de sementes, maquinários, ou de mão de obra, e para distribuir e comercializar os produtos, através da colaboração no recolhimento, entrega e venda dos produtos, em especial nas feiras livres de venda direta. Em alguns casos eles se organizam de modo que a cada semana uma família diferente recolhe os produtos e os comercialize.

Esta relação de proximidade e ajuda mútua é uma característica particular da agricultura familiar, sendo apontada em outras pesquisas como no trabalho de Radomski (2006), mas se intensifica dentro da Rede Ecovida pelo seu propósito de incentivar relações sociais de cooperação.

Outra característica dos grupos é que eles são formados preferencialmente por proximidade, mas não há impedimento para que agricultores mais distantes participem, como em um dos casos identificados durante a pesquisa. Como apontou o entrevistado A, a constituição dos grupos acaba se dando por afinidade, o que leva a extrapolar a espacialidade, entretanto, a proximidade colabora com a dinâmica do grupo, em especial para a realização das visitas de pares.

A proximidade entre os grupos também está intimamente ligada ao processo de ajuda mútua que contribui com a produção e a comercialização, conforme citado anteriormente. Como aponta Niederle e Radomski (2017) o enraizamento territorial dos grupos, mesmo sem o limite rígido de fronteiras geográficas oficiais, permite a organização da base que é fundamental para a troca de informações, conhecimentos e acesso aos canais de comercialização.

4.1.2 Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida

O segundo ator interno identificado é o Núcleo Alto Uruguai, que é a junção e a organização dos 29 grupos de agricultores em torno da Rede Ecovida, logo, um ator coletivo. Os núcleos dentro da Rede Ecovida têm a função de referendar o trabalho desenvolvido pelos grupos no processo de certificação, realizado pela comissão de ética que acompanha diretamente os grupos, observando se os procedimentos realizados atendem às normas da rede e apontando como qualificar o processo de produção (CETAP, 2022). O Núcleo também funciona como um ponto de encontro dos grupos para realizar momentos de formação, visitas

**ATORES E RELAÇÕES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS DO NÚCLEO ALTO
URUGUAI DA REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA**

a campo e debates sobre as normativas em torno da produção agroecológica. Conforme apontaram os entrevistados B e C, o Núcleo também busca promover atividades que reforcem a interação e coletividade entre os grupos.

Atualmente, o Núcleo possui uma coordenação composta por quatro membros (coordenação, vice-coordenação, secretaria e tesouraria), cujos cargos são ocupados por agricultores familiares. A coordenação tem como função dinamizar o Núcleo, realizar minimamente os dois encontros ampliados do Núcleo e fomentar a participação dos agricultores. Conforme destacou o entrevistado B, a atual coordenação tem buscado ser mais protagonista da articulação do Núcleo, buscando ganhar mais autonomia em relação às entidades prestadoras de assistência técnica, dado que às vezes os agricultores tendem a criar dependência das entidades.

O Núcleo também possui uma comissão de ética, a qual é formada por no mínimo dois representantes de cada grupo. Sua responsabilidade é de avaliar a eficácia e a eficiência do processo de avaliação da conformidade orgânica em sua região. A comissão de ética também elege um coordenador, o qual é responsável por assinar o certificado de conformidade orgânica conferido aos membros dos grupos.

Em relação à comercialização, conforme apontado pelo entrevistado B, o Núcleo Alto Uruguai não desenvolve uma ação direta no tema, no que diz a articulação ou construção de novos canais ou tecnologias sociais para a comercialização, mas colabora através da viabilização da certificação participativa e de formações e intercâmbios que tratam de diversos temas, como produção, certificação e comercialização.

As ações entorno da formação e de promoção de intercâmbios que visem promover o tema da comercialização vai ao encontro do processo constante de construção de alternativas de comercialização desenvolvido pela Rede Ecovida, a qual se dá pela crítica ao processo de convencionalização da produção orgânica e pela necessidade de fazer com que essas inovações repercutam entre os agricultores para que estes, ao terem aumento de produção, não precisem migrar para os canais convencionais (NIEDERLE E MARQUES, 2016).

Sendo assim e como ver-se-á nesse trabalho, embora não haja uma ação direta do Núcleo, este coloca-se como um ator importante no tema da comercialização dos agricultores por oportunizar a difusão de conhecimento acerca de inovações nesse tema. Foi através dessa ação que o Núcleo potencializou a construção das Feiras livres de comercialização direta na região, tornando hoje, principal canal de comercialização acessado pelos agricultores que compõem o Núcleo. Está atuação também tem potencializado a criação de outros canais de comercialização.

4.1.3 Associação Ecoterra

Outro ator interno ao Núcleo é a Associação Ecoterra, que possui uma perspectiva próxima ao do Núcleo Alto Uruguai, por ser uma entidade organizativa dos agricultores. Ela surgiu no início dos anos 2000 como uma estratégia territorial dos agricultores que buscavam superar as dificuldades de comercialização nas pequenas cidades da região. E nasceu da organização dos grupos de agricultores assessorados pelo CETAP e em parceria com o próprio CETAP para reorganizar a produção e a comercialização desses agricultores (CASSARINO, 2012; GABOARDI, 2017; FREITAS; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

A Ecoterra contém mais de 100 famílias associadas ativamente vinculadas ao Núcleo. Sua atuação, além da promoção da agroecologia como um todo, se dá a partir da organização da produção, orientando algumas variedades e quantidades a serem produzidas e da organização da comercialização, buscando atender a demanda do mercado, garantir a venda da produção e um preço mínimo aos agricultores. No ano 2020 foram mais de 80 produtos comercializados, tendo o principal canal de destino o Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida (FREITAS; KLEIN; GONÇALVES, 2020).

A sede da Associação encontra-se no município de Três Arroios, local onde surgiu uma das primeiras experiências organizadas de agricultores em torno da agroecologia na região, ação que também deu base para a construção da Ecoterra. Sua sede funciona como um ponto de referência dentro do Circuito Sul de Comercialização, além de servir para encontros e assembleias de seus associados.

A estratégia de construção de instrumentos como a Associação Ecoterra, segundo Niederle e Marques (2016) é percebido em outras regiões de atuação da Rede Ecovida e tem ajudado a superar a apropriação individual de atravessadores que se oportunizariam da rede em benefício próprio no proveito dos canais de comercialização. Os autores também pontuam que estas associações tornam-se pontos de referência para o Circuito Sul, ampliando o-mesmo, e que há um esforço para que estas associações tenham estruturas de processamento, possibilitando ampliar a gama de produtos ofertados ao mercado.

4.1.4 Entidades de assessoramento técnico das atividades produtivas e de comercialização

Por fim, também fazem parte do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida três entidades de assistência técnica. O CAPA e o CETAP acompanham desde o início da formação do Núcleo

e a CECAFES passou a integrar mais recentemente, mas ainda não está cadastrada junto à Rede Ecovida.

O CAPA nasceu no final dos anos 1970, na região de Santa Rosa - RS, estimulado pela Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB), preocupada com os pequenos agricultores que sofriam com os efeitos da Revolução Verde, principalmente pelo empobrecimento e o conseqüente êxodo rural (GABOARDI, 2017). Em 1988 o núcleo do CAPA de Santa Rosa foi transferido para Erechim, onde passou a atuar nos municípios da região do Alto Uruguai gaúcho. Em 1997 o núcleo de Erechim também passou a atender municípios localizados na região do Alto Uruguai catarinense. O compromisso do CAPA desde o princípio foi de se colocar ao lado dos agricultores, a partir dos princípios da agroecologia e da cooperação, desenvolvendo experiências de produção, beneficiamento, industrialização e comercialização e de formação e capacitação (CAPA, [2022]).

O CETAP é uma organização não governamental, fundada em 1986, no município de Pontão, Norte do estado do Rio Grande do Sul. A sua origem está atrelada à articulação de um conjunto de movimentos sociais, que buscavam suprir a necessidade de acompanhamento técnico para os agricultores assentados da Encruzilhada Natalino (GABOARDI, 2017).

O CETAP passou a atuar na região do Alto Uruguai em 1987, por intermédio de um sindicato dos trabalhadores rurais. Sua ação inicial buscava principalmente articular e acompanhar grupos de agricultores que encontravam-se excluídos pelo modelo produtivo da Revolução Verde, buscando fomentar através do estímulo ao uso de tecnologias sociais, cooperação, e troca de experiências o desenvolvimento de uma produção mais sustentável a partir dos princípios da agroecologia. Desde o início, o CETAP também buscou articular feiras municipais e regionais para superar o gargalo da comercialização dos produtos (CETAP, 2020).

Por sua vez, a CECAFES foi constituída juridicamente em 2012, fruto do acúmulo de discussões sobre a produção e comercialização e de um projeto de desenvolvimento para os agricultores familiares da região do Alto Uruguai, através das cooperativas. Sua sede se localiza na cidade de Erechim-RS, cidade polo da região Alto Uruguai Gaúcha e possui em seu quadro de associados 19 cooperativas da agricultura familiar (CECAFES, 2022).

O objetivo da central é viabilizar, de forma sustentável, a comercialização e a inserção das cooperativas filiadas em mercados potenciais da região e em grandes centros consumidores, buscando garantir o acesso a produtos da agricultura familiar nesses locais e, assim, promover a soberania e segurança alimentar e nutricional sustentável (CECAFES, 2022).

As três entidades atuam dentro do Núcleo como membros ativos, desenvolvendo o trabalho de assistência técnica, organização do processo e dos documentos para a certificação

participativa e colaborando no debate sobre a comercialização e distribuição dos alimentos. O CETAP atualmente é a entidade que mais tem acompanhado famílias e tem se responsabilizado pelos grupos assessorados pela CECAFES, que ainda não está registrada na Rede Ecovida, mas que mesmo assim colabora no atendimento aos agricultores familiares a partir da assistência técnica.

Conforme apontado pelo entrevistado A, as entidades exercem um papel fundamental no Núcleo Alto Uruguai, tanto no processo de assistência técnica como para garantir a dinâmica de certificação participativa, desenvolvendo papel primordial para animar os grupos a participar de encontros de formação, intercâmbios e no desenvolvimento das visitas de pares. Além disso, as entidades, conforme foi possível identificar no acompanhamento das reuniões dos grupos, desenvolvem papel essencial para a organização de algumas experiências de comercialização, sobretudo, na fase inicial. Para a realização das atividades as entidades contam com uma equipe multidisciplinar e se viabilizam através de projetos com o apoio de entidades de cooperação e similares (nacionais e internacionais) e com órgãos públicos municipais, estaduais e federais (CETAP, 2022; CAPA, 2022).

4.2 A REDE SOCIAL

No sociograma a seguir (figura 1) visualiza-se a rede social formada pelos atores internos a Rede Ecovida. Ao todo são 188 atores, entre os agricultores familiares e seus respectivos grupos, as três entidades prestadoras de assistência técnica, a associação Ecoterra e o Núcleo. Nota-se que o CETAP e a Ecoterra são os atores coletivos que mais possuem ligações com os grupos e agricultores, sendo com 18 dos 29 grupos e com cerca de 109 agricultores dos 155. Ambas possuem o mesmo número de atores dado o vínculo histórico, sendo que o CETAP foi um dos apoiadores da criação da Ecoterra como uma estratégia para comercialização dos produtos. Como já apresentado anteriormente e ilustrado no sociograma, a CECAFES, com atuação mais recente, possui um contingente menor de agricultores ligados, sendo apenas três grupos, com 18 agricultores familiares. O CAPA possui ligação com 8 grupos que envolvem cerca de 28 agricultores.

No sociograma é possível identificar a ligação entre as entidades, em decorrência da relação que se estabelece na construção de ações em conjunto. Também se observa que o Núcleo possui um número de ligações menores que entidades como o CETAP, isso se deve pelas ligações serem diretas com os 29 grupos e com as três entidades de assistência técnica e com a Ecoterra, observando a organização hierárquica posta na rede pelo processo de certificação participativa, que possibilita reconhecer os grupos como atores.

**ATORES E RELAÇÕES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS DO NÚCLEO ALTO
URUGUAI DA REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA**

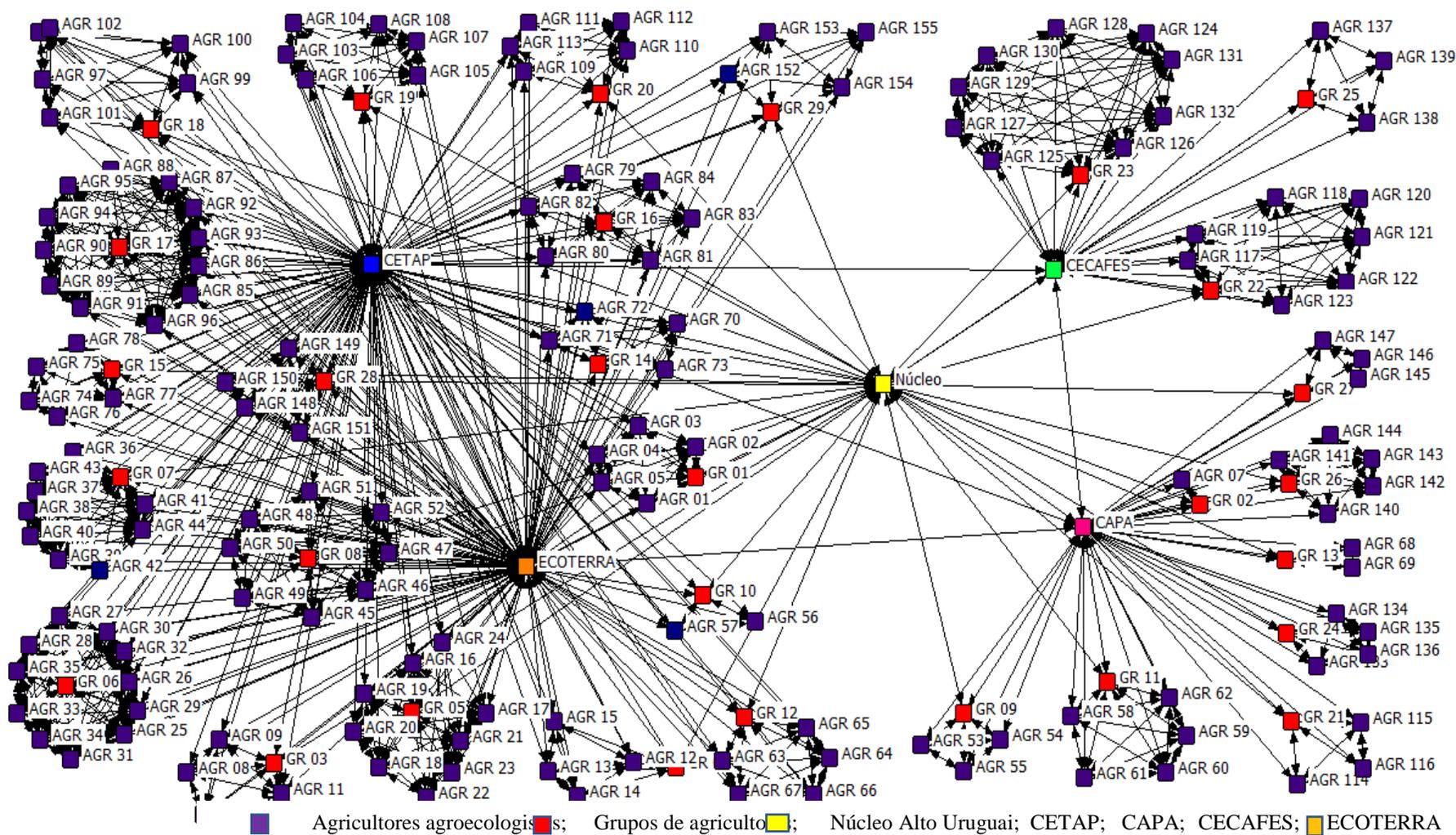
A partir do sociograma é possível perceber a centralidade dos agentes. Esta é uma medida que busca revelar a correlação entre a centralidade dos agentes e a sua influência sobre o grupo, ou seja, a correlação de centralidade e poder dos agentes (MIZRUCHI, 2014). A relação entre centralidade e poder vai ao encontro de um princípio básico da rede “[...] de que, a posição de um agente numa estrutura social tem impacto significativo sobre seu comportamento e bem-estar” (MIZRUCHI, 2014, p. 138).

Observa-se a partir da centralidade de grau, está que se define pelo número de ligações incidentes sobre um ator (nó), que os centros de assistência técnica, CAPA e CETAP, a Associação Ecoterra e o Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida são os atores mais centrais. O CAPA reúne o total de 38 ligações, entre grupos, agricultores e entidades, já o CETAP e a Associação Ecoterra, por compartilharem de uma base comum, possuem 117 ligações cada. O Núcleo Alto Uruguai, por não considerar-se as ligações apenas com os grupos e entidades, possui 33 ligações.

Esta centralidade possibilita analisar a concentração e o poder sobre a dinâmica da rede, em especial porque os atores que possuem maior número de relações, também possuem maior poder sobre o fluxo de informações que circula entre os atores (BASTARZ, 2016), ou seja, o núcleo e as entidades ao terem maior número de ligações conseguem comunicar mais informações. Vale ressaltar que não observou-se a intenção do uso dessa centralidade de forma hierárquica, mas de forma descentralizada.

ATORES E RELAÇÕES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS DO NÚCLEO ALTO URUGUAI DA REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA

Figura 1 - Sociograma do Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida de Agroecologia



Fonte: Elaborado pelos autores com dados da pesquisa (2022).

Ressalta-se também que a centralidade que as entidades de assistência técnica, a Ecoterra e o Núcleo possuem na Rede, demonstra o papel importante desses agentes na manutenção da agroecologia na região, em especial pelo processo de certificação participativa. Entretanto, como o entrevistado B apontou, faz-se importante que essa centralidade não seja de dependência dos agricultores, pois pode significar fragilidade da rede.

Sendo assim, a rede social formada entre o conjunto de atores internos demonstra e confirma que a ação econômica dos atores perpassa por inúmeras relações sociais como propõem Granovetter (2014) em sua teoria. Gelbke, Silva e Rover (2021) também pontuam que as relações interpessoais promovidas pelo trabalho em rede permitem que os agricultores construam sua autonomia frente ao mercado e se apropriem de uma fatia maior do valor dos produtos, mobilizando diferentes estratégias, como a diversificação de canais de comercialização, a complementação da oferta de produtos dentro da Rede e a construção de relações de confiança e parceria.

Por fim, é possível afirmarmos também que essa rede interna de atores propicia articular conhecimentos e a implementação de sistemas de agricultura sustentável (GUZMÁN, 2009), e, ao potencializar elementos econômicos, ambientais e sociais, promover processos que geram o desenvolvimento rural sustentável (ALMEIDA, 2009).

4.2 OS ATORES EXTERNOS AO NÚCLEO ALTO URUGUAI

Quanto aos atores externos ao Núcleo Alto Uruguai, através da observação das atividades do Núcleo e reuniões dos grupos, observou-se que esses são formados pelos consumidores, poder público, a Emater, cooperativas da agricultura familiar e demais núcleos da Rede Ecovida. A seguir discute-se algumas características desses atores e como eles interferem na ação dos agricultores.

4.2.1 Consumidores

Quanto aos consumidores, observou-se que esta é uma categoria com grande número de atores e de extrema importância e influência sobre a ação econômica dos agricultores. Os consumidores são apresentados no Núcleo Alto Uruguai como atores externos, dado que não estão vinculados formalmente ao Núcleo, através de grupos, como a Rede Ecovida permite.

Para facilitar a compreensão do leitor, os consumidores são apresentados neste trabalho em quatro categorias, a partir do que foi possível observar durante a pesquisa, sendo: consumidores esporádicos, consumidores via-institucional, consumidores conscientes e consumidores militantes. A categoria dos consumidores esporádicos, como o próprio nome

sugere, refere-se ao público que consome por conveniência, ou seja, adquire por facilidade de alcance e acessibilidade de preços. Esta é uma das categorias com menor influência sobre os produtores, não interferindo diretamente no modo de produção, pois não há vínculos explícitos.

A categoria dos consumidores via-institucional é composta por consumidores que adquirem produtos via programas sociais como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e via alimentação escolar, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Nessa relação os consumidores nem sempre possuem uma relação direta com os agricultores, dado que a entrega acontece direto para as entidades que realizam a entrega dos alimentos. Entretanto, alguns vínculos são criados a partir de algumas atividades que são realizadas com estes públicos buscando trabalhar temas como alimentação saudável.

A terceira categoria, composta pelos consumidores conscientes, refere-se aos consumidores que fazem a opção por produtos agroecológicos devido as preocupações com a qualidade dos alimentos, ou com a preservação ambiental e o cuidado social, ou outras questões que referem-se a segurança alimentar (DIAS; RÉVILLION; TALAMINI, 2017). Estes atores tendem a possuir vínculos mais fortes com os produtores, sobretudo porque há uma disposição em conhecer a procedência e criar laços de confiança com os agricultores. Eles também possuem uma atuação no que aqui se poderia chamar de extensão das redes, dado que buscam sensibilizar outras pessoas para consumirem. Vale ressaltar que a sugestão do nome dessa categoria se dá em vista de afirmar que os consumidores fazem a opção por lucidez e clareza da importância do consumo de produtos agroecológicos e não em vista de que os demais consumidores não possuem consciência sobre o consumo.

A relação de confiança estabelecida por estes consumidores, como apontam Gelbke, Silva e Rover (2021) trata-se também de uma estratégia adotada pelos agricultores da Rede Ecovida que priorizam os canais de comercialização com relações diretas com os consumidores. Segundo os autores, essa priorização se deve ao menor grau de exigência em relação à adoção de sistemas técnicos, como código de barras, embalagem, entre outros, bem como, pelos laços de confiança que se estabelecem e fomentam a construção de uma outra noção de qualidade dos produtos, que são cada vez mais procurados pelos consumidores.

A quarta categoria, integrada pelos consumidores militantes, foi a mais bem identificada durante a pesquisa. Os consumidores militantes são atores que possuem a consciência da categoria anterior, mas que atuam para além do consumo ou da divulgação. Este grupo de atores, com grande participação de professores pesquisadores, técnicos, membros de entidades sociais e sindicais, atuam através de pesquisas, atendimento colaborativo às entidades

**ATORES E RELAÇÕES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS DO NÚCLEO ALTO
URUGUAI DA REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA**

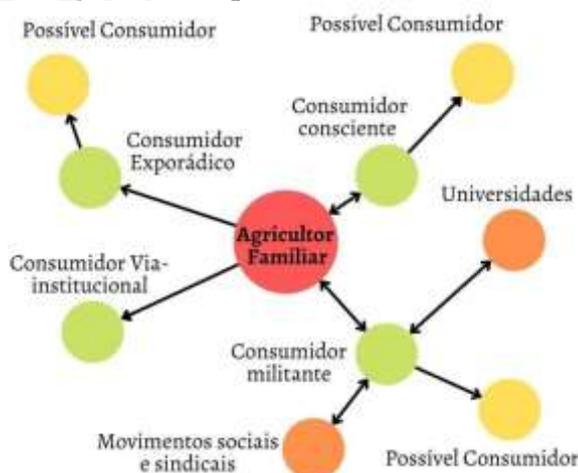
prestadoras de serviços e na provocação da construção de alguns mercados, como as feiras nas universidades e a Célula de Consumo Responsável.

Embora este grupo possa transparecer como uma categoria de atores, como pesquisadores, preferiu-se manter a ideia de consumidores militantes porque, pelo que se percebeu, a ação volta-se para o consumo. Estes consumidores também tendem a participar de atividades de visita às propriedades, dias de campo, intercâmbios e encontros. Eles usam o seu tempo para fortalecer laços de confiança com os agricultores e colaborar na proposta de construção da agroecologia (DIAS; RÉVILLION; TALAMINI, 2017).

Como apontam Conceição, Escher e Campagnollo (2016) a ação destes atores, que se movimentam a partir de novos valores como o de sustentabilidade ambiental, justiça social e o consumo consciente e que buscam interagir diretamente com o agricultor, fortalecem as ações coletivas ente ambos, constituindo novas relações e, conseqüentemente, potencializando a sua participação na construção social dos novos mercados para a agricultura familiar. Essa relação de troca também produz substituições ou redefinições de diversas práticas ao longo do processo de produção e comercialização, criando dinâmicas coletivas de construção de conhecimento (PREIS; MARQUES, 2015).

Na figura a seguir apresenta-se uma estrutura dessas relações constituídas, sendo possível identificar as categorias de atores apresentados acima e observar os vínculos que eles estabelecem, seja por trocas, simbolizados pelas hastes com duas pontas ou pelo movimento de contribuição, representado pelas hastes com uma ponta.

Figura 2 - Redes de interações entre os agricultores familiares e os diferentes consumidores



Fonte: Adaptado de Agne (2010).

A figura busca apresentar especialmente a relação das redes do agricultor com o consumidor e de consumidores com possíveis consumidores, onde se estabelece uma relação

de divulgação do produto. Entretanto, também se apresenta a relação que é criada com os consumidores militantes, os quais estabelecem trocas com instituições que influenciam a rede.

Por fim, vale ressaltar que estes atores, que são diversos em si, também derivam de outras diferentes redes sociais que influenciam seus valores e, logo, dão ainda mais complexidade a rede social. Está complexidade, como também apontado na pesquisas de (ROSSI E BRUNORI 2017), sobre as experiências de Grupos de Compra Solidária (GAS), oportunizam o desenvolvimento de inovações na gestão das relações e dos processos, no apoio aos produtores, na administração da demanda e oferta dos produtos, no apoio a agroecologia, entre outros.

4.2.2 Agentes Públicos de Extensão Rural

O segundo ator externo identificado, foi a Associação Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater/ASCAR-RS), que colabora com assistência técnica para alguns agricultores em parceria com as entidades, mas que segundo os entrevistados atua, em especial, na emissão do Certificado Fitossanitário de Origem/Certificado Fitossanitário de Origem Consolidada (CFO/CFOC) para os agricultores, certificados que são obrigatórios para a comercialização de frutas para outros Estados. A emissão desse certificado se dá principalmente para a comercialização através do Circuito Sul da Rede Ecovida e pela cadeia de frutas nativas. Segundo informações coletadas, a Emater/Ascar emite o CFO para todos os grupos que necessitam, exceto os grupos do município de Aratiba acompanhados pelo CETAP, que possuem outra dinâmica operativa.

Durante a pesquisa os três entrevistados apontaram que no passado a Emater/Ascar-RS possuía atuação mais ativa junto à construção da agroecologia na região, sobretudo na assistência técnica e incentivo aos agricultores. Entretanto, com o seu desmonte e seu subfinanciamento no último período, tem-se uma redução significativa de sua atuação.

4.2.3 As Organizações Cooperativas

Outros atores identificados foram as cooperativas da agricultura familiar, que são instrumentos utilizados pelos agricultores agroecologistas do Núcleo Alto Uruguai para a produção e comercialização dos alimentos e para o acesso ao crédito. Hoje o Núcleo não tem ligação direta com uma cooperativa específica ou tampouco possui uma cooperativa orgânica, por isso é possível identificar uma grande quantidade de cooperativas atuando, umas englobando um conjunto maior de agricultores e outras com um número menor. Alguns agricultores também estão cooperados a mais de uma cooperativa.

Durante a pesquisa foi possível identificar ao menos sete cooperativas com ligação direta com os agricultores, sendo: Cooperativa de Produção e Consumo Familiar Nossa Terra (Nossa Terra), Cooperativa de Produção Agropecuária de Aratiba LTDA (COOPAL), Cooperativa de Desenvolvimento Regional LTDA (COOPERFAMÍLIA), Cooperativa dos Produtores Agropecuários de Mariano Moro (COOPERBEMM), Cooperativa dos Agricultores Familiares Ecologistas Solidários LTDA (COOPERFAS), Cooperativa da Agricultura Familiar de Marcelino Ramos-RS (COCEL) e Cooperativa de Crédito Rural com Interação Solidária (CRESOL).

As cooperativas, aqui compreendidas como atores coletivos, embora não sejam todas formadas só por agricultores agroecologistas, têm funcionado como ferramentas importantes para que os agricultores acessem mercados, como o caso da Cooperativa Nossa Terra, que disponibiliza espaço para feira e mercado para os agricultores cooperados. Algumas cooperativas, como o caso da COOPAL, têm incentivado recentemente a transição agroecológica em sua produção, fator que levou também a CECAFES a voltar-se para esse campo, incentivar e organizar grupos de agricultores da sua base para a transição e produção agroecológica.

Estes resultados vão ao encontro a pesquisa realizada por Silva e Nunes (2023) que revelam a importância do cooperativismo para a agricultura familiar. O estudo aponta que os agricultores familiares que estão associados a cooperativas conseguem viabilizar a comercialização dos seus produtos, com tendência no aumento da renda do estabelecimento, além de possuírem percentual mais elevado de acesso a financiamento e a serviços de assistência técnica e extensão rural.

Sendo assim, é possível afirmar que as cooperativas exercem um papel importante na dinâmica das redes dos agricultores familiares, sendo uma ferramenta construída e utilizada pelos próprios agricultores familiares para potencializar o seu desenvolvimento econômico, social, ambiental e cultural. Dispor de recursos para incentivar e fortalecer essas organizações devem ser horizonte de políticas públicas de desenvolvimento rural (SILVA E NUNES, 2023).

4.2.4 Os Núcleos da Rede Ecovida

Outros atores que também interferem na ação econômica do Núcleo Alto Uruguai são os demais núcleos da Rede Ecovida. Como foi possível observar durante a pesquisa, os núcleos, através da cooperação e da proposta da Rede Ecovida, colaboram na troca de conhecimento sobre técnicas de produção e comercialização e no processo de certificação participativa, sendo que os núcleos avaliam os demais núcleos.

No que tange a comercialização, a relação que os núcleos constituem através da Rede Ecovida, potencializam que muitas das tecnologias sociais criadas sejam difundidas entre os agricultores. Um dos exemplos, percebido durante a pesquisa foi a Célula de Consumo Responsável (CCR), desenvolvido inicialmente no Núcleo Litoral Catarinense e que recentemente passou a ser utilizado no Núcleo Alto Uruguai (ESCOSTEGUY; PUGAS; ROVER, 2021).

Por fim, a pesquisa também revela que os núcleos colaboram através da organização do Circuito Sul de Comercialização, onde os núcleos conseguem ser pontos-chaves para facilitar a circulação dos alimentos e potencializar sua disposição em diferentes canais de comercialização, bem como, no fomento a novas tecnologias sociais (OLIVEIRA; GRISA; NIEDERLE, 2020). Os núcleos da Rede Ecovida possuem similaridades quanto à organização e regras, variando em número de grupos e entidades e ONGs que participam.

4.2.5 O Poder Público Municipal, Estadual e Federal

Por fim, também há o papel do Estado nas redes sociais. Conforme apontam Schmitt e Grisa (2013, p. 227), a construção dos mercados “[...] não é resultado unicamente da mobilização de atores privados. Implica também a atuação do Estado na formação, manutenção e regulação desses circuitos de trocas”. No Núcleo Alto Uruguai foi possível identificar a atuação do Estado sobre a ação econômica dos atores em suas diferentes instâncias de poder (municipal, estadual e federal) e formas de atuação.

Um dos primeiros aspectos identificados foi a atuação através de programas de incentivo à produção agroecológica, que está bem restrita a alguns municípios e até deixou de existir no último período. Uma das experiências identificadas foi a desenvolvida pelo município de Itatiba do Sul, onde, através de uma parceria com outras entidades, como a CRESOL e o CETAP, o poder público municipal contratou um técnico agrícola específico para acompanhar os grupos de agricultores agroecologistas do município. Neste município foi possível identificar outra ação do poder público, que é o “Programa Municipal de Incentivo à Produção Orgânica e Agroecológica”. Esse programa consiste em disponibilizar um recurso de R\$ 500,00 para os agricultores que possuem certificação ou que estão em processo de transição agroecológica.

Outra ação do Estado que interfere no mercado são as compras institucionais, através de programas como o PAA e o PNAE. Durante a observação dos grupos de agricultores do Núcleo Alto Uruguai, identificou-se que as compras institucionais permitem que muitos agricultores da região possam se inserir nos mercados. As compras institucionais também se destacam pelo papel importante na garantia de compra e pagamento pela produção. Também, de forma

paralela, este mercado incentiva alguns agricultores a processarem sua produção. Atualmente, o principal mercado institucional tem sido o PNAE. O PAA, dado seu desmantelamento no último período, pelo reduzido empenho de recursos públicos (GRISA; et al., 2022), não tem sido acessado de forma significativa pelos agricultores.

Por fim, outra forma de atuação do Estado na rede é através da legislação. Tal atuação influencia na dinâmica da certificação participativa, na organização dos agricultores e interfere nas normas partilhadas servindo como elemento de geração de confiança entre os agricultores e consumidores. A legislação também garante a compra da alimentação escolar direta dos agricultores familiares (DAROLT, 2013).

Sendo assim, o poder público coloca-se como um ator importante na rede social. Como coloca Darolt (2013) o poder público articulado com os demais atores possibilita fortalecer e estruturar a agricultura de base ecológica, desde a produção, distribuição, até a comercialização. Grisa (2009) também pontua que o Estado possui um poder diferenciado na regulação das atividades econômicas, podendo definir, impor limites e até mesmo extinguir ou cercear determinadas redes.

É importante ressaltar que na análise feita por Granovetter (1973, 1985), em seu aporte teórico de análise das Redes Sociais, a participação do Estado não é algo muito presente, sendo apenas utilizado na análise de alguns casos. Esta é inclusive uma das críticas à sua teoria. Grisa (2009, p.113) pontua que incorporar “[...] o papel do Estado na abordagem de redes é uma contribuição que vai ao encontro de muitas críticas apontadas a esta”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção de mercados alternativos tem sido uma importante estratégia usada pelos agricultores familiares e organizações para promover o desenvolvimento rural e superar dificuldades históricas e recentes de inserção e manutenção dos agricultores nos mercados. Esta estratégia alia a capacidade produtiva e distributiva da agricultura familiar com a crescente demanda de alimentos saudáveis, sustentáveis e diversificados.

Como pode-se observar neste trabalho, esta construção é permeada por uma extensa rede social, envolvendo atores sociais e institucionais, individuais e coletivos. No caso do núcleo Alto Uruguai, pode-se observar que a rede também é composta por atores internos e externos à rede. Os atores internos incidem diretamente sobre o Núcleo, principalmente no que diz respeito à produção e à certificação agroecológica, e constituem vínculos mais próximos. Quanto a comercialização, estas relações estimulam a criação e a inserção dos agricultores em

**ATORES E RELAÇÕES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS DO NÚCLEO ALTO
URUGUAI DA REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA**

diferentes canais, sobretudo as relações com as entidades de assistência técnica, entre os agricultores familiares nos grupos, ou através da Associação Ecoterra.

Os atores externos também influenciam a construção desses mercados pelos agricultores familiares através de estímulos, como a compra de produtos no caso dos consumidores, ou através da assistência produtiva e de comercialização realizada pelas cooperativas, ou através de programas dos entes públicos. Essa relevância, aponta a necessidade do desenvolvimento de pesquisas diretas com esses públicos, buscando melhor caracteriza-los. Também faz-se necessário verificar outros atores não identificados que venham influenciar a ação econômica dos agricultores do Núcleo Alto Uruguai.

A partir dos resultados obtidos na pesquisa, afere-se que a análise de redes sociais é uma importante ferramenta para a interpretação dos mercados da agricultura familiar, colaborando para a compreensão da constituição desses mercados e como eles podem ser potencializados. A experiência da Rede Ecovida revela a importância e a influência das redes sociais sobre a ação econômica dos agricultores. Através das relações sociais estabelecidas, potencializou-se a difusão de conhecimento, o desenvolvimento de tecnologias sociais e a construção de inúmeros canais de comercialização que garantem oportunidades para os agricultores familiares agroecologistas. Sendo assim, é possível afirmar que a estrutura em rede que a Ecovida cria potencializa as relações sociais que promovem o desenvolvimento rural sustentável dos agricultores familiares.

Por fim, ressalta-se a importância do desenvolvimento de novas pesquisas sobre as redes de comercialização, para identificar novos atores e relações, mas principalmente para levantar maiores dados entorno das características das relações sociais, as quais dado o curto espaço deste texto não puderam ser abordadas.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o Diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. *Tempo Social – Revista de Sociologia da USP*, São Paulo, v. 16, n. 2, 2004.

AGNE, C. L. *Agroindústrias familiares e rede de relações sociais nos mercados de proximidade na Região Corede Jacuí Centro/RS*. 2010. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/22721>. Acesso em: 6 nov. 2022.

ALMEIDA, J. Da ideologia do progresso à ideia de desenvolvimento rural sustentável. In: ALMEIDA, J.; NAVARRO, Z. (Orgs.). *Reconstruindo a agricultura: ideias e ideais na perspectiva do desenvolvimento sustentável*. 3º ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

BASTARZ, C. *Caminhadas na Natureza no Paraná: a rede de relações sociais na formação de mercados para a agricultura familiar*. 2016. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/193312>. Acesso em: 10 fev. 2022.

CAPA. *Feiras Agroecológicas - Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia*. Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia. [s.l.], [2022]. Disponível em: <https://capa.org.br/feirasagroecologicas/>. Acesso em: 6 nov. 2022.

CASSARINO, J. A. P. *Construção de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia*. 2012. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) – Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br>. Acesso em: 07 de jan. 2022.

CECAFES. *Sobre a Cecaferes*. Erechim, [2022]. Disponível em: <http://www.cecafes.com.br/sobre>. Acesso em: 6 nov. 2022.

CETAP. *Quem somos – CETAP*. Passo Fundo [2022]. Disponível em: <https://www.cetap.org.br/site/quem-somos/>. Acesso em: 6 nov. 2022.

CETAP. *Alimentos Agroecológicos: aproximando pessoas e mudando atitudes. Passo Fundo: CETAP, 2020*. Disponível em: <http://www.cetap.org.br/site/leia-a-revista-alimentos-agroecologicos-aproximando-pessoas-e-mudando-atitudes/>. Acesso em: 6 nov. 2022.

CONCEIÇÃO, A. F. ESCHER, F. CAMPAGNOLLO, V. Cooperativa Econativa e Rede Ecovida de agroecologia: atores sociais e ação coletiva na construção de novos mercados e redes alimentares alternativas. In: CRUZ, F. T.; MATTE, A.; SCHNEIDER, S. (org.) *Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 203 – 214.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A; ALMEIDA, L; VEZZANI, F. B. (org.). *Agroecologia: prática, mercados e políticas para uma nova agricultura. Agricultura familiar: realidades e perspectivas*. Curitiba, Kairós, 2013. p. 139 - 171. Disponível em: <https://terradedireitos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/Livro-AGROECOLOGIA-FINAL-IMPRESSO.pdf>. Acesso em: 08 set. 2022.

DIAS, V.V.; RÉVILLION, J. P. TALAMINI, E. Cadeias curtas de alimentos orgânicos: aspectos das relações de proximidade entre consumidores e agricultores no Brasil. In: SCHNEIDER, S. GAZOLLA, M. (Org.). *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 241 - 258.

ESCOSTEGUY, I.L.; PUGAS, A. S.; ROVER, O.J. Células de Consumidores Responsáveis: uma Proposta Coletiva de Venda Direta de Alimentos Orgânicos e Agroecológicos. In: DAROLT, M. R.; ROVER, O. J. (Org) *Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social*. Florianópolis: Estúdio Semprelo, 2021. p. 63 - 82.

FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. A sociologia dos mercados. *Caderno CRH*, Salvador, v. 25, n. 66, p. 481-504, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/19426/12558>. Acesso em: 22 jun. 2022.

FREITAS E. M.; KLEIN, E.; GONÇALVES, G. J. A Ecoterra e seu constructo territorial de mercado: As experiências de venda direta como antecedentes do Circuito Sul de Circulação e comercialização de produtos agroecológicos, criado no contexto da Rede Ecovida de Agroecologia. *AMBIENTES: Revista de Geografia e Ecologia Política*, Francisco Beltrão, v. 2, n. 2, p. 144, 2020. Disponível em: <https://saber.unioeste.br/index.php/ambientes/article/view/26586>. Acesso em: 28 set. 2022.

GABOARDI, S. C. *Territorialidades da agricultura orgânica e da agroecologia na microrregião de Erechim/RS a partir das ações socioambientais do CAPA e do CETAP*. 2017. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Francisco Beltrão, 2017. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UNIOESTE-1_7f21f8d0f82aaa3a3da6df53546c2961. Acesso em: 12 ago. 2022.

GELBCKE, D. L.; SILVA, C. A.; ROVER, O. J.; Formas de Coordenação em Circuitos de Abastecimento de Alimentos Orgânicos na Grande Florianópolis. In: DAROLT, M. R.; ROVER, O. J. (Org) Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social. Florianópolis: Estúdio Sempelo, 2021. p. 63 - 82.

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. In: MARTES, A. C. B. (org.). *Redes e sociologia econômica*. São Carlos: EdUFSCAR, 2014. p. 31-68.

GRANOVETTER, M. The strenght of weak ties. *The American Journal of Sociology*, Chicago, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973. Disponível em <https://www.jstor.org/stable/2776392>. Acesso em 13 abr. 2022

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, Chicago, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985. Disponível em <https://faculty.washington.edu/matsueda/courses/590/Readings/Granovetter%20Embeddedness%20AJS.pdf>. Acesso em 13 abr. 2022

GRANOVETTER, M. The impact of social structure on economic outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, California, v.19, n.1, p. 33-50, 2005. Disponível em: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/0895330053147958>. Acesso em: 19 jan. 2022.

GRISA, C. As redes e as instituições do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 6, n. 2, p. 97-129, maio/ago. 2010.

GRISA, C. *et al.* A desestruturação das políticas públicas de fortalecimento da agricultura familiar: mudanças institucionais, estratégias de desmonte e novas configurações. Rio de Janeiro: Fundação Heirich Böll, 2022. E-book. Disponível em: https://br.boell.org/sites/default/files/2022-10/boll_desmonte_politicas_publicas_final.pdf. Acesso em 15 nov. 2022.

GÚZMAN, E. S. Origem, evolução e perspectivas do desenvolvimento sustentável. In: ALMEIDA, J.; NAVARRO, Z. (Orgs.). *Reconstruindo a agricultura: ideias e ideais na perspectiva do desenvolvimento sustentável*. 3º ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

MACIEL, R. G.; BECKER, C.; NESKE, M. Z. Os mercados da ovinocultura na pecuária familiar: proposições analíticas da Nova Sociologia Econômica. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, São Paulo, v. 57, n. 3, p. 396–412, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/jQLdWp8Lm8mrv8Wdbdvz7VC/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 28 set. 2022.

MARTELETO, R.; OLIVEIRA, E.; SILVA, A. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 33, n. 3, p. 41-49, set./dez. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/tTzcLwn7BnJGcD3Bjgcbdsp/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em 15 mar. 2022.

MIZRUCHI, M. S. Análise das redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. In: MARTES, A.C.B. (org.). *Redes e sociologia econômica*. São Carlos: EdUFSCAR, 2014.

NIEDERLE, P.A.; MARQUES, F.C. Produção ecológica de alimentos e mudanças institucionais: implicações para a construção de novos mercados. In: MARQUES, F.C.; CONTERATO, M.A.; SCHNEDIER, S. (Org.). *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. 1 ed. Porto Alegre, 2016. pp. 275-310.

NIEDERLE, P. A.; RADOMSKI, G. F. W. Afinal, que inclusão produtiva? A contribuição dos novos mercados alimentares. In: DELGADO, G. C; BERGAMASCO, S. M. P. P. (ed.). *Agricultura familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro*. Brasília: MDA, 2017. p. 166-194.

OLIVEIRA, D.; GRISA, C.; NIEDERLE, P. Inovações e novidades na construção de mercados para a agricultura familiar: os casos da Rede Ecovida de Agroecologia e da RedeCoop. *Redes*, Santa Cruz Sul, v.25, n.1, p. 135-163, janeiro-abril, 2020.

PREISS, P. V.; MARQUES, F. C. Tendências no movimento de realocação alimentar brasileiro: uma análise de iniciativas colaborativas de compras. *Tessituras*, v. 3, n. 2, p. 269-300, 2015.

RADOMSKY, G. F. W. *Redes sociais de reciprocidade e de trabalho: as bases histórico-sociais do desenvolvimento na serra gaúcha*. Porto Alegre, 2006. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/7993/000564047.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 mai. 2022.

RAUD, C. Análise crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. *Política & Sociedade*, Florianópolis, n.6, p. 59-82, abril de 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/1931>. Acesso em: 28 ago. 2022.

RETING, H; MARSDEN, T; BANKS, J. Compreendendo as redes agroalimentares alternativas: o papel das cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural. In: SCHEINDER, S.; GAZOLLA, M. (org.). *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2017, p. 27-51.

ROSSI, A.; BRUNORI G. As cadeias curtas de abastecimento na inovação dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS): a construção social das práticas (alimentares) sustentáveis. In: SCHNEIDER, S. GAZOLLA, M. (Org.). *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 83 - 103.

SCHMITT, C. J; GRISA, C. Agroecologia, Mercados e Políticas Públicas: Uma Análise a partir dos Instrumentos de Ação Governamental. In: NIEDERLE, P. A; ALMEIDA, L; VEZZANI, F. B. (org.). *Agroecologia: prática, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Agricultura familiar: realidades e perspectivas. Curitiba: Kairós, 2013. p. 215-266. Disponível em: <https://terradedireitos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/Livro-AGROECOLOGIA-FINAL-IMPRESSO.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2022.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. In: MARQUES, F. C *et al.* (org.). *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. Série Estudos Rurais. Porto Alegre Editora da UFRGS., 2016. p. 93-140.

SILVA, R. M. A.; NUNES, E. M. (2023). Agricultura familiar e cooperativismo no Brasil: uma caracterização a partir do Censo Agropecuário de 2017. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 61(2), e252661. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.252661>

SISTEMA DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA – SIG. SIG@SC. Sc.gov.br. Disponível em: <http://sigsc.sc.gov.br/documentacao.html>. Acesso em: 10 maio 2023.

WILKINSON, J. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: *inputs* para analisar os micros e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. *Ensaios FEE*, Porto Alegre, v.23, n. 2, 2002. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/235711746.pdf>. Acesso em 17 maio. 2022.

ZELIZER, V. Beyond the Polemics on the Market: Establishing a Theoretical and Empirical Agenda. *Sociological Forum*, [s.l.], v.3, n.4, p. 614-634, 1988. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/684548>. Acesso em: 13 abr. 2022.

Autor Correspondente:

Felipe Toniolo

Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar do Rio Grande do Sul (FETRAF-RS)

R. Dr. Barros Cassal, 283 - Floresta, Porto Alegre/RS, CEP 90035-030

E-mail: felipe1997toniollo@gmail.com

Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos da licença Creative Commons.

