

I Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.

La construcción de calidad y certificación participativa de productos ecológicos en el sur de Brasil: Un análisis desde la sociología pragmática francesa.

Lucion, Jéssica María R. y Mayer, Ricardo.

Cita:

Lucion, Jéssica María R. y Mayer, Ricardo (2015). *La construcción de calidad y certificación participativa de productos ecológicos en el sur de Brasil: Un análisis desde la sociología pragmática francesa*. I Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-079/288>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

I CONGRESO LATINOAMERICANO DE TEORÍA SOCIAL

Mesa N° 46 "Teoría social y economía: problemas clásicos, actualizaciones contemporáneas"

La construcción de calidad y certificación participativa de productos ecológicos en el sur de Brasil: Un análisis desde la sociología pragmática francesa

Jéssica Maria R. Lucion¹

Ricardo Mayer²

Introducción

Uno de los grandes dilemas que impregnan la constitución del campo de la teoría social se relaciona con la lógica de la acción humana: la persona es autónoma, que tiene el control sobre sus acciones y actuando de una manera calculada para conseguir sus intereses, o bien, nos encontraríamos ante una estructura³ que nos precede y guía nuestra conducta? La constitución del campo de investigación de las ciencias sociales desde el siglo XIX, está marcada por el enfrentamiento entre las teorías centradas en la acción y las centradas en la estructura.

En el contexto contemporáneo varios autores han mantenido los esfuerzos para hallar un camino intermedio, una tercera vía, que tiene por objeto dar cuenta de la dicotomía establecida entre *acción* y *estructura*, tratando de conciliar la idea del actor, ser autónomo con sus intereses, pero también teniendo en cuenta el entorno en el que se insertan estos individuos y las categorías de evaluación que emerge allí. Durante la mejora de las teorías sociales, el *elemento económico* se vuelve fructífero para discutir los temas presentados, no sólo entre los científicos sociales, pero entre estos y los economistas. No son recientes las discusiones entre estos dos grupos sobre el fenómeno de la organización de los mercados: para los economistas, esto ocurre como mecanismo de formación de precios, para los científicos sociales, estaríamos frente a una construcción social mantenido a través de los acuerdos y las sanciones que hacen referencia a determinadas jerarquías valorativas. Para los economistas, la economía "es una esfera autónoma, independiente de la ideología y la moral, y que cumple las leyes positivas, dejando de lado el hecho de que incluso esta creencia fue el

¹ Egresado en Ciencias Sociales, estudiante del Programa de Posgrado en Ciencias Sociales, de la Universidad Federal de Santa María (UFSM) - nivel de maestría. Correo electrónico: jessicalucion@hotmail.com.

² Doctor en Sociología; Profesor asociado de la Universidad Federal de Santa María (UFSM), envasado en el Departamento de Ciencias Sociales. Es profesor en el Programa de Posgrado en Ciencias Sociales de la institución. Correo electrónico: r.mayer@laposte.net

³ "Estructura social significa, por lo tanto, un principio de organización de un sistema social, y que se entiende por sistema social un conjunto organizado de relaciones sociales" (Pires, 2007, p. 28, *traducción nuestra*). Se entiende que la estructura limita la acción de los agentes que se lleva a cabo tanto por imposiciones externas como por cargas internalizados por el individuo a lo largo de su proceso de socialización.

producto de un trabajo ideológico" (Boltanski; Chiapello, 2009, p. 44, *traducción nuestra*), para los científicos sociales,

sua compreensão faz apelo à subjetividade dos agentes econômicos, à diversidade e à história de suas formas de coordenação, às representações mentais a partir das quais se relacionam uns com os outros, à sua capacidade de obter e inspirar confiança, de negociar, fazer cumprir contratos, estabelecer e realizar direitos (Abramovay, 2004, p. 36).

Teniendo en cuenta estas disparidades, tomamos el comportamiento económico como foco de este trabajo, añadiendo un nuevo elemento al debate desde la Nueva sociología económica (NSE) y la sociología pragmática francesa, con la teoría de la justificación de Boltanski y Thévenot (1991). A fin de contribuir a un debate más ilustrativa, presente como objeto el contexto de la producción ecológica bajo los agricultores que participan en la Rede Ecovida de Agroecología en el estado de Rio Grande do Sul (BR), tratando de entender la gramática de la acción de los actores involucrados en la agricultura ecológica, la racionalidad axiológica que informa a sus opciones. Es también el objetivo de este trabajo el debate sobre las posibilidades y los límites teóricos-metodológicos de la teoría de justificación para la comprensión de los mercados y de la producción ecológica, en el ámbito más específico.

Entre acción, estructura y gramáticas: La acción económica en cuestión

La sociología, desde sus inicios, toma la economía como un fenómeno social capaz de análisis. Hay investigaciones sobre el campo de la economía en los clásicos de las ciencias sociales⁴ y, se puede decir que tiene un papel destacado en la mayoría del trabajo sociológico, sobre todo en el ámbito macroeconómico. En este sentido, se entiende que para la sociología económica la economía es parte de la vida social. El punto de vista contrario, sin embargo, prevaleció durante mucho tiempo, no sólo entre los sociólogos, sino también entre los economistas, para quienes la economía se constituye como una esfera autónoma de los valores morales o ideologías sociales. A través de un mapeo es posible encontrar este debate en diversos trabajos desarrollados desde el siglo XIX.

Entre el trabajo sociológico las controversias también son representables, sin embargo, en sus análisis, tres puntos en común se puede encontrar (Granovetter, Swedberger, 1992): que una acción económica (I) es una forma de acción social (II) está situado socialmente y que (III) las instituciones económicas son construcciones sociales producidos a través de un proceso histórico y social. Según Abramovay (2004), a partir de la década de 1980 comienzan a aparecer trabajos, en América del Norte, que ven los mercados "como formas de coordinación social". Estos estudios han abierto la Nueva sociología económica (NSE) que

⁴ Marx, (1867); Durkheim (1893); Weber (1920).

busca cuestionar algunas formulaciones de la economía neoclásica para explicar el comportamiento económico. Se para éstos la acción económica está constituida como una acción racional, instrumental y estratégica (en línea con la Teoría de la Elección Racional⁵), los sociólogos consideran que el comportamiento económico está relacionado con lo social, esto es determinante (teorías de la estructura) o condicionado/motivador (teorías de la acción).

La ideología económica, formado por un trípede “individual, igualdad y autonomía” (Dumont, 2000), no es más que un aparato moral construido socialmente, dicen los sociólogos. Por lo tanto, la idea de una acción independiente de los valores sociales es en sí misma una construcción social⁶. La NSE considera que los agentes económicos no son seres autómatas que responden a los estímulos del ambiente, los mercados son una formación específica, arraigada, construidos socialmente⁷. Con respecto a este tema Sen (1999) nos trae un ejemplo interesante al cuestionar las teorías del "interés propio". Usando como ejemplo el caso del mercado japonés, que se reconoce como un complejo de acciones de interés basado en resultados esperados, el autor nos dice que

o êxito de um mercado livre nada nos diz sobre que *motivação* está por trás da ação dos agentes econômicos em uma economia deste tipo. De fato, no caso japonês, existem eloquentes provas empíricas de que afastamentos sistemáticos do comportamento auto interessado em direção ao dever, à lealdade e à boa vontade têm desempenhado um papel importante no êxito da indústria. O que Michio Morishima [...] denomina “o *êthos* japonês” (Sen, 1999, p. 34, énfasis del autor).

Los análisis de sociología económica busca centrarse en las teorías de la economía neoclásica, o la elección racional, tratando de enfatizar la dimensión subjetiva de la conducta económica. Es por esta razón que defendemos la idea de la acción económica como una

⁵ De eso se convierte en el principio de que los individuos buscan desarrollar estrategias que les llevan a maximizar sus resultados. Esta idea nos permite creer que los comportamientos son recurrentes y, por lo tanto, previsible. Se trata de un tipo de racionalidad instrumental (visa medios y fines) y estratégicas (debido a que el agente tiene en cuenta la acción y la reacción de los demás) (Pires, 2007).

⁶ Para Dumont (2000), esta construcción es hecha por Adam Smith para diferenciar la acción económica de los demás como un tipo específico de comportamiento amorale. En la *Teoría de los sentimientos morales* (1999), Smith habría hecho el egoísmo un atributo moral cuando se trata de la acción económica. Por lo tanto, la *Teoría de los sentimientos morales* precede a la *Riqueza de las naciones* (1996), ya que Smith necesitaba antes de "crear" un aparato ideológico para dar apoyo a sus propuestas.

⁷ Dentro de la economía, Sen (1999) es uno de los principales escritores contemporáneos para cuestionar el "economismo" en este sentido, una de su crítica recae sobre la separación entre ética y economía: "me gustaría demostrar que la economía, tal como surgió, puede llegar a ser más productiva si der una mayor y más explícita atención a las consideraciones éticas que dan forma a la conducta y la mente humana" (Ibid., p. 25, *traducción nuestra*). En este sentido, el autor hace hincapié en que las acciones económicas son racionales, ya sea relacionados con la maximización del interés propio o relacionados con la conciencia interna, es decir, un partido entre lo que se desea y la forma de contratación, "la verdadera pregunta es si existe una pluralidad de motivaciones o únicamente el interés propio que rige los seres humanos" (Ibid., p. 35, *traducción nuestra*), por lo que "se hace posible reconocer el hecho indiscutible de que la condición de agente de una persona bien puede dirigirse a consideraciones que no están cubiertos - o por lo menos no están *totalmente* cubiertos - por su propio bienestar" (Ibid., p. 57, énfasis del autor, *traducción nuestra*).

racionalidad axiológica y en este sentido, analizable por la teoría de la justificación de Boltanski y Thévenot (1991). De este modo, "la creencia y no el interés sería el motivo para la acción, y que esta creencia respetando tanto a la forma en que el mundo 'debe ser' – el caso weberiano de racionalidad axiológica - o la forma en el mundo 'es'" (Pires, 2007, p. 18), así, tener en cuenta lo que es socialmente correcto o no, teniendo en cuenta las ideologías o las identidades como motivación para la acción no es visto como sinónimo de irracionalidad. Así,

identifica-se como racional no plano axiológico todo o acto que possa ser explicado em termos que respeitem a seguinte proposição [...]: a decisão Y do agente X deriva da norma ou do valor Z, acreditando o agente X na norma ou no valor Z e tendo boas razões para manter tal crença (Ibid., p. 19).

Desde esta perspectiva, el patrón social resulta de la normalización de las acciones que tienen directrices similares, que se refieren a las mismas creencias (Pires, 2007). Según Boltanski y Thévenot (1999) gramáticas, o *cités*, corresponden a arreglos sociales compuesto por un *espíritu*, órdenes de magnitud o legitimidad, es decir los principios normativos que orientan las acciones de los individuos caracterizados por una lógica de dessingularização y generalización. Es decir, teniendo en cuenta las situaciones particulares en las que se realizan los juicios y valoraciones, se busca desindexar, desvincular estas posturas de el contexto de su producción y de emergencia. En otras palabras, se trata de un procedimiento de generalización de las formas de justificación con el fin de apoyar la afirmación y defensa de una posición, un argumento, una interpretación o una evaluación que busca relacionar el juicio por la idea del bien común, a su vez, a una determinada jerarquía de valor o fin de la legitimación.

Para Boltanski y Thévenot (1999) la constitución de una *cité* depende de la formación de una comunidad, donde las personas tienen una identidad común, y la existencia de orden dentro de la comunidad. Una *cité* debe recurrir a la construcción de un bien común, en este sentido, la pluralidad de definiciones de bienes comunes existentes apunta, por lo tanto, a la pluralidad de la *cités* o gramáticas. Inicialmente, los autores identifican seis modelos de *cités*: inspirado, doméstico, opinión, cívica, industrial y comercial (Ibid).

Según Niederle (2011, p. 77)

cada um destes mundos constitui uma gramática que estrutura as argumentações dos atores e que é dotada de sua própria coerência e legitimidade. Rompendo com o determinismo econômico e tecnológico que marca grande parte dos estudos sobre mercados e qualidade, estes mundos são vistos de modo não-hierárquico, todos representando formas igualmente legítimas de qualificação.

Cada una de estas formas de cualificación representan diferentes formas de acceso a la realidad. Para Boltanski y Thévenot (1991) estos mundos viven en constante conflicto, porque uno trata en todo momento de imponer a los demás sus representaciones, valores y modos de

coordinación. En este sentido, así como Werneck (2008), estamos "trabajando en un modelo que tiene en cuenta lo social como un sistema de habilidades moral" (p. 47), teniendo en cuenta que la competencia es la capacidad de actuar de los actores, la capacidad "para el juicio de principios y coordinación de acciones para adaptarse a las situaciones y participar en las operaciones dentro de un régimen" (Ibid.), es decir, dentro de un conjunto discursivo de acciones y estados, a saber, una gramática. Para resaltar las gramáticas de la agricultura ecológica tomo como objeto de investigación, el proceso de certificación participativa desarrollada por la Rede Ecovida de Agroecología en Rio Grande do Sul (BR), a partir de la comprensión de lo sello de certificación productos como un dispositivo que muestra los valores agroecológicos que permitan la coordinación de este mercado.

Entre sellos y gramáticas: La certificación participativa de productos ecológicos en el sur de Brasil

En Brasil, la cuestión ecológica adquiere relevancia a partir de 1960 y se intensificó a partir de 1980 cuando varios grupos se movilizan torno a cuestiones ambientales, como por ejemplo la oposición a los paquetes tecnológicos de modernización agrícola adoptada por el estado brasileño: en la cara de los problemas ambientales causados por estas tecnologías, críticas apuntan a la necesidad de discutir una nueva forma de desarrollo, tales como la adopción de tecnologías alternativas. La proposición de la agricultura alternativa involucra diferentes grupos de interés, ya sean gubernamentales o no. Actualmente muchos actores conforman el campo de la agroecología en el país, pudiendo destacar el Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST), la Vía Campesina, a nivel de gobierno el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAPA) y el Ministerio de Desarrollo Agrario (MDA), con la función importante del diseño e implementación de políticas públicas y programas sociales. Sin embargo, una gran parte de las experiencias ecológicas ha ganado éxito a través del compromiso de las organizaciones no gubernamentales y asociaciones civiles, como la Red Ecovida de Agroecología.

Actualmente, la Red Ecovida de Agroecología es, muy probablemente, la organización en torno a los preceptos agroecológicos con mayor fuerza en el sur de Brasil (Perez-Cassarino, 2012). La Red fue establecida en 1998, está formada por asociaciones de consumidores y de productores, técnicos y otras organizaciones de asistencia, tiene por objeto, entre otros objetivos, desarrollar y multiplicar la experiencia basada en la agroecología y tener un sello que expresa este compromiso (Rede Ecovida de Agroecologia, 2001).

Para Pérez-Cassarino (2012), la Red pretende diferenciarse de los canales de venta tradicionales como las grandes cadenas de supermercados, por lo que favorece a los mercados locales, tales como ferias de venta directa. Otra forma de diferenciarse es a través de lo sello ecológico que viene de un proceso de *certificación participativa*, forjada en la confianza entre los productores y los consumidores. El aparato legal para la certificación de la producción ecológica implementada en Brasil se basa en el formato adoptado en los Estados Unidos y Europa que requiere la producción orgánica un proceso de auditoría realizado por terceros donde certificación de empresas dan fe de la calidad y la autenticidad de los productos.

Al adoptar el modelo de certificación por un tercero, de la Instrucción Normativa 07/99 del entonces Ministerio de Agricultura y Abastecimiento, el estado brasileño no reconoce la producción orgánica que proviene de un sistema de producción no certificada por las empresas. Antes de la promulgación de esta ley, las asociaciones y las ONGs que trabajan en el ámbito de las tecnologías alternativas y agroecología, ha desarrollado su propia certificación, considerado más horizontal y participativo. Cuando el estado brasileño llegó a reglamentar la producción orgánica, no reconociendo estas organizaciones como organismos de certificación ha movilizó una crítica en torno a la certificación por parte de terceros, debido a que además de lo proceso ser costoso para los pequeños productores, actúa como desarrollo del mercado, es decir, no cuestiona la agricultura moderna, pero se adapta a ella. En la búsqueda de reconocimiento de la certificación participativa, algunos conflictos entre los grupos de interés se encuentran atrapados en la esfera pública que da lugar al Decreto 6.323/2007, que tiene como novedad la institución de sistema participativo de calidad orgánica que legitima las acciones de órganos de participación, tales como la Red Ecovida. En este sentido, el estado brasileño ahora reconoce como organismos de reconocimiento de la producción orgánica ambos Sistemas de Cumplimiento Orgánicos, como los Sistemas Participativos de Garantía.

La certificación participativa es forjada por la estrecha relación entre el productor y el consumidor, en lugar de una auditoría llevada a cabo por un tercero, la producción es reconocido por un proceso de credibilidad construido junto al consumidor y en relación con otros productores, un control que se produce constantemente. Por lo tanto, la calidad del producto pasa a ser tomado como un valor social compartido. Como la Red Ecovida de Agroecología (2004, p. 9),

na certificação participativa - a obtenção das informações, a verificação do cumprimento das normas e o aperfeiçoamento dos sistemas produtivos são realizados com o envolvimento dos agricultores e suas organizações, dos técnicos, das organizações de assessoria locais e regionais e dos consumidores.

Siguiente Niederle y Almeida (2013), creemos que cada sistema de certificación está acoplado a una lógica de funcionamiento singular, movilizándolo diferentes principios que justifican la práctica de las personas con él. Afirmamos con Kopytoff (2008) que los productos de la agricultura ecológica tienen una *biografía cultural*, la llevan junto consigo aspectos morales y culturales. Por lo tanto, al comprar un producto verde se adquiere un modo de producción, un estilo de vida movilizados por diferentes principios éticos y morales, siendo el sello la construcción que atestigua esta diferenciación.

La transición a la agricultura ecológica implica un cambio en la manera de relacionarse con el medio ambiente y la sociedad que permite entenderla como un lugar de actividades sociales y culturales que constituyen una *forma de vida*⁸. De acuerdo con Radomsky (2009), "los agricultores ecológicos no sólo producir de manera diferente que los agricultores convencionales, también son otras formas de comprensión de la naturaleza y de los cultivos. [...] Sus prácticas los conducen a diferentes justificaciones y conceptos de su trabajo" (p. 97). Como se mencionó, gramáticas, o *cités* corresponden a órdenes de magnitud o la legitimidad, principios normativos que orientan las acciones de los individuos. Para Boltanski y Thévenot (1991) estos *cités* viven en constante conflicto, intentan en todo momento de imponer sus representaciones y valores en el otro.

Desde esta perspectiva, proponemos pensar las prácticas de la agricultura ecológica desde los principios normativos que moviliza y que permiten la coordinación de un mercado ecológico, teniendo como soporte teórico la sociología pragmática francesa buscamos entender *que gramáticas impregnan la acción de estos actores*. Para ello, se toma como universo empírico el contexto de la producción ecológica, bajo los agricultores que participan en la Rede Ecovida de Agroecología en el estado de Rio Grande do Sul (BR), y el sello de certificación participativa como objeto de estudio.

Desde 1980 la IFOAM⁹ es la organización responsable de definir los principios de la agricultura ecológica que actualmente son el principio de la salud, la ecología, el cuidado y la justicia. En el análisis del *Caderno de Formação: Certificação Participativa de Produtos Ecológicos* (2004) hemos tratado de identificar cómo estos principios aparecen en la

⁸ "Por isto mesmo, quando se fala de Agroecologia, está se tratando de uma orientação cujas contribuições vão muito além de aspectos meramente tecnológicos ou agrônomicos da produção, incorporando dimensões mais amplas e complexas, que incluem tanto variáveis econômicas, sociais e ambientais, como variáveis culturais, políticas e éticas da sustentabilidade" (Radomsky, 2009, p. 99).

⁹ Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) creado en 1972 en Francia, con el objetivo de agrupar a las asociaciones de productores orgánicos y establecer normas, con validez internacional, para la producción y certificación orgánica. Enlace: <http://www.ifoam.bio/>

certificación participativa desarrollada por la Red Ecovida. Los datos analizados permiten añadir a estos un quinto principio, el principio de la solidaridad, así, la forma cómo se relacionan las categorías delinea el inicio del debate sobre la singularidad de la agroecología. Estamos frente a una justificación que se divide en dos niveles: uno vinculado a la producción (principio de la ecología, la salud y el cuidado), y otro a las relaciones sociales de producción (el principio de la justicia y la solidaridad) (Figura 1). Al asociar estos niveles la agricultura ecológica marca su diferencia al considerar que el producto ecológico va más allá de las normas técnicas de producción y transformación, debe cumplir con los principios de la inclusión social, el respeto por el medio ambiente, seguridad alimentaria, salud y producción justo.

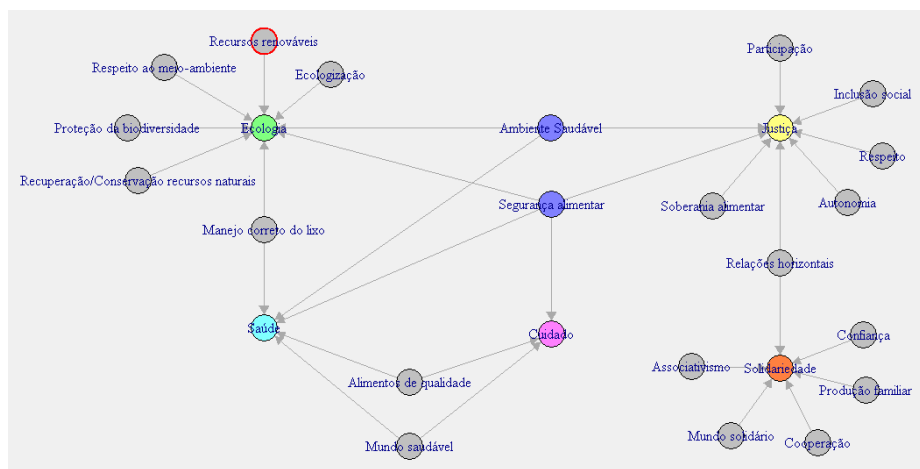


Imagen 1: Inter-relación entre los principios de la agricultura ecológica.

Entrevistas aplicadas a los agricultores que pertenecen a la Red Ecovida indican aproximaciones a los datos presentados. Los entrevistados indicaron que la búsqueda de una agricultura más sostenible y libre de pesticidas es la razón que les llevó a la agroecología. Refiriéndose a la necesidad de preservación e cuidado del medio ambiente y el cuidado de la salud (ya que los plaguicidas hacenle daño al medio ambiente y a la salud humana), es evidente que estamos frente a los principios de la ecología, la salud y lo cuidado. También se ha señalado que la agroecología sería una obra "libertador", de inclusión y participación, que se refiere a los principios de la justicia y la solidaridad.

A agroecologia é tipo assim um processo de inclusão do ser humano no meio em que ele vive, no meio local onde ele possa sobreviver e manter a sobrevivência das outras espécies também que é o grande elo da nossa existência. [...] É um trabalho mais libertador, a agricultura orgânica, porque você depende de você, não depende tanto do meio externo. Você que tem que praticar, você que tem que evoluir nesse processo (Entrevistado 1).

Então já vem desde os anos 1980 que se teve a informação do processo do que é esses venenos, do que é feito e como que tu trabalha pra se livrar desse processo de dominação que os venenos trabalham nas pessoas. [...] quando tu trabalha isso [agroecologia] tu tem a liberdade tu tem a vida, então o que nós temos ali é um processo onde tu leva saúde pra quem vai consumir e ao mesmo tempo pra quem está trabalhando, é um processo digno de

igualdade e de liberdade, né, quando tu trabalha com os químicos tu não tem liberdade, é um processo aprisionado, já vem com um processo de produção industrial de levar as pessoas num processo de dominação. [...] quando tu trabalha esses processos, da agroecologia, ele tem que ser um processo aberto e ao mesmo tempo que valorize o ser como a pessoa, mas como um todo, tu não leva uma pessoa pra dentro de um processo que trabalha a agroecologia somente pra ele, aí tu leva só pro ego, o ego de cada um, é importante, mas ao mesmo tempo tu tem que ter ele no conjunto de todas as pessoas. [...] Então, o que diferencia um agricultor, quando ele faz agroecologia, é essas relações que ele faz com as pessoas, com o meio ambiente, com tudo, que ele acaba tendo a sua liberdade e a relação com as pessoas (Entrevistado 2).

Se entiende, en este sentido, que una posible singularidad de la agroecología, en comparación con la agricultura convencional y la agricultura ecológica convencionalizada, permanece en que pueda ver el principio de la solidaridad y la idea de que la agroecología es más que una forma de producir alimentos, sino que también debe tener en cuenta las relaciones sociales de producción (la justicia y la solidaridad). Uno de los entrevistados señaló que la mayoría de los agricultores buscan la agroecología por elección ideológica, la búsqueda de la autonomía y la libertad, por otra parte, los que buscan la agroecología por una cuestión económica pronto dejar de trabajar de forma ecológica ya que el Estado brasileño no ofrece políticas públicas para fomentar la producción orgánica, en este sentido, los agricultores hacen la transición a la búsqueda de diferentes formas de vida: *“A agricultura orgânica não, ela tem como base a preservação do meio onde você vive, depois a sua subsistência e depois, talvez, o lucro ou a venda de produtos”* (Entrevistado 1). Además, señalan que la agricultura ecológica hecha apuntando lucro "no tiene sentido".

La coordinación de los mercados depende de los principios de equivalencia, es decir acuerdos estables. En el caso del mercado ecológico en cuestión, depende de la correspondencia entre los principios de la agroecología y los consumidores, es decir, sus mundos deben ser equivalentes: *“É uma relação boa que a gente tem assim, com o consumidor orgânico a relação é boa. A gente tem uma clientela fiel e bem participativa, mas a gente pena um pouco pelo consumidor não consciente, porque é um preço diferenciado, é outro sistema de trabalho, então às vezes os consumidores não orgânicos não entendem isso e trazem opiniões vagas, tem opiniões vagas, tiram conclusões vagas, então a gente tem alguns problemas com isso”* (Entrevistado 1). Como se verá más adelante, la certificación de productos actúa como un dispositivo de confianza que hace que la correspondencia entre las expectativas de los productores y de los consumidores.

Sin embargo, como advierten Boltanski y Thévenot (1991), hay momentos críticos en que estos principios incurren desestabilización, es decir, el orden institucionalizado es impugnado y se establece un contexto de disputas en torno a nuevos principios, acuerdos, cualificaciones y equivalencias. Este proceso está estrechamente relacionada con la capacidad

de reflexión de los actores que emprenden la crítica, por lo tanto se considera que el "requisito de la justificación está inextricablemente ligada a la posibilidad de la crítica. La justificación es necesaria para soportar las críticas cuando se denuncia el carácter injusto de una situación" (Boltanski; Chiapello, 2009, p. 56).

La crítica ao aparato justificativo de una institución hace el mismo se movilizan para seguir siendo socialmente legítima, es decir, el restablecimiento de la coordinación depende de los esfuerzos de los actores para justificar sus discursos y prácticas en referencia a un principio común y legítimo. Al mismo tiempo, el grupo "contestador" de la búsqueda en cualquier momento introducir nuevos valores y justificaciones, encaminadas a establecer una nueva gramática de justificación. La conveniencia de la justificación o la crítica se da en ciertos *épreuves* (evidencia) basadas en la realidad, las experiencias de los actores o dimensiones simbólicas (Idem).

En cuanto a la agroecología, percibe en las palabras de los entrevistados sus críticas a la agricultura convencional y la agricultura ecológica convencionalizada. Cabe señalar que la primera se refiere a ganancias y que la segunda, a la incorporación de los principios ecológicos, trata de crear un nicho de mercado. Como se puede ver, los individuos desencadenan el aparato justificación de la agroecología para denunciar una situación:

No meu ponto de vista pessoal, a grande diferença está no lucro, a agricultura convencional procura o lucro, totalmente o lucro, a agricultura orgânica, ecológica ela busca a sustentabilidade, você ter lucro, ter produção, ter consumo, mas de uma forma consciente, não extrapolar, tentar fazer coisas que para o local não são boas. É uma grande diferença, porque a agricultura química ela tenta implementar um sistema que visa o lucro e você faz de tudo para ter lucro, não interessa quem ganha e quem perde, você só vê o lucro (Entrevistado 1).

A máquina tira a dignidade do homem, né, quando tu trabalha esse processo químico tu não tem mais a questão do trabalho como uma essência, porque aí os caras dizem "ah, tu vai fazer de enxada, mas isso é cansativo", o trabalho que tu fizer coletivo nunca vai ser cansativo, o trabalho é cansativo, vamos dizer, quando tu faz sozinho [...] a agricultura orgânica, tu pode, ela é um processo assim que tu vê assim como um mercado, tu pode produzir orgânico buscando resíduos, o que os caras estão fazendo, fretando uma coisa de um lado pro outro, vendendo marca, vendendo embalagem, o orgânico seria assim, mais como um processo de marketing, de mercado mesmo, de comércio, né, dizem "o orgânico é bonitinho", então ele cria um processo de mercado, então não tem essa relação, tu pode produzir orgânico assim em escala grande, vamos dizer, um confinamento de porco ou de galinha, confinados em gaiolas, tu pode produzir orgânico, comprando soja orgânica, milho orgânico, mas que relação tu tem? Os bichos fechados em quadradinhos pequenos [...] mas e a relação que tu tem com o ambiente, com os animais, e coisa assim? O que ele estão fazendo muito de orgânico hoje é pegando esses resíduos dos aviários grandes, carregados de metais pesados, de antibióticos e levando pra produzir orgânicos, fretando quilômetros, levando de um lugar para outro, as vezes mil quilômetros com uma coisa assim, não é, não tem lógica esse sistema, porque quando tu trabalha tu tem que trazer as coisas pra um processo local, tu trabalha primeiro o ambiente onde tu vive, as relações próximas, por isso nesse processo quanto mais tu consumir produto produzido na tua região, pelo menos os alimentos básicos, tu vai ter uma conexão melhor com o ambiente que tu vive, essa coisa do mercado levar de um lugar, quilômetros de um lado a outro da terra é uma estratégia da lógica de dominação (Entrevistado 2).

Como se mencionó, *gramáticas*, o *cités*, corresponden a órdenes de magnitud o la legitimidad, principios normativos que orientan las acciones de los individuos. Para Boltanski y Thévenot (1991) estos *cités* viven en constante conflicto, intentan en todo momento de imponer sus representaciones y valores en el otro. Entendemos que la creación de un sello distintivo, a través de un proceso de certificación participativa cae dentro del espacio social de la lucha por la imposición y predominio de un sentido común acerca de un bien, a saber, la calidad, porque la construcción de estos mecanismos implica aspectos técnicos y la integración de las instituciones, de los objetos y dimensión ideológica en torno a una amplia concepción moral (Niederle, 2011).

Convenios y justificaciones en torno de la construcción social de la calidad

La economía de las convenciones es una de las corrientes teóricas que se dedicó a romper con la visión utilitaria del comportamiento económico. En este sentido, busca deshacer el entendimiento de que el mercado es la reunión de individuos egoístas y racionales, una reunión despersonalizada y amoral, concibe el mercado, sin embargo, como un producto de las representaciones sociales, *convenciones*. Además, la economía de las convenciones considera igualmente la capacidad de reflexión o crítica de los actores sociales a cuestionar los dispositivos estructurales y los modifica, como la misma coordinación de un mercado, por ejemplo. La economía de las convenciones búsqueda escapar, por lo tanto, de la acción dicotomía (acción voluntaria - racional) y la estructura (acción involuntaria - determinar) (Niederle, 2011).

Considerar el mercado como un producto de convenios significa que es apoyado por un conjunto de normas moralmente comprometidos, es decir, los actores comparten una visión del mundo que guía su práctica. Esta *convergencia* de los valores es lo que permite la creación de un acuerdo, las normas y las reglas, es lo que permite la coordinación de los mercados. Por lo tanto, es necesario que los actores se comprometen a respetar los principios normativos que se traducen en los imperativos de justificación. Las operaciones de calificación acordados son, por lo tanto, lo que permite que la realidad se hace inteligible a las personas a medida que guían sus acciones y comprensión del mundo.

Para Boltanski y Thévenot (1991), estas operaciones pueden ser entendidas como principios de equivalencia que permiten la realización de intercambios sociales, en este sentido el mantenimiento de un mercado depende de un acuerdo de negociación colectiva en sus normas, cálculos, precios, etc. Según los autores, los individuos crear dispositivos

convencionales destinados a estabilizar el mercado mediante la reducción de las incertidumbres. Este es, por ejemplo, una de las funciones de los mecanismos de reconocimiento de productos, como los sellos, "la coordinación depende fundamentalmente de la construcción de mecanismos de juicio mediante los cuales las personas construyen equivalencia y comienzan a asignar cualidades a los demás y las cosas" (Niederle, 2011, p. 76, *traducción nuestra*).

En este sentido, la definición de calidad permea un procedimiento de clasificación de las mercancías. Las jerarquías que clasifican los diferentes tipos de productos que no se definen mediante parámetros individuales, ni por criterios dicotómicos, mientras el producto bueno o malo, se fundan en diversas órdenes cualitativos movilizados por los agentes económicos, tales como los relacionados con la agricultura ecológica, presentado anteriormente.

El aumento constante de la diferenciación de productos permite el desarrollo de la economía de las singularidades (Karpik, 2007), se refiere a todos aquellos bienes y/o servicios que son inusuales, único, tan único¹⁰, que consiste en la proliferación de criterios de excelencia. Por lo tanto, la producción en masa da paso a los sistemas de producción especificados en diferentes líneas, constantemente renovada, con el apoyo en la identificación de la variedad de gustos de los consumidores. Según Niederle (2011), estos procesos provocan una "revolución" en la idea de valor, "la calidad ya no se discute sólo como algo intrínseco a bien, se va a asociar a múltiples y variadas formas en que se puede 'ofrecer valor' a los consumidores, es decir, responder a las distintas aspiraciones de consumo: social, económico, cultural, hedónicas o distinción" (ibíd., p. 24, *traducción nuestra*).

En el caso de la agroecología, entrevistas aplicadas permitieron darse cuenta de que el producto ecológico es único, ya que implica una forma diferente de trabajo, relaciones de producción que implican nuevas formas de relacionarse con la naturaleza y la sociedad. Qué es pro detrás de un producto ecológico es un proceso evolutivo de la búsqueda del conocimiento y la sostenibilidad:

A gente procura estudar e um processo evolutivo, de aprendizagem, desenvolvimento de variedades, melhoramento de variedades, [...] é uma questão de estudo direto, você tem que estar melhorando e, a diversificação e o melhoramento genético, direto assim numa base orgânica, tudo dentro da natureza você fazer melhoramento, você procurar espécies com mais sabor, variedades com mais vigor, com maior resistência ao calor, com maior

¹⁰ Para Karpik (2007), la modernización, según lo descrito por Max Weber, se vincula con el proceso de racionalización que, en la esfera de la economía, puede ser visible con el paso del énfasis cualitativo en cuantitativo de bienes y servicios, es decir, la el desarrollo del mercado se pierde singularidades (que está relacionada con el desencantamiento del mundo). Sin embargo, el mercado de las singularidades nunca dejó de existir por completo, en este momento, donde la inseguridad y la incertidumbre prevalecen, los bienes y/o servicios necesitan equipar garantías que acrediten su singularidad.

resistência ao frio, com maior capacidade de associação com outras espécies, então isso é uma busca direta [...] você tem que aprender, você tem que fazer associações de culturas, tem que fazer avaliação da sua produção [...] você a estudar meios e produtos que levam você a uma evolução” (Entrevistado 1).

Según Bourdieu (2002), el componente simbólico de la mercancía tiene un papel fundamental en el proceso de producción y las relaciones que se establecen entre los productores y los consumidores. El autor cree que las propiedades del producto informan al bienestar social de los consumidores, los sistemas de clasificación que pone en juego y objetiva a través de los bienes materiales, lo que permite su mapeo dentro de un espacio social. Las propiedades de los productos se definen teniendo en cuenta tanto sus características objetivas (técnicas) como los esquemas estéticos y éticos informadas por las estructuras de la percepción y la apreciación de los consumidores. Para Bourdieu (2002), esta combinación de características es que permite la definición de la verdadera demanda de un producto.

Son las convenciones socialmente construido, por lo tanto, que permiten que los actores coinciden en la calidad del producto.

A qualidade associada à origem de um alimento, por exemplo, não é reduzida às suas características físicas, decorrentes do fato da produção ter ocorrido segundo condições edafoclimáticas peculiares. São atributos naturais, sociais, culturais e econômicos do território, atuando através de imagens socialmente construídas, que tornam a identidade do produto reconhecível (*immaterialising of food*) (Niederle, 2011, 71).

Por lo tanto, la estabilización de nuevos atributos cualitativos, para la artesanal, natural y ecológico, por ejemplo, permite el establecimiento de principios de equivalencia que permiten a los intercambios económicos, pero al mismo tiempo apuntando a la redefinición de la percepción de la calidad. Para Debuisson-Quellier y Neuville (2003), los juicios son producidos y desplegados antes del cambio, son formas de acuerdos morales que lo preceden. En este sentido, redefinir la calidad implica un proceso de negociación entre los actores sociales que han recurrido a ciertos valores, o a las órdenes de la legitimidad, para justificar sus representaciones.

Los sellos de certificación pueden ser considerados como dispositivos que establecen un punto de referencia que orienta al consumidor en cuanto a la calidad de los productos. El sello representa el rango de valores que justifica la acción de los consumidores, en este sentido, existe un acuerdo entre el productor y el consumidor que se expresa a través del reconocimiento de lo sello. Las etiquetas y sellos de certificación son dispositivos que transmiten información acerca de la reputación de los productores, que permite a los usuarios diferenciar los productos a los que tienen acceso. Los sellos especifican las normas de producción, por lo que la autenticidad no se basa en relaciones de confianza primarias, pero a

través de las etiquetas y rótulos que representan el control y la certificación de la producción hecha por organismos externos (Marsden, 2004).

Ele [selo] materializa essa parte que você tem consciência, que você preserva por consciência e não por obrigação. O selo da Ecovida ele tem como base, que é o que eles mais trabalham, é que você preserva por consciência e não preservar porque você tem que preservar por que há uma norma que tá escrita lá, você preserva por consciência, porque você sabe que é importante (Entrevistado 1).

O selo é um símbolo, tu vai só ver ele ali, é uma informação, às vezes nem precisa ler e escrever, ele vai ver o símbolo em todos os produtos, quando tu cria um processo ele tem que ter um símbolo. Porque é o símbolo que representa, a pessoa que sabe vai chegar e só pelo processo ele já vai notar né, que ele tem carregado uma informação, a informação dele (Entrevistado 2).

Convénzase de que un producto es ecológico implica confianza en las etiquetas y las personas responsables de la certificación. El uso de sellos de certificación de productos es una manera de distinguir los aspectos relacionados con la calidad. Para Radomsky (2009), la certificación de productos sirve como un mecanismo de diferenciación, que certifique su origen, forma y lugar de producción. Por lo tanto, los sellos por lo general se vuelven a enlazar un producto a un territorio dado o un proceso específico (de producción). Boström y Klintman (2008), también ponen de relieve este carácter calificándolo como diferenciación simbólica,

“[...] the label symbolizes that a particular product has a quality – in a positive or negative sense – that equivalent products (or substitutes) lack. The symbol says implicitly that this product is *different* from other products, often discursively signalled as ‘conventional products’” (Ibid., p. 29).

Boström y Klintman (2008) señalan que estos sellos son los instrumentos de evaluación en el mercado para informar a los consumidores acerca de las cuestiones ambientales. Así que consideran que los sellos ecológicos son parte del escenario político reciente que se ha incorporado con demostraciones "anti" y "pro-consumo", “green labelling can be seen as a policy instrument or as a particular kind of information [...] These are both adequate views, because labelling is about steering actors (policy instruments) and informing about buying options (information)” (Ibid., p. 27).

Si los sellos se han materializado las expectativas de un público consumidor específico entonces volver a la idea de la singularidad. Karpik (2007), presentando la economía de singularidades, indica que la incertidumbre con respecto a la calidad de los bienes y/o servicios conduce a la necesidad de establecer relaciones de confianza. En este sentido, se movilizan los dispositivos juicio que dan a los consumidores conocimientos acerca de la singularidad del producto. Ellos sirven como referencia a la acción y pueden desarrollarse en los dispositivos personales (relación de confianza directa entre productor y consumidor) e

impersonal donde la calidad es atestiguada por un mecanismo de certificación y la confianza depende de la reputación del *intermediario confiable*, que emite el sello (Khodyakov, 2007)¹¹.

Los sellos o certificaciones del producto puede ser entendido como un dispositivo de prueba, que sólo adquiere credibilidad de las relaciones de confianza en que se basa. Es la confianza en estos dispositivos que mantienen el mercado de singularidades. Para Karpik (2007), un producto es único cuando hay base de la diferenciación suficiente entre otro producto. Estas *bases de diferenciación* llevan ciertas características del producto, sus peculiaridades expresadas por un embalaje, en una etiqueta o un sello de certificación, que informen a los consumidores la reputación de la mercancía. Además, el autor considera que la singularización se construye tanto por un proceso de transformaciones históricas, como procesos de interpretaciones simbólicas que transforman los productos idénticos en productos incomparables.

La certificación participativa se diferencia de otros modelos certificativos como la que llevó a cabo por las empresas, una certificación por un tercero. Por lo tanto, la certificación participativa es una forma diferenciada para certificar que moviliza principios y prácticas que caracterizan estas diferencias. Cuando se le preguntó sobre el formato de certificación participativa desarrollada por Red Ecovida, los agricultores hacen hincapié en la importancia de este proceso se lleve a cabo por los agricultores, y no por los técnicos (certificado de auditoría), porque según ellos, estos no tienen suficiente competencia para evaluar si la producción es respetuosa ecológica.

Quem conhece o meio é que sabe avaliar ele. [...] porque a prática te leva a ter uma capacidade de avaliação. E a questão de você ser um produtor e não um avaliador ela cai porque se você tem consciência e está produzindo orgânicos você não quer que alguém use o selo que você usa com produtos que não é orgânico, se você deixar ele fazer isso você está estragando uma marca que é sua, porque quando você entra, você entra, você paga ali aquela taxa, você entra num grupo e você usa uma marca, então você deixar um outro produtor usar essa marca de forma irregular, você tá se auto prejudicando [...] Porque um auditor, um auditor assim, ele pode vim assim olhar, avaliar, mas se ele não tiver ética profissional ele só responde pela ética profissional dele, porque se acontecer qualquer fraude a única prejudicada é a marca, porque o auditor pode até ser preso, responder processo e tudo, mas assim é muito mais complicado, muito mais difícil você prejudicar um auditor usando uma marca ilegalmente do que você prejudicar um produtor, o produtor é prejudicado diretamente (Entrevistado 1).

Que não é a mesma coisa que ele dizer, nós fazíamos orgânico e chegava na feira e aí os caras pediam “tu não tem certificação?”, “não, não tenho porque não consigo, é muito caro, não consigo pagar”, mas agora tu diz “eu tenho certificação, é da Ecovida, processo participativo” então é isso que tu dá um ganho de saber que em como respaldar esse processo. [...] Aí que vem o grande viés porque quando tu fizer coletivo ele sempre vai ter

¹¹ Segundo Niederle y Almeida (2013), los consumidores cofiam en *intermediarios culturales* que aseguren la calidad del producto y la forma en que se producen. Por ejemplo, estos elementos culturales son importantes porque los productos de Rede Ecovida de Agroecología circulen por su red, en este sentido, los productos de un núcleo se venden en los demás y el sello garantiza su autenticidad.

respaldo. [...] se tu vai lá olhar o que o outro tá fazendo tu vê logo se o outro tá fazendo uma trambicagem, tá fazendo sacanagem, tá dizendo que é uma coisa e na prática é outra [...] Se tu pegar uma certificação privada é simplesmente um agrônomo, um técnico, vem um dia um cara, faz uma visita, tu pode subornar ele [...] Pode meter um suborno nele ou tu pode fazer uma fachada para ele, no diz que ele vem e depois deu, nunca mais. [...] tu construiu um processo num coletivo, num grupo, se um começa a fazer uma trambicagem o outro já vai ver e vai cortar porque o nome dele tá em jogo também. [...] então a maioria dos produtos tu acaba conhecendo o produtor, se não tem tu sabe mesmo é o pessoal lá da Ecovida, o pessoal que faz certificação na região lá e nós fazemos parte também então é um processo de respaldo isso, é uma coisa que tá assim aberta, não um negócio de um ou dois só, que tá assim, só entre eles, uma coisa fechada [Entrevistado 2]

De las líneas expuestas, nos damos cuenta de que la noción de autenticidad de los productos ecológicos se construye con la adopción de un proceso de certificación participativa donde los productores se consideran capaces de evaluar la conformidad de la producción. La crítica sobre la certificación por auditoría plantea una vez más el aparato de la justificación de la agricultura ecológica, ahora movilizado en torno a la certificación. Así, el sello cumple la función de diferenciar un producto ecológico de un convencional en cuanto a diferenciar de que se produce en la forma de la agricultura orgánica mediante la movilización de una crítica del concepto estético de la autenticidad. Si la certificación de productos se basa, fundamentalmente, en la idea de diferenciación simbólica y el sello actúa como un símbolo, creo que el sello de Rede Ecovida como un dispositivo de legitimidad, lo que garantiza la calidad y autenticidad de productos ecológicos, una construcción social que certifica su diferenciación en relación a la agricultura convencional y orgánica convencionalizada.

Por lo tanto, podríamos hablar de una gramática *agroecológica*? Entendemos que en el caso de la agroecología nos enfrentamos a la coexistencia de diversas justificaciones. En este sentido, no está asociada estrictamente con una gramática, pero tiene rastros del mundo comercial, inspirado y sobre todo de los mundos doméstico, cívico y industrial. En la justificación agroecológica las dimensiones del principio del cuidado, de la justicia y de la solidaridad punto a una lógica doméstica y cívica: el fomento de la producción familiar, las relaciones de proximidad y de la comunidad, las relaciones personales, las asociaciones, la cooperación, etc. Al mismo tiempo, las prácticas adoptadas por la Red también apuntan a una lógica industrial, debido a que el uso del sello de certificación exige el cumplimiento de las normas técnicas, el rendimiento y la formalización. Es interesante observar cómo estos mundos se relacionan en la *certificación participativa*: al mismo tiempo se refiere a la lógica industrial (conformidad), se refiere a lógica cívica (participación) y la lógica doméstica, a través del control de la comunidad, ya que la certificación se hace por parte de los agricultores y consumidores que son parte de la Red. La existencia de principios cualitativos diferentes es posible siempre que haya el compromiso entre entre estos valores sea por suspensión de

objetos en conflicto, sea por surgimiento de un nuevo principio de evaluación que sólo se convierte en legítima cuando todos los demás están presentes, la *cité* para proyectos (Boltanski; Chiapello, 2009).

Para Sylvander (1997), a partir de 1980, con el aumento de la demanda de productos ecológicos y la aparición de frecuentes fraudes, genera un contexto de incertidumbre acerca de la calidad de la producción orgánica que impulsa el surgimiento de dispositivos reglamentarios, tales como los sellos de certificación, lo que representaría el paso de la agricultura ecológica de una lógica doméstica/inspirado (calidad se refiere a la identidad de los productos/productos singulares) para la lógica industrial. El autor considera que estos cambios tienen tres consecuencias principales: la marginación de las redes tradicionales de la agricultura orgánica y el debilitamiento de sus principios fundacionales; su industrialización (adopción de métodos industriales para resolver conflictos); y la creación de un nicho de mercado que requiere la estandarización de los productos. Además, la agricultura ecológica se reduce a dimensiones técnicas y procedimientos de verificación.

Como se ve, esta es una de las críticas que la agroecología lanza la agricultura ecológica, considerada convencionalizada. En este sentido, entendemos que la agroecología no cambia de una lógica doméstica a la industrial sino que trata de asociar los dos, y en el caso de la Red Ecovida es todavía posible ver la interacción de éstos con el mundo cívico. En la búsqueda de un equilibrio entre estas lógicas, Sylvander (1997) sugiere la formación de instituciones colectivas con el fin de establecer las normas de calidad (industrial) y al fomento de las relaciones entre los individuos involucrados (doméstica). Esta parece ser la intención de certificación participativa desarrollada por la Red Ecovida de Agroecología.

Conclusión: Las contribuciones y los límites de la sociología pragmática al objeto en cuestión

La teoría de la justificación se incluye en las llamadas teorías de la acción, entendida en medio de las llamadas teorías de la racionalidad subjetiva o axiológico (Pires, 2007). Según Pires (Idem), que orienta una acción axiológica son creencias o valores, una especie de acción racional con respecto a los valores en los términos weberiano. Como se ve, la idea de una acción económica objetiva e impersonal se estableció como un aparato ideológico desarrollado en la constitución filosófica del liberalismo. En este sentido, la teoría de la justificación nos permite pensar que ningún comportamiento económico carece de moralidad, sea lo que sea. Incluso una acción instrumental/estratégica es guiado por un cierto rango de

valores que permite a los individuos a moverse a través de varias gramáticas para justificar sus acciones, es decir, las gramáticas no son estancos.

Entiendo, en este sentido, la producción ecológica no está desconectada de carácter económico, la búsqueda de la rentabilidad, la maximización de beneficios o el aumento en la producción, pero lo que importa aquí, exactamente, es los valores que guían las acciones, las jerarquías de valor a que se refieren estos actores al justificar sus acciones.

Otro punto importante a tener en cuenta en relación con la sociología pragmática es el estudio de la moral en el carácter positivo (Vilaró, 1957). Esto significa que los valores de un grupo se toman como una construcción social y no ideológica como el término marxista:

la sociología pragmática, en principio, vendría a ser un estudio positivo de la moral en cuanto dota a los actores de capacidades críticas y admite implícitamente que toda crítica posee una exigencia moral, pero, más que todo, en cuanto admite que los actores son moralmente libres y que la moral no es, por tanto, un mero elemento de formación ideológica, tal y como pudo llegar a afirmar el marxismo en sus principales planteamientos (Guerrero, 2011, p. 82).

Además, termino este trabajo mediante la presentación de los límites de la teoría de la justificación para el objeto de este trabajo: el contexto social no puede ser completamente reducido a una cuestión moral, es decir, no todos los fenómenos y problemas limitan la idea de la crítica y la justicia (Chateauraynaud, 2009 citado por Guerrero, 2011).

El método en el estudio de la moral de la sociología pragmática del ser consiste entonces en abordar la moral no sólo desde los argumentos sino también en “la serie de marcos o contextos en los cuales el argumento es aceptable y las entidades u objetos a los que afecta” [...]. Esto quiere decir que la investigación pragmática, aunque reconoce las competencias de los sujetos para la crítica, no se limita únicamente al estudio del actor o de las interacciones cara a cara de los mismos. Dicho de otra forma: el análisis de los argumentos comienza con el marco de enunciación asociado a ellos (Guerrero, 2011, p. 84).

Por lo tanto, incluso si la teoría de la justificación está dispuesto a entender los actores sociales con competencia cognitiva y que puede, de alguna manera, escapar del determinismo estructural, esto no quiere decir que uno puede pensar en una sociedad plenamente reflexiva, por lo tanto, le corresponde a la pregunta ¿cuáles son las condiciones de esta reflexividad? Por lo tanto, para la mejor comprensión de las gramáticas de acción es necesario avanzar en este tema y dar cuenta del contexto en el que estas gramáticas se producen, en este caso, incluyen el contexto de la constitución la Rede Ecovida de Agroecología, los principales actores implicados y las razones por las que estos actores movilizados para llevar a cabo un proceso participativo de la certificación de productos ecológicos.

Bibliografia:

ABRAMOVAY, R. (2004) Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. *Tempo Social*. v. 16, n. 2, nov. p. 35 – 64. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ts/v16n2/v16n2a02.pdf>

BOLTANSKY, L.; THÉVENOT, L. (1991) *De la justification: Lês économies de la grandeur*. Paris: Gallimard.

_____.; CHIAPELLO, É. (2009) *O novo espírito do capitalismo*. Rio de Janeiro: Martins Fontes.

BOSTRÖM, M.; KLINTMAN, M. (2008) *Eco-standards, product labelling and green consumerism*. New York: Palgrave Macmillan.

BOURDIEU, P. (2002) *Las eestructuras sociales de la economía*. Buenos Aires: Manantial.

DEBUISSON-QUELLIER, S.; NEUVILLE, J. (Orgs.) (2003) *Juger pour échanger*. Paris: Maison des sciences de l'homme.

DUMONT, L. (2000) *Homo aequalis: gênese e plenitude da ideologia econômica*. Bauru: EDUSC.

DURKHEIM, É. (1893/1999) *Da Divisão do Trabalho Social*. São Paulo, Martins Fontes.

GRANOVETTER, M.; SWEDBERGER, R. (1992) *The Sociology of Economic life*. Oxford: Westview Press.

GUERRERO, M. Á. (2011) La sociología pragmática y el estudio de lo moral. ¿Hasta dónde somos capaces de inventarnos a nosotros mismos? *Revista Colombiana de Sociología*. v. 34, n. 2. jul. – dez. p. 79 – 87. Disponível em: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/27818>

KARPIK, L. (2007) *L'économie des singularités*. Paris: Éditions Gallimard.

KHODYAKOV, D. (2007) Trust as a Process: A Three-Dimensional Approach. *Sociology*. v. 41. n. 1. Fev. p. 115 – 132. Disponível em: http://portal.psychology.uoguelph.ca/faculty/gill/7140/WEEK_4_Jan.30/Khodyakov_Soc2007.pdf

KOPYTOFF, I. (2008) A biografia cultural das coisas: A mercantilização como processo. APPADURAI, A. (Org.) *A vida social das coisas. As mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense.

MARSDEN, T. (2004) Theorising food quality: Some key issues in understanding its competitive production and regulation. HARVEY, M.; MCMEEKIN, A.; WARDE, A. (org.) *Qualities of food*. Manchester: Manchester University Press.

MARX, K. (1867/1988) *O Capital: A crítica da economia política*. São Paulo: Nova Cultural.

NIEDERLE, P. (2011) *Compromissos para a qualidade: Projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França*. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação de

Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

_____.; ALMEIDA, L. (2013) A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: O debate da convencionalização. NIEDERLE, P.; ALMEIDA, L.; VEZANNI, F. (Orgs.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós.

PEREZ-CASSARINO, J. *A construção social de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia*. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento – Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

PIRES, R. P. (2007) Árvores Conceptuais: Uma reconstrução multidimensional dos conceitos de ação e de estrutura. *Sociologia, Problemas e Práticas*. n. 53, jan. p. 11 – 50. Disponível em: <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/spp/n53/n53a02.pdf>

RADOMSKY, G. F. *Certificação participativa e regimes de propriedade intelectual*. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA (2011). *Rede Ecovida de Agroecologia*. Passo Fundo. Fôlder.

_____. (2004) *Certificação participativa de produtos ecológicos*. Caderno de Formação. Florianópolis: Rede Ecovida de Agroecologia.

SEN, A. (1999) *Sobre ética e economia*. São Paulo: Companhia das letras.

SMITH, A. (1996) *A riqueza das nações: Investigação sobre sua natureza e suas causas*. São Paulo: Nova Cultural.

_____. (1999) *Teoria dos Sentimentos Morais*. São Paulo: Martins Fontes.

SYLVANDER, B. (1997) Le rôle de la certification dans les changements de régime de coordination : l'agriculture biologique, du réseau à l'industrie. *Revue d'économie industrielle*. Vol. 80. p. 47-66. Disponível em: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rei_0154-3229_1997_num_80_1_1668

VILARÓ, R. (1957) Moral sociológica. *Ausa*. v. 2, n. 22. p. 529 – 534. Disponível em: <http://www.raco.cat/index.php/ausa/article/viewFile/39200/39063>

WEBER, M. (1920/1999) *Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília: UnB.; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

WERNECK, A. (2008) Uma definição sociológica do “dar uma desculpa”: Do senso comum a uma abordagem pragmatista. *Acusados e Acusadores: Estudos sobre ofensas, acusações e incriminações*. MISSER, Michel (Org.). Rio de Janeiro: Revan.