

CRÍTICAS CÍVICAS AO REGIME ALIMENTAR CORPORATIVO: MERCADOS DA REFORMA AGRÁRIA EM PORTO ALEGRE, RS

CIVIC CRITICISM TO THE CORPORATE FOOD REGIME: MARKETS OF AGRARIAN REFORM IN PORTO ALEGRE, RS

Estevan Muñoz¹, Paulo Niederle²

¹ Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, Brasil

² Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil

Correspondência para: Estevan Muñoz (estevan.munoz@ufsc.br)

doi: 10.12957/geouerj.2018.33779

Recebido em: 18 abr. 2018 | Aceito em: 8 dez. 2018



RESUMO

As consequências da expansão do "regime alimentar corporativo" (McMichael, 2016) têm suscitado contramovimentos que conjugam uma crítica cívica, cujo fundamento encontra-se nas demandas societárias por equidade, justiça, participação social e sustentabilidade. Estes valores têm legitimado a ação de diferentes movimentos sociais que se orientam pelas bandeiras da agroecologia e da soberania alimentar. O presente artigo analisa as estratégias de construção de mercados alternativos pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) no município de Porto Alegre, Brasil. A pesquisa foi realizada em 2016 e 2017, por meio de entrevistas e observação direta. Os resultados apontam, por um lado, para a expansão de inúmeras "redes alimentares cívicas" e, por outro, para a endogeneização desta crítica pelos atores dominantes, o que implica em uma complexa dinâmica de hibridização entre mercados convencionais e alternativos.

Palavras-chave: Sistemas alimentares, Mercados, Movimentos Sociais, Agroecologia.

ABSTRACT

The consequences of the expansion of the 'corporate food regime' (McMichael, 2016) have given rise to countermovements that combine a civic critique, based on the social demands for equity, justice, social participation and sustainability. These values have legitimized the action of different social movements that are guided by the flags of the agroecology and food sovereignty. This article analyzes the strategies of alternative market networking mobilized by the Landless Workers Movement (MST) in the city of Porto Alegre, Brazil. The research was conducted in 2016 and 2017, through interviews and direct observation. The results demonstrate, on the one hand, the expansion of numerous 'civic food networks' and, on the other, the endogenization of the ethic critique by the dominant actors, implying a complex dynamic of hybridization between conventional and alternative markets.

Keywords: Food Systems, Markets, Social Movements, Agroecology.

Introdução

O crescente controle dos sistemas agroalimentares por conglomerados transnacionais levou McMichael (2016) a cunhar o termo 'regime alimentar corporativo' para caracterizar o atual estágio do capitalismo agrário. Este regime, segundo o autor, é capaz de proporcionar a circulação global de *commodities* de maneira cada vez mais rápida e em enorme escala. Sua dinâmica é baseada na desregulamentação dos mercados, privatização dos recursos comuns e concentração de poder nas

corporações. Com efeito, a expansão deste regime faz com que os ‘modernos’ mercados agroalimentares, sustentados por meia dúzia de monocultivos, pareçam, de fato, orientados “de modo especificamente objetivo, pelo interesse nos bens de troca e por nada mais” (WEBER, 2015, p. 420).

No entanto, quando consideramos a realidade das trocas econômicas, é notório que os mercados modernos estão longe de configurar um mecanismo fictício e autoregulável de exploração (POLANYI, 1980). Na verdade, a conformação e os efeitos produzidos por estes mercados são, antes de tudo, a expressão de disputas envolvendo diferentes atores sociais. Ao invés de uma mão invisível, o que existe são arenas sociais, nas quais os atores econômicos dominantes – as corporações transnacionais, os fundos de investimentos e as cadeias de supermercados – sustentam seus interesses em um discurso que torna a produção e a produtividade agrícolas valores sobrepostos a qualquer outro tipo de princípio.

Dentre as consequências da expansão do regime corporativo estão problemas relacionados à segurança alimentar e nutricional, incluindo crises de saúde coletiva decorrentes do uso abusivo de agrotóxicos e do ultra-processamento dos alimentos (MARTINS et al., 2013). Para as populações rurais, além dessas questões, o processo de desterritorialização da agricultura – que desconecta e descontextualiza processos produtivos e culturas regionais – tem impactado na capacidade de resiliência dos agroecossistemas e do tecido sociocultural das comunidades (PETERSEN, 2013; PLOEG, 2008; HOLT-GIMÉNEZ, 2012; CRUZ *et al.*, 2015).

Nas duas últimas décadas, contramovimentos à expansão do regime corporativo abriram espaço para a construção de redes alternativas de produção e consumo. A proliferação de circuitos curtos, feiras livres, grupos de consumo, associações e cooperativas descentralizadas, experiências de agricultura urbana, de consumo local e de valorização de alimentos tradicionais, permitiu conformar trajetórias inovadoras de desenvolvimento (GOODMAN, DUPUIS E GOODMAN, 2012; GAZOLLA E SCHNEIDER, 2017). Nestes novos mercados circulam mais do que mercadorias. Circulam valores que emanam de uma construção política reunindo uma série de movimentos sociais que, cada vez mais, direcionam suas pautas para a construção de novas práticas alimentares. Estas práticas colocam em

evidência novos significados para os alimentos e, mais amplamente, para o meio rural, os quais estão associados às demandas societárias por equidade, justiça, participação social e sustentabilidade.

A noção de “redes alimentares cívicas” tem sido mobilizada para caracterizar mercados que são formados a partir do engajamento da sociedade civil organizada, e que colocam em evidência novas concepções de “cidadania e democracia alimentar” (RENTING, SCHERMER E ROSSI, 2012). De acordo com Cucco e Fonte (2015), estes mercados relacionam-se com uma diversidade de atores que consideram o alimento como um bem comum e um direito. Nesta perspectiva, coloca-se em primeiro plano a ação coletiva – com destaque para a construção política dos mercados pelos movimentos sociais – na defesa da democracia alimentar (principalmente no que tange ao acesso a alimentos saudáveis) como princípio ético.

A construção destes mercados envolve tanto o esforço diário dos agricultores na criação de novas formas de manejo dos recursos naturais, quanto a ação política de organizações e movimentos sociais econômicos atuando em escala global. Neste sentido, este artigo analisa as estratégias mobilizadas pelas organizações dos assentados da reforma agrária vinculadas ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), tendo em vista a construção social de mercados alimentares no município de Porto Alegre. A pesquisa foi realizada entre 2016 e 2017, por meio de entrevistas com lideranças das organizações dos assentados da reforma agrária e observação *in loco* das experiências de comercialização.

O artigo está organizado em quatro seções, além desta introdução. A segunda seção aborda as características centrais do regime alimentar corporativo e as lutas de resistência dos movimentos sociais agrários sob as bandeiras da agroecologia e soberania alimentar para a construção social de mercados. A seção seguinte apresenta o estudo de caso das organizações dos assentados da reforma agrária no município de Porto Alegre. A quarta seção problematiza analiticamente os resultados alcançados a partir das evidências do estudo de caso. Por fim, a última seção apresenta as principais conclusões.

Contramovimentos ao regime alimentar corporativo

A maneira como os alimentos se movimentam desde os agricultores até os consumidores mudou radicalmente desde a Revolução Industrial, no final do século XVIII, acompanhando as profundas transformações das economias nacionais até o capitalismo globalizado dos dias atuais. Inicialmente circunscritos a uma dimensão espacialmente local e temporalmente imediata, os alimentos transformaram-se em *commodities* que circulam globalmente. Técnicas de manejo industrial permitiram mitigar o problema da perecibilidade, aproximando-os da lógica dos bens de consumo duráveis (FRIEDMANN, 2000). Tal panorama de transformações dos sistemas agroalimentares é analisado por Friedmann e McMichael (1989) por meio da teoria dos ‘Regimes Alimentares’, a qual considera a existência de três períodos: 1. O primeiro regime alimentar, constituído no período final da hegemonia britânica (1870 - 1914); 2. O segundo regime centrado na hegemonia estadunidense no pós II Guerra Mundial (1947 - 1973); 3. O terceiro regime alimentar que se forma a partir de 1980 com característica liberal produtivista e corporativa.

McMichael (2016) define o período atual como ‘Regime Alimentar Corporativo’, no qual os processos de produção e consumo de alimentos estão amplamente integrados aos complexos agroindustriais coordenados por empresas multinacionais globalizadas integradas ao capital financeiro. Segundo o autor, trata-se do regime alimentar adaptado para o projeto de globalização neoliberal, onde há a hegemonia dos conglomerados empresariais transnacionais que determinam suas estratégias independentemente das fronteiras nacionais, bem como estreita correlação com o capital financeiro que influencia diretamente no controle das regras, na especulação dos preços agrícolas, na utilização de novas tecnologias e na compressão do espaço e do tempo (McMICHAEL, 2016; CABEZA, 2010; TETREAULT, 2015). Ademais, vale destacar o fenômeno da ‘supermercadoização’, o qual refere-se ao modo como, ao longo das duas últimas décadas, o setor varejista assumiu o controle da cadeia alimentar, definindo critérios de qualidade, determinando dietas alimentares e se apropriando da maior parcela do valor agregado (OOSTERVEER, *et al.*, 2010; WILKINSON, 2008).

Embora capaz de proporcionar a circulação global dos alimentos de maneira cada vez mais rápida e em grande escala (compressão espaço-tempo), o regime alimentar corporativo vem acarretando uma

profunda crise socioambiental por meio de sua dinâmica de funcionamento. Suas externalidades negativas colocam em xeque o discurso de competitividade, eficiência e produtividade. Assim, diante desse cenário que apresenta elementos de uma crise civilizatória, inúmeros movimentos sociais, dentre os quais os agrários, se constituem com a perspectiva de representar novas possibilidades ao *modus operandi* dos sistemas agroalimentares contemporâneos. Rosset e Torres (2016) descrevem a necessidade de organização destes movimentos diante das crescentes ondas de investimentos do agronegócio que exploram os recursos naturais, criando um conflito direto e crescente com camponeses e outros povos rurais. Por meio de coalizões, relacionamentos e conexões solidárias, os movimentos sociais agrários constituem ‘contramovimentos’ ao “desenraizamento” dos mercados alimentares (POLANYI, 2000).

No Brasil, dois conceitos ganham centralidade na luta dos movimentos sociais agrários na atual conjuntura do regime alimentar corporativo: Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) e Soberania Alimentar (SOBAL). Ambos referem-se à garantia do acesso universal aos alimentos, disponibilidade e regularidade da oferta, sustentabilidade ambiental dos mecanismos de comercialização, redesenho das relações sociais e participação social nos mercados. Com efeito, SAN e SOBAL tornaram-se importantes ‘bandeiras de luta’ dos movimentos sociais ligados à questão agroalimentar, sejam eles rurais ou urbanos. Além disso, abrem uma janela de oportunidades para a agricultura familiar e camponesa participarem da construção social de mercados agroecológicos (PEREZ-CASSARINO e FERREIRA, 2013), destacando a centralidade da condição camponesa e sua lógica de coprodução entre a natureza e sociedade (PLOEG, 2008).

Estudos sobre as agriculturas familiares e camponesas em diversas partes do mundo, incluindo o Brasil, tais como os de Sabourin (2009), Ploeg (2008), Mazoyer (2010), constatam que, quando confrontadas à dependência de mercados globalizados, as mesmas adotam ou revitalizam formas de resistência ou distanciamento da lógica produtivista e mercantil capitalista, inclusive por meio da construção de mercados com lógicas adaptadas à sua realidade. Assim, para Sevilla-Guzman (2011), as características da agricultura e da vida social rural conferem características aos camponeses que são

chamadas de “potencial endógeno”, o qual possui duas dimensões: uma ecológica e outra socioeconômica.

A dimensão ecológica é representada pela ideia de uma “agricultura de baixas entradas” (*low-input*), pela escala de produção adaptada às realidades das agriculturas familiares, pela base energética e pelos agroecossistemas resilientes. Já a dimensão socioeconômica é representada pela força e organização social do trabalho, identidade local e territorial, autonomia, cooperação, solidariedade, reciprocidade e outras formas de ação social coletiva. Na mesma perspectiva, Petersen (2013) destaca que a dinâmica da agricultura camponesa permite a ampliação de espaços de manobra para a realização de estratégias criativas voltadas à agregação de valor e à redução dos níveis de subordinação ao capital e à lógica dos mercados globais.

A agroecologia ganha força nesse debate na medida em que o meio rural, os sistemas agrários e os ecossistemas realizam papel fundamental na busca de soluções para minimizar os impactos do modelo de agricultura intensiva incentivada pelo regime alimentar corporativo. Com a necessidade da organização dos agricultores familiares como condição *sine qua non* de sobrevivência nos sistemas agroalimentares, bem como de criação de modelos produtivos que vão de encontro à crise ecológica, surge a possibilidade de organizar novos tipos de empreendimentos econômicos. Ou seja, diferentemente da racionalidade mercantil capitalista que possui como fim último o lucro privado, a racionalidade camponesa apresenta uma diversidade de motivações, que vão desde a subsistência (POLANYI, 2000) até processos de agregação de valor via criação de pequenas e médias agroindústrias (PLOEG, 2008), assim como a distribuição da riqueza para seus respectivos territórios (MARSDEN e FRANKLIN, 2013).

Nesse contexto, se destacam as ações coletivas do MST, movimento social que se organiza sob a bandeira da reforma agrária, tendo como foco a democratização da terra. O MST conquistou destaque no cenário político nacional e internacional pelos seus repertórios de ação de conflito contra os latifúndios improdutivos e empresas agroalimentares transnacionais, bem como pela constituição de alternativas de produção e comercialização de alimentos que incluem uma massa de agricultores

historicamente excluídos do projeto de modernização da agricultura (MUÑOZ e RIBAS, 2007). Mais recentemente, além da bandeira da reforma agrária, também defende a agroecologia como o modelo de produção agropecuária adequada à realidade dos assentados. Para além da produção, todavia, neste artigo nos interessa entender o modo como o conceito de agroecologia transcende o agroecossistema e se expressa para ‘fora da porteira’, nos processos de comercialização. Nesse sentido, há o inexorável encontro da abordagem da agroecologia com o universo dos mercados.

A leitura mais conhecida e utilizada sobre “o Mercado” (sic) é aquela baseada na perspectiva *mainstream* da teoria econômica, para a qual o indivíduo – calculista e racional – é capaz de processar todas as informações disponíveis para a tomada de decisão mais eficiente dentro de um mercado competitivo, tendo em vista a realização do livre comércio. De acordo com Polanyi (2000), Abramovay (2004), Collins (2009) e Hodgson (1997), tal visão considera o mercado como um ente abstrato e emancipado de qualquer relação social, onde o consumo é a expressão máxima da racionalidade humana. De acordo com Martins e Cattani (2014, p. 15), “há uma contestação crescente do raciocínio monológico que reduz toda a vida social a uma motivação utilitária e econômica, desprezando a complexidade dos demais fatores sociais, culturais, morais, estéticos e ambientais que interferem na mudança social”. Nesse sentido, escolas de pensamento com outras raízes epistemológicas aportaram importantes contribuições alternativas à visão neoclássica.

O presente trabalho se utiliza das contribuições da ‘Nova Sociologia Econômica’ e da ‘Economia Institucional Original ou Histórica’. Nessas perspectivas, os mercados podem ser definidos como “[...] arenas de negociação de identidades, acordos, projetos institucionais e padrões de interação política que transcendem a esfera econômica propriamente dita” (Schmitt e Silva, 2016, p. 389). Definidos no plural, eles representam instituições construídas socialmente que estão permanentemente em disputa. Estas disputas focalizam o controle de recursos econômicos, mas também envolvem a formação de hábitos, crenças, expectativas, regras formais, normas informais, infraestruturas físicas e dispositivos técnicos (AZEVEDO, 2016; ABRAMOVAY, 2004; HODGSON, 1997; FLIGSTEIN, 2001). Com efeito, os mercados construídos por meio da ação coletiva dos movimentos sociais são potenciais

espaços onde ocorrem as lutas por redistribuição de recursos, mas também por reconhecimento de novos valores sociais.

A experiência das organizações de assentados da reforma agrária no município de Porto Alegre, RS

O Estado do Rio Grande do Sul possui 12.447 famílias assentadas distribuídas em 346 assentamentos (INCRA, 2017). Destas, 1097 famílias estão assentadas nos 14 assentamentos da região metropolitana de Porto Alegre, a qual é formada por 33 municípios e concentra 37% da população do Estado, aproximadamente 4 milhões de habitantes. A capital, Porto Alegre, é a cidade mais populosa do Estado com uma população estimada de 1.481.019, de acordo com dados do IBGE (2016).

De maneira geral, após a conquista da terra por meio das lutas sociais do MST, bem como das políticas agrárias do Governo Federal, o desafio seguinte se refere à estruturação dos assentamentos para a construção de infraestruturas e início das atividades de produção agropecuária. Na medida em que estes processos avançam, também há um esforço no sentido da construção de mercados. Na busca pela viabilidade dos assentamentos, o desafio após a produção estar minimamente organizada e a segurança alimentar dos assentados garantida, se refere ao acesso a canais de comercialização já existentes e/ou à construção de novos canais. Para tanto, a estratégia produtiva do MST possui dois eixos centrais: a cooperação agrícola¹ e a produção por meio dos princípios agroecológicos.

No caso dos assentamentos da região metropolitana de Porto Alegre, a comercialização direta por meio das feiras começou a se tornar realidade no final da década de 1990, por meio das ações pioneiras dos assentados localizados nos municípios de Nova Santa Rita e de Eldorado do Sul. A partir dessas experiências, novas famílias dos próprios assentamentos e de outros, começaram a se interessar em se inserir nesse processo. Entre as primeiras feiras se destacam a Feira Ecológica da José Bonifácio e a Feira do Menino Deus.

¹ Atualmente existem 26 organizações formalizadas de assentados da reforma agrária do Rio Grande do Sul, a grande maioria com personalidade jurídica cooperativa.

Atualmente existem 15 feiras ocorrendo semanalmente no município de Porto Alegre, envolvendo diretamente cerca de 50 famílias de agricultores assentados. Tais feiras são coordenadas pelo ‘Grupo Gestor de Hortas e Frutas da Região Metropolitana de Porto Alegre’, uma organização informal que está vinculada às associações e cooperativas da reforma agrária no Rio Grande do Sul, e que possui apoio do INCRA por meio da disponibilização de técnicos. De acordo com uma das lideranças sociais entrevistada,

[...] os objetivos desse grupo gestor são a troca de conhecimento, organização coletiva, organizar a comercialização e a cooperação, fomentar produção de alimentos orgânicos, proteção do meio ambiente, investir em fontes de adubação orgânica, produção de mudas e na agroindustrialização da produção. Este grupo tem regras e critérios, estabelecidos para cada linha de comercialização, e no caso das feiras, por exemplo, é levada em conta a participação, tempo de certificação orgânica, número de feiras e locais, entre outros. (Entrevista com liderança do MST, 2017).

Dentre as feiras pesquisadas, chama atenção a recente criação de feiras da reforma agrária em parceria com *grandes shopping centers* de Porto Alegre. A princípio, o que pareceria uma antítese, vem se revelando uma inovadora forma de escoar a produção de alimentos e desmistificar as realidades dos públicos produtores e consumidores. A Gerente de Marketing do Shopping Praia de Belas explica a motivação da iniciativa: “a procura das pessoas por alimentos orgânicos tem sido cada vez maior nos últimos tempos. Assim, passamos a oferecer uma nova opção na cidade àqueles que optam por este tipo de alimentação e hábito de vida”². Por sua vez, uma das lideranças entrevistadas, destaca que a “comercialização nos *shoppings centers* proporciona o acesso de alimentos limpos e saudáveis a uma classe média empoderada, ao mesmo tempo em que ajuda a desconstruir a imagem do senso comum criado pela mídia sobre a luta do MST.”

Devido ao volume de produção dos assentamentos da reforma agrária no Rio Grande do Sul, as feiras diretas são insuficientes para escoar a produção e, principalmente, para massificar o acesso da população, especialmente da classe trabalhadora, foco do discurso do MST, a alimentos saudáveis. Desse modo, outros canais de comercialização se fazem necessários para superar o famoso ‘gargalo da comercialização’, tão comum à realidade da agricultura familiar. Um deles se refere ao estabelecimento

² Fonte: <http://www.incra.gov.br/noticias/produtos-da-reforma-agraria-tem-novo-ponto-de-comercializacao-no-rs> Acesso em 6 de junho de 2017.

varejista “Loja da Reforma Agrária” localizado em um dos pontos mais movimentados da cidade de Porto Alegre, o Mercado Público.

A Loja da Reforma Agrária, criada em 2002, é responsabilidade da Cooperativa Central dos Assentamentos do Rio Grande do Sul (COCEARGS) e, desde 2008, é administrada pela Cooperativa de Produção Agropecuária Nova Santa Rita (COOPAN). A mesma se caracteriza como uma loja de alimentos orgânicos, sem agrotóxicos e livres de transgênicos, sendo a maioria dos produtos oriundos dos Assentamentos de Reforma Agrária organizados pelo MST, bem como de organizações parceiras de agricultores familiares. O objetivo central de sua criação foi a abertura de um espaço físico permanente de relacionamento e diálogo com os consumidores urbanos, ao mesmo tempo em que ampliava as possibilidades de escoamento das produções dos assentamentos do Estado do Rio Grande do Sul.

Entretanto, o que pode ser uma motivação, também se torna um limite. Segundo entrevistas realizadas, a viabilidade econômica da loja tem revelado dificuldades nos atuais tempos de crise econômica nacional e, embora haja um “*mix* de produtos” oriundos dos próprios assentamentos e de agricultores familiares parceiros, a loja teve que incorporar produtos industrializados de marcas consolidadas no mercado de orgânicos, como é o caso da Mãe Terra, empresa de atuação nacional recentemente adquirida pela Unilever. Novamente, este caso também demonstra não apenas um contramovimento ao avanço das grandes corporações, mas uma coexistência complexa e dinâmica entre diferentes dinâmicas econômicas.

O mesmo tipo de complexidade se revela no público consumidor destes mercados. Enquanto as feiras dos *shoppings centers* têm atraído, sobretudo, consumidores com maior poder aquisitivo, pessoas da terceira idade, com escolaridade relativamente alta e que possuem preocupações centrais com a saúde e o bem estar, na loja da reforma agrária há uma parcela expressiva de consumidores que são “militantes” da causa da reforma agrária, os quais assumem um papel pró-ativo de “consum-atores” que tornam suas práticas de consumo um ato político (NIEDERLE, 2014).

Apesar da expansão das feiras, o escoamento da produção por meio destes circuitos ainda é insuficiente, especialmente no caso do arroz ecológico ‘Terra Livre’, haja vista que os assentados da reforma agrária do Rio Grande do Sul (616 famílias de 22 assentamentos) são os maiores produtores de arroz ecológico da América Latina. Para a safra 2016-2017, a estimativa era colher 550 mil sacas (mais de 27 mil toneladas) do grão, numa área plantada de mais de 5 mil hectares. Mais de 70% desta produção é destinada às compras governamentais por meio do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e ao Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Além disso, as organizações dos assentados mantêm canais de comercialização com grandes redes supermercadistas. De acordo com uma das lideranças entrevistadas “os mercados precisam ser ocupados, mas deve-se cuidar com a dependência e a submissão à lógica dos supermercados. Mas são contradições necessárias para a geração de divisas para os empreendimentos econômicos e às lutas políticas”.

Paralelamente às grandes redes de supermercados, as organizações dos assentados da reforma agrária do Rio Grande do Sul também visam acessar a rede dos pequenos e médios ‘mercados de bairro’ da região metropolitana de Porto Alegre. De acordo com técnicos entrevistados, embora em fase inicial, tais empreendimentos já contabilizam um universo de mais de 4.000 pontos de venda. Vale destacar que os pequenos e médios mercados representam importantes volumes comercializados da produção dos assentamentos, bem como são significativos para o abastecimento alimentar das populações com menor poder aquisitivo, o que vai ao encontro do discurso das lideranças entrevistadas.

Um canal inovador de comercialização refere-se ao comércio virtual de alimentos agroecológicos oriundos dos assentamentos da região metropolitana de Porto Alegre por meio da entrega de cestas de alimentos ecológicos realizado, por exemplo, pela organização ‘Aromas & Sabores do Campo’, a qual foi formada por técnicos e ex-técnicos vinculados ao MST que intermedeiam a comercialização de produtos dos assentados. Apesar de ser um canal exclusivo e limitado, trata-se de uma estratégia de comercialização que avança para o universo em crescente expansão das vendas mediadas por tecnologias de informação e comunicação.

Outra estratégia mobilizada pelas organizações dos assentamentos da reforma agrária para a construção social de mercados refere-se à participação em eventos e feiras esporádicas que ocorrem ao longo do calendário anual. Nesse sentido, as pesquisas apontaram destaque para a Expointer em Esteio/RS, a Feira Nacional de Reforma Agrária em São Paulo, Belo Horizonte e Rio de Janeiro e a Feira da Economia Solidária em Santa Maria/RS. Além de serem espaços onde se comercializam volumes significativos de alimentos produzidos pelos assentados, estes mercados representam importantes espaços de diálogo com a sociedade e mobilização política.

Por fim, é preciso registrar a iniciativa que parte dos consumidores. São as experiências que se apóiam no protagonismo de grupos de consumidores na busca por alimentos saudáveis e com lastro social e ecológico. Nesse caso, vale destacar a experiência do Grupo de Integração Agroecológica (GIA), criado em 2012, que realiza entregas de cestas de alimentos na sede do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mais do que simplesmente facilitar a logística de distribuição e consumo de alimentos agroecológicos, o GIA preza pela discussão de questões relacionadas aos mercados alimentares e a importância da participação ativa dos consumidores na reestruturação das práticas econômicas (PREISS, 2016).

Entre a convencionalização e o enraizamento dos mercados alimentares

Considerando os diferentes circuitos apresentados pelo presente estudo, é possível verificar a conformação de, pelo menos, três tipos distintos de mercados. O primeiro é formado pelos circuitos representados pelas Feiras-Livres, o Comércio Virtual e as Organizações de Consumidores, nos quais predomina uma lógica de “mercados cívicos”, ou seja, há um forte componente ético na ação econômica. Tais mercados representam uma resistência à lógica do regime alimentar corporativo (McMICHAEL, 2016) na medida em que se apóiam em outras compreensões econômicas para além da perspectiva utilitarista apregoada pelo *mainstream* da teoria econômica.

Mesmo assim, a lógica destes mercados cívicos é tensionada na medida em que, por exemplo, as feiras-livres realizadas nos *shoppings centers* de Porto Alegre repercutem uma articulação com justificativas

comerciais e estéticas. Ou seja, os consumidores que tendem a frequentar tais mercados, podem ser motivados por questões que Guivant (2003) denominou de “*ego-trip*” - conceito que representa uma busca individual pelo cuidado com a saúde e o bem-estar pessoal - e/ou são consumidores de ocasião devido à facilidade e conveniência do ato de frequentar *shoppings centers*.

Esse improvável encontro pode proporcionar importantes transformações nos mercados. De acordo com os estudos de Darolt (2012) e Rover (2011), nestes mercados de proximidade a relação consumidor-vendedor vai além da pura troca mercantil. Também se expressa no compartilhamento de experiências de produção, experiências de vida, expectativas de novos alimentos e formas de preparo, o que em última instância gera a construção da confiança mútua, questão chave para a reciprocidade das ações coletivas (SABOURIN, 2009). Assim, o que seria apenas uma transação comercial e impessoal de mercadorias, pode gerar novos significados para a compra e venda de alimentos, potencializando e fortalecendo a construção social desses mercados, bem como o papel dos consumidores enquanto agentes ativos do processo de transformação dos sistemas agroalimentares contemporâneos.

O segundo tipo de mercado apresentado neste estudo refere-se ao ponto varejista de comercialização e a participação em eventos. Este se caracteriza como um híbrido entre as lógicas cívica e estética. Por se localizar em um dos pontos comerciais mais tradicionais de Porto Alegre, a Loja da Reforma Agrária atrai perfis heterogêneos de consumidores. Alguns têm poder aquisitivo relativamente alto e seguem uma lógica individualista de consumo. Mas também há consumidores que se identificam seja com a bandeira da reforma agrária, seja com a bandeira da agroecologia, e procuram o estabelecimento por questões ideológicas, representando um consumo politizado. O mesmo ocorre nas exposições e eventos. A exceção, neste caso, fica por conta dos eventos temáticos específicos, tais como a Feira da Economia Solidária e a Feira da Reforma Agrária, que, em geral, atraem um público de consumidores politizados.

Nesta segunda classificação, também há o tensionamento com o Regime Alimentar Corporativo (McMichael, 2016). Por um lado, ocorre a resistência a partir de um consumo politizado que valoriza uma lógica cívica dos mercados enraizados, destacando valores como confiança, reciprocidade e

cooperação. Por outro, simultaneamente, uma porcentagem significativa do consumo está atrelada a uma lógica estética dos mercados, onde os valores estão associados ao hedonismo e individualismo da tomada de decisão (NIEDERLE, 2017). Em última instância, estes representam os segmentos mais exclusivos e elitizados do regime alimentar corporativo, os quais têm sido o principal alvo dos conglomerados da agricultura orgânica.

Por fim, o terceiro grupo é formado pelas vendas nos supermercados e minimercados. Como esperado, ambos possuem uma lógica comercial e industrial predominante por conta de sua dinâmica de funcionamento. Ou seja, seus valores estão baseados na eficiência e maximização de resultados econômicos. No entanto, para algumas lideranças do MST, o acesso a estes canais de comercialização seria a única maneira atual e imediata de democratizar e massificar o acesso dos trabalhadores aos alimentos saudáveis, contornando o risco de elitização do consumo de alimentos orgânicos. Mas a efetividade desta estratégia tem sido questionada. Segundo entrevistados, a comercialização do arroz agroecológico do MST em uma das maiores redes de supermercados de Porto Alegre foi suspensa pelo próprio Movimento, o que teria se dado após conflitos políticos internos gerados pela constatação de que a mesma estava operando com uma margem de lucro de mais de 100% sobre o valor pago à cooperativa, tornando o produto excessivamente caro ao consumidor e impedindo o acesso àqueles de menor poder aquisitivo.

Considerações Finais

Este artigo analisou as atuais estratégias mobilizadas pelas organizações dos assentados da reforma agrária, em consonância com o MST, para a construção social de mercados alimentares no município de Porto Alegre. A pesquisa dialogou com o debate sobre a expansão do regime alimentar corporativo e os contramovimentos de resistência protagonizados pelos movimentos sociais agrários, os quais fundamentam-se nas bandeiras da agroecologia e da soberania alimentar.

As estratégias das organizações dos assentados da reforma agrária em Porto Alegre se caracterizam pela diversificação de canais de comercialização, o que implica num conflito permanente entre

diferentes lógicas econômicas (Niederle e Wesz Junior, 2018). Cada um desses mercados exige uma postura diferenciada das organizações dos assentamentos da reforma agrária no que se refere ao relacionamento com os demais atores do mercado. Mas o que torna esta dinâmica ainda mais complexa é o processo de hibridização das práticas econômicas, relevando uma imbricação entre lógicas éticas e estéticas.

Estudos futuros buscarão verificar os desdobramentos deste processo, destacando os avanços e os desafios que se apresentam para as mais distintas organizações da agricultura familiar e camponesa. São inúmeras as experiências que buscam superar o chamado ‘gargalo da comercialização’, compreender como vem se dando esse processo e de que maneira ele se coloca frente ao regime alimentar corporativo. Uma segunda questão em aberto refere-se à comparação desse fenômeno com outros contextos sociais, ou seja, uma análise dos caminhos seguidos pelos agricultores e movimentos sociais de outras regiões e países.

Referências

- ABRAMOVAY, R. (2004), Entre Deus e o diabo: mercados e interações humanas nas ciências sociais. **Tempo Social** (revista de sociologia da USP), v.16, n.2, pp. 35-64.
- ALONSO, A. (2009), As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. **Lua Nova**, São Paulo, 76, p.49-86.
- AZEVEDO, P. F. (2016), Emergência de instituições de mercado: a criação de mercados como política para a agricultura: In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- CABEZA, M. D. (2010), El sistema agroalimentario globalizado: impérios alimentarios y degradación social y ecologica. **Revista de Economía Crítica**, nº10, pp. 32-61.
- COLLINS, R. (2009), **As quatro tradições sociológicas**. São Paulo: Vozes.
- CRUZ, F. T; MATTE, A.; SCHNEIDER, S. (Orgs.) (2016), **Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre, Editora UFRGS.
- CUCCO, I.; FONTE, M. (2015). Local food and civic food networks as a real utopias project. **Socio.Hu**, n. 3, p. 22-36.
- DAROLT, M. R. (2012), **Conexão ecológica: novas relações entre agricultores e consumidores**. Londrina: IAPAR.
- FLIGSTEIN, N. (2001), Mercado como política: uma abordagem político-cultural das instituições de mercado. **Contemporaneidade e Educação**, ano VI, n.9, pp.26-55.

- FRIEDMANN, H.; McMICHAEL, P. (1989), Agriculture and the state system: the rise and fall of national agricultures, 1870 to the present. *Sociologia Ruralis*, London, v.29, n.2, 1989, p.93-117.
- FRIEDMANN, H. Uma economia mundial de alimentos sustentável. (2000), In: BELIK, W.; MALUF, R. **Abastecimento e segurança alimentar: os limites da liberalização**. Campinas: Unicamp, pp. 1-21.
- GOODMAN, D. (2003) The quality 'turn' and alternative and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19, n.1, p. 1-7.
- GUIVANT, J. S. (2003) Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. *Ambiente & Sociedade, Campinas, SP*, v. 6 n. 2, p. 63-81.
- HODGSON, G. M. From Micro to Macro: The concept of Emergence and the Role of Institutions. (1997), **International seminar "Institutions and Economic Development: Towards a Comparative Perspective on State Reform"**. UFRJ. Rio de Janeiro, Brazil, 12-14.
- HOLT-GIMENEZ, E. (2013) Food movements united! Future of Food. *Journal on Food, Agriculture and Society*.v. 1, n.1, pp. 85-87.
- MARSDEN, T.; FRANKLIN, A. (2013) **Replacing neoliberalism: theoretical implications of the rise of local food movements**. *Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainable*, 18:5, 635-641.
- MARTINS, P. H. ; CATTANI, A. D. (2014) **Sociologia da dádiva**. *Sociologias*. Porto Alegre, ano 16, n. 36, p.14-21.
- MAZOYER, M. (2010), **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea**. São Paulo: Editora UNESP, Brasília, DF.
- MARTINS, A.; LEVY, R.; CLARO, R.; MOUBARAC, C.; MONTEIRO, C. (2013) **Participação crescente de produtos ultraprocessados na dieta brasileira (1987–2009)**. *Revista de Saúde Pública*, v. 47, p. 656-665.
- McMICHAEL, P. (2016), **Food Regime for Thought. Colóquium Global governance/politics, climate justice & agrarian/social justice: linkages and challenges**. ISS.
- MUÑOZ, E. F. P.; RIBAS, C. C. E. D. (2007), Construção de práticas administrativas autogestionárias nas agroindústrias da reforma agrária. In: **XLV Congresso da SOBER**, Londrina.
- NIEDERLE, P. A. (2014), Política de valor nos mercados alimentares: movimentos sociais econômicos e a reconstrução das trajetórias sociais dos alimentos agroecológicos. Século XXI, *Revista de Ciências Sociais*, v. 4, n. 1, pp. 162-189.
- NIEDERLE, P. A. (2017), Mercados como ordens sociais: uma alternativa aos dualismos da sociologia na agricultura. In: **V Colóquio de Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural**, UFRGS, Porto Alegre, RS.
- NIEDERLE, P. A.; WESZ JUNIOR, V. (2018). **As novas ordens alimentares**. Porto Alegre: UFRGS.
- OOSTERVER, P.; GUIVANT, J. S.; SPAARGAREN, G. (2010), Alimentos verdes em supermercados globalizados: uma agenda teórico-metodológica. In: GUIVANT, J. S.; SPAARGAREN, G.; RIAL, C. **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: Editora da UFSC.
- PEREZ-CASARINO, J.; FERREIRA, A. D. D. (2013), **Agroecologia, construção social de mercados e a constituição de sistemas agroalimentares alternativos: uma leitura a partir da Rede Rcovida de agroecologia**. In: NIEDERLE, P. A.;
- ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Orgs.) **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós.

- PETERSEN, P. (2013), Agroecologia e a superação do paradigma da modernização. In: **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós.
- PREISS, P. V. (2016), Grupo de integração agroecológica: um coletivo de alimentos. In: CRUZ, F. T; MATTE, A.; SCHNEIDER, S. (Orgs.) **Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre, Editora UFRGS.
- PLOEG, J. D. (2008) **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- POLANYI, K. (2000), **A grande transformação: as origens da nossa época**. Rio de Janeiro: Elsevier.
- RENTING, H.; SCHERMER, M.; ROSSI, A. (2012). **Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship**. International Journal of Sociology of Agriculture and Food, v. 19, n. 3.
- ROSSET, P.; TORRES, M. E. M. (2016) **Agroecología, territorio y recampesinización y movimientos sociales**. Estudios Sociales. Revista de investigación científica, 25 (47): 275-299.
- ROVER, O. (2011) **Agroecologia, mercado e inovação social: o caso da rede Ecovida de agroecologia**. Ciências Sociais Unisinos. 47 (1), p. 47-63.
- SABOURIN, E. (2009) **Camponeses do Brasil: Entre a troca mercantil e a reciprocidade**. Garamond: Rio de Janeiro.
- SCHMITT, C. J.; SILVA, M. K. (2016) Das relações Estado/mercado/sociedade civil aos campos de ação estratégica: uma análise das organizações de movimentos sociais na implementação do Programa de Aquisição de Alimentos. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- SEVILLA-GUZMÁN, E. (2011) **Sobre los orígenes de la agroecología en el pensamiento marxista y libertário**. Plural Editores: Bolívia.
- SCHUBERT, M.; SCHENEIDER, S. (2016) **Construção social de mercados e as tendências de consumo: o caso do pavilhão da agricultura familiar da EXPOINTER (RS)**. Ciências Sociais Unisinos, São Leopoldo, v. 52, n. 3, pp. 373-382.
- SILVA, M. K. (2010) **De volta aos movimentos sociais? - Reflexões a partir da literatura brasileira recente**. Revista Ciências Sociais Unisinos, v. 46, p.2-9.
- TETREAULT, D. (2015) **Interrogando a la soberania alimentária: una reseña del libro regímenes alimentarios y cuestiones agrarias de Philip McMichael, 2015**. Estudios críticos del desarrollo, vol. V, n.9, pp. 229-243.
- WEBER, M. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Volume I. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2015.
- WILKINSON, J. (2016) Os mercados não vêm mais do “Mercado”. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- WILKINSON, J. (2008) **n os inputs para analisar os micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil**. In: WILKINSON, J. **Mercado, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS/PGDR.