

**UFRRJ**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

**DISSERTAÇÃO**

**“Comer é um ato político”: O Movimento dos Pequenos  
Agricultores (MPA) e a politização do consumo**

**Jennifer Harumi Tanaka**

**2019**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM**  
**DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

**“COMER É UM ATO POLÍTICO”:  
O MOVIMENTO DOS PEQUENOS AGRICULTORES (MPA) E A  
POLITIZAÇÃO DO CONSUMO**

**JENNIFER HARUMI TANAKA**

*Sob a Orientação da Professora*  
**Maria de Fátima Ferreira Portilho**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Ciências Sociais**, no Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade.

Rio de Janeiro, RJ  
Março de 2019

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

T161 Tanaka, Jennifer Harumi , 1992-  
"Comer é um ato político": O Movimento dos Pequenos  
Agricultores (MPA) e a politização do consumo /  
Jennifer Harumi Tanaka. - Rio de Janeiro, 2019.  
139 f.: il.

Orientadora: Maria de Fátima Ferreira Portilho.  
Dissertação(Mestrado). -- Universidade Federal Rural  
do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação de  
Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e  
Sociedade/Ciências Sociais, 2019.

1. Consumo político. 2. Movimento dos Pequenos  
Agricultores (MPA). 3. Politização da alimentação. 4.  
Raízes do Brasil. 5. Consumo alimentar. I. Portilho,  
Maria de Fátima Ferreira, 1967-, orient. II  
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.  
Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em  
Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade/Ciências  
Sociais III. Título.

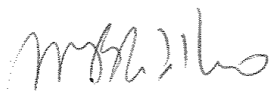
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento,  
Agricultura e Sociedade (CPDA)

## Jennifer Harumi Tanaka

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais.

Dissertação aprovada em 15/03/2019.



Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> MARIA DE FATIMA FERREIRA PORTILHO (CPDA/UFRRJ)  
(Orientadora)



Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> CLAUDIA JOB SCHMITT (CPDA/UFRRJ)



Prof. Dr. PAULO ANDRÉ NIEDERLE (UFRGS)



## APRESENTAÇÃO E AGRADECIMENTOS

Dentre muitas possibilidades de temas de pesquisa, a escolha para este trabalho foi discutir como tem se dado a percepção e a incorporação das estratégias de politização do consumo por movimentos sociais do campo. Possivelmente isto ocorreu como reflexo da minha própria busca por construir pontes entre estas duas dimensões do sistema agroalimentar. Dessa forma, me parece justo compartilhar com a leitora e com o leitor os caminhos e as motivações que me moveram durante essa jornada, ao contar quem sou enquanto profissional, pesquisadora e autora, e poder demarcar a minha voz e o meu lugar de fala nas linhas que estão por vir.

Começo por mencionar que a materialização deste projeto constitui um resumo do desafio que foi colocar em diálogo Nutrição com Ciências Sociais. À luz da emergência de novos modos de ver o mundo e suas relações, eu, nutricionista cursando mestrado em Ciências Sociais, naveguei pelas curvas sinuosas que são as fronteiras pré-estabelecidas entre as ciências naturais e as ciências humanas. Se cada área parece estar em constante busca por delimitar e conquistar o seu pedaço de terra, este trabalho em contrapartida se propõe a se debruçar sobre os espaços que são comuns. A partir de uma mistura entre as temáticas da alimentação e da agricultura, e também da produção e do consumo alimentar, procurei levantar perguntas diferentes, na esperança de, então, alcançar respostas diferentes.

A disciplina da nutrição, pode-se dizer, tem formado *experts* em consumo. A formação consiste em uma preparação extensa, profunda e detalhada sobre como, quanto, com qual frequência e por quais motivos consumir. O papel do nutricionista pode ser resumido em entender, explicar e sugerir como os sujeitos, individualmente ou em grupo, devem consumir (ou não) uma variedade de alimentos. Uma ressalva importante é notar que a especialidade dos nutricionistas é o consumo alimentar. Em nutrição, quando se fala em “consumo”, subentende-se a noção de consumo de alimentos em geral, e são as outras formas de consumo que devem ser acompanhadas por outros adjetivos. Para os nutricionistas, consumo corresponde à ingestão de alimentos, nutrientes e calorias ou mesmo, de uma forma tautológica, o modo de comer comida. As outras formas são o consumo de energia, de moda, de experiências etc.

Nos dias de hoje, comida e alimentação são assuntos que mobilizam as pessoas. A cacofonia de informações sobre essa temática se tornou onipresente. Estamos cercados pelos guias gastronômicos que classificam os restaurantes badalados, pelas revistas que apresentam dietas da moda, pelos *chefs* que viram celebridades de televisão, pelos dados cada vez mais alarmantes de doenças relacionadas à má alimentação e até pelas opções de refeições *vegan* e orgânicas em suas versões congeladas. Nesse contexto, quando as pessoas descobrem que você é nutricionista, o assunto principal torna-se rapidamente o carboidrato, o glúten ou qualquer outro queridinho da vez. Porém, em uma ocasião, uma questão me pegou despreparada, quando me perguntaram: E sobre a compra de alimentos locais e livres de agrotóxicos direto do produtor, qual é a sua opinião? Eu, uma defensora da “comida de verdade” e de uma alimentação saudável que seja acessível a grande parte da população, no susto, respondi: Com tantos assuntos urgentes como a fome e os números alarmantes de obesidade, diabetes e hipertensão arterial, você acha que dá tempo de pensar em produção local e orgânica? Hoje, alguns anos depois, percebo que o equívoco dessa resposta improvisada foi separar o ato de comer em caixas; e realmente acreditar que a especialidade do nutricionista era a nutrição e o consumo, enquanto as reivindicações sobre o modo de produzir alimentos não estavam diretamente relacionadas a mim ou à minha profissão.

Se as esferas da produção e do consumo alimentar estivessem cada uma em um dos lados da balança símbolo da profissão de nutricionista, representando equilíbrio<sup>1</sup>, essa balança penderia fortemente para o lado do consumo. Cada vez mais, eu observava a formação de uma hierarquia de prioridades entre os temas da produção e do consumo. Ao notar essas polaridades, começava a florescer um desafio pessoal, o qual buscava encontrar ou mesmo construir ligações entre alimentação e agricultura, entre consumo alimentar e produção agrícola, entre camponeses e consumidores urbanos. Não apenas porque eu vivenciei um processo formal de aprendizado focado na nutrição, que para mim comer é um ato que, além de biologicamente trivial, é central. Ao longo da minha trajetória a comida concentrou uma pluralidade de inquietações, desde a mesa da cozinha, a curiosidade em conhecer a origem dos ingredientes do jantar, a indignação com o volume de casos de subnutrição infantil grave que acompanhei trabalhando em uma ONG na zona norte da capital paulista, chegando até à participação nas reivindicações por melhorias nos restaurantes universitários. Nesse caso, se este trabalho tem por objetivo tratar, por um lado, do consumo alimentar, eu me percebo inserida nesse contexto, pois sou uma comedora, sou uma consumidora.

Em contrapartida, minha relação com a esfera da produção de alimentos é outra. Sem exageros, até outro dia, eu nunca havia comido uma fruta direto do pé. Nunca tinha cultivado nada além de um vaso de manjerição comprado no supermercado e estrategicamente posicionado próximo à janela do apartamento. Talvez, o mais próximo que eu tenha chegado de semear um alimento foi plantando feijão no algodão durante o ensino fundamental. Na mesma direção caminhou o meu percurso acadêmico. Foram raras as vezes que me recorde de ter refletido e debatido sobre movimentos sociais do campo, campesinato e agricultura familiar na sala de aula da graduação em Nutrição. Dentre esses, talvez o tema que mais tratamos foi agricultura familiar. Pela minha memória, foram duas vezes: uma enquanto estudávamos o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e outra durante a apresentação do *Guia Alimentar para a População Brasileira*. Com um olhar mais atento, por curiosidade, consultei este último, uma publicação oficial do Ministério da Saúde, e pude notar os mesmos desequilíbrios. Há poucas menções aos termos “agricultura familiar” e “agricultores familiares” – no total, são quatro menções na versão de 2008 e cinco na edição de 2014. Por outro lado, os termos “consumo” e “consumidor” aparecem, no total, 132 vezes na edição de 2008 e 68 vezes na edição de 2014.

A suspeita de que a minha história pessoal e acadêmica é como a de muitos dos nascidos após os anos 90 nos grandes centros metropolitanos é grande. Nutricionistas ou não, arrisco considerar que muitos tiveram suas trajetórias distanciadas das zonas agrícolas e aproximadas das áreas urbanas. Por exemplo, enquanto os meus avós possuem histórico de forte relação com a terra, com a plantação e a produção de alimentos, a geração dos meus pais já apresenta dificuldades com os saberes que antes eram tradicionais. No meu caso, a despeito de ter o alimento como objeto principal de estudo e poder descrever com precisão o perfil nutricional de praticamente qualquer preparação e as repercussões do seu consumo para o corpo humano, não saberia diferenciar uma mangueira de um abacateiro, ou mesmo reconhecer os arbustos dos quais nascem a quinoa, a chia, a linhaça ou tantos outros “superalimentos” da moda. Sobre a geração seguinte à minha, as experiências vivenciadas por mim durante a execução de oficinas de Educação Alimentar Nutricional e eternizadas em

---

<sup>1</sup> O Conselho Federal de Nutricionistas (CFN), na Resolução CFN Nº 343, de 7 de dezembro de 2004, que dispõe sobre os sinais distintivos da profissão de nutricionista e dá outras providências, institui que o símbolo dos nutricionistas é formado pela balança, que significa equilíbrio, juntamente com a serpente e o trigo, que simbolizam respectivamente saúde e alimentação.

cenas de documentários como *Muito Além do Peso*<sup>2</sup>, de Estela Renner, demonstram que as crianças já apresentam dificuldades em identificar uma “simples” batata, apesar de estarem expostas constantemente a sua versão industrializada, aquela em rodelas, frita e embalada em um pacote plástico. Isso sugere um distanciamento físico e afetivo entre consumo e produção.

Embora sejamos todas e todos comedores e consumidores, não podemos mais afirmar que somos todos agricultores e produtores de alimentos. A globalização, a urbanização e a industrialização, por um lado, podem ter estreitado as fronteiras entre produção e consumo alimentar. No entanto, por outro lado, essas transformações do sistema agroalimentar tornaram as cadeias mais longas e fomentaram o anonimato em relação à origem, aos modos de produção e às pessoas que estão por trás da produção dos itens disponíveis nas prateleiras. Nesse contexto, minha hipótese é que, cada vez mais, o comer, a comida e a alimentação têm sido acionados por movimentos sociais do campo, como o Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), com a expectativa de criar pontes entre campo e cidade, e entre movimentos sociais, camponeses e consumidores urbanos.

Munida de perguntas e em busca de algumas repostas, a primeira experiência de equilibrar os lados da balança se concretizou durante meus estudos complementares na Universidade de Toronto, no Canadá. Em cooperação com um grupo de estudos chamado *FEAST – Food, Equity and Activism Study Team*<sup>3</sup>, coordenado pela professora Sarah Wakefield, do Departamento de Geografia dessa universidade, desenvolvi um projeto que tinha como fio condutor comparar a variedade de noções sobre “*local food*” a partir das perspectivas de ativistas alimentares do Canadá e do Brasil<sup>4</sup>. Uma das limitações mais importantes desta pesquisa foi a tradução de termos como “*small farmers*” e “agricultura familiar”. Não era só uma questão gramatical ou de tradução literal. Os sentidos e os significados dessas ideias não cabiam na ferramenta do *Google Tradutor*. Em diversas conversas com a professora Wakefield, não nos entendíamos; era aquela conversa clássica: eu dizia uma coisa e ela entendia outra. Possivelmente, porque nossos vocabulários eram insuficientes para significar as particularidades do que queríamos dizer. Frente a esse impasse, mergulhei nos estudos sobre agricultura familiar, pois precisava e (mais ainda) queria entender sobre o que se tratava.

Tudo isso contribuiu para antes de retornar ao Brasil eu já estar inscrita no processo seletivo de mestrado do CPDA/UFRRJ. No campo da Nutrição, a parte mais pesada da balança, como descrito anteriormente, representava o enfoque dos estudos do consumo, às custas de pouco debate acerca da produção, e menos ainda sobre as particularidades vivenciadas pelos agricultores familiares e camponeses. Nas Ciências Sociais, pode-se dizer que a balança pedia justamente para o sentido oposto. Em especial na Sociologia Rural, os estudos se concentram na produção, e atraem a maioria dos pesquisadores, enquanto um menor número de análises e investigadores destinam-se à temática do consumo. Nesse sentido, este trabalho nasce do desejo de equilibrar essa balança.

A proposta inicial para a pesquisa de mestrado se desenhava em torno de analisar a perspectiva dos consumidores sobre a agricultura familiar e seus produtos. Partia do

---

<sup>2</sup> O documentário *Muito Além do Peso*, dirigido por Estela Renner, foi lançado em novembro de 2012 e, segundo os organizadores, tem como objetivo a “sensibilização e mobilização da sociedade sobre os problemas decorrentes do consumismo na infância”. O documentário está disponível para *download* em: <http://www.muitoalemdopeso.com.br/download/>

<sup>3</sup> Mais informações sobre o grupo de estudos *FEAST*, seus membros e publicações estão disponíveis em: <https://feast-uoft.org/>

<sup>4</sup> A pesquisa *Defining local food: analysing understands of food system re-localisation in Brazil and Canada* foi realizada entre os meses de junho e agosto de 2016. Um relatório final foi entregue ao CNPq e até o momento a pesquisa não foi publicada.

pressuposto da existência de consumidores politizados que, em sua relação com os alimentos, já priorizavam a agricultura familiar. Tal pressuposto se baseava nos inúmeros filiados e simpatizantes de movimentos como, por exemplo, o *Slow Food*, os grupos de consumo responsável, as feiras orgânicas e/ou direto com o produtor. Por esse motivo, a princípio o interesse principal da pesquisa se concentrava no estudo dos “consumidores comuns” ou “ordinários”, e não daqueles que podem ser considerados em alguma medida “politizados” ou “engajados”. No entanto, os obstáculos metodológicos para determinar uma amostra significativa de consumidores comuns, somados à previsão de certa inconsistência de interpretação dos resultados sobre em que medida as perspectivas desses consumidores sobre agricultura familiar e seus produtos impactam as suas práticas de compra convergiam em questões que pareciam demasiadamente grandes para o prazo de realização de uma dissertação de mestrado. Afinal, dentro das Ciências Sociais tudo era, e é ainda, muito novo para mim. Assim, junto com a orientadora, Fátima Portilho, fizemos o exercício de mudar o sujeito da frase: E os camponeses e seus movimentos sociais, o que será que eles pensam sobre os consumidores? Para essa pergunta, a resposta nos parecia menos óbvia e nos permitia observar a construção, “de dentro” da esfera da produção, da noção de consumidor. Apesar do desenvolvimento de uma vasta literatura sobre campesinato, agricultura familiar e movimentos sociais do campo, ainda há poucas publicações relacionando estes atores com o consumo. Ademais, esse me parecia um bom caminho para começar a conectar internamente a nutricionista e a pesquisadora da área de Ciências Sociais, construindo uma ponte de mão dupla capaz de fazer uma conexão da produção até o consumo e do consumo até a produção.

Assim sendo, neste texto, revelo o meu esforço constante em valorizar mutuamente produção e consumo, bem como seus atores, nomeadamente, os camponeses e os consumidores de alimentos. Entendo que ambos são partes diferentes, porém interligadas e igualmente importantes no sistema agroalimentar. Essa condicionalidade tem levado alguns autores a evidenciar a necessidade de estudá-los como domínios relacionais. Como disse a nutricionista Rossana Proença, em 2004, no prefácio da edição brasileira do livro *Sociologias da Alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*, de Jean-Pierre Poulain, são exercícios como este que nos fazem ter a coragem de “sair dos casulos científicos” e desafiar as “divisões de áreas”. Ainda segundo Proença (2004, p. 13), “embora a discussão da multi e transdisciplinaridade faça sucesso quando no discurso, a prática é um pouco mais complexa, com preocupações de manutenção de espaços e jargões bastante evidentes”.

Espero com este trabalho, portanto, assumir um lugar de vanguarda no que se refere à alimentação e nutrição, e também no que se refere ao diálogo entre os Estudos do Consumo, os Estudos Rurais e os Estudos da Alimentação, no contexto das Ciências Sociais. Exponho aqui minha opção por levar a sério os jargões que a cada dia vão ficando mais conhecidos, como “comer é um ato político” ou “comida de verdade no campo e na cidade”. E compartilho minha expectativa de ter conseguido ampliar as perguntas, para ter ao menos direcionado luz a questões elusivas; àquelas que são em alguma medida presentes, porém marginalizadas.

Dito isso, agradeço de forma objetiva e sucinta a todas e todos que me acompanharam até aqui. Felizmente, alguns puderem estar mais próximos nessa jornada do mestrado, outros, mesmo de longe, se fizeram imensamente presentes.

O meu obrigado curto, porém sincero à minha família e amigos. Também os compartilho com a comunidade CPDA que conquistou meu coração, obrigado aos colegas de turma, aos funcionários, aos professores e, em especial, à minha orientadora.

Como não poderia deixar de ser, obrigada aos militantes do MPA, por na vida pessoal me inspirarem, e na vida acadêmica terem sido a minha grande motivação. Nesse agradecimento, nomeio com carinho especial àqueles mais diretamente envolvidos com o

Raízes do Brasil durante o período desta pesquisa: Ali Alvarez, Bianca Alves, Bruna Távora, Bruno Geraldo, Camila Franceschi, Cristina Valle, Débora Oliveira, Eliel Ferreira, Evandro Apolonio, Humberto Palmeira, Jessé Santos, Jozelita Tavares, Marciano Silva e Matheus Goveia.

À todas e todos brasileiras e brasileiros que contribuem e mais do que isso acreditam na importância do ensino e da universidade pública registro o meu agradecimento. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. E, por fim, pela bolsa de estudos agradeço também ao CNPQ.

## RESUMO

TANAKA, Jennifer Harumi. “**Comer é um ato político**”: O Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) e a politização do consumo. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ. 2019.

A partir dos anos 2000, observa-se a presença nas bandeiras de luta de diversos movimentos sociais do campo de uma profusão de novos bordões, tais como “alimentação saudável como parte da garantia à soberania alimentar”, “comida de verdade no campo e na cidade” e “comer é um ato político”. As temáticas da alimentação, da comida e do comer passaram a ocupar o núcleo da estratégia de ação do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), que se reposiciona pela defesa de uma agricultura camponesa que produz alimentos saudáveis e pela construção de sistemas de comercialização direta, politizando o consumo. Esta dissertação problematiza essas questões e tem como principal objetivo analisar como tem se dado a incorporação da estratégia de politização do consumo pelo MPA. O objeto de pesquisa foi um conjunto de posicionamentos, discursos e ações desenvolvidas no Raízes do Brasil, um espaço voltado para a comercialização de alimentos da agricultura camponesa, inaugurado pelo MPA na cidade do Rio de Janeiro/RJ em 2017. A principal justificativa para o desenvolvimento desta pesquisa foi somar esforços ao quadro teórico surgido após o *consumption turn*, ou seja, o redirecionamento do interesse da teoria social para a esfera do consumo, buscando discutir um tema relativamente pouco debatido: a atuação de movimentos sociais do campo no meio urbano e, em particular, na esfera do consumo. A estratégia metodológica baseou-se em uma abordagem qualitativa de coleta e análise de dados, com observação participante no Raízes do Brasil, entrevista semiestruturada com uma liderança do MPA e análise de conteúdo de documentos e posicionamentos oficiais do movimento. Verificamos que a incorporação do consumo político pelo MPA é um fenômeno consistente, relacionado a um projeto político de formar e fortalecer alianças, compromissos e solidariedades com os consumidores urbanos, desdobrando-se de forma complementar ao seu repertório tradicional de ação política. Contudo, há desconfortos e hesitações com as categorias “consumo” e “consumidor”, enquanto as expressões mais comumente acionadas são “povo brasileiro”, “trabalhadores urbanos” e “operários”. Isso denota a dificuldade do MPA em lidar com o consumo como categoria política e a consequente permanência de um *framework* centrado na produção, reforçando a assimetria entre essas duas searas.

**Palavras-chaves:** Consumo político, Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), Politização da alimentação.

## ABSTRACT

TANAKA, Jennifer Harumi. **“Eating is political”: Small Farmers’ Movement (MPA) and the politicization of consumption.** 2019. Thesis (Master in Social Sciences). Federal Rural University of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ. 2019.

From the 2000s onwards, a profusion of slogans such as "healthy food for food sovereignty", "real food in the countryside and in the city" and "eating is political" have emerged in the struggle led by rural social movements. The themes of food and eating are now at the core of the *Movimento dos Pequenos Agricultores's* (MPA, Small Farmers' Movement) strategy for action, which, has been repositioned to defend peasant agriculture that produces healthy food and builds direct marketing systems, politicizing consumption. This dissertation addresses these questions and has as its main objective to analyze how the incorporation of the political consumerism strategy by the MPA has taken place. The research object was a set of positions, speeches and actions developed in *Raízes do Brasil*, a space focused on the commercialization of food originating from peasant agriculture, which was inaugurated in 2017 by the MPA in the city of Rio de Janeiro/RJ, Brazil. The main justification for the development of this research was to contribute to the theoretical framework emerged from the consumption turn, that is, the conceptual shift in the interest of social theory towards the sphere of consumption. It seeks to address a relatively less debated theme: the actions of rural social movements in the urban environment and, particularly, in the sphere of consumption. The methodological strategy used was based on a qualitative approach to data collection and analysis, namely participant observation, in addition to a semi-structured interview with a MPA leader and the analysis of documents content and official statements made by the movement. We found evidence that the incorporation of the political consumerism strategy is a consistent phenomenon, related to a political project to form and strengthen alliances, commitments and solidarities between the movement and urban consumers, which has been unfolded in a complementary way to its traditional repertoire of political actions. However, there are still tensions and hesitations with "consumption" and "consumer" categories, while the most used expressions were "Brazilian people" and "urban workers". This has pointed out to the MPA's difficulties in dealing with the consumer as a political category and the consequent persistence on a framework centered in production, which reinforces the asymmetry between the two spheres.

**Keywords:** Political consumerism, Small Farmers’ Movement (MPA), Politicization of food.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Acampamento da Seca, MPA, Rio Grande do Sul, 1996.....	13
<b>Figura 2.</b> Mapa de feiras agroecológicas e barracas camponesas de alimentos saudáveis, MPA, Rio de Janeiro, 2018.....	53
<b>Figura 3.</b> Mapa da região central do município do Rio de Janeiro e arredores com indicações de localização do Raízes do Brasil e de suas principais atividades, Rio de Janeiro, 2019. ....	54
<b>Figura 4.</b> Divulgação nas mídias sociais de cartazes expostos no Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2018.....	62
<b>Figura 5.</b> Divulgação nas mídias sociais das preparações servidas durante o o “II Raízes Latino-Americanas – Uma viagem pelos nossos sabores”, Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2018.....	71
<b>Figura 6.</b> Divulgação nas mídias sociais do cardápio e do hambúrguer de feijão fradinho com picles de quiabo e maionese de inhame servidos no Dia dos Pais no Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2018. ....	72
<b>Figura 7.</b> Divulgação nas mídias sociais do queijo parmesão artesanal do Sítio do Armando, de Bocaina de Minas/MG comercializado no Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2019.....	73
<b>Figura 8.</b> Divulgação nas mídias sociais de consumidores que curtem e apoiam o Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2019.....	86
<b>Figura 9.</b> Divulgação nas mídias sociais da III Campanha Natal Sem Veneno do MPA, 2018. ....	89
<b>Figura 10.</b> Divulgação nas mídias sociais da III Campanha Natal Sem Veneno do MPA, 2018.....	90
<b>Figura 11.</b> “Café do Campesinato” produzido pela CPC/BA e comercializado no Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2019.....	96
<b>Figura 12.</b> “Cachaça Crioula – Produto do Campesinato”, produzida pela CPC/ES e comercializada no Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2019.....	97
<b>Figura 13.</b> Registro de trabalho de campo: Opções de açúcar disponíveis no Café da Manhã Camponês, Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2018. ....	98
<b>Figura 14.</b> Divulgação nas mídias sociais de alimentos servidos Café da Manhã Camponês identificados por nome e detalhes de sua origem, Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2018.....	99
<b>Figura 15.</b> Registro de trabalho de campo: Exemplo de tabela de pedidos para a encomenda da Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis, Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2019. ....	100
<b>Figura 16.</b> Divulgação nas mídias sociais da roda de conversa “Unindo campo e cidade: Como construir espaços de comercialização popular?”, Terra Crioula, MST/RJ, Rio de Janeiro/RJ, agosto de 2018 .....	117



<b>Figura 17.</b> Divulgação nas mídias sociais da reunião do grupo de coordenadores de núcleos da Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis, Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, agosto de 2018 .....	121
---	-----

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1.</b> Levantamento de eventos promovidos pelo Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2017-2019. ....	66
---	----

## LISTA DE SIGLAS

AFN	<i>Alternative Food Networks</i>
Amal	Associação de Moradores de Laranjeiras
BSE	<i>Bovine Spongiform Encephalopathy</i>
Capina	Cooperação de Apoio a Projetos de Inspiração Alternativa
CCB	Centro Cultural de Brasília
CDDH	Centro de Defesa dos Direitos Humanos
CEDAC	Centro de Ação Comunitária
CFN	Conselho Federal de Nutricionistas
CNI	<i>Congreso Nacional Indígena</i>
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
Conab	Companhia Nacional de Abastecimento
CONAQ	Coordenação Nacional de Comunidades Quilombolas
Consea	Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
Contag	Confederação Nacional dos Trabalhadores da Agricultura
Coolmeia	Cooperativa Ecológica
Coonatura	Cooperativa de Consumidores de Produtos Naturais
Cooperbio	Cooperativa de Produtores Orgânicos e Biodinâmicos
Copirecê	Cooperativa Agropecuária Mista Regional de Irecê
CPC	Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa
CPT	Comissão Pastoral da Terra
CSA	<i>Community Supported Agriculture</i>
CUT	Central Única dos Trabalhadores
DAP	Declaração de Aptidão ao Pronaf
ESS/UFRJ	Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro
Fetag	Federação dos Trabalhadores na Agricultura
Fetraf	Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar
FUP	Federação Única dos Petroleiros
GM	<i>General Motors</i>
JDE	<i>Jacobs Douwe Egberts</i>
MAB	Movimento dos Atingidos por Barragens
MCP	Movimento Camponês Popular
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MHuD	Movimento Humanos Direitos
MICC	Movimento de Integração Campo Cidade
MMA	Movimento das Mulheres Agricultoras
MMC	Movimento das Mulheres Camponesas
MPA	Movimento de Pequenos Agricultores
MPP	Movimento de Pescadores e Pescadoras Artesanais
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
MTD	Movimento dos Trabalhadores por Direitos
MTST	Movimento dos Trabalhadores Sem Teto

NEAD	Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural
Nupens/USP	Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo
ONG	Organização Não Governamental
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
Pronaf	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
Pronera	Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSL	Partido Social Liberal
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro
QADE/UFRJ	Grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão Questão Agrária em Debate da Universidade Federal do Rio de Janeiro
Rede Cau	Rede Carioca de Agricultura Urbana
SBV	Sociedade Brasileira de Vegetarianismo
Sipaf	Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar
STF	Supremo Tribunal Federal
STR	Sindicato de Trabalhadores Rurais
UFABC	Universidade Federal do ABC
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UFRRJ	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Unesp	Universidade Estadual Paulista
USP	Universidade de São Paulo

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I – O MOVIMENTO DOS PEQUENOS AGRICULTORES (MPA) E SUAS PAUTAS: DA LUTA POR CRÉDITO À DEFESA DA COMIDA SAUDÁVEL .10</b>	
1.1 Um Pouco mais que “Um Passe de Mágica”: A “Mobilização da Seca” e a Fundação do MPA.....	11
1.2 O Crédito como Luta Prioritária do MPA: Pronaf Custeio Especial, o “Pronafinho”.....	17
1.3 Os Encontros Nacionais do MPA e o Plano Camponês: “Da Agricultura Camponesa para Toda a Sociedade” .....	21
1.4 A Construção das Pautas da “Comida Saudável” e da “Aliança com a Cidade”: do I Congresso Nacional do MPA até os Dias de Hoje .....	30
<b>CAPÍTULO II – RAÍZES DO BRASIL: UM “SISTEMA DE ABASTECIMENTO POPULAR” DE ALIMENTOS EM UM GRANDE CENTRO URBANO .....</b>	<b>36</b>
2.1 “O Que Fazer com a Produção da Porteira para Fora?”: A Comercialização de Alimentos nos Centros Urbanos como Estratégia de Luta do MPA .....	38
2.1.1 “O Rio de Janeiro não estava no nosso radar”: A chegada do MPA em um grande centro urbano .....	38
2.1.2 A comercialização como o principal “gargalo” dos camponeses fluminenses: Feira e Cesta Camponesas de Alimentos Saudáveis.....	43
2.2 Raízes do Brasil: Para “Passar a Mensagem do que É o MPA e sobre o que o MPA Faz”.....	47
2.2.1 Iniciando o contato com o “povo da cidade”: a abertura do Raízes do Brasil.....	48
2.2.2 A alimentação como um “instrumento para ampliar o diálogo com a cidade”: (re)conexões entre produção e consumo.....	58
2.2.2 O Raízes do Brasil e as tendências da alimentação contemporânea.....	65
<b>CAPÍTULO III – MPA, RAÍZES DO BRASIL E A POLITIZAÇÃO DO CONSUMO, DA COMIDA E DA ALIMENTAÇÃO .....</b>	<b>75</b>
3.1 O MPA “Saiu da Bolha”: o Raízes do Brasil como um Campo de Experimentações.....	76
3.1.1 Política da “porteira para fora”: as dimensões políticas do consumo e do consumidor ..	78
3.1.2 Expressões de consumo político: <i>Buycott</i> , desfeticização da mercadoria e encurtamento de cadeias .....	85
3.2 “A Gente Vai Fazendo com as Próprias Mãos, Nossas e dos Amigos”: os Consumidores Urbanos são os “Novos Amigos” do MPA?.....	104
3.2.1 Um novo ator no sistema agroalimentar: Povo brasileiro, setores urbanos, trabalhadores da cidade, operários ou consumidores? .....	106
3.2.2 “Um processo de corresponsabilização dos consumidores”: o caso da Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis.....	114
<b>CONCLUSÕES.....</b>	<b>125</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>130</b>

## INTRODUÇÃO

O sistema agroalimentar vem passando por grandes transformações desde de meados do século XX, com destaque para a modernização da agricultura, a industrialização de alimentos, a globalização das cadeias e a segmentação dos mercados, fatos que causaram impactos profundos nas relações entre a produção e o consumo de alimentos ao redor do mundo.

Diversos movimentos sociais e analistas mostraram que, no contexto dos países do Norte Global, a produção e o consumo foram completamente desconectados, tornando a dieta dessas populações cada vez mais baseada em alimentos industrializados (DAROLT et al, 2016; GOODMAN, 2017; MCMICHAEL, 2009; PLOEG, 2008; POULAIN, 2013). Isso trouxe à tona uma série de novas questões, tais como: as críticas ao “distanciamento” e à “desconexão” entre as esferas da produção e do consumo e seus respectivos atores, e as reivindicações em torno da construção de cadeias de abastecimento cada vez mais curtas e da valorização de alimentos locais.

No Brasil, também surgiram críticas a uma suposta ruptura e desconexão, e posteriores esforços de reconexão entre produção e consumo alimentar. Essas críticas e esforços surgiram em diversos âmbitos, por exemplo: nos discursos e práticas dos movimentos sociais, especialmente entre os movimentos sociais do campo e os movimentos de consumidores; em políticas públicas, como aquelas que priorizam a compra institucional de alimentos da agricultura familiar; na organização de novos mercados dedicados à comercialização de alimentos com enraizamento social; e nas pesquisas acadêmicas, especialmente das áreas de Nutrição e Estudos Rurais (BEZERRA; SCHNEIDER, 2012; DAROLT et al, 2016; REAL; SCHNEIDER, 2012; TRICHES, 2010; TRICHES; SCHNEIDER, 2015).

Em contrapartida, alguns pesquisadores brasileiros ponderam que em países e regiões onde a modernização da agricultura foi menos intensa, não teria havido um processo de desconexão entre produtores e consumidores, considerando que a maioria das práticas de abastecimento doméstico se dá através de mercados locais e que a alimentação desses grupos se baseia de forma geral em alimentos frescos preparados em casa (CASSOL, 2013; CRUZ, 2012). Argumenta-se, por exemplo, que mesmo com a presença de gigantes da indústria alimentícia mundial, o cardápio comum à grande parte da população brasileira tem seus ingredientes produzidos predominantemente por pequenos e médios agricultores (BARBOSA, 2007). Por esse prisma, o cenário brasileiro seria mais bem analisado como um processo de perda de centralidade e valorização de práticas tradicionais de produção, seguido pela emergência de experiências, práticas e discursos que buscam reconhecer, valorizar e legitimar modos de produção, conhecimentos e relações de proximidade presentes nessas regiões.

Na esteira das discussões sobre as nuances dos processos de conexão e desconexão, diversos autores apontam a existência de uma assimetria na abordagem teórica dos estudos do sistema agroalimentar no que se refere ao tratamento das esferas da produção e do consumo (BARBOSA; CAMBELL, 2006; GOODMAN; DUPUIS, 2002), o que justifica em alguma medida as dificuldades em observar no campo acadêmico, e até mesmo em analisar, experiências de valorização mútua de ambas as searas e seus atores.

No que tange às temáticas da alimentação, da comida e do comer, historicamente pouca atenção tem sido despendida para seu estudo sob uma perspectiva sociológica que priorize as interfaces entre produção e consumo. Os principais olhares nas Ciências Sociais sobre esses temas estão focados sobretudo na análise da consolidação do processo de globalização da produção e distribuição de alimentos, que passou a se concentrar, cada vez

mais, nas mãos de grandes empresas transnacionais. Outras discussões que ganharam impulso recentemente foram as questões de saúde pública (riscos, fome, desnutrição e obesidade) e os problemas ambientais decorrentes da produção de alimentos (aquecimento global, contaminação da água e do solo por agrotóxicos e perda de variedades genéticas, entre outros).

Alguns estudos assimilaram as contribuições teóricas de Marcel Mauss e analisaram a alimentação e a comida de forma mais ampla, considerando-as como fatos sociais totais. Porém, o estudo dessas temáticas frequentemente, as coloca como variáveis explicativas ou auxiliares das análises sobre a produção, com limitações na compreensão do seu papel como objetos sociais e político, bem como enquanto mediadoras das relações entre produção e consumo.

Todavia, apesar das limitações no campo teórico, na observação empírica verifica-se que movimentos de consumidores e movimentos sociais que congregam pequenos produtores passaram a contestar e a contrapor-se às lógicas e aos modos dominantes do sistema agroalimentar *mainstream*, considerados, via de regra, com pouca transparência sobre a origem dos produtos, cadeias longas e predomínio de grandes corporações agroindustriais e varejistas. Por meio de críticas sociais, tanto éticas quanto estéticas, tais movimentos reivindicam a incorporação de valores sociais e culturais nas práticas de produção, comercialização e consumo de alimentos, tais como: justiça social, sustentabilidade, saudabilidade, soberania e segurança alimentar nutricional, controle e redução dos riscos alimentares, conhecimento da origem dos produtos, entre outros.

A emergência desse conjunto de processos como objeto de estudo das Ciências Sociais sugere, então, que a prioridade epistemológica focada nas dinâmicas da produção, ou seja, naquelas que acontecem “dentro da porteira”, pode não dar mais conta de explicar a complexidade dos fenômenos relacionados à alimentação, uma vez que os consumidores têm sido reconhecidos como atores importantes do sistema agroalimentar. Apesar da teoria dos regimes alimentares ter uma compreensão limitada do papel dos consumidores e seus movimentos organizados, ela aponta, por exemplo, que enquanto no primeiro e segundo regimes os movimentos de contestação envolviam, respectivamente, os trabalhadores e os agricultores, durante o terceiro regime esse espaço começa a ser ocupado, principalmente, pelos consumidores (FRIEDMANN, 2009; MCMICHAEL, 2009).

A partir da década de 1980, autores como Goodman e Dupuis (2002) observaram um *consumption turn*, ou seja, uma virada teórica para o consumo, que consiste no redirecionamento do interesse da teoria social para esta esfera, inclusive nos Estudos Rurais, contestando o privilegiamento da esfera da produção. A partir desse deslocamento analítico, a esfera do consumo e o papel dos consumidores passaram a ser vistos pela teoria social como elementos importantes para compreender as dinâmicas do sistema agroalimentar. Nesse contexto mais recente, os Estudos do Consumo e a Sociologia da Alimentação vêm se consolidando como campo de pesquisa. Um dos temas que têm ganhado ênfase são os processos de politização do consumo, da comida e da alimentação, os quais se constituem como objeto de discussão desta dissertação.

Desse modo, tanto no âmbito empírico, quanto no teórico, destacam-se inúmeras experiências que desafiam as fronteiras, até então percebidas como rígidas, entre produção e consumo. Por um lado, observamos diversas iniciativas de consumidores que, de forma individual ou coletiva, vêm aderindo à “causa” rural, da reforma agrária e da agricultura de base familiar camponesa, como parte dos processos de politização e “eticização” do consumo, da comida e da alimentação. Em paralelo, ainda que este seja um processo permeado por ambiguidades, tensões e negociações, como observado em campo, verificamos indícios de

que movimentos sociais do campo associados à agricultura camponesa, em resistência ao agronegócio e visando à construção de mercados, ao apontar a produção de “comida saudável” como seu objetivo, têm reconhecido em alguma medida os consumidores urbanos como seus aliados.

Esse último fenômeno pode ser observado, por exemplo, na definição dos objetivos centrais do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA). Fundado em meados da década de 1990, o MPA tinha, como principal objetivo, a luta por crédito agrícola. Nos dias de hoje, contudo, apresenta em seus objetivos menções claras à produção de “comida saudável”:

Seu principal objetivo [do MPA] é a produção de comida saudável para as próprias famílias e também para todo o povo brasileiro, garantindo assim, a soberania alimentar do país. Além disso, busca o resgate da identidade e da cultura camponesa, respeitando as diversidades regionais (Site oficial MPA<sup>1</sup>).

Tudo isso nos levou a refletir sobre algumas questões: O que acontece quando as agendas e propostas políticas de movimentos sociais do campo, como o MPA, passam a englobar a “produção de comida saudável”? Quais são as disputas contemporâneas em torno da noção de “comida saudável”? Como tais movimentos percebem e se relacionam com a esfera do consumo e com os consumidores?

Embora não tenha sido nosso objetivo exaurir explicações sobre as causas, as motivações e as negociações que têm contribuído para a atualização da agenda de lutas de movimentos sociais do campo, não se pode desconsiderar o atual cenário político e cultural brasileiro, onde se observa o aumento da criminalização dos movimentos sociais e da violência no campo e o desmonte de políticas públicas voltadas para o meio rural (CPT, 2018; GRISA, 2018; GRISA et al, 2018, MATTEI, 2018, PORTO-GONÇALVES et al, 2018; SABOURIN, 2018). Por outro lado, verifica-se o crescente esforço de movimentos sociais, produtores e consumidores na criação de mercados para alimentos de origem conhecida, agroecológicos e de produção local, apontando para a emergência da saudabilidade, da sustentabilidade e da valorização de origem dentre as mais importantes tendências da alimentação contemporânea (BARBOSA, 2009).

Certamente, esse é um debate bastante amplo e, por isso, buscamos reconhecer a multiplicidade de condições que impactam a agenda política dos movimentos sociais, especialmente aqueles do campo. Como afirma Ploeg (2008), a condição camponesa não é, de forma alguma, uma condição estática, representando ao contrário uma trajetória através do tempo, com movimentos ascendentes e descendentes. No contexto contemporâneo de industrialização da agricultura marcado por fortes pressões sobre os sistemas locais e regionais de produção de alimentos e, conseqüentemente, do fortalecimento do que esse autor denomina de “*squeeze*” da agricultura<sup>2</sup>, uma das formas encontradas para lidar, lutar e sobreviver, quer seja nos países industrializados ou nos países do Sul global, perante as fortes tendências de marginalização e de novos padrões de dependência, é o processo de recampesinização.

Como esclarece Ploeg (2008), a recampesinização seria uma manifestação moderna de luta de camponesas e camponeses por autonomia e sobrevivência, em um contexto de privação e dependência. Em face disso, acreditamos que tanto a trajetória histórica quanto as experiências mais atuais capitaneadas pelo MPA, embora não representem a totalidade dos

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://mpabrasil.org.br/> Acesso em: 4 jan. 2019.

<sup>2</sup> Arriscaríamos a explicar tal expressão como aperto e/ou manobras especulativas que geram grande pressão sobre os preços pagos aos agricultores.



movimentos sociais do campo, reúnem condições privilegiadas para a análise e reflexão desses fenômenos contemporâneos, em particular, no que concerne à conjuntura brasileira.

Com isso, as preocupações centrais que orientaram esta pesquisa e, portanto, nosso olhar durante o trabalho de campo foram os processos de politização do consumo, da comida e da alimentação, materializados, por exemplo, na ideia defendida pelo MPA e por outros movimentos sociais de que “comer é um ato político”.

O objetivo principal desta dissertação é analisar como tem se dado a incorporação da estratégia de politização do consumo pelo MPA. Pretende-se, ainda, analisar as potencialidades e os limites da politização do consumo, da comida e da alimentação na formação e construção de alianças, compromissos e solidariedades entre MPA e consumidores urbanos.

Partindo desses objetivos centrais e das questões acima levantadas, nossas perguntas se ramificaram e, por isso, procuramos nos debruçar sobre algumas questões complementares, tais como: Quando, de que forma e por que (ou por que não) comer é um ato político? Como e por quais razões o tema da alimentação saudável ganhou centralidade na agenda do MPA nos últimos anos? Quais processos têm contribuído e quais têm desencorajado a incorporação, pelo MPA, da estratégia de politização do consumo? Como se expressa o processo de politização do consumo, da comida e da alimentação nas experiências em curso no espaço Raízes do Brasil? Quais são as representações mais prevalentes sobre o consumidor para o MPA e, especialmente, para o Raízes do Brasil? Como, de que forma e por que (ou por que não) o consumidor é considerado pelo MPA como aliado e ator político?

A principal justificativa para o desenvolvimento desta pesquisa é somar esforços ao quadro teórico surgido após o “*consumption turn*”, mencionado anteriormente, buscando problematizar um tema relativamente pouco debatido: a atuação de movimentos sociais do campo no meio urbano e, em particular, no tocante aos esforços empreendidos na construção de alianças com consumidores.

Consideramos, ainda como justificativa, o número reduzido de pesquisas que abordaram, no contexto brasileiro, a percepção dos movimentos sociais do campo sobre o consumo político e o papel dos consumidores no fortalecimento de suas causas, quando comparado, por exemplo, à crescente quantidade de estudos a respeito de redes agroalimentares alternativas e de grupos de consumidores que aderem à causa rural. Contudo, nos parece válido salientar que não é intuito de nossa análise acentuar uma maior importância nem a produção nem o consumo, mas sim nos esforçar na construção de uma análise simétrica entre essas duas esferas.

Dessa maneira, conforme sugerem Stolle, Hooghe e Micheletti (2005), nossa proposta é contribuir para expandir o foco analítico em direção a um olhar que vá além das formas tradicionais de participação política, ou seja, aquelas que se direcionam ao sistema político *per se*, enfatizando formas consideradas mais inovadoras, como o consumo político.

Uma revisão histórica sobre o MPA mostra que sua atuação enquanto movimento social do campo se dá, predominantemente, no âmbito político e ideológico, por meio da luta contra o agronegócio. Pode-se dizer que o foco principal de suas ações se circunscreve, sobretudo, na mobilização de camponeses em torno dessa pauta e da proposição de atividades que visem à garantia das condições de reprodução social dos mesmos. Contudo, nota-se que, nos anos mais recentes, outras pautas e atores vêm sendo incorporados com centralidade à agenda do movimento com objetivo de reforçar sua luta contra o agronegócio, dentre elas, as temáticas que envolvem o comer, a comida e a alimentação saudável, e “trabalhadores urbanos” e “consumidores”. É nesse contexto que se insere a presente pesquisa.

Embora o tema da alimentação e da venda direta de alimentos já aparecesse nos discursos e propostas do MPA desde sua criação, é a partir do início dos anos 2000, após o lançamento do Plano Camponês e a realização do I Congresso Nacional do MPA, que se observa a utilização de uma profusão de bordões relacionados a essas temáticas nas bandeiras de luta do MPA: “alimentação saudável como parte da garantia à soberania alimentar”, “comida de verdade no campo e na cidade” e “comer é um ato político”. Nesse contexto de ampliação da agenda e das pautas políticas do movimento, observamos que essa proposta de aliança entre campo e cidade tem sido concretizada na criação de iniciativas de comercialização de alimentos produzidos por suas bases sociais na região metropolitana do Rio de Janeiro.

Diante dessas reflexões, selecionamos como objeto de pesquisa os posicionamentos, os discursos e as ações desenvolvidas no espaço Raízes do Brasil, uma base de apoio fixa de organização e coordenação das atividades de comercialização de alimentos desenvolvidas pelo MPA no âmbito estadual, localizada na região central da cidade do Rio de Janeiro/RJ. Trata-se de um local que combina as funções de pousada, espaço para reuniões e debates, restaurante, que serve semanalmente o “Cafê da Manhã Camponês”, e ponto de venda de alimentos produzidos por pequenos produtores de várias regiões do país, comercializados por meio da “Feira Camponesa de Alimentos Saudáveis” e da “Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis”.

Trentmann (2005) aponta que o primeiro passo necessário para qualquer debate sobre a mudança do lugar do consumo e dos consumidores nas sociedades modernas é uma análise acerca da interação entre as diferentes tradições e as constantes mudanças nos discursos sobre as práticas políticas dos indivíduos enquanto consumidores. Nesse sentido, nossa expectativa com este estudo é colocar luz sobre as motivações, os modos, as potencialidades e os limites com que movimentos sociais do campo, a exemplo do MPA, têm compreendido, acionado e se aliado ao consumidor.

Esse primeiro período de atuação do Raízes do Brasil tem se constituído como um campo fértil de experimentações, reforçando, de acordo com nossa análise, características marcantes presentes desde a constituição do MPA, ressaltadas no relato de Frei Görgen (1998), sobre o surgimento do movimento: seu dinamismo, criatividade e ousadia. A criação do Raízes do Brasil em meados de 2017 como um ideal de “sistema de abastecimento popular” encontra-se circunscrita justamente no bojo do projeto “audacioso” que constitui o Plano Camponês dos anos 2000. Mais ainda, esse caráter parece estar fortemente relacionado com a forma com que se desenvolve o conhecimento camponês, a partir de processos de observação, identificação da lógica e experimentação, os quais, apesar de serem distintos, são considerados pelo MPA como complementares.

Ademais, a chegada do MPA no estado do Rio de Janeiro, bem como a nossa escolha de focar nossa análise nas atividades desse movimento nessa cidade, não são casuais. O município do Rio de Janeiro/RJ foi identificado pelo MPA como um local estratégico para o desenvolvimento de experiências de comercialização da sua produção, sobretudo pela convergência ímpar, nesse município, das áreas da política, da cultura e da gastronomia. Além disso, diante da negligência histórica da agricultura do estado do Rio de Janeiro, em que, na visão do MPA, os camponeses fluminenses e sua produção são constantemente invisibilizados, nos pareceu importante, como questão de pesquisa, enfatizar a atuação do MPA nesse estado que, embora predominantemente urbano, tem um potencial agrícola e concentra um grande polo de público consumidor. Destacado esses fatores, a chegada de um movimento social do campo em um dos maiores centros urbanos brasileiros nos pareceu reunir condições privilegiadas de análise sobre a relação campo-cidade e produção-consumo. Torna-se, assim, cada vez mais evidente que a atuação dessas organizações tem extrapolado

os limites da “porteira” das propriedades rurais e utilizado o alimento como elemento mediador entre campo e cidade.

Acreditamos que a análise da incorporação da estratégia de politização do consumo pelo MPA, um movimento social clássico que defende bandeiras tradicionais como acesso à terra e ao crédito, justiça social, soberania alimentar e modo de vida campesino, e que realiza críticas contundentes ao neoliberalismo e ao agronegócio, pode contribuir para ampliar o entendimento acadêmico do consumo como um espaço de ação política. Espera-se, dessa maneira, explorar outras concepções do consumo e do consumidor para além da visão da economia neoclássica, que o relaciona de forma exclusiva com a vida privada, o individualismo, o materialismo e o mercado, trazendo análises e reflexões que apontam para a redescoberta de seus elementos cívicos, os quais podem contribuir para o entendimento do consumidor enquanto ator político e aliado de movimentos e causas sociais.

A hipótese central dessa investigação é que, além de buscar o escoamento e a comercialização da produção, as pautas da “comida saudável” e da “aliança com a cidade” ganham centralidade na estratégia do MPA como uma forma de politizar o consumo, ainda que o movimento não designe tais processos por essa nomenclatura. Nesse ponto, é fundamental considerar, conforme aponta a literatura especializada, que consumir representa muito mais do que comprar (CAMPBELL, 2005; MILLER, 2005; TRENTMANN, 2004) e, de igual maneira, politizar o consumo vai além da ação de comercializar.

Na construção do nosso objeto empírico, encontramos um conjunto relativamente limitado de pesquisas acadêmicas que se dedicaram ao estudo do MPA. Duas pesquisas acadêmicas nos auxiliaram na compreensão histórica do movimento, sendo elas, a dissertação de mestrado de Cadoná (2004) e a tese de doutorado de Niemeyer (2014)<sup>3</sup>. O trabalho de Cadoná (2004) possui uma rica revisão sobre as origens da organização e articulação dos camponeses pelo MPA, com foco no nascimento e na experiência de resistência dos grupos de pequenos agricultores da região Noroeste Colonial e Médio Alto Uruguai do Rio Grande do Sul e explica como se deu, no decorrer do tempo, a ampliação de pautas do movimento. Por sua vez, Niemeyer (2014) se dedicou ao estudo da relação entre MPA e soberania alimentar, o qual se constitui como um conceito importante para nossa pesquisa por abranger tanto a dimensão da produção quanto do consumo. De forma complementar, baseamo-nos também em outras três teses de doutorado que, apesar de não terem o MPA como objeto principal, apresentam uma breve descrição da trajetória histórica do movimento (DA ROS, 2006; CRUZ, 2016; PICOLOTTO, 2011).

Devido ao número reduzido de publicações que se dedicaram ao estudo da história do MPA, optamos por uma descrição inicial relativamente extensa, com o intuito de somar esforços com essas pesquisas, bem como por entender que o detalhamento da trajetória de formação de um movimento social do campo, como o MPA, informa e qualifica as análises sobre como novas pautas e estratégias vêm sendo percebidas e incorporadas às suas agendas políticas. Nossa análise sobre a história do MPA buscou, assim, combinar a revisão da literatura com um levantamento das principais publicações e documentos produzidos pelo próprio MPA e de informações secundárias de entrevistas de suas lideranças concedidas a meios de comunicação ou a outros pesquisadores.

---

<sup>3</sup> Além dos trabalhos acadêmicos aqui citados, foram encontradas mais quatro pesquisas focadas no MPA, porém com contextualização e análises referentes a outras regiões do Brasil. São elas, as dissertações de mestrado de Santana (2018), Santos (2012) e Silva (2017), todas com foco na atuação do MPA na região Nordeste, e a tese de doutorado de Costa (2011), que se concentra na questão da juventude rural, dentro da atuação do MPA no Espírito Santo. Ademais, verificamos referências a outras dissertações, nomeadamente Alves (2011), Barth (2018) e Costa (2016), as quais, até o momento do fechamento desta pesquisa, não tivemos acesso.

Para pensar a dimensão política do comer e nas formas pelas quais o alimento passa a ser visto como um instrumento de mediação que “abre as portas” das cidades para a construção de uma “aliança de classes” por soberania alimentar, nas palavras do MPA, algumas reflexões sobre as disputas em torno do que constitui “comida saudável” e “comida de verdade” nos foram valiosas. Nessa fase, nos ancoramos especialmente nas considerações de Barbosa (2016), as quais descrevem o comer, a comida e a alimentação como os elos, os elementos aglutinadores e alguns dos principais veículos por meio dos quais se espera, atualmente, alcançar a promessa da concretização de valores como justiça social, sustentabilidade e soberania alimentar. Comer se torna político quando, por meio dessa prática, se relacionam elementos que permitem uma abordagem política, ideológica e ética, transcendendo seus aspectos nutricionais, culturais e hedonistas.

Empreendemos, ainda, um levantamento bibliográfico sobre a dimensão do consumo e a emergência do consumidor como categoria nativa e analítica, o que contribuiu para nos ajudar a explicar e elucidar como os processos de politização do consumo, da comida e da alimentação têm se desdobrado no contexto contemporâneo. O arcabouço teórico da pesquisa foi constituído por um quadro interdisciplinar com ênfase nos Estudos do Consumo e na Sociologia da Alimentação. As contribuições de autores como Colin Campbell, Daniel Miller, Dietlind Stolle, Fátima Portilho, Frank Trentmann, Jean-Pierre Poulain, Lívia Barbosa e Michele Micheletti, entre outros, foram essenciais para a revisão bibliográfica e a discussão teórica sobre as dimensões políticas do consumo e do consumidor que apresentaremos a seguir.

A estratégia metodológica utilizada baseou-se em uma abordagem qualitativa de coleta e análise de dados, por meio da observação participante durante algumas atividades realizadas pelo MPA no espaço Raízes do Brasil, de entrevistas semiestruturadas com lideranças do MPA e da análise de conteúdo de documentos e posicionamentos oficiais no âmbito nacional e estadual do movimento.

Sabe-se que um movimento social é composto por diferentes histórias, grupos e interesses. No entanto, para efeitos metodológicos focamos na realização de observação participante tanto em atividades periódicas quanto pontuais do Raízes do Brasil, além de uma entrevista semiestruturada com Humberto Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA e da Coordenação Geral do Raízes do Brasil. Apesar de compreender que as declarações e as opiniões dos diferentes militantes vinculados ao MPA, inclusive daqueles propriamente responsáveis pela produção de alimentos, são uma fonte rica de reflexão, optamos, de acordo com nossos objetivos e com os limites de tempo e recursos, em concentrar a análise em nossas notas de campo e na observação sistemática de materiais e discursos veiculados ao público em geral, aliadas aos dados coletados nessa entrevista com um informante que consideramos chave, a fim de apoiar e complementar nossas observações. Nesse sentido, cabe salientar que nosso estudo se limitou às articulações do MPA no estado do Rio de Janeiro, com foco em suas atividades no Raízes do Brasil, sem necessariamente associá-las e/ou problematizá-las em relação à atuação do mesmo em outros estados do país.

Além disso, assumimos, como parte metodológica desta dissertação, um compromisso com a realização de uma pesquisa situada, levando em conta o valor teórico e analítico do material produzido pelas lideranças e pelos militantes do MPA sobre e para o movimento. Em termos objetivos, procuramos articular, com igual importância, empiria e teoria. Justificamos, assim, nossa opção pela análise de posicionamentos, discursos, atividades, dados e imagens veiculados de forma pública pelo próprio MPA, com o propósito tanto de preservar o sigilo de suas táticas, quanto de concentrar o levantamento de dados desta pesquisa nos materiais que se encontram disponíveis aos consumidores. Dessa forma, utilizamos os registros fotográficos

das atividades que acompanhamos por meio de observação participante, bem como as imagens publicadas pelo Raízes do Brasil e pelo MPA.

Embora esta pesquisa tenha o intuito de contribuir para abrir a “caixa-preta” do consumo, conforme sugerido por Goodman e Dupuis (2002), cabe destacar que não foi tema desta dissertação a percepção e a avaliação dos consumidores urbanos sobre o MPA, o Raízes do Brasil, suas atividades e seus discursos, já que optamos por enfatizar a percepção do MPA sobre o consumo político e a construção de alianças com os consumidores da cidade do Rio de Janeiro.

A presente dissertação organiza-se em três capítulos, além da Apresentação, desta Introdução e das Conclusões. No primeiro capítulo, nos propomos a contextualizar e problematizar alguns dos caminhos traçados pelo MPA no que se refere aos seus objetivos, posicionamentos, lutas prioritárias e agendas políticas. Iniciamos com uma contextualização da “Mobilização da Seca” ocorrida na região Sul do país e da fundação do MPA, apontando os principais fatos que circundaram o período de sua formação e as motivações que desencadearam a constituição do movimento. Em seguida, descrevemos os primeiros anos de atuação do MPA, destacando a elaboração de pautas e bandeiras prioritárias focadas nas questões de acesso e ampliação de crédito. Na sequência, apresentamos as concepções do Plano Camponês à luz de uma discussão sobre a identificação do movimento com a luta camponesa, e apresentamos uma introdução ao vocabulário do movimento, refletindo sobre o uso de categorias como camponês, agricultura camponesa e campesinato. Encerramos com uma breve retrospectiva sobre as discussões presentes desde o I Congresso Nacional do MPA até os dias mais recentes, sobre as quais exploramos, principalmente, os modos pelos quais as pautas da “comida saudável” e da “aliança com a cidade” ganharam impulso nos últimos anos como parte da estratégia do movimento.

Em seguida, no segundo capítulo, analisamos o foco do MPA na comercialização de alimentos na cidade do Rio de Janeiro, destacando as motivações e os processos que levaram à compreensão da comercialização de alimentos em grandes centros urbanos como uma estratégia de luta do movimento. Discorremos sobre as primeiras iniciativas locais organizadas pelo MPA que buscaram (re)conectar produção e consumo de alimentos: as Feiras e as Cestas Camponesas de Alimentos Saudáveis que, neste texto, nos referimos, de forma abreviada, como “Feira e Cesta Camponesas”. Na sequência, descrevemos como se deu o processo de construção de um “sistema de abastecimento popular” estruturado e organizado pelo MPA no estado do Rio de Janeiro: o Raízes do Brasil. Discutimos como o Raízes do Brasil simboliza um espaço e uma ação que objetiva extrapolar a atuação do MPA para o meio urbano, especialmente em seus grandes centros, examinando um conjunto de experiências prático-discursivas que evidenciam como o comer, a comida e as tendências contemporâneas da alimentação vêm se consolidando enquanto mediadores do projeto de construção de alianças, compromissos e solidariedades entre MPA, camponeses e consumidores urbanos.

Por fim, no terceiro capítulo, nosso foco recai sobre a análise de como os processos de politização do consumo, da comida e da alimentação vêm sendo percebidos e incorporados à agenda e à estratégia política do MPA, como uma das formas de estabelecer alianças, solidariedades e compromissos entre esse movimento social e os consumidores urbanos. Em primeiro lugar, apresentamos um quadro teórico que discute as dimensões políticas do consumo e do consumidor e apontamos algumas expressões da politização do consumo, discutidas na literatura especializada, identificadas nos repertórios de ação do MPA, em particular, por meio da experiência no Raízes do Brasil, com destaque para as ações de fomento ao *buycott*, os esforços de desfetichização da mercadoria e a promoção de cadeias alimentares curtas. Em segundo lugar, nos questionamos se e como os consumidores urbanos

seriam os “novos aliados” do MPA. Para isso, analisamos algumas das representações acerca do “consumidor” nos discursos e nas práticas do MPA, com foco nas potencialidades, nos limites, nas tensões e nas negociações que emergem no processo de incorporação da estratégia de politização do consumo.

Cabe destacar que optamos por entremear as falas dos entrevistados e nossas observações em campo ao aporte teórico utilizado. Desta forma, não fizemos uso de um capítulo teórico separado dos dados coletados em campo.

Por fim, apresentamos nossas conclusões relacionadas ao objetivo principal e às hipóteses desta pesquisa, mostrando como tem se dado o processo de incorporação da estratégia de politização de consumo pelo MPA, salientando suas oportunidades e limites, assim como de que modo, e em que medida, a formação e o fortalecimento de alianças, compromissos e solidariedades entre MPA e consumidores urbanos se constituem tanto como uma oportunidade quanto como um desafio para o movimento.

## **CAPÍTULO I – O MOVIMENTO DOS PEQUENOS AGRICULTORES (MPA) E SUAS PAUTAS: DA LUTA POR CRÉDITO À DEFESA DA COMIDA SAUDÁVEL**

O MPA se autodenomina, nos dias de hoje, como um movimento camponês, de caráter nacional e popular, de massa, autônomo e de luta permanente, constituído por grupos de famílias camponesas<sup>4</sup>. Define como seu principal objetivo a produção de comida saudável para as próprias famílias agricultoras e também para “todo o povo brasileiro”, buscando, assim, a garantia da soberania alimentar.

Essa autodefinição, bem como seus objetivos e ações mais recentes, podem ser mais bem compreendidos por meio de uma análise histórica sobre a formação do MPA e as principais mobilizações conduzidas ao longo de sua estruturação. Neste capítulo, nos esforçamos em aliar a descrição da trajetória do MPA com reflexões iniciais sobre como vem se dando a incorporação da estratégia de politização do consumo, nosso ponto principal de interesse nesta dissertação.

É importante esclarecer que há um número reduzido de publicações que se dedicaram ao estudo da história do MPA, principalmente quando comparado a outros movimentos sociais<sup>5</sup>. Por isso, no início desse capítulo optamos por uma descrição relativamente extensa de sua trajetória, enfatizando os principais aspectos históricos que esclarecem pontos importantes para a presente pesquisa.

Assim, neste capítulo, contextualizamos um levantamento histórico da construção da proposta e agenda política do MPA, desde a sua fundação até os dias de hoje, enfatizando, dentre suas pautas, aquelas que estão mais relacionadas aos processos de (re)conexão entre produção e consumo. Embora tenhamos optado por uma descrição cronológica, e não temática, sobre a formação e consolidação do movimento e suas principais bandeiras, não fez parte de nossas intenções sugerir que essa é uma construção que se dá de forma linear e/ou progressiva. Nosso empenho consistiu em perceber e identificar as pautas que ocupavam a maior centralidade nos documentos e discursos analisados. Para isso, retomamos suas primeiras mobilizações na região Sul do país, passando pela conquista do Pronaf Custeio Especial, na década de 1990, e pela formulação do Plano Camponês, no início dos anos 2000 com a incorporação da causa camponesa, chegando até os encaminhamentos do I Congresso Nacional do MPA, que ocorreu em 2015. Na sequência, focamos na sua atuação no estado do Rio de Janeiro, iniciada por volta de 2010.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://mpabrasil.org.br> Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>5</sup> Para fins ilustrativos, realizamos uma consulta no início de 2019 ao Portal de Periódico da Capes, buscando, em primeiro lugar, os trabalhos que continham determinadas expressões em seu título e, em segundo lugar, em qualquer parte do artigo: encontramos, respectivamente, 1 e 24 resultados para a busca por “Movimento dos Pequenos Agricultores”, 4 e 42 resultados para “Movimento dos Atingidos por Barragens”, 5 e 144 resultados para “Ligas camponesas”, e 47 e 592 resultados para “Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra”. Esses números mostram que, dentre os movimentos sociais incluídos na busca, o MPA é o que possui menos estudos publicados em periódicos disponíveis neste portal. No mesmo período, realizamos uma busca no catálogo de teses e dissertações da Capes, utilizando os mesmos termos, sem outros filtros específicos. Foram encontrados 25 resultados para “Movimento dos Pequenos Agricultores”, 57 resultados para “Movimento dos Atingidos por Barragens”, 66 resultados para “Ligas camponesas” e 760 resultados para “Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra”.

Além das pesquisas acadêmicas, as fontes que tiveram destaque em nossa revisão e análise foram o relato de Frei Sérgio Antônio Görgen<sup>6</sup>, que narra a luta e a organização dos pequenos agricultores, publicado em forma de livro em 1998, pela Editora Vozes, sob o título *A Resistência dos Pequenos Gigantes*. Nesse ponto, retomamos o fato de que optamos por construir esta dissertação como um estudo situado, considerando o valor teórico e analítico do material produzido por atores que são autores, reconhecendo, ao mesmo tempo, as potencialidades e limitações desta opção. Somam-se a esse material nossas próprias observações e notas de campo oriundas da observação participante em algumas das atividades promovidas no espaço Raízes do Brasil, bem como as informações provenientes de uma entrevista semiestruturada concedida à esta dissertação por Humberto Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA e da Coordenação Geral do Raízes do Brasil, em 16 de novembro de 2018.

### **1.1 Um Pouco mais que “Um Passe de Mágica”: A “Mobilização da Seca” e a Fundação do MPA**

Segundo o relato de Frei Sérgio Görgen (1998, p. 19) sobre a formação do MPA, “a beira da estrada viu nascer um gigante. Destes que parecem surgir do nada, como que num passe de mágica”. Apesar de Görgen descrever um nascimento que se dá “do nada”, como “num passe de mágica”, observa-se que o final do século XX, período que ocorreu a fundação do MPA, reuniu uma série de elementos que contribuíram, direta ou indiretamente, para o surgimento da organização e de suas bandeiras de luta.

De forma semelhante a outros movimentos sociais do campo fundados nesse período em diferentes lugares do mundo<sup>7</sup>, o MPA teve sua formação impulsionada pelo processo de liberalização da agricultura, característico do sistema neoliberal vigente, fortalecido nessa época, no âmbito nacional, pelo fim do governo de Fernando Collor de Mello e pela eleição de Fernando Henrique Cardoso, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), para a Presidência da República, em 1995. Em paralelo, assistia-se a uma tendência mundial de regionalização da economia, por meio da criação de blocos econômicos regionais e tratados de livre comércio, o que no contexto brasileiro pode ser ilustrado pela criação e consolidação do Mercado Comum do Sul, o Mercosul<sup>8</sup>.

De acordo com Delgado (2009), no cenário nacional, o comportamento da agricultura e, em particular, da agricultura familiar para o mercado interno, na década de 1990, foi influenciado fundamentalmente por um conjunto de três medidas distintas de política econômica: em primeiro lugar, a liberalização comercial e o desmonte de instrumentos de intervenção do Estado na economia implicaram na redução do volume de recursos aplicados

---

<sup>6</sup> Sérgio Antônio Görgen é um frade franciscano que, nessa época, se identificava como um “militante e participante da luta dos pequenos agricultores, [e] como agente pastoral da CPT, por mais de uma década e meia” (GÖRGEN, 1998, p. 19). Foi Deputado Estadual no Rio Grande do Sul (PT), entre 2002-2006. Embora atualmente, Frei Görgen identifique-se como militante do MPA e Coordenador Geral do Instituto Cultural Padre Josimo, ele pode ser considerado uma das principais lideranças política do MPA. Durante o curso desta pesquisa, por exemplo, em dezembro de 2018, no Rio de Janeiro/RJ, Frei Görgen recebeu em nome do MPA o Prêmio João Canuto, do Movimento Humanos Direitos (MHuD), que homenageia coletivos e personalidades pela defesa dos Direitos Humanos.

<sup>7</sup> Alguns exemplos de movimentos sociais do campo fundados nesse período são o MST, no Brasil, em 1984, *La Via Campesina Internacional*, em 1992, e o *Congreso Nacional Indígena* (CNI), no México, em 1996.

<sup>8</sup> O Mercosul foi criado em 1991, a partir da formalização do Tratado de Assunção, integrando inicialmente Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai. Além desses países que se caracterizam como membros efetivos, os países membros associados do Mercosul são Chile, Colômbia, Equador, Guiana, Peru e Suriname.



nas principais políticas agrícolas, na liquidação da política governamental de estoques públicos de alimentos e na queda considerável das tarifas de importação de produtos alimentares; em segundo lugar, a adoção do Plano Real, em 1994, levou a uma queda da renda real do setor agrícola; e em terceiro lugar, a considerável valorização da taxa de câmbio, atrelada ao alto volume de recursos disponíveis no sistema financeiro internacional e as taxas de juros domésticas bastante elevadas contribuíram para um grande incentivo ao aumento das importações agrícolas.

Nessa conjuntura, os pequenos agricultores que desenvolviam uma agricultura de base familiar, diversificada e voltada para o mercado interno foram tendo cada vez menos apoio e influência junto ao governo brasileiro, o qual passou a importar alimentos básicos a baixos preços<sup>9</sup>, e a privilegiar e investir crescentemente em um modelo de agricultura altamente especializada e mecanizada, baseada na monocultura e voltada para o mercado exportador.

No ano de 1995, somou-se a esse quadro de mudanças na agricultura e de grande influência de políticas neoliberais, uma forte seca na região Sul do país, quando o estado do Rio Grande do Sul e parte de Santa Catarina e Paraná experimentaram uma grande estiagem que provocou enormes prejuízos à agricultura, comprometendo principalmente as safras de feijão e de milho e reduzindo a produção de outros produtos, como a soja.

Frente a essa situação, os sindicatos dos trabalhadores rurais vinculados à Central Única dos Trabalhadores (CUT) organizaram uma mobilização para exigir do governo federal a criação de um sistema de crédito para a manutenção familiar, além de anistia das dívidas do custeio agrícola e das sementes cedidas em período anterior, liberação de milho dos estoques da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) para a alimentação dos animais e uma linha de crédito subsidiado para recuperar a capacidade produtiva da agricultura familiar. A Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Rio Grande do Sul (Fetag/RS) encaminhou ao governo uma pauta semelhante, mas neste primeiro momento não tomou a iniciativa de mobilizar os agricultores. Entre os integrantes da CUT, surgiu a ideia de organizar acampamentos permanentes em margens de rodovias como forma de protesto diante do descaso dos governos, mas havia dúvidas quanto ao potencial da mobilização sem a participação da Fetag/RS. O relato de Frei Sérgio Görden traz mais informações sobre esse impasse:

[...] a executiva estadual do Departamento dos Trabalhadores Rurais da CUT decidiu retardar o início da mobilização para fazer uma concentração em conjunto com a FETAG no final de janeiro. “Não tem clima para juntar o povo em acampamento vários dias. Sem-terra vai, mas pequeno agricultor não vai” – era o que se dizia. Um grupo de sindicalistas, mais especificamente da região Celeiro do Rio Grande do Sul, não aceitou o retardamento e, pressionado por suas bases, decidiu que iniciaria dia 15 a mobilização, independente de qualquer outra decisão (GÖRGEN, 1998, p. 21).

O primeiro resultado dessa decisão dos sindicalistas de seguir com a mobilização, mesmo sem o apoio dos demais grupos, foi o que ficou conhecido como a “Mobilização da Seca” no Rio Grande do Sul.

No dia 15 de janeiro de 1996 foi formado o primeiro acampamento na região Celeiro, nos arredores dos municípios de Sarandi/RS e Palmeira das Missões/RS. Apenas no município de Sarandi/RS foram contabilizadas mais de cinco mil pessoas instaladas em barracos na beira da estrada federal, alcançando mais de 9 mil pessoas no final daquela

---

<sup>9</sup> Segundo Delgado (2009, p. 20) no período entre 1989 e 1997 a diminuição das tarifas de importação foi de 71% para o algodão, 53% para o leite, 48% para o trigo, 48% para o feijão e 35% para o arroz.

semana. As demais regiões onde a CUT tinha força – nos municípios gaúchos de Erechim, Altos da Serra, Missões, Júlio de Castilhos e Encruzilhada do Sul – iniciaram a mobilização na semana seguinte, entre os dias 21 e 22 de janeiro, em razão do recuo inicial de parte dos dirigentes e da consequente falta de preparação das suas bases. Na semana seguinte, a população mobilizada chegou a 30 mil pessoas (Figura 1).



**Figura 1.** Acampamento da Seca, MPA, Rio Grande do Sul, 1996.

Fonte: Arquivo Frei Sérgio Görden *apud* Silva, Leila (2017)

No entanto, conforme relata Görden (1998), reforçado pela análise de Cadoná (2004) e Picolotto (2011), a formação dos acampamentos e, mais especificamente, a eleição de comissões de negociação nos próprios acampamentos geraram uma dualidade de representação perante os governos estadual e federal. Ao mesmo tempo em que existiam essas comissões formadas e eleitas diretamente pelos participantes dos acampamentos, as direções da CUT e da Fetag/Contag também faziam uso da sua prerrogativa de representantes constituídos para falar em nome dos agricultores perante os governos. Além dessa situação, o que também provocou atritos entre os representantes dos agricultores nas negociações foi a adoção de táticas diferentes. Görden (1998, p. 23) destaca que conviviam “a orientação do acampamento de negociar para quem estivesse acampado e a orientação da CUT e da Contag de negociar para todos os atingidos pela seca”.

Estabeleceram-se duas concepções distintas de representação de interesses dos agricultores: de um lado, ficaram os dirigentes que estavam mais interessados no fortalecimento dos setores cutistas no interior da Contag, seguindo uma lógica sindical que procurava falar em nome de todos os agricultores atingidos pela seca e, de outro, um discurso que emergia do acampamento, daqueles que buscavam falar em nome apenas dos agricultores

que estavam participando da luta direta por condições que amenizassem os efeitos daquela estiagem<sup>10</sup> (GÖRGEN, 1998).

O processo permaneceu dividido durante todo o tempo. Essa adoção de diferentes táticas de negociação criou, na visão de Frei Gorgen (1998), uma unidade mais frágil no enfrentamento com o governo. Em uma avaliação crítica, ele reconhece uma série de fragilidades dessa mobilização, dentre elas as contradições internas, o fato de a mobilização não ter se iniciado ao mesmo tempo em todo o estado, a falta de experiência das lideranças e os problemas de condução. Contudo, no balanço geral, Gorgen (1998) conta que todos foram surpreendidos pela resposta das massas, bem como pelo apoio de prefeitos, vereadores e pequenos comerciantes no início da mobilização – o que, em sua opinião, revelava o nível da crise vivida pelos pequenos municípios, altamente dependentes da economia agrícola.

Nesse sentido, alguns analistas concluíram, sobretudo, que a mobilização trouxe lições e avanços para a luta dos pequenos agricultores. Niemeyer (2014), por exemplo, ao examinar o MPA como produtor de conhecimentos, descreve que a Mobilização da Seca se tornou um “mito de origem” para o movimento. Isso porque, embora tenha sido um evento limitado à região Sul do Brasil, essa mobilização foi considerada pelo MPA como uma resposta bem-sucedida às crises econômica, institucional e de representatividade que afetavam os produtores mais empobrecidos de todo o país, favorecendo a consolidação do movimento a nível nacional. Ainda segundo Niemeyer (2014, p. 135), “a estiagem tornou essa situação insustentável para os pequenos agricultores da região, que passaram de vítimas a agentes do seu destino, transformando a tragédia em espaço de oportunidade política através da mobilização do Acampamento da Seca: a pedra fundamental de criação do MPA”. Na mesma direção, Gorgen (1998) afirma:

A Mobilização da Seca forjou uma consciência popular nova entre uma enorme massa de pequenos agricultores e criou uma esperança para os agricultores familiares em todo o Brasil. [...] É neste contexto que surge o Movimento dos Pequenos Agricultores, construído a partir da prática por um grupo de sindicalistas do Rio Grande do Sul e logo a seguir espalhando-se para outros estados brasileiros (GÖRGEN, 1998. p. 14).

Outros pesquisadores captaram mais informações sobre a fundação do MPA por meio de entrevistas com suas lideranças, realizadas em anos mais recentes. Picolotto (2011), por exemplo, analisa o depoimento de Romário Rossetto, à época liderança do MPA no Rio Grande do Sul, reproduzida parcialmente a seguir, que resgata as motivações que estimularam a criação do MPA:

Foi a partir do acampamento que surgiu a ideia de organizar os agricultores pela base, surgiu a ideia de criação do MPA. E por que mais um movimento? O movimento sindical estava em um refluxo e não atendia mais à necessidade organizativa dos trabalhadores. As pautas eram muito genéricas, longas, e, portanto, não concretas. Nós achávamos que a pauta deveria ser enxuta, concreta e para discutir com os agricultores, a sociedade e o governo (Romário Rossetto, liderança estadual do MPA no Rio Grande do Sul, em entrevista concedida em 2010 a Picolotto (2011), p. 202).

---

<sup>10</sup> Conforme analisa Picolotto (2011), essa segunda concepção seguia uma lógica próxima da usada pelo MST, em que os demandantes de terra devem estar envolvidos diretamente na luta para terem acesso à terra conquistada, a qual se chocava com a lógica sindical, que procura conquistar benefícios para todos os pertencentes à categoria formalmente representada.

Conforme reitera Romário Rosseto, o MPA surgiu dessa parcela sindical que não concordava com a orientação política assumida pelos cutistas, ao mesmo tempo em que estava descrente com as formas tradicionais de luta do sindicalismo. Certamente, uma revisão sobre o caldo político da época, somada a uma discussão sobre o potencial de mobilização do sindicalismo rural, são assuntos complexos inseridos em um campo maior de interações que mereceriam atenção específica. Contudo, dado que esse não é o foco desta dissertação, nos limitamos a registrar o que reconhecemos ser uma avaliação pessoal dos atores que acompanharam e documentaram esses processos através da sua posição social e seus interesses. Görgen (1998, p. 16), por exemplo, relata que “havia uma espécie de consciência coletiva que dizia: “não adianta mais fazer ‘pic-nic’, referindo-se a mobilizações de um dia, com ato público e muitos discursos e que não traziam nenhum avanço concreto nas reivindicações apresentadas. Segundo ele, era preciso “criar e realizar formas de luta e pressão continuada que realmente questionem o governo e suas forças de sustentação” (GÖRGEN, 1998, p. 16).

Essa nova organização priorizou, então, a organização de base entre os pequenos agricultores e a construção de lutas em torno de pautas e demandas concretas advindas de sua base. Consolidou-se, assim, como uma organização mais dinâmica, criativa e ousada, segundo a análise de Görgen (1998), bem como mais flexível na interpretação de Picolotto (2011), composta por grupos de base nas comunidades de agricultores, organizados em núcleos municipais e regionais. Por isso, define-se nesses primeiros anos de formação, como parte dos “desafios a serem enfrentados”, a tarefa de “discutir, estudar, aprofundar e implementar formas de lutas criativas, de impacto na opinião pública, de pressão sobre o governo e de aplicabilidade por parte da massa organizada” (GÖRGEN, 1998, p. 38). Segundo ele, “é necessário que se crie algo característico do pequeno agricultor, quando se mobiliza é preciso ousar em termos de forma de luta, de impacto, confronto e pressão sobre o governo e a burguesia” (GÖRGEN, 1998, p. 39).

Cruz (2016), por sua vez, apresenta informações de uma entrevista realizada em 2013 com Humberto Ribeiro, identificado na época como liderança estadual do Rio de Janeiro, reproduzida parcialmente a seguir, que conta alguns pormenores das estratégias encontradas frente à seca para a garantia da reprodução social das famílias camponesas:

Então, em 95, teve uma grande seca no Rio Grande do Sul. Seca no Rio Grande do Sul é de 3 a 6 meses. As famílias perderam toda a produção. Foi quando surgiram as políticas do PRONAF. Então, as famílias se endividaram. Essa era uma das fórmulas de tirar as pessoas do campo: dava-se crédito a juros altos, elas não pagavam e tomavam suas terras – como seguem fazendo hoje, mas em menor escala. Como o movimento sindical não tinha resposta para isso, a saída era as famílias perderem as terras. Muitas famílias se suicidaram, nessa época, porque foi a única forma de salvar a propriedade. Morrer, perde a dívida que não passava para a família. Era uma forma que a gente chama de continuar reproduzindo a família. Uma das estratégias de reprodução social da família camponesa. Então, houve muitos suicídios na época e esses sindicalistas que eram ligados ao Departamento Rural da CUT... Isso, no Rio Grande do Sul e, no mesmo momento, em Rondônia e no Espírito Santo estavam nesse movimento, muito espontâneo, saindo do sindicato [...] Até então, não tinha nenhuma bandeira, o que era aquilo ali: se era sindicato... Aí, chegou todo mundo, mas foi meio que um rompimento com a estrutura sindical, a orientação sindical, que não era fazer luta, era tentar negociar. Então, o MPA surge... (Humberto Ribeiro, liderança estadual do MPA no Rio de Janeiro, em entrevista concedida em 2013 a Cruz (2016), p. 429).

Apesar da carência de informações documentadas sobre a organização do MPA no âmbito nacional e sua expansão para outros estados, o depoimento de Humberto Ribeiro

esclarece que a atuação do MPA, desde o seu início, ocorreu de forma concomitante em diferentes regiões brasileiras, citando a organização de pequenos agricultores nos estados do Rio Grande do Sul, Rondônia e Espírito Santo. Nessa mesma direção, autoras como Niemeyer (2014) e Carvalho (2016) reforçam que embora a Mobilização da Seca na região Sul do país seja considerada um dos marcos iniciais de formação do MPA, já havia uma organização prévia de um grupo de pequenos agricultores de diversas regiões do Brasil que discutiam uma nova forma de representação diferente daquela que desempenhava os sindicatos. Ambas as autoras citam um trecho de um trabalho, na época em elaboração, datado de 2011, de autoria de Valter Israel da Silva, identificado como um dos militantes do MPA que vem trabalhando no registro da trajetória do grupo, reproduzido a seguir, no qual são descritos alguns debates que antecederam a criação do MPA:

Informações oriundas de conversas informais com lideranças do MPA dão conta de que houve uma reunião entre lideranças de diversos estados Brasileiros que já apontava para a necessidade da organização de um Movimento Camponês, tendo em vista que o sistema sindical não estava mais respondendo a esta necessidade. Esta reunião teria acontecido um ano antes do Acampamento da Seca no Rio Grande do Sul, nos bastidores da Plenária Nacional do Departamento dos Rurais da CUT em 1995 em SP. Participaram lideranças dos STRs, CPT, MST e chegam a conclusão que deveríamos criar um outro movimento. Cerca de um ano depois, com a seca no Sul esta conversa inicial se converte em luta concreta e na sequência em organização política que articula aqueles que estavam se sentindo órfãos e que agora tinham para onde convergirem suas inquietações (Depoimento de Valter Israel da Silva, militante do MPA, datado de 2011, citado por Niemeyer (2014), p. 138 e Carvalho (2016) p. 5-6).

Segundo Niemeyer (2014), tais informações explicam como, apesar da dimensão continental do Brasil e dos poucos recursos financeiros e estruturais de sua base, o MPA surgiu organizado simultaneamente em cinco estados brasileiros: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Espírito Santo e Rondônia, sendo três desses localizados na região Sul, um na região Sudeste e outro no Norte.

No período subsequente à Mobilização da Seca, ainda em 1996, de acordo com o relato de Görgen (1998, p. 57-59), os primeiros grupos de base organizados no Rio Grande do Sul apresentaram uma série de encaminhamentos que buscavam responder à questão “como vamos lutar?”, sendo eles:

1. Conscientizar a massa dos pequenos agricultores a organizar-se na base;
2. Ter clareza dos objetivos que queremos;
3. Organizar-se em grupos de base;
4. Elaborar um projeto básico de investimento;
5. Conquista quem luta;
6. Quem dirige a luta;
7. Apoio da sociedade;
8. Garantir o autossustento da luta;
9. Comercialização direta.

Em linhas gerais, nota-se, nesse momento inicial de formação do MPA, que parte considerável dos encaminhamentos giraram em torno da composição, organização e administração do grupo. Todavia, para efeitos de análise da questão central desta dissertação, que se concentra nas relações entre campo e cidade, bem como entre produção e consumo alimentar, cabe salientar que dois desses nove pontos apresentados em 1996, primeiro ano de atuação do movimento, direcionam-se para a esfera do consumo, com menções claras à

necessidade de conquistar o “apoio da sociedade” e promover “comercialização direta” de seus produtos.

Segundo a narrativa descrita por Görgen (1998, p. 59), o MPA preocupava-se em buscar “apoio em todos os setores da sociedade visando melhorar a situação da agricultura familiar”. Na avaliação do MPA, o apoio da sociedade de forma geral viria a medida que a crise social se aprofundasse. Contudo, relata-se que desde o início o MPA contou com uma “uma grande força na luta” que foram os aliados, não os “aliados de discurso”, “mas os verdadeiros companheiros de caminhada” (GÖRGEN, 1998, p. 54). Em especial, cita-se o nome de algumas organizações aliadas: Federação dos Metalúrgicos, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Movimento de Mulheres Trabalhadoras Rurais, Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB), Pastoral da Juventude Rural (PJR), Comissão Pastoral da Terra (CPT) de Caritas/RS e, apesar das divergências experienciadas nas mobilizações iniciais, nomeia-se também a direção da CUT do Rio Grande do Sul, provavelmente fazendo referência àqueles, que apesar do recuo inicial, acabaram posteriormente por apoiar e viabilizar a expansão do Acampamento da Seca. É citado como aliado, também, o agricultor, defensor da reforma agrária e, então, deputado federal Adão Pretto<sup>11</sup> pelo Partido dos Trabalhadores (PT). De acordo com Görgen (1998, p. 54), “a lição que fica é que precisamos escolher bem os aliados”.

Sobre o último ponto, Görgen (1998, p. 59) explica que era também uma das prioridades do MPA pensar sobre “formas de comercialização direta com o povo da cidade eliminando a exploração dos intermediários”. Isso mostra que desde o período inicial de sua formação, em 1996, o MPA se apresentou como um movimento dinâmico e inovador, que tem em sua base o questionamento das formas de lutas consideradas mais convencionais. Dessa forma, essas características somadas ao direcionamento a “todos os setores da sociedade” e ao “povo da cidade” (sem nenhuma menção específica às categorias “consumo” e/ou “consumidores”) podem ser elementos importantes para pensar como, nos anos mais recentes, o MPA poderia vir a incorporar a politização do consumo em sua estratégia política.

Entre 1996 e 1997, o MPA organizou uma série de mobilizações, sobretudo em torno da questão de crédito para pequenos agricultores, as quais serão abordadas em mais detalhes a seguir, e que culminaram, segundo as informações descritas por Görgen (1998), em uma reunião entre os dias 12 e 13 de dezembro de 1997 em Brasília em que se decidiu a constituição do MPA como um movimento de abrangência nacional.

## **1.2 O Crédito como Luta Prioritária do MPA: Pronaf Custeio Especial, o “Pronafinho”**

Em 1995, um ano antes da constituição oficial do MPA, foi lançado o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), com a finalidade de promover o desenvolvimento sustentável do segmento rural constituído pelos agricultores familiares, de modo a propiciar-lhes o aumento da capacidade produtiva, a geração de empregos e a melhoria de renda (BRASIL, 1996). No entanto, na ocasião de sua criação, o Pronaf se direcionava para os agricultores familiares reconhecidos como “em transição” – aqueles que, embora “ainda não consolidados como empresa, possuem amplo potencial de viabilização econômica” (PRONAF, 1996 *apud* CARNEIRO, 1997, p. 72). Esse direcionamento do Pronaf denotava, entre outros aspectos, o caráter excludente dos critérios de identificação do tipo de agricultor familiar a ser beneficiado por essa política, o que consequentemente impossibilitava

---

<sup>11</sup> Adão Pretto foi deputado federal desde 1990, cumprindo seis mandatos consecutivos, e ajudou a fundar o MST no Rio Grande do Sul.

o acesso dos pequenos agricultores, como aqueles organizados nesse período pelo MPA. Como mencionado no próprio texto do Programa, havia nessa época 2.330.000 estabelecimentos classificados como inviáveis economicamente ou inadequados em termos da infraestrutura disponível (PRONAF, 1996 *apud* CARNEIRO, 1997, p. 77).

Como resposta, no ano seguinte, em 1997, foram organizadas uma série de ações que pautavam a criação do Pronaf Especial Custeio, um programa semelhante à versão original, mas destinado às demandas e particularidades dos agricultores familiares de menor renda, o qual ficou conhecido popularmente como “Pronafinho Custeio” (CADONÁ, 2004; GÖRGEN, 1998). Dentre as ações, destaca-se: a Caminhada dos Pequenos Agricultores de Montenegro/RS até a capital gaúcha Porto Alegre, totalizando um percurso de 60km; a Ocupação da Secretaria da Agricultura do Rio Grande do Sul; a Ocupação do Terreno da montadora *General Motors* (GM), que culminou na abertura das negociações sobre crédito subsidiado com o então Ministro da Agricultura e Abastecimento Arlindo Porto do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB/MG); a mobilização conhecida como “Ferramentaço” durante a Audiência na Expoente, que contou com mais de 700 pessoas e conseguiu pressionar a continuidade das negociações para a criação de uma linha de crédito subsidiado específica para os pequenos agricultores; e, por fim, a Greve de Fome de alguns militantes do MPA, que durou 16 dias e foi planejada para coincidir com a vinda do Papa João Paulo II ao Brasil. A pressão dessas mobilizações levou o então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso (PSDB) a formalizar, em 10 de outubro de 1997, o compromisso de criação de uma linha de crédito subsidiado especial do Pronaf dirigida aos pequenos agricultores. O Pronaf Custeio Especial foi criado no final de 1997 e começou a operar no início de 1998.

O intenso envolvimento do MPA na criação do Pronaf Custeio Especial, considerado pelo Frei Sérgio Görgen (1998) como a primeira conquista do MPA, evidencia como a questão do crédito se constituiu como umas das primeiras grandes bandeiras de luta do MPA. O depoimento de Romário Rosseto, em entrevista realizada por Picolotto (2011), reproduzido parcialmente a seguir, traz mais detalhes sobre a criação do Pronaf Custeio Especial e dos grupos de base do MPA, a partir da perspectiva de um dos líderes estaduais da organização:

O MPA teve uma participação decisiva para a criação do PRONAF, juntamente com outras organizações. Foi um programa criado e que depois melhorou. Há vários públicos na agricultura camponesa. Foi criado o Pronafinho para os agricultores mais empobrecidos. A nossa prioridade, do MPA, nosso público está nessa grande maioria dos agricultores empobrecidos. Lutamos contra o modelo agrícola implantado há tantos anos que não beneficia a agricultura camponesa. Esta sempre leva as migalhas (Romário Rosseto, liderança estadual do MPA no Rio Grande do Sul, em entrevista concedida em 2010 a Picolotto (2011), p. 202).

Outra particularidade importante apontada por Picolotto (2011), a partir do depoimento de Rosseto, é a composição do público prioritário do MPA, formado pelos “agricultores empobrecidos”, os “lascados” que “sempre levam as migalhas”. Em outras palavras, a base social que compunha majoritariamente o MPA eram os pequenos agricultores, que representavam as parcelas mais empobrecidas do campo<sup>12</sup> (CADONÁ, 2004;

---

<sup>12</sup> Görgen (1998, p. 67), relata, por exemplo, que uma das principais conclusões de uma reunião nacional do MPA realizada em junho de 1998, foi “organizar os abandonados do campo, a população rural desprotegida das políticas públicas e sem apoio nas organizações tradicionais dos trabalhadores rurais”. Cadoná (2004, p. 247), por sua vez, alega que “proporcionalmente ao número de famílias que trabalham na agricultura, os pequenos agricultores, certamente, são majoritariamente os mais pobres”. O autor esclarece que, apesar de serem pequenos proprietários, em geral, esses possuem uma quantidade de terras menor do que a média dos assentados do MST. Por fim, Da Ros (2006, p. 188) cita o depoimento de Aurio Scherer, então membro da Coordenação Nacional do

DA ROS, 2006; GÖRGEN, 1998; PICOLOTTO, 2011). Pela trajetória dos grupos sociais que deram origem ao segmento de agricultores de base familiar no Rio Grande do Sul, pelos seus alinhamentos políticos anteriores e pelas regiões de atuação do MPA, Picolotto (2011) sugere que esse grupo seria formado principalmente por pequenos proprietários de ascendência colona empobrecidos após divisões de herança ou por não terem conseguido acompanhar o processo de modernização da agricultura, e por caboclos, pequenos proprietários, arrendatários e parceiros, dentre outros, que também tiveram dificuldades de modernizar suas atividades ou foram excluídos das políticas públicas. Esse público encontrava pouco espaço nas estruturas sindicais estabelecidas e, em momentos críticos para a sua sobrevivência social, como no episódio da seca de 1995/96, foram possivelmente os mais receptivos à ideia de formar acampamentos aos moldes do MST, almejando alcançar resultados concretos que ajudassem a sanar os problemas imediatos que enfrentavam e ameaçavam sua sobrevivência. Diferentemente desses agricultores que enfrentavam muitas dificuldades, pressupõe-se que as principais bases da Fetag (e em certa medida também da CUT rural), por serem menos vulneráveis socialmente, não estariam dispostas a acampar por vários dias na beira da estrada como aconteceu durante a Mobilização da Seca em 1996.

De forma subsequente à conquista do Pronaf Custeio Especial e das reivindicações de outros programas que garantissem recursos para a viabilidade desse modelo de agricultura, como a criação de crédito subsidiado, programas direcionados a pequenas indústrias e outros, em dezembro de 1997 formalizou-se a constituição oficial do MPA como um movimento de abrangência nacional. Após o encontro que determinou a sua fundação, foram compartilhadas algumas conclusões que abordavam, dentre outros aspectos, uma contextualização e análise da conjuntura da época e uma agenda para o futuro próximo com a apresentação de objetivos, lutas e bandeiras prioritárias:

I - Situação da agricultura familiar e dos pequenos agricultores

- O projeto neoliberal não precisa da produção dos pequenos agricultores, não interessam ao mercado globalizado [...]
- A agricultura familiar está perdendo o peso na produção do País.
- Nosso maior peso, hoje, não é econômico, mas político. Isto quer dizer que o sistema não precisa de nossa produção, mas tem medo de nós se estivermos organizados e enfrentando as elites que mandam no País e usam só para si as nossas riquezas (GÖRGEN, 1998, p. 61-62).

Sob a perspectiva das relações entre produção e consumo do sistema agroalimentar, o MPA aponta um desequilíbrio entre os volumes de produção de alimentos pelos pequenos agricultores e de consumo desses alimentos no país, mencionando, por exemplo, que “o projeto liberal não precisa da produção dos pequenos agricultores” e reconhecendo que, na época, o maior peso da agricultura familiar se encontrava no campo político, e não no econômico. No final de 1997, durante o período de fundação oficial do MPA, parece estar em destaque, então, a denúncia de certo descaso com a produção da agricultura familiar e dos pequenos agricultores, evidenciada pela percepção do MPA de que “o sistema não precisaria dessa produção”. Com esse diagnóstico, o MPA elaborou uma resposta nos anos posteriores por meio da construção de uma pauta de luta visando a entrada da agricultura familiar na agenda política, considerando que esse modo de produção é a “base da produção de alimento para o povo brasileiro”.

---

MPA, cedido ao autor em 2004, o qual conta que “o MPA está organizando os camponeses mais pobres, porque aqueles mais estabilizados ainda permanecem no movimento sindical tradicional”.



É notório, todavia, como esse diagnóstico inicial e o uso da categoria “agricultura familiar” passou por transformações no decorrer da história do MPA – o que é tema de discussão da próxima seção deste trabalho. Em 1998, em um dos capítulos do livro do Frei Sérgio Gorgen, o MPA aponta, por exemplo, que a agricultura familiar “pela quantidade de alimentos produzidos e por seu peso social e econômico, formam ainda a grande agricultura do País” (GÖRGEN, 1998, p. 79). Essa nova avaliação da centralidade da agricultura familiar como a “grande agricultura” do Brasil, apesar de diferente dos pareceres iniciais, parece preservar a alegação dos alimentos oriundos da produção familiar como a base da alimentação dos brasileiros.

Outro ponto apresentado nos encaminhamentos publicados após a constituição oficial do MPA é a definição dos objetivos, das lutas prioritárias e das bandeiras que unificam o MPA. Foram classificados como imediatos os seguintes temas: (a) crédito subsidiado para viabilizar a agricultura familiar, (b) seguro rural e saúde, e (c) previdência. Além disso, foi apontado um panorama de lutas gerais identificadas da seguinte forma: (a) contra a política econômica do governo, exigindo controle da importação de alimentos; (b) preços agrícolas que viabilizam a produção e o aumento do poder aquisitivo do povo; (c) fomento à agricultura familiar como base da produção de alimentos para o povo brasileiro; (d) fomento à reforma agrária; e (e) construção de um Projeto Alternativo de Desenvolvimento para o Brasil que garanta emprego, terra, moradia e educação para todos.

Observa-se, nesse breve histórico, que nessa fase o crédito se mantém como pauta central, inclusive de ordem imediata, do MPA, ao lado das lutas por previdência, seguro rural e saúde (CADONÁ, 2004; GÖRGEN, 1998).

Alguns meses depois, ocorreu mais uma reunião do MPA em Brasília, entre os dias 11 e 12 de junho de 1998, no final do qual foram apresentadas algumas conclusões sobre o futuro da atuação do MPA em nível nacional. Dentre elas, a pauta do crédito subsidiado se preservou e manteve-se como parte da luta central do movimento. Uma das perguntas retóricas contidas no relato de Gorgen (1998) era justamente: “por que a luta por crédito subsidiado como luta central?”. Como respostas à essa questão, foram apontadas algumas razões. Segundo Gorgen (1998), essa pauta era vista como uma forma de continuidade da Mobilização da Seca, além de ser identificada como a necessidade mais sentida, evidente e levantada pelas bases dos pequenos agricultores e considerada como uma luta capaz de juntar a massa e de criar possibilidades do pequeno produtor se manter na roça.

Outros aspectos chamam atenção e apontam uma visão e um certo estilo de luta adotado e defendido pelo MPA. Segundo as conclusões tiradas pelo movimento em meados de 1998, era preciso “fazer com que as lutas mexam com as estruturas, evitando que as mobilizações adquiram caráter assistencialista ou que as lutas sejam só para soluções paliativas” (GÖRGEN, 1998, p. 67). Em suma, fazia parte do intuito dessa organização “construir uma organização ágil e dinâmica para responder com rapidez aos desafios da conjuntura” (GÖRGEN, 1998, p. 66).

Ademais, foram sinalizados um leque de desafios do MPA para os anos subsequentes, alguns deles destacados a seguir:

- Construir um Movimento de Pequenos Agricultores, de base, forte e organizado, que renove o sindicalismo, que se faça respeitar pelo governo, que busque apoio de toda a sociedade, como forma de defesa da Agricultura Familiar. [...]
- Discutir com as bases através dos grupos de base, uma nova forma de se produzir (agroecologia, agricultura alternativa), uma nova forma de se organizar (associativismo, cooperativismo popular), uma nova forma de gerar renda (agroindustrialização) e uma nova forma de comercializar, de vender a produção

diretamente com a população urbana e com os grandes centros de consumidores. (GÖRGEN, 1998, p. 69).

Nota-se, nessa passagem, em paralelo às reivindicações em torno da questão do crédito, a “busca pelo apoio de toda a sociedade” e de “novas formas de comercializar e de vender a produção diretamente com a população urbana e com os grandes centros de consumidores”. Em nossa interpretação, esse posicionamento indica que em alguns momentos no curso da história do MPA o movimento direciona suas lutas também à cidade e à esfera do consumo. Cabe destacar que, nessa descrição de tal desafio de discutir “uma nova forma de comercializar, de vender a produção diretamente com a população urbana e com os grandes centros de consumidores”, encontra-se uma das poucas menções diretas, nos documentos e falas dessa época de formação do MPA analisados nesta dissertação, ao termo “consumidores”.

Outra menção específica aos “consumidores” pode ser encontrada em um dos capítulos finais do livro do Frei Sérgio Görgen, onde se discute os esforços para a inserção de um novo modelo tecnológico que construa uma nova matriz produtiva e que, ao mesmo tempo, respeite a natureza e preserve os recursos naturais. Justifica-se que essas mudanças seriam motivadas por razões de saúde, para preservar o solo, pela necessidade econômica de superar a dependência dos insumos químicos, pelo respeito às próximas gerações e pela consciência ecológica, bem como “pelas novas exigências dos consumidores de alimentos” (GÖRGEN, 1998, p. 84). Isso indica a presença, embora tímida, de um processo de (re)conexão entre produção e consumo alimentar e de construção de pontes entre campo e cidade desde os primeiros anos de atuação do MPA.

Além disso, é abordada a necessidade de lutar também por uma política nacional de segurança alimentar com o objetivo de alcançar nacionalmente a disponibilidade total de alimentos de forma simultânea: suficiente, estável, autônoma, sustentável, equitativa e variada. No aspecto sobre a variedade dos alimentos, descreve-se a necessidade de “possibilitar o acesso a uma alimentação integral em termos nutritivos, equilibrada e saudável” (GÖRGEN, 1998, p. 85). Dessa forma, nota-se também que, desde a sua constituição, o MPA demonstra preocupações e certa valorização de um conjunto particular de atributos que determinam a qualidade e a saudabilidade da alimentação.

### **1.3 Os Encontros Nacionais do MPA e o Plano Camponês: “Da Agricultura Camponesa para Toda a Sociedade”**

Em maio de 2000, foi realizado I Encontro Nacional do MPA, na cidade de Ronda Alta/RS, cujo tema principal era “M de Movimento, P de Produção e A de Agricultura que alimenta a nação”. A segunda palavra de ordem do evento circundava a temática “Organizar, produzir e alimentar”<sup>13</sup>. Essa primeira edição, reuniu cerca de 350 participantes dos estados de Espírito Santo, Rondônia, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina (CARVALHO, 2016).

As menções claras à defesa de uma “agricultura que alimenta a nação”, com o objetivo de “organizar, produzir e alimentar”, promovidas em seu primeiro encontro nacional, os quais, à época, eram considerados como momentos soberanos de formação, troca de

---

<sup>13</sup> O lema do I e II Encontro Nacional do MPA (“Organizar, produzir e alimentar”) guarda semelhanças com o lema bastante conhecido do MST, “Ocupar, resistir e produzir”, tema do seu II Congresso Nacional, que ocorreu em maio de 1990, e que até hoje é encontrado em cartazes em acampamentos e assentamentos organizados por este movimento. No caso do MPA, destaca-se o foco na alimentação, ausente nesse lema do MST.

experiências, definição de plataformas de lutas e projetos do movimento (CADONÁ, 2004), e também em consonância com a agenda de lutas estabelecida desde a sua fundação, apontam o foco particular dado as temáticas da soberania alimentar e da alimentação pelo MPA, quando comparado a outros movimentos sociais do campo<sup>14</sup>.

Poucos anos depois, em 2003, foi realizado o II Encontro Nacional do MPA, em Ouro Preto do Oeste/RO, cujo lema continuou sendo o mesmo do primeiro encontro: “Organizar, Produzir, Alimentar” (SANTOS, 2012). Uma das principais discussões levantadas durante esse evento foram as formulações presentes no Plano Camponês, o qual se configura, a partir desse momento, nas palavras do próprio movimento, como um “plano audacioso” que descreve o projeto estratégico do movimento (MPA, 2012, p. 5). O Plano Camponês define, sob a ótica do MPA, as ações necessárias para o desenvolvimento e fortalecimento do campesinato brasileiro que, por sua vez, são partes integrantes da sua proposta de um projeto popular e uma revolução brasileira. Seu objetivo constitui-se em “articular um conjunto de ações numa estratégia de fortalecimento da Agricultura Camponesa, preservação do meio ambiente, produção de alimentos saudáveis e abastecimento popular”<sup>15</sup> (MPA, 2012, p. 5). Segundo o MPA, esse é um projeto estratégico cuja proposta é se manter em elaboração de forma contínua e permanente.

A escolha por intitular tal projeto como Plano Camponês aponta para direcionamentos importantes tomados pelo MPA e denota, de forma concreta, a incorporação de uma nova adjetivação ao movimento. Encontra-se nos discursos do MPA o termo “pequenos agricultores”, presente no nome da organização, e a expressão “camponês”. Uma análise do conteúdo desse projeto mostra como certos fatores da história dos “povos do campo” e da “classe trabalhadora” são resgatados e ressignificados. As primeiras linhas de apresentação da versão do *Plano Camponês: da agricultura camponesa para toda a sociedade* de 2012, por exemplo, iniciam do seguinte modo:

Estamos vivendo um período muito importante e decisivo na história do campesinato brasileiro de muita reflexão e contribuição da nossa parte enquanto povos do campo de toda a classe trabalhadora. Nunca existiu na história do Brasil um projeto que garantisse condições concretas de desenvolvimento da Agricultura Camponesa. O campesinato sempre foi tratado pelo Estado com repressão e com migalhas, enquanto o agronegócio sempre foi protegido e financiado amplamente.

---

<sup>14</sup> Contudo, vale destacar o mote “Agricultura Familiar: As Mãos que Alimentam a Nação” adotado pela Fetrat-Sul desde a Caravana da Agricultura Familiar realizada na região Sul em conjunto com a candidatura de Lula à Presidência da República em 2001, posteriormente adotado pela Fetrat Brasil após o seu Congresso de fundação em 2005 e parte do título da tese de Picolotto (2011) sobre a agricultura familiar, sindicalismo e política. Por outro lado, Niemeyer (2004) reforça essas diferenças iniciais com outros movimentos sociais do campo, como o MST. Segundo a autora, apesar de nos dias atuais se percebe é a convergência de agendas, com o MST incorporando aspectos do Plano Camponês ao seu projeto de “reforma agrária popular”, inicialmente, era evidente que a “luta pela Reforma Agrária tem sido uma bandeira do MST, enquanto o modelo de produção tem sido principal foco do MPA. Até então, a “divisão de trabalho” justificava-se pelo público alvo de ambos os movimentos serem diversos, enquanto a base do MST eram os “sem terra”, a base do MPA eram os pequenos produtores rurais” (NIEMEYER, 2004, p. 102).

<sup>15</sup> Neste trabalho, tivemos acesso apenas à cartilha do *Plano Camponês – Da Agricultura Camponesa para Toda a Sociedade*, publicada em 2012, pelo Coletivo de Formação do MPA do Espírito Santo. Dessa forma, não tivemos a possibilidade de avaliar semelhanças e diferenças entre a primeira versão do Plano Camponês, que foi base de discussão dos II e III Encontros Nacionais do MPA, organizados, respectivamente, em 2003 e 2010, e a versão posterior divulgada em 2012, discutida no I Congresso Nacional do MPA. Por esse motivo, todas as menções ao Plano Camponês referem-se à versão de 2012. Devido a essa limitação, acabamos por assumir que a versão consultada e as informações complementares nos documentos e nas falas que comentam o Plano Camponês forneceram elementos suficientes para captar o posicionamento do MPA construído a partir do Plano Camponês.

É nesse contexto que nós, **Movimento dos Pequenos Agricultores**, organizados em 17 estados do Brasil, tendo como base nossos grupos de famílias camponesas em suas comunidades estamos construindo elementos teóricos e práticos para a construção de um **Plano Camponês** (MPA, 2012, p. 5, grifo do autor).

Diante desse novo posicionamento, Carvalho (2016)<sup>16</sup>, ao se debruçar em sua pesquisa sobre a história do MPA, propõe uma leitura histórica da trajetória do movimento a partir de dois momentos: um primeiro período que engloba os acontecimentos desde sua formação até ano de 2002, quando a agenda de lutas do MPA se concentrava principalmente nas suas demandas por crédito e habitação rural; e um segundo período marcado pela formulação do Plano Camponês, em 2003, quando se observa uma renovação das pautas e das propostas de lutas em torno da causa camponesa que passam a orientar a atuação da organização.

Nessa visão, o Plano Camponês é considerado um marco histórico que define a estratégia e o projeto político do MPA. Corroboram com Carvalho (2016) as formulações de Marcelo Leal e Frei Sérgio Görden, ambos militantes do MPA, publicadas no artigo *Desafios da agricultura camponesa no século XXI*, as quais apontam o Plano Camponês como o documento que sistematiza “os elementos fundamentais que definem o centro da tática do Movimento”<sup>17</sup>. Segundo os autores,

o Plano Camponês é, ao mesmo tempo, um projeto político para o desenvolvimento do campo, que reúne as demandas imediatas concretas da classe camponesa aos seus interesses mais universais e a estratégia capaz de levar o campesinato a cumprir papel fundamental na transformação democrática e popular da sociedade brasileira. Estabelece os elementos fundamentais que definem o centro da tática do Movimento, o campo político a que pertence e suas políticas de alianças, os desafios da construção orgânica, as lutas e a sua relação com o Estado e governos (LEAL; GÖRGEN, 2015, p. 90).

Nessa análise, considera-se que o Plano Camponês revela uma mudança relevante no discurso do MPA (CARVALHO, 2016; LEAL; GÖRGEN, 2015; SANTOS, 2012; SILVA, Leomárcio, 2017). A incorporação da categoria “camponês” como forma de identificação do MPA orienta um novo conjunto de pautas para a agenda política da organização, repercutindo de forma significativa em seu posicionamento. Em mais detalhes, o Plano Camponês, segundo Carvalho (2016),

traz em si uma mudança relevante no discurso do MPA que é a identificação não mais como ‘agricultores familiares’, mas como ‘camponeses’, o que, no entender do grupo, marca a postura sobre a possibilidade de continuar produzindo comida sem, necessariamente, integrar-se subordinadamente ao modelo capitalista. Na esteira

---

<sup>16</sup> Embora o *paper*: *O MPA além da forma-movimento: anotações para uma história*, de Priscila Delgado de Carvalho, então Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), e apresentado no 40º Encontro Anual da Anpocs, no Seminário Temático “Espaços rurais no Brasil contemporâneo: questões teóricas e novos temas de pesquisa”, em 2016, seja uma publicação de uma pesquisa em curso, consideramos que as análises e as considerações de Carvalho (2016) sobre a trajetória do MPA são importantes e úteis a esta pesquisa.

<sup>17</sup> Cabe ressaltar, conforme esclarecem Leal e Görden (2015), que o Plano Camponês é resultado de um debate militante e com particular contribuição de dezenas de renomados cientistas brasileiros. Segundo os autores, um conjunto de concepções presentes na publicação foi resultado de um estudo amplo coordenado pelo MPA que culminou na obra *O campesinato do século XXI*, de Horácio Martins de Carvalho, publicado em 2005, pela Editora Vozes, e na coleção *História social do campesinato*, composta de nove livros publicados entre 2008 e 2010, numa coedição da Editora da Unesp com o Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural (NEAD) do, atualmente extinto, Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA).

dessa mudança, o MPA passou a discutir o que significa ser camponês e camponesa no Brasil e vem levando esse debate para a Via Campesina. Passou também a defender o uso da expressão ‘agricultura camponesa’ em contraposição ao agronegócio (CARVALHO, 2016, p. 10).

O MPA passa a se identificar e posicionar não apenas como um movimento dos “pequenos agricultores”, mas também passa a negar as categorias “agricultura familiar” e “agricultores familiares”, substituindo-as por “agricultura camponesa” e “camponeses”.

Em entrevista concedida para esta dissertação, Humberto Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA, ratifica a importância da Via Campesina<sup>18</sup> para a formação do movimento e, em particular, para a diferenciação adotada pelo movimento entre “agricultura familiar” e “agricultura camponesa”:

A gente bebeu muito dos debates da Via Campesina, sobretudo o debate sobre agricultura camponesa e agricultura familiar. Nos fortaleceu muito, do ponto de vista conceitual, participar da Via Campesina, para demarcar um campo de debate, de posicionamento político (informação verbal)<sup>19</sup>.

Palmeira aponta também alguns aspectos de ordem prática que compuseram os desafios do uso da categoria “pequeno agricultor”, fazendo uma distinção entre diferentes “gerações” do MPA. Ele identifica uma primeira geração, baseada principalmente na região Sul do país, a quem tal denominação se enquadrava e era considerada como representativa. Posteriormente, em consonância com a pesquisa de Leila Silva (2017) e das considerações publicadas por Leomárcio Araújo da Silva (2017), historiador e membro da Coordenação Nacional do MPA, descreve-se o surgimento de outra geração com a da expansão do MPA especialmente para o Nordeste, região que demandava uma designação para o movimento que abarcasse uma maior pluralidade de atores<sup>20</sup>. Palmeira narra esse processo de expansão do MPA da seguinte forma:

Quando o MPA vai para o Nordeste, o que acontece? O Nordeste tem de tudo, tem indígena, tem quilombola, é tudo misturado ali. Até do ponto de vista da religião, tudo misturado. Você vai na macumba, vai na igreja católica. [...] Foi uma base social que, do ponto de vista jurídico, rompia com aquela primeira geração. Hoje, o MPA não tem só pequeno agricultor, tem quilombola, tem indígena, tem grupo de mulheres (informação verbal)<sup>21</sup>.

Desse modo, afirma-se que nos dias atuais a base social do MPA não é mais composta “apenas” por pequenos agricultores, englobando também outros grupos como quilombolas e

---

<sup>18</sup> Segundo as informações levantadas por Niemeyer (2014), a Via Campesina está organizada no Brasil, desde 1993. Atualmente, o MPA é um dos responsáveis pela coordenação da Via Campesina América do Sul. No Brasil, a Via Campesina está composta por sete organizações e movimentos sociais de base rural com perfis bastante diferenciados: MPA, MST, MAB, Movimento de Mulheres Camponesas (MMC), Movimento de Pescadores e Pescadoras Artesanais (MPP), Coordenação Nacional de Comunidades Quilombolas (CONAQ) e PJR.

<sup>19</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

<sup>20</sup> Para mais informações sobre a atuação do MPA no Nordeste, conferir Santana (2018), Santos (2012), Silva, Leila (2017) e Silva, Leomárcio (2017).

<sup>21</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

indígenas (SILVA, Leila, 2017). Esse novo posicionamento se soma, assim, às razões que fundamentam a argumentação e a reivindicação em torno da pauta das camponesas e camponeses, do campesinato e da agricultura camponesa, que seriam categorias mais amplas e capazes de representar a base social e as lutas do movimento.

Niemeyer (2014) considera que o fato de uma organização denominada “Movimento dos Pequenos Agricultores” identificar-se como um movimento camponês pode ser considerado, no mínimo, contraditório. Mas é importante manter no horizonte de análise o contexto histórico de formação do MPA. A autora salienta que durante a década de 1990, período que corresponde à fundação do MPA, havia uma dinâmica do emprego diferenciado de cada categoria: “pequeno agricultor” era uma categoria vigente, enquanto a de “agricultura familiar” estava em processo de ascensão como categoria analítica, política e identitária, e a categoria “camponês” encontrava-se em desuso, por representar um “sujeito ignorante, ineficiente e deslocado do seu tempo histórico”, o que na visão da autora poderia se somar às razões que justificariam a seleção de termos no referido período (NIEMEYER, 2014, p. 142).

Niemeyer (2014) salienta que o MPA considerou alterar seu nome para incorporar a categoria “camponês”, como, por exemplo, ocorreu com o Movimento das Mulheres Agricultoras (MMA), que atualizou o nome para Movimento das Mulheres Camponesas (MMC) na década de 2000. Todavia, em 2008, houve um conflito interno no MPA, que resultou em um “racha” e na formação de um grupo dissidente chamado Movimento Camponês Popular (MCP), composto principalmente por lideranças do MPA de Goiás. Soma-se, ainda, às justificativas para a manutenção do nome original, o fato de que, nos anos 2000, o MPA já estava constituído como um movimento social relativamente conhecido, e suas lideranças avaliaram que uma mudança no nome não, necessariamente, traria benefícios (NIEMEYER, 2014).

De qualquer forma, a atual reivindicação da categoria “camponês” é vista por Carvalho (2016) como uma forma de evitar a subordinação ao modelo capitalista, defender a oposição ao agronegócio e, de igual forma, defender uma produção de alimentos pautadas nos valores de soberania alimentar, no lugar da produção de *commodities* visando exclusivamente a multiplicação de lucros. Contudo, apesar de isso parecer um “novo” posicionamento do movimento, nos parece interessante cotejar as formulações presentes no Plano Camponês de 2003 com as bases de fundação do MPA, notando que no lugar de uma novidade, houve uma renovação do posicionamento defendido pelo movimento desde a sua fundação. Segundo os relatos e as análises sobre o surgimento do MPA, as razões que motivaram a ruptura de um grupo de pequenos agricultores com o sindicalismo, desde o início, giram em torno da busca por atender as demandas de um grupo de produtores que não se sentia representado pelas entidades anteriormente existentes (CADONÁ, 2004, CARVALHO, 2016; GÖRGEN, 1998, NIEMEYER, 2014; PICOLOTTO, 2011; SILVA, 2014). Conforme narra Frei Görgen, a fundação do MPA foi o resultado de um diagnóstico, que demonstrava que dentro do modelo de desenvolvimento econômico da época não havia mais lugar para os pequenos agricultores e que o próprio movimento sindical estava despreparado para enfrentar essa nova realidade. Nesse caso, tratava-se de uma luta “não para incluir-se no modelo, mas uma luta sem tréguas contra o modelo” (GÖRGEN, 1998, p. 14).

Nesse cenário de “luta sem tréguas contra o modelo”, sugere-se, sem a pretensão de esgotar as razões, nem indicar uma ordem de importância, que a aproximação do MPA com a Via Campesina, bem como a nova conotação atribuída à categoria “agricultura familiar”, quando parte de seus segmentos se integraram aos mercados e ficaram conhecidos como

“agronegocinho”, “agricultores capitalistas” e/ou “empreendedores”<sup>22</sup>, tiveram grandes repercussões nas reflexões realizadas pelo MPA com relação a sua identidade e categoria de luta. Dessa maneira, nota-se que apesar de em seus documentos iniciais o MPA pautar a agricultura familiar com diversas menções ao termo, seu posicionamento se transforma e se reorienta, aparentemente a partir do seu II Encontro Nacional e da discussão do Plano Camponês, para as categorias “camponês” e “agricultura camponesa”.

A reivindicação da categoria “camponês” pelo movimento, de acordo com os autores citados, pode ser analisada como um processo de recampesinização<sup>23</sup>, ou de “fim” do fim do campesinato, conforme a nomenclatura utilizada pelo MPA no Plano Camponês<sup>24</sup>.

Um dos autores que dissertam sobre essas diferentes trajetórias e é inclusive um referencial teórico importante e citado pelo MPA é o pesquisador holandês Jan Douwe van der Ploeg<sup>25</sup>. Ploeg (2008) explica que a condição camponesa não é, de forma alguma, uma condição estática, representando uma trajetória através do tempo, de movimentos ascendentes e descendentes, sendo uma de suas muitas mudanças o processo de recampesinização, o que o MPA tem chamado de “fim” do fim do campesinato. No contexto contemporâneo de industrialização da agricultura, marcado por fortes pressões sobre os sistemas locais e regionais de produção de alimentos e, conseqüentemente, do fortalecimento do que Ploeg (2008) denomina como “*squeeze*” da agricultura – o que arriscaríamos explicar como aperto e/ou manobras especulativas que geram grande pressão sobre os preços pagos aos agricultores – uma das formas encontradas para lidar, lutar e sobreviver, quer seja nos países industrializados ou nos países do Sul global, perante as fortes tendências de marginalização e de novos padrões de dependência é o processo de recampesinização. Nas palavras sublinhadas por Ploeg (2008, p. 23, grifo do autor), “a recampesinização é uma expressão moderna para a **luta por autonomia e sobrevivência em um contexto de privação e dependência**”.

Esses elementos justificam a análise proposta por Carvalho (2016) de uma leitura da história do MPA dividida em dois momentos, mencionada anteriormente. Verifica-se, assim, que nesse segundo momento, a agenda política do MPA passa a ser orientada por uma gama de conceitos presentes no Plano Camponês, tais como sistemas camponeses de produção,

---

<sup>22</sup> Para mais informações sobre a conotação da agricultura familiar como “agronegocinho”, conferir Görgen, (2017), Fernandes (2014) e Oliveira (2007).

<sup>23</sup> Na literatura especializada, encontra-se tanto o termo “recampesinização” (referente à campesinato), quanto o termo “recampenização” (referente a camponês) para significar a mesma ideia. Para mais informações sobre o uso do segundo termo, conferir, por exemplo, Bosetti (2011), Carvalho (2005), Faria (2001), Martinello (2009) e Ploeg (2006; 2008).

<sup>24</sup> O Plano Camponês, publicado em 2012, bem como o material de circulação interna do MPA, publicado por Krauser em 2015, fazem referência a três teses sobre o campesinato brasileiro: (a) a tese do fim do campesinato defende que o desenvolvimento econômico e a competição capitalista levariam ao fim do campesinato e à urbanização quase total da sociedade; (b) a tese da metamorfose camponesa argumenta que o camponês deve se “metaforsear” e se transformar em um agricultor moderno, integrado às grandes indústrias e às cadeias produtivas do agronegócio, ou ainda assimilado nos nichos de mercados por meio de alimentos orgânicos e/ou turismo rural; (c) a tese do fim do fim do campesinato sustenta que este, por se constituir com base em um conjunto de relações de produção não capitalistas, tem uma capacidade de adaptação e resistência que permitem sua existência na atual sociedade e traz elementos fundamentais para a construção de uma sociedade em transição ao comunismo.

<sup>25</sup> Cabe ressaltar que além da referência no Plano Camponês às formulações de Ploeg, observamos outras citações ao autor em momentos posteriores, que ilustram a afinidade do MPA às formulações desse autor, tais como: (a) em 2014, uma das seções do *Caderno de Estudos* – material de preparação para o I Congresso Nacional do MPA – reproduz na íntegra um artigo de Ploeg publicado anteriormente pela AS-PTA; (b) em 2016, Valter Israel da Silva, camponês e militante do MPA, no artigo *Plano Camponês e a relação campo-cidade*, faz uma citação sobre a noção proposta por Ploeg de “capital ecológico” e (c) em 2018, foi compartilhado no site oficial do MPA a matéria “A recampesinização ocorrerá mais fortemente por meio da crise econômica, afirma sociólogo”, que inclui uma entrevista com o autor e foi publicada originalmente no *Sul21*.

agroecologia, alimergia<sup>26</sup> e soberania alimentar. Em virtude do foco desta dissertação na incorporação da estratégia de politização do consumo, da comida e da alimentação, destacamos dois deles: a agroecologia e a soberania alimentar.

A agroecologia representa, de acordo com o Plano Camponês, uma base científica e técnica que busca qualificar os sistemas camponeses de produção, eliminar o uso de agrotóxicos, superar as cadeias produtivas, construir a soberania alimentar, proporcionar autonomia das famílias camponesas e fazer enfrentamento ao agronegócio. Dessa forma, compreende-se que, para o MPA, a agroecologia tem um sentido produtivo prático somado a um sentido político e ideológico, constituindo-se um dos pilares da luta de classes no campo e na cidade.

O MPA entende a agroecologia como um sistema de produção a partir de cinco dimensões: ambiental ecológica, social, econômica, política e cultural. No que tange às relações entre produção e consumo alimentar, as dimensões social, econômica e política, em particular, apresentam pontos importantes para a reflexão. Na dimensão social, argumenta-se que a agroecologia “produz alimentos saudáveis” e “é capaz de gerar uma relação direta entre campo e cidade” (MPA, 2012, p. 16). Na dimensão econômica, afirma-se que a “produção agroecológica não é nicho de mercado, [e] pressupõe um novo modelo de relações econômicas” (MPA, 2012, p. 17). E, por fim, no seu aspecto político informa que o sistema de produção agroecológico é um ato político, pois, “na sua concepção e na sua ação prática é radicalmente diferente da lógica do agronegócio, fazendo enfrentamento permanente contra o mesmo, [o que] prova que outra forma de produção, circulação e consumo é possível e que outra sociedade é necessária” (MPA, 2012, p. 17).

A soberania alimentar é mais um dos conceitos que compõe o Plano Camponês. O MPA apoia-se na definição de soberania alimentar<sup>27</sup> da Via Campesina, sendo que em seu entendimento esta inclui a esfera do consumo, com destaque para o fato de que se constitui enquanto uma alternativa não apenas para os camponeses, mas para “toda a sociedade”.

De acordo com Niemeyer (2014), que se debruçou sobre a visão do MPA sobre soberania alimentar, nota-se que

por sua abrangência a Soberania Alimentar transcendeu, ainda, os limites do rural e tornou-se um dos principais conceitos aglutinadores do movimento altermundialista nos 1990-2000, consolidando-se como símbolo de resistência social e conquistando lugar nos discursos de sujeitos os mais diversos, dentre os quais, consumidores, ambientalistas, feministas, movimentos autonomistas, hackers, entre outros que mobilizam o conceito em busca de legitimar suas demandas, ancorados na sua atribuição como direito humano inalienável. O que se constata é que, passados quase vinte anos da sua divulgação pública pela Via Campesina em 1996, a conceituação foi incorporada ao léxico dos movimentos sociais rurais e urbanos, contribuindo para fortalecer o elo entre o campo e a cidade (NIEMEYER, 2014, p. 249).

No que se refere especificamente à inserção da soberania alimentar no campo relativo aos processos de (re)conexão entre as esferas da produção e do consumo alimentar e seus atores, Niemeyer (2014, p. 95) aponta que “ao incluir o consumidor como sujeito do processo, a conceituação reforça a aliança entre o campo e a cidade e explicita que [para o MPA] a

---

<sup>26</sup> “Alimergia” é um termo cunhado pelo MPA que se refere a um “sistema de produção que combina produção de alimentos, preservação e recuperação do meio ambiente e produção de energia” (MPA, 2012, p. 18).

<sup>27</sup> No Plano Camponês são propostos pelo MPA alguns desdobramentos a partir do conceito de soberania alimentar da Via Campesina, notadamente a busca pela garantia da soberania energética, genética e hídrica.



alimentação diz respeito à toda a sociedade e não apenas àqueles que vivem no campo, posto que é um Direito Humano”.

Dando continuidade à sucessão histórica de eventos, sem uma periodicidade definida, Vitória da Conquista/BA foi palco do III Encontro Nacional do MPA, entre os dias 12 e 16 de abril de 2010, com o lema “Plano Camponês, soberania alimentar e poder popular!”. Segundo as estimativas divulgadas pelo MPA<sup>28</sup>, estiverem presentes mais de 1200 camponeses dos diferentes estados brasileiros em que o MPA estava na época organizado<sup>29</sup>.

Em uma carta redigida ao longo do evento, o MPA apresentou uma série de 10 pontos com suas compreensões e compromissos com a classe camponesa e com o conjunto da classe trabalhadora. Para efeito de análise sobre as aproximações entre produção e consumo, foco desta dissertação, evidenciamos as últimas conclusões presentes nessa carta, mais especificamente, o nono e o décimo ponto<sup>30</sup>, que discorrem sobre a relação entre as classes camponesa e trabalhadora:

9. Controlar nossa atividade produtiva desenvolvendo Sistemas Camponeses de Produção, tecnologias de base ecológica, controlando a comercialização de nossa produção, **ligando campo e cidade**, afirmando a necessidade da reforma agrária como condição para a redistribuição da população no espaço geográfico e uma das soluções para crise social e ecológica.

10. Desenvolver uma política de alianças, nacional e internacional, estrategicamente com a Via Campesina, que nos permita avançar na construção do Plano Camponês e na aliança com os **trabalhadores urbanos**, estudantes e intelectuais (Carta do III Encontro Nacional do MPA, 2010, s/p, grifos nossos).

No nono ponto, verifica-se que a compreensão de “sistemas camponeses de produção” abrange a comercialização da produção, interligando campo e cidade. O décimo ponto, por sua vez, reitera a falta de menção direta aos “consumidores”, e reafirma a nossa hipótese de que a aproximação do MPA com a esfera do consumo tem se estabelecido através de expressões como “cidade” e “trabalhadores urbanos”. Se, por um lado, a “aliança com a cidade” é pautada através do interesse no controle da comercialização de alimentos e consequentemente autonomia de outros mercados, por outro lado, tal aliança parece ser mais complexa e ampla. Em nossa interpretação, além de potencializar a comercialização, a aliança

---

<sup>28</sup> Disponível em: <http://mpaparana.blogspot.com/2010/04/mpa-realiza-seu-iii-encontro-nacional-e.html> Acesso em: 10 dez. 2018.

<sup>29</sup> Ao longo dos anos, a atuação do MPA nos diferentes estados brasileiros tem sofrido algumas flutuações. Por exemplo, as informações cedidas para esta dissertação pelas lideranças do MPA no início de 2019, na cidade do Rio de Janeiro, descrevem a atuação do movimento em 17 estados, nomeadamente, Alagoas, Bahia, Espírito Santo, Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Rondônia, Santa Catarina, Sergipe e Distrito Federal. Ao comparar esses dados com aqueles descritos por Santos (2012), identifica-se algumas diferenças, notadamente a adição da atuação do MPA no Distrito Federal e Rio de Janeiro, sem menção sobre a atuação nos estados de Ceará, Goiás e São Paulo.

<sup>30</sup> Os demais pontos citados na carta, de forma resumida, são: 1) Nos afirmamos enquanto classe camponesa determinada a cumprir nossa tarefa histórica de lutar e construir um Plano Camponês como parte do Projeto Popular e como contribuição para a construção do socialismo; 2) Reafirmamos nosso caráter de movimento de massa, lutador, e firmamos o nosso rosto jovem, feminino e ecológico; 3) Lutar incansavelmente, e por todas as vias, contra o capital e seu projeto para o campo; 4) Lutar pelo controle do território e pela soberania alimentar como condição básica; 5) Nos comprometemos a construir uma estrutura orgânica necessária à implantação da estratégia; 6) Avançar na autosustentação como princípio de autonomia política do MPA e dar sustentação material ao plano de construção nacional; 7) Construir e executar um ousado plano de formação com objetivo de elevar o nível de consciência de nossa base; 8) Nos comprometemos, enquanto organização, a ampliar a participação dirigente de jovens e mulheres em todas as instâncias. A carta completa está disponível em: <http://www.agroecologia.org.br/2012/03/19/carta-do-iii-encontro-nacional-do-mpa-movimento-dos-pequenos-agricultores/> Acesso em: 2 dez. 2018.

com “trabalhadores urbanos, estudantes e intelectuais” é incorporada em última instância à pauta do MPA como uma estratégia do movimento angariar apoio desses grupos às suas próprias pautas e agendas políticas.

Em 2013, após uma década de construção do Plano Camponês, o MPA comemorou uma de suas grandes conquistas relacionadas a essa pauta: a criação do Programa de Apoio à Agricultura Familiar e Camponesa, mais conhecido entre os movimentos sociais como “Programa Camponês”, no estado do Rio Grande do Sul, associado ao Plano Safra Estadual 2013/2014, (SILVA, Leila, 2017; SILVA, Leomárcio; 2017; SILVA, Valter, 2016). Tendo em conta a semelhança dos termos, Valter Israel da Silva, camponês e militante do MPA, no artigo anteriormente mencionado, diferencia Plano Camponês de Programa Camponês, esclarecendo que o primeiro pode ser compreendido como um projeto estratégico geral enquanto o segundo é um programa tático possível e viável em uma conjuntura favorável.

Essa primeira experiência no estado do Rio Grande do Sul foi aprovada pelo governo estadual de Tarso Genro (PT) e considerada por Valter da Silva, como uma das grandes conquistas da mobilização e construção da aliança camponesa e operária, com articulação entre a Via Campesina Brasil e algumas outras organizações de expressões principalmente urbanas: a Federação dos Metalúrgicos, o Movimento dos Trabalhadores por Direitos (MTD) e o Levante Popular da Juventude<sup>31</sup>. No mesmo artigo, Valter Israel da Silva reconhece o poder dessa aliança e explica os principais pontos previstos no Programa Camponês:

Esta aliança camponesa e operária, campo-cidade, foi determinante para a constituição deste programa. Está alicerçado em três eixos fundamentais: 1) **fomento à produção de alimentos** e à transição agroecológica, 2) **apoio à logística para o beneficiamento e comercialização de alimentos**, e 3) **articulação direta entre a produção e o consumo mediado pelas organizações sociais do campo e da cidade** (Valter Israel da Silva, MPA, no artigo *Plano Camponês e a relação campo e cidade*, publicado no site oficial do MPA<sup>32</sup>, em nov. 2016, grifos do autor).

Os três eixos fundamentais do Programa Camponês identificados por Silva (2016) articulam, nesse sentido, os mundos do campo e da cidade e, conseqüentemente, de camponeses e operários, buscando estabelecer vínculos e relações com cada vez menos intermediários entre a produção e o consumo – com apoio à logística de beneficiamento e comercialização que viabilizem o contato direto e/ou mediado por organizações sociais do campo e da cidade entre produtores e consumidores.

Alguns anos depois, em 2015, após praticamente duas décadas de fundação do MPA e a realização de três edições dos Encontros Nacionais, foi organizado o I Congresso Nacional do MPA. Na seção a seguir, discorreremos sobre o I Congresso Nacional e o amadurecimento das pautas da “comida saudável” e da “aliança com a cidade” pelo movimento.

---

<sup>31</sup> A Federação dos Metalúrgicos/RS organiza uma série de sindicatos do estado, envolvendo trabalhadores dos setores de metalurgia, reparação de veículos e de máquinas agrícolas. O MTD é uma organização social que tem como prioridade organizar a população desempregada das cidades, visando a luta por melhorias de vida e pelo acesso a direitos fundamentais garantidos pela Constituição Brasileira. O Levante Popular da Juventude é uma organização de jovens militantes voltada para a luta de massas em busca da transformação da sociedade.

<sup>32</sup> O artigo *Plano Camponês e a relação campo e cidade* de Valter Israel da Silva foi publicado no site oficial de MPA em 18 de nov. 2016 e está disponível em: <https://mpabrasil.org.br/2106-2/> Acesso em: 4 jan. 2019.

#### 1.4 A Construção das Pautas da “Comida Saudável” e da “Aliança com a Cidade”: do I Congresso Nacional do MPA até os Dias de Hoje

Após três edições dos Encontros Nacionais do MPA, concebeu-se a ideia de organizar o I Congresso Nacional do MPA, até então, o maior evento de abrangência nacional organizado pelo movimento. Como parte da preparação de seu I Congresso Nacional, o MPA publicou alguns materiais de divulgação e uma coleção intitulada *Caderno de Estudos*. Os temas principais tratados nesses materiais foram as discussões em torno do tema central do evento, “Aliança Camponesa e Operária por Soberania Alimentar”, e do Plano Camponês, que apresentava uma versão atualizada em 2012. Conforme aponta o trecho a seguir, trabalhadoras e trabalhadores do campo e da cidade são colocados lado a lado, quando convocados a participar do evento sob o sujeito vocativo “nós”:

Um momento ímpar na história da nossa organização se aproxima, é chegado o momento do I Congresso Nacional do Movimento dos Pequenos Agricultores – MPA. Para nós trabalhadores e trabalhadoras do campo e da cidade, a história reserva uma das maiores batalhas: construir com nossas mãos a libertação da Classe Camponesa e Operária da opressão do capital (Divulgação da programação do I Congresso Nacional do MPA<sup>33</sup>, 2015).

Esse texto de divulgação dialoga com os conteúdos abordados na coleção *Caderno de Estudos* publicada em dezembro de 2014, organizada em dois volumes, composta por mais de 170 páginas de estudos e debates de preparação para o I Congresso Nacional do MPA. A orientação da Coordenação Nacional do MPA foi organizar a militância por municípios ou comunidades para discussão dos temas elencados na referida publicação. Os grupos de estudos foram orientados a encaminharem à Coordenação do MPA as observações de consenso e de contradições sobre o conteúdo, bem como sugestões para melhorias no material, com a finalidade de garantir que as proposições debatidas durante o evento nacional contemplassem “os anseios da classe trabalhadora como um todo” (MPA, 2014a, s/p).

Dentre a variedade de temáticas abordadas no *Caderno de Estudos*, as discussões principais foram sobre campesinato, Plano Camponês e soberania alimentar. O primeiro volume inicia com o resgate dos elementos considerados básicos do Plano Camponês. Em seguida, é reproduzido na íntegra o artigo *Sete teses sobre a agricultura camponesa*<sup>34</sup>, de Jan Douwe van der Ploeg publicado pela AS-PTA na coletânea *Agricultura familiar camponesa na construção do futuro* (Ploeg, 2009). As sete teses apresentadas são:

1. a agricultura camponesa constitui parte altamente relevante e indispensável da agricultura mundial;
2. a atual luta por autonomia é determinante para a agricultura camponesa;
3. a luta por autonomia fundamental implica – e funciona como – a construção, o uso e o desenvolvimento contínuo do capital ecológico;
4. a centralidade do capital ecológico ajuda a desenvolver (de forma sustentável) a produção agrícola, mesmo sob condições altamente adversas;

<sup>33</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/mpacampesinato/photos/gm.1697548807141044/992450767472914/?type=3&theater> Acesso em: 20 nov. 2018.

<sup>34</sup> Vale registrar a possível relação dessa publicação de Ploeg (2009) com o debate em curso entre Buainain et al (2013) e Mattei (2014). No artigo *Sete teses sobre o mundo rural brasileiro*, Buainain e seus colegas apresentam um conjunto de teses que procura interpretar a situação atual e as tendências do desenvolvimento da agropecuária e das regiões rurais brasileiras, enquanto Mattei (2014), em seu artigo *Considerações acerca de teses recentes sobre o mundo rural brasileiro*, apresenta as inconsistências e até mesmo as contradições das teses apresentadas por Buainain et al (2013).

5. o mercado global e os impérios alimentares geram crises agrárias e alimentares permanentes;
6. se de um lado os campesinatos do mundo estão sofrendo com muitas consequências do ordenamento imperial da produção de alimentos, por outro eles constituem a maior resposta;
7. a resistência camponesa é a principal força motriz da produção de alimentos (PLOEG, 2009, p. 17).

Com essas sete teses sobre a agricultura camponesa, Ploeg (2009) defende que no presente contexto de expansão desenfreada do mercado global e dos impérios alimentares, a noção de recampesinização contribui para ressaltar que o sentido do desenvolvimento da agricultura camponesa não é necessariamente unidirecional, conforme discorrem os defensores da modernização. O autor salienta a importância de que os processos mais recentes de recampesinização não sejam confundidos com um retorno ao passado. Ao contrário, tais processos indicariam a maior e melhor resposta à agricultura dominante mundialmente. Isso porque, diferente dos modos de produção capitalista e empresarial, o progresso da agricultura camponesa se dá a partir do emprego de seu trabalho e de seus conhecimentos na valorização dos potenciais ecológicos e socioculturais locais.

Segundo Ploeg (2009), o progresso do camponês contribui diretamente para o progresso da sociedade em que ele está inserido. Trata-se de um modo de produção multifuncional: além da função essencial de produzir alimentos em quantidade, qualidade e diversidade, o camponês molda estilos de desenvolvimento que mantêm relações positivas com os ecossistemas, criando empregos estáveis e dignos, dinamizando as economias regionais por meio da diversificação de atividades e se adaptando com flexibilidade a mudanças de contextos climáticos, econômicos e socioculturais. São processos considerados triplamente “vencedores” do ponto de vista social, econômico e ambiental, dando, dessa forma, concretude a um ideal de sustentabilidade.

Nesse contexto, e tendo em vista nossos objetivos, destacamos a última dessas teses propostas por Ploeg (2009). A sétima tese argumenta que a “resistência camponesa é a principal força motriz da produção de alimentos”, apontando, dentre os mecanismos pelos quais é possível criar arranjos ambientalmente mais sustentáveis, alguns relativos à participação dos consumidores:

Os consumidores valorizam cada vez mais a autenticidade, os produtos recém colhidos, o sabor e a diversidade e estão dispostos a remunerar produtores engajados em novas e apropriadas formas de sustentabilidade. Esse processo requer o compartilhamento do conhecimento a respeito da origem dos produtos e serviços, o que ajuda a criar e sustentar mercados que oferecem preços diferenciados (um pouco acima do valor convencional). [...]

Finalmente, quero fazer referência à notável capacidade dos camponeses de elaborar mecanismos de conversão que diferem das transações comerciais. Os mercados operam cada vez mais como o domínio exclusivo onde se organizam todas as conexões, transformações e traduções. Com a prática da resistência, estão sendo criados ou mantidos modos contrastantes, como a reciprocidade, trocas socialmente mediadas e empreendimentos voltados para o autoabastecimento, que permitem às pessoas se organizarem para além dos limites do mercado” (PLOEG, 2009, p. 29 citado em MPA, 2014a).

O poder de compra dos consumidores e suas motivações parecem ser peças importantes para a construção de alianças entre produtores e consumidores de alimentos. Consumidores engajados estariam dispostos a “remunerar produtores engajados”, sustentando mercados diferenciados. A partir dessas elaborações de Ploeg (2009) citadas no material de

preparação do I Congresso Nacional do MPA, entende-se também que a criação desse vínculo entre produtores e consumidores permite uma organização “para além dos limites do mercado”, uma vez que com a prática da resistência, os camponeses estariam elaborando mecanismos de conversão baseados em reciprocidade e trocas socialmente mediadas.

Após esse período de preparação, estudos e debates, o I Congresso Nacional do MPA ocorreu entre os dias 12 e 16 de outubro de 2015, no município de São Bernardo do Campo/SP, reunindo mais de 4 mil camponeses de todo o país. Odair José de Souza, na época membro da Coordenação Nacional do MPA, explicou em entrevista ao *Brasil de Fato*, publicada em outubro de 2015, a importância do evento e da escolha do estado de São Paulo para a sua realização:

O lema do congresso é “Plano camponês na aliança campo e cidade por soberania alimentar”. Estamos discutindo com os operários, com os metalúrgicos, os trabalhadores, a importância que o tema do alimento tem. [...] A relação do alimento com a cidade tem que levar uma mensagem de classe, de luta. Através do alimento a gente abre portas para fazer um debate com os trabalhadores do campo e da cidade, no sentido que temos de nos unir. Escolhemos São Paulo por isso, e para os camponeses virem para cá, conhecerem como é (Odair José de Souza, membro da Coordenação Nacional do MPA, em entrevista ao *Brasil de Fato*<sup>35</sup> em out. 2015).

É evidente que a atuação do MPA passa a extrapolar os confins da “porteira” das propriedades rurais, tendo o alimento como o elemento mediador que (re)conecta campo e cidade. É através dele que as “portas da cidade se abrem”, sendo que é a relação com o alimento que possibilita o compartilhamento, entre camponeses e operários, de uma mesma “mensagem de classe e de luta”. Nesse caso, de acordo com a proposta de fomento à aliança campo e cidade, Valter Israel da Silva, em artigo citado anteriormente, descreve que para além do simbolismo da escolha da cidade de São Bernardo do Campo/SP para a realização do evento, o I Congresso Nacional do MPA congrega uma soma de outros elementos simbólicos que contribuem para o alcance desse objetivo:

O Movimento dos Pequenos Agricultores propõe a “Aliança Camponesa e Operária por Soberania Alimentar”, que foi lema do seu Congresso Nacional realizado em outubro de 2015 em São Bernardo do Campo – SP, palco da luta operária brasileira no processo de redemocratização, na semana da alimentação. Criando uma simbologia importante para esta aliança, através dos três elementos: semana da alimentação, movimento camponês, berço da luta operária. Ali no Congresso do MPA se desenrolou o momento político de afirmação de um processo que vem sendo construído nos últimos anos de aliança entre organizações camponesas com organizações urbanas, tendo o alimento como mediador (Valter Israel da Silva, militante do MPA, no artigo *Plano Camponês e a relação campo e cidade*, publicado no site oficial do MPA<sup>36</sup> em nov. 2016).

Uma profusão de símbolos é acionada para (re)unir campo e cidade. Em primeiro lugar, a data do evento, entre os dias 12 e 16 de outubro de 2015, coincidiu com o “Dia Internacional da Alimentação”, celebrado em 16 de outubro, o qual é marcado por movimentos populares, como a Via Campesina, como o “Dia Internacional de Ação Mundial pela Soberania Alimentar contra as Empresas Transnacionais”, parte de uma programação

<sup>35</sup> A matéria “‘O povo brasileiro não se alimenta, come algo que acha ser alimento’, afirma líder de movimento camponês” foi publicada no *Brasil de Fato* em 5 de out. de 2015 e está disponível em <https://www.brasildefato.com.br/node/33130/> Acesso em: 1 nov. 2018.

<sup>36</sup> O artigo *Plano Camponês e a relação campo e cidade* de Valter Israel da Silva foi publicado no site oficial de MPA em 18 de nov. 2016 e está disponível em: <https://mpabrasil.org.br/2106-2/> Acesso em: 4 jan. 2019.

mais extensa da Semana da Alimentação. Em segundo lugar, salienta-se o fato de que o I Congresso Nacional do MPA foi fruto de gestão própria, ou seja, organizado pelos próprios camponeses em meio a um centro urbano. Em terceiro lugar, devido às conquistas históricas de outras organizações sociais e populares, como, por exemplo, o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, o município de São Bernardo do Campo/SP é descrito como o “palco da luta operária brasileira” e o “berço da luta operária”. Esse conjunto de fatores culminou, portanto, no que designado por Silva (2016) como um momento político de afirmação da construção de aliança entre organizações camponesas e urbanas, reafirmando o alimento como mediador desse processo.

Assim, por meio da análise dos posicionamentos de lideranças e militantes do MPA, vai se tornando evidente o ganho de centralidade das pautas da “aliança com a cidade” e da “alimentação saudável” na estratégia do movimento. Sobre esse aspecto, Valter Israel da Silva conclui:

O acesso a uma alimentação saudável para a imensa maioria da população, bem como a implementação do Plano Camponês só serão possíveis através da aliança entre camponeses e trabalhadores urbanos organizados e em luta. A aliança camponesa e operária é o pilar fundamental para a soberania alimentar (Valter Israel da Silva, MPA, no artigo *Plano Camponês e a relação campo e cidade*, publicado no site oficial do MPA<sup>37</sup>, em nov. 2016).

Nessa mesma direção, destaca-se também o discurso de Dilma Rousseff (PT), então Presidenta da República, durante o I Congresso Nacional do MPA, cujo trecho destacado abaixo destaca o tema da “comida de verdade”:

Nós temos como assumir um compromisso de garantir o que vocês chamam, acertadamente, de “comida de verdade”. O que é comida de verdade? É comida boa, é comida saudável, na mesa do povo deste País. Nós podemos assumir esse compromisso. Nós podemos assumir o compromisso, porque nós criamos as condições que vão permitir que isso se transforme numa realidade, aquela realidade concreta (Dilma Rousseff, então Presidenta da República, transcrição do discurso proferido durante o I Congresso Nacional do MPA<sup>38</sup>, em 14 out. 2015, São Bernardo do Campo/SP).

Com essa visão, pode-se dizer que os alimentos produzidos pelos camponeses do MPA são considerados como aqueles que constituem a “comida de verdade”, ressaltando além da questão da saudabilidade desses alimentos, o fato de serem distribuídos e consumidos principalmente no mercado interno, nas “mesas do povo” e contribuírem para a garantia nacional de soberania e segurança alimentar nutricional.

Na esteira dos indícios que demonstram a centralidade da “produção de alimentos saudáveis” na estratégia nacional do MPA, observamos o conteúdo e, em especial, os elementos presentes na mensagem política eleita pelo movimento no documento com as resoluções, os compromissos e os rumos futuros do MPA, publicados após o seu I Congresso Nacional, em outubro de 2015. Com efeito, as conclusões do maior evento organizado pelo

---

<sup>37</sup> Ibid, 2016.

<sup>38</sup> A transcrição completa do discurso da Presidenta da República durante o I Congresso Nacional do MPA está disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-durante-o-i-congresso-nacional-do-movimento-dos-pequenos-agricultores-mpa-sao-bernardo-do-campo-sp> Acesso em: 1 nov. 2018.

MPA apontam a seguinte mensagem política: “produzir alimentos saudáveis com respeito à natureza para alimentar o povo brasileiro, afirmando o campesinato como sujeito necessário para construção do socialismo” (MPA, 2015, p. 1).

Dessa forma, observa-se que nos períodos mais recentes, torna-se objetivo principal do MPA, conforme exposto na apresentação de seu site<sup>39</sup>, a “produção de comida saudável”, tanto para o autoconsumo, quanto para a comercialização, como forma de garantir a soberania alimentar. Notamos, assim, certa progressão da pauta dos alimentos na agenda política do MPA, salientando que esse era um tema presente desde a sua fundação que, com o passar do tempo e possivelmente devido a mudanças na conjuntura política e transformações no mercado, ganha corpo, centralidade e respaldo conceitual e político para o movimento.

Como vimos, em seu período de formação e nos primeiros anos de atuação do MPA, as reivindicações principais de luta concentravam-se na falta de recursos para investimento na propriedade e nas dificuldades de acesso à crédito (CADONÁ, 2004; GÖRGEN, 1998). Porém, ainda em 1996, no ano de sua fundação, os grupos de base organizados no Rio Grande do Sul apresentaram uma série de encaminhamentos com menções claras à necessidade de angariar “apoio da sociedade” e garantir a “comercialização direta” de sua produção (GÖRGEN, 1998), o que aponta, em nossa análise, para indícios da incorporação da pauta referente ao consumo de alimentos pelo MPA.

Posteriormente, a renovação do posicionamento do MPA com a reivindicação da condição camponesa e a publicação do Plano Camponês, em 2003, unificaram e consolidaram a bandeira em torno da necessidade de visibilidade da causa camponesa e de sua importância na produção de alimentos. Nesse momento, é bastante enfatizada também a articulação do MPA com os princípios da agroecologia e da soberania alimentar. Em 2015, foi realizado o I Congresso Nacional do MPA, até então, o maior evento organizado pelo movimento, sob o lema “Plano Camponês, Aliança Camponesa e Operária por Soberania Alimentar”. A realização do evento no município de São Bernardo do Campo, em São Paulo, simbolizou a intenção do MPA de expandir as discussões do Plano Camponês para os “trabalhadores da cidade” e firmar alianças de classe entre camponeses e operários.

As formulações de Cadoná (2004), que se debruçou sobre a experiência de resistência dos grupos de pequenos agricultores, tendo como estudo de caso o MPA, corroboram para a constatação de que a agenda de lutas do movimento se ampliou ao longo dos anos. Segundo o autor, as lutas

evoluíram na busca de novas formas de produzir (agroecologia, agricultura alternativa), novas formas de se organizar (associativismo, cooperativismo popular), novas formas de gerar renda (agroindustrialização) e novas formas de comercializar, vender a produção à população urbana e aos grandes centros consumidores (CADONÁ, 2004, p. 252).

Sob essa perspectiva, há uma convergência de mudanças do MPA nas formas de produzir, organizar, gerar renda e também comercializar e vender. A esse respeito, Cadoná (2004) complementa essa análise, ao apresentar a sua avaliação de que o grande sonho do MPA é “produzir comida”:

O grande sonho do Movimento é oferecer alimentos suficientes para que todos os brasileiros superem a fome e caminhem de cabeça erguida. O desafio, então, é cumprir a missão de produzir comida. Frente a esta missão, os grupos se colocam

---

<sup>39</sup> Disponível em: <http://mpabrasil.org.br/> Acesso em: 4 jan. 2019.

diante de prioridades: garantir a produção de subsistência, aumentar a produção e vender diretamente aos consumidores (feiras, agroindústrias, cooperativas, etc.) (CADONÁ, 2004, p. 224-225).

É notório, assim, a ampliação das bandeiras de lutas defendidas pelo MPA, com destaque para a construção, nos períodos mais recentes, da pauta da “comida saudável” e da “aliança com a cidade”. Um dos exemplos que ilustra como essas temáticas têm ocupado lugares cada vez mais centrais nas propostas e agendas oficiais e nacionais do MPA é a abertura do Raízes do Brasil em 2017, na cidade do Rio de Janeiro – um espaço organizado pelo MPA voltado especialmente para a comercialização de alimentos.

Com efeito, considerando que um de nossos objetivos é nos aprofundarmos no estudo sobre como o MPA tem incorporado os processos de politização do consumo, da comida e da alimentação, dedicamos o próximo capítulo ao estudo da construção e atuação do Raízes do Brasil, tendo como foco observar e refletir sobre as estratégias que têm sido desenvolvidas pelo movimento no âmbito do consumo e das relações com os consumidores.



## **CAPÍTULO II – RAÍZES DO BRASIL: UM “SISTEMA DE ABASTECIMENTO POPULAR” DE ALIMENTOS EM UM GRANDE CENTRO URBANO**

Uma revisão histórica sobre o MPA aponta que sua atuação enquanto movimento social do campo se dá predominantemente no âmbito político e por meio da luta contra o agronegócio como parte de um projeto popular para o Brasil (MPA, 2012). O foco principal de suas ações se circunscreve, sobretudo, em torno da mobilização de camponeses e de atividades que visem a garantia das condições da reprodução social desse grupo de atores. Contudo, nota-se, nos anos mais recentes, que outras pautas vêm ganhando centralidade para o movimento, dentre elas as temáticas que envolvem o comer, a comida e a alimentação saudável.

Nesse contexto, o Raízes do Brasil, definido pelo MPA como um sistema de abastecimento popular de alimentos, inaugurado em 2017, na cidade do Rio de Janeiro, apresenta-se como uma das materializações desse reposicionamento do movimento. Em nossa interpretação, esse é um dos exemplos que demonstra como o MPA passou a abarcar, para além dos pilares de luta mais tradicionais e históricas – como o acesso ao crédito e à moradia – a construção da aliança camponesa e operária e as demandas de consumidores urbanos por alimentos saudáveis.

Dito isso, dedicamos este capítulo, primeiramente, a uma contextualização da atuação do MPA no estado do Rio de Janeiro, destacando os processos que levaram à compreensão da comercialização de alimentos em grandes centros urbanos como uma estratégia de luta do movimento. Em seguida, discutimos como o Raízes do Brasil simboliza um espaço e uma ação que objetiva “passar a mensagem do que é o MPA”, examinando um conjunto de experiências prático-discursivas que evidenciam como o comer, a comida e a alimentação vêm se consolidando enquanto mediadores do projeto de construção de alianças, compromissos e solidariedades entre MPA, camponeses e consumidores urbanos.

Para levar a cabo tais proposições, fizemos uso de distintas fontes e métodos de pesquisa. Realizamos uma revisão, sistematização e discussão de dados secundários, em particular aqueles que contêm entrevistas e falas concedidas por lideranças do MPA, e informações referentes ao Raízes do Brasil e suas atividades. As informações foram provenientes de meios variados, tais como canais oficiais de comunicação do MPA e do Raízes do Brasil, publicações acadêmicas, periódicos, jornais e publicações elaboradas por militantes do MPA para circulação interna, além da consulta a materiais disponíveis em sites da internet, incluindo materiais audiovisuais e conteúdo de mídias sociais. Destacamos o uso de fontes “digitais”, que têm se tornado uma fonte de pesquisa importante, especialmente para esta pesquisa, uma vez que essas são um canal de comunicação direto com o público consumidor, o que é evidenciado pela interação expressiva do MPA nas redes sociais<sup>40</sup>.

Além disso, uma das fontes de dados que ocupou lugar de destaque na nossa análise foi a coleta de dados empíricos. Como informado na introdução deste trabalho, a coleta de

---

<sup>40</sup> Em uma consulta realizada em janeiro de 2019, a página oficial do MPA no *Facebook* apresentava mais de 27 mil seguidores, enquanto a página específica do Raízes do Brasil apresentava cerca de 3.700 seguidores. Na mesma época, a conta oficial do Raízes do Brasil no *Instagram* possuía em torno de 1.400 publicações e mais de 1.800 seguidores.

dados desta pesquisa foi feita, inicialmente, através da observação participante. O empenho aqui foi de buscar uma aproximação, o máximo possível, dentro de nossas limitações, do método descrito por Whyte (2005). Nesse caso, portanto, não se tratou de uma imersão total, já que, conforme narra o autor, esta é uma tarefa impraticável:

Os pesquisadores não podem observar tudo; se tentássemos, terminaríamos com uma miscelânea de dados que não nos conduziram a qualquer padrão inteligível. Buscamos observar comportamentos que sejam significativos para os propósitos de nossa pesquisa (WHYTE, 2005, p. 357).

Com foco na caracterização dos temas e debates levantados pelo MPA sobre a esfera do consumo, em particular por meio das atividades realizadas no Raízes do Brasil, convivi, acompanhei, sentei e ouvi, enquanto consumidora, atividades específicas que foram realizadas na cidade do Rio de Janeiro, algumas de forma recorrente e outras em encontros pontuais, notadamente: 1) visitas de observação ao Raízes do Brasil com acompanhamento das dinâmicas de suas principais atividades realizadas aos sábados: Feira e Loja Camponesa, Café da Manhã Camponês, Almoço e Tarde de Petiscos; 2) visita à feira semanal organizada na quadra da Associação de Moradores e Amigos de Laranjeiras (Amal), no bairro de Laranjeiras; 3) acompanhamento do recebimento das Cestas Camponesas de Alimentos Saudáveis no núcleo Copacabana; 4) participação em uma das reuniões do grupo de coordenadores de núcleos da Cesta Camponesa; e 5) participação na roda de conversa “Unindo Campo e Cidade: Como construir espaços de comercialização popular?”, organizada pelo Terra Crioula – um espaço de comercialização do MST/RJ, com participação de um dos representantes do Raízes do Brasil.

Se, conforme narra Whyte (2005), muitas vezes nos questionamos se a observação sistemática é um processo suficientemente ativo para ser classificado como “pesquisa”, também “é preciso aprender quando perguntar e quando não perguntar e também que perguntas fazer” (WHYTE, 2005, p. 303). Foi a partir dessas atividades de observação e acompanhamento no Raízes do Brasil que, conforme Whyte (2005, p. 304), “soube de respostas às perguntas que nem mesmo teria a ideia de fazer se colhesse minhas informações apenas por entrevista”.

Assim, foram as atividades rotineiras direcionadas ao público que se constituíram como os dados básicos deste estudo. Diferente do que se presume inicialmente sobre uma pesquisa sociológica, a qual deveria apresentar uma descrição e uma análise de um grupo em um momento específico, apoiadas em alguns dados históricos que constituem um panorama geral, neste estudo, a exemplo de Whyte (2005), observamos, descrevemos e analisamos as dinâmicas associadas ao Raízes do Brasil a medida que avançaram e mudaram ao longo do tempo. A tentativa foi de “filmá-las, em vez de fotografá-las” (Whyte, 2005, p. 320).

Embora ciente da impossibilidade de apresentar um relato completo, como resultado da imersão nas notas de campo e em busca do que sugere Whyte – “determinar se o padrão percebido representa adequadamente a vida que observamos ou é simplesmente um produto de nossa imaginação” – optamos por complementar a metodologia deste estudo com a realização de uma entrevista semiestruturada com um informante considerado chave para esta investigação. Devido a limitações de tempo e recursos, e por entender que tal entrevista serviria mais como uma forma de ancorar os nossos achados na observação sistemática e, de certa forma, aprofundar algumas questões do campo, entrevistamos, no Raízes do Brasil, em novembro de 2018, Humberto Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA e da Coordenação Geral do Raízes do Brasil.

## **2.1 “O Que Fazer com a Produção da Porteira para Fora?”: A Comercialização de Alimentos nos Centros Urbanos como Estratégia de Luta do MPA**

Apesar da atuação do MPA ser predominantemente focada no âmbito da produção de alimentos, a nossa análise documental e das falas de integrantes dessa organização aponta que nos últimos anos um dos questionamentos que passou a fazer parte da estratégia de luta do MPA foi: “O que fazer com a produção da porteira para fora?”, fazendo referência a questão retórica colocada por Humberto Palmeira durante uma entrevista para esta dissertação. Especificamente no estado Rio de Janeiro, desde a primeira década dos anos 2000, o MPA vem mobilizando esforços para efetuar a comercialização de alimentos e outros produtos, articulando os temas da alimentação saudável e do comer como ato político junto aos consumidores urbanos. Nesse sentido, analisamos como essa proposta de uma aliança entre campo e cidade tem sido concretizada pela atuação estadual do MPA, em ações organizadas “fora da porteira”, em particular, a partir da criação de pontos de comercialização na região metropolitana do Rio de Janeiro. Dentre eles, tem destaque especial em nossa análise o espaço “Raízes do Brasil”. Inaugurado em 2017, trata-se de uma base de apoio fixa de organização e coordenação das atividades de comercialização de alimentos desenvolvidas pelo MPA no âmbito estadual. Desde sua abertura, passou a abarcar, como parte de suas atividades, duas iniciativas de comercialização de alimentos desenvolvidas pelo MPA desde os seus primeiros anos de atuação no estado do Rio de Janeiro: as Feiras Camponesas de Alimentos Saudáveis, iniciadas em 2013; e as Cestas Camponesas de Alimentos Saudáveis, desenvolvidas desde em 2015.

Iniciamos essa seção com um breve histórico sobre a chegada do MPA no estado do Rio de Janeiro. Depois, prosseguimos com a apresentação de um diagnóstico realizado por suas lideranças nos primeiros anos de atuação do MPA no estado, o qual apontou a comercialização como o principal gargalo enfrentado pelos camponeses do Rio de Janeiro. Na sequência, discutiremos sobre as primeiras iniciativas organizadas pelo MPA que buscaram (re)conectar produção e consumo de alimentos: as Feiras e as Cestas Camponesas de Alimentos Saudáveis. Por fim, encerramos esta seção descrevendo como se deu o processo de construção de um “sistema de abastecimento popular” estruturado e organizado pelo MPA no estado do Rio de Janeiro: o Raízes do Brasil.

### **2.1.1 “O Rio de Janeiro não estava no nosso radar”: A chegada do MPA em um grande centro urbano<sup>41</sup>**

Embora a fundação do MPA tenha ocorrido em meados dos anos 90, a chegada da organização ao estado do Rio de Janeiro aconteceu somente no fim da primeira década dos anos 2000. Nesse período, outras organizações sociais, como o MST e a CPT, vinham construindo uma agenda de lutas no campo fluminense e demandavam a participação do MPA. Todavia, apesar das demandas do MST e da CPT, em 2007, para que o MPA participasse da mobilização de agricultores no município de Vassouras/RJ, na região sul do estado, e, alguns anos mais tarde, entre 2009 e 2010, ter sido feito mais um chamado da CPT demandando apoio da organização no estado do Rio de Janeiro, o primeiro contato consolidado do MPA com os camponeses nessa região se deu em 2010, durante o conflito do

---

<sup>41</sup> As informações apresentadas nesta seção são baseadas, principalmente, na entrevista realizada com Humberto Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA e da Coordenação Geral do Raízes do Brasil, na cidade do Rio de Janeiro/RJ, em 16 de novembro de 2018, e no levantamento histórico feito por Cruz (2016).

Porto do Açu. Trata-se de um conflito em torno da construção de um dos maiores empreendimentos minero-portuários do mundo – descrito na mídia nacional como o “projeto megalomaniaco idealizado por Eike Batista”, que tem por objetivo “transformar a área de 90 Km<sup>2</sup>, maior que a ilha de *Manhattan*, em *Nova York*, em complexo industrial”<sup>42</sup> – considerado pelos movimentos sociais do campo como um dos mais longos da história recente do país e de grande amplitude territorial, abrangendo a região do norte fluminense e parte do estado de Minas Gerais.

Em julho de 2017, após o decreto de reintegração de posse de uma das áreas ocupadas por produtores rurais em São João da Barra/RJ, o MST divulgou, em seu site oficial, uma nota contextualizando o conflito sob sua perspectiva e ratificando o papel dos movimentos sociais:

O conflito no Açu já se arrasta por quase 10 anos, envolvendo um megaempreendimento portuário-industrial e famílias de agricultores e pescadores do 5º Distrito-Açu. Trata-se do Projeto Minas Rio, hoje da *Anglo American*, o maior empreendimento minero-portuário do mundo, incluindo a construção de um mineroduto, com 525 km de extensão, que integra a extração e tratamento de minério de ferro em Conceição do Mato Dentro/MG – onde gravíssimos impactos e violações também são cometidos há 10 anos – ao condomínio industrial misto com infraestrutura logística e portuária no Rio de Janeiro. No norte fluminense, o Projeto foi implantado sobre a maior faixa de restinga do país, além do distrito industrial desapropriando uma área de 7.036 hectares (Nota divulgada pelo MST<sup>43</sup>, 20 jul. 2017).

Em entrevista, Humberto Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA e da Coordenação Geral do Raízes do Brasil, relata em números que, desde seu início, esse conflito levou à desapropriação de 1.500 famílias de forma direta e mais de 10 mil famílias indiretamente, em um processo de expulsão que segue até os dias de hoje. Além de sua magnitude, um dos motivos que justificou a demanda pelo apoio e atuação em particular do MPA nesse conflito, bem como de sua posterior aproximação e mobilização, foi o perfil das famílias que moravam na região. Palmeira dá mais detalhes sobre a participação do MPA no conflito do Porto de Açu no Rio de Janeiro:

O primeiro contato que a gente teve com os agricultores do Rio foi a partir do conflito do Porto do Açu. [...] Os agricultores locais pediram aos movimentos da Via Campesina para acompanhar a luta e contribuir no processo de organização. Chegou a CPT, chegou o MPA, o MST. Por ser [formado por] muito pequeno agricultor, o pessoal via muito no MPA a possibilidade de organização. Chegando nesse conflito, já muito atrasado, porque a ação da empresa já tinha adiantado e desmobilizado muita gente, foi a partir dali que a gente viu que tinha um campesinato no Rio de Janeiro desarticulado – em termos de articulação e construção de pautas comuns (informação verbal)<sup>44</sup>.

O conflito de Porto do Açu marca, portanto, o primeiro contato do MPA com os agricultores do Rio de Janeiro. As repercussões da participação do MPA na resistência às

<sup>42</sup> A matéria “Após 7 anos, Porto do Açu fica pronto em abril, mas só 10% da área está ocupada” foi publicada no jornal *O Estadão de São Paulo* em 2 de fev. 2015 e está disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,apos-7-anos-porto-do-acu-fica-pronto-em-abril-mas-so-10-da-are-a-esta-ocupada,1628234> Acesso em: 1 dez. 2018.

<sup>43</sup> Disponível em: <http://www.mst.org.br/2017/07/21/em-nota-mst-a-ameaca-de-reintegracao-de-posse-do-porto-do-acu.html> Acesso em: 1 dez. 2018.

<sup>44</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

construções do Porto do Açu incluem a incorporação de uma nova percepção para a estratégia nacional do MPA: existem camponeses no Rio de Janeiro.

Nesse sentido, Palmeira discorre sobre como têm sido desenhadas as estratégias de luta do MPA e sobre alguns dos motivos que levaram a atuação do movimento no estado do Rio de Janeiro acontecer mais tardiamente:

O Rio nunca esteve no radar do MPA. Até então, a estratégia do movimento era construir [o movimento] onde tinha uma boa massa de camponeses e camponesas. Para quem era de fora, olhava para o Rio e só via setor de serviços, petróleo, turismo. Enfim, não se conseguia ver no Rio um potencial organizativo (informação verbal)<sup>45</sup>.

A popularidade dos setores de turismo, serviços e petróleo no estado Rio de Janeiro são alguns dos fatores que explicam, na percepção do MPA, a ausência aparente de uma “boa massa de camponeses”. Contudo, a constatação da existência de um “campesinato desarticulado”, porém com “potencial organizativo”, acarretou em mudanças na visão do MPA sobre o estado fluminense. Evandro Apolonio, camponês e militante do MPA, em entrevista ao *Brasil de Fato*, esclarece que essa desarticulação não necessariamente é relacionada a dificuldades diretamente de cultivo, como condições adversas locais de solo e clima, sendo mais associada ao pouco acesso dos camponeses locais às políticas públicas:

Eu vi que o Rio de Janeiro tem um potencial muito grande de produção agrícola. Se a gente rodar pelos interiores percebe uma terra muito boa pra plantio mas não tem incentivo nenhum dos governos. Os agricultores não têm acesso a políticas públicas. Isso é muito triste porque com tanta terra boa pra plantar, produzir, e não tem incentivo. Os agricultores vinculados ao Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) são pessoas que resistem, que necessitam da terra pra se manter e sem incentivo nenhum, tirando praticamente do bolso, deixando de comer pra poder investir na terra (Evandro Apolonio, camponês e militante do MPA, em entrevista ao *Brasil de Fato*<sup>46</sup> em dez. 2018).

Com isso, o MPA reitera a denúncia de um campesinato historicamente negligenciado nessa região do Brasil e relata de apesar de não necessariamente possuir uma “boa massa de camponeses e camponesas”, o Rio de Janeiro entra para o “radar” do MPA. As explicações para a inserção do Rio de Janeiro na estratégia nacional do movimento advêm da proposta do MPA de promover um “debate mais complexo” e de se organizar nacionalmente respeitando as diferenças regionais. Palmeira explica que o MPA e suas atividades podem ser compreendidos a partir de três princípios diferentes, porém permanentemente articulados: atuação política, estrutura econômica e movimento de massa. Essa segmentação teórica propõe, assim, que a variedade de camponeses e territórios brasileiros reproduza uma diversidade de atribuições, funções e potencialidades na participação de cada estado federativo dentro da estratégia nacional do MPA. A partir dessa visão, Palmeira compartilha a avaliação interna realizada pelo MPA sobre o papel do Rio de Janeiro na estratégia nacional do movimento:

---

<sup>45</sup> Ibid., 2018.

<sup>46</sup> A matéria “Campanha “Natal Sem Veneno” vende alimentos livres de agrotóxicos, no Rio de Janeiro” foi publicada no *Brasil de Fato* em 17 de dez. de 2018 e está disponível em <https://www.brasildefato.com.br/2018/12/17/campanha-natal-sem-veneno-vende-alimentos-livres-de-agrotoxicos-no-rio-de-janeiro/> Acesso em: 17 dez. 2018.

O MPA é movimento 3 em 1. Se a gente fosse dividir em 3, o centro é o movimento político, onde está a direção do movimento, a militância, aqueles que estão no MPA pela causa política, ideológica, de transformação, digamos assim. Aí o MPA tem um braço, que é a estrutura econômica, que é todo o processo de comercialização, abastecimento, feiras, ou seja, da vida material. E tem outro braço que seria o movimento de massa, de base, que estão todas as associações, as comunidades, os grupos de agricultores, algumas associações locais, a expressão do que são os camponeses e onde as lutas devem se desenvolver. Só que isso é um movimento só, mas se a gente fosse separar mentalmente seriam essas três coisas em um, só que no dia a dia [está] tudo junto. [...] Tem estado que um princípio é mais forte que outro. No Rio, por exemplo, o que que é mais forte? O que é mais forte aqui? É de militante e de econômico, comparado, por exemplo, ao Piauí. No Piauí, é muito mais forte o movimento político e o de massa, e o econômico não é um eixo forte, entendeu? Em todos os estados têm as três coisas, alguns mais evoluídos que outros (informação verbal)<sup>47</sup>.

O Rio de Janeiro apresentava, na visão do MPA, certas particularidades. Um estado onde os princípios considerados mais “fortes” e “evoluídos” são de ordem política e econômica. Palmeira, então, complementa a leitura do MPA sobre as potencialidades da atuação no Rio de Janeiro e localiza o papel do estado na estratégia nacional do movimento:

Qual é o papel de cada estado na estratégia do MPA? É diferente. Não vem me dizer que, se o MPA se consolida, por exemplo, em Roraima, vai ser outra estratégia do que o MPA no Rio de Janeiro. Até as vozes de Roraima saírem para o mundo demora muito. O que no Rio de Janeiro, se a gente chegar em Copacabana, estender uma faixa enorme e com um *drone* tirar uma foto, a gente rapidamente consegue dialogar, esse é um exemplo. Assim, a gente está dentro de um ciclo de debates, a partir de agora, que dentro da estratégia maior do Plano Camponês, o que cabe a cada estado, tendo em conta que queremos fazer tudo: Mas, o que é mais forte? O que que pega mais? No Rio, é essa relação com os artistas? Então, o MPA vai tentar construir um ciclo de relação com os artistas, para os artistas quando acontecer, sei lá, uma violência a um camponês do Pará, para o cara fazer um videozinho e para soltar na internet. Isso só é possível de fazer no Rio de Janeiro, porque é onde concentra 90% dos artistas – não sei, estou dando um chute, né? Não vai conseguir fazer isso lá no Ceará, porque o Ceará concentra 0,10% dos artistas. Tá entendendo? A gente vai entrar em um debate, nesse sentido, assim, a partir das potencialidades locais o que pode fortalecer o nacional (informação verbal)<sup>48</sup>.

Devido ao menor número relativo de camponeses no estado, ou seja, de um “movimento de massa, de base”, menos fortalecido comparado a outros estados, o Rio de Janeiro é categorizado como um local “forte” e estratégico para dar visibilidade para as lutas do MPA. O Rio de Janeiro é considerado por Palmeira, por exemplo, como um dos estados que “concentra grande parte das organizações sociais, sindicais, políticas, comunicação – sejam elas privadas da grande imprensa ou da imprensa alternativa também”. Para além de setores e instituições mais clássicos, como, por exemplo, as organizações políticas, sociais e sindicais, com as quais os movimentos sociais, e mais especificamente o MPA, têm tradicionalmente construído e cultivado relações, destaca-se, como uma particularidade importante para a atuação na cidade do Rio de Janeiro, o processo pelo qual a amplitude e a velocidade da internet e das redes sociais, bem como a concentração e o possível apoio de

---

<sup>47</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

<sup>48</sup> Ibid., 2018.

artistas e celebridades passam a ser interpretados como vias importantes para que as vozes do MPA possam sair e ser apoiadas.

Outro fator destacado pelo MPA é o mundo da culinária existente na cidade do Rio de Janeiro, o que é percebido pela concentração de *chefs* e pela presença dos *ecochefs*. Segundo Palmeira, “É aqui [no Rio de Janeiro] que se concentram os principais *chefs* do Brasil e *ecochefs*”.

Desse modo, o estado e a cidade do Rio de Janeiro reúnem uma série de características que determinam a atuação do MPA nesse território, especialmente diante de uma negligência histórica da agricultura nesse estado relatada pelo MPA, em que camponeses e sua produção são constantemente invisibilizados. Parece-nos que é, em particular, um olhar para o “mundo urbano” e seu potencial como espaço de congregação de pautas política, de aumento de visibilidade e também como um grande polo de público consumidor que chamam a atenção do movimento.

Isso se constitui de forma paralela a certo reposicionamento dos objetivos do movimento, os quais passam a incluir, como uma das formas de aumentar a visibilidade do MPA e suas agendas de luta, o “movimento de ir para a cidade”. O Rio de Janeiro, por ser esse lugar onde tudo acontece, representa, na visão de Palmeira, uma “vitrine”, um lugar privilegiado para exposição e visibilidade, para mostrar a existência desse movimento denominado como interiorano que é o MPA, sua abrangência e suas ações:

O MPA por ser um movimento ainda interiorano, ainda muito campesino e muito do interior, apesar de ser um movimento nacional de várias conquistas, ainda é um movimento muito interiorano, então, nós precisávamos fazer um movimento de ir para a cidade. Esse movimento já vem um tempo, já. Onde ao ir para cidade poderia se representar: o MPA existe, defende isso, faz isso, estamos organizados nesses lugares. E no Rio seria uma espécie, entre aspas, de “vitrine” para isso, pois é onde quase tudo acontece. Boa parte do mundo da cultura, da política, da culinária acontece no eixo Rio-São Paulo. Não porque a gente concorde com isso, mas é a realidade. Então, como aproveitar essa realidade para a gente potencializar o debate do movimento? (informação verbal)<sup>49</sup>.

Evidencia-se que nesse período as formas mais utilizadas pelo MPA para obter o atendimento das suas reivindicações eram pautadas pela pressão social via ações diretas com as instâncias do Estado. Tratava-se, principalmente, de ações localizadas nas regiões em disputa por meio da organização de acampamentos nas beiras das estradas, ocupações de terras, bloqueios de vias importantes, caminhadas e comboios, ou mesmo direcionadas às áreas que materializam e simbolizam o poder governamental através da chamada de atos públicos, participação em audiências, mobilização de marchas, vigílias, greves de fome e ocupações, como ocorreu principalmente nos anos 90 e início dos anos 2000, com ações em Brasília, nos ministérios e no Banco Central<sup>50</sup>. Conforme salientou Görgen (1998, p. 79), nos primeiros anos de formação do MPA, as “decisões políticas são tomadas nos espaços de decisão política. É lá que precisamos pressionar e conquistar espaços cada vez maiores para que possamos exigir ou tomar as decisões corretas para viabilizar a agricultura familiar”.

---

<sup>49</sup> Ibid., 2018.

<sup>50</sup> Um episódio recente que ilustra com clareza essas formas mais clássicas de pressionar governos é a greve de fome, que durou 26 dias, iniciada por um grupo de 7 militantes, incluindo Frei Sérgio Görgen e Rafaela Alves, ambos militantes do MPA, no Centro Cultural de Brasília (CCB), em agosto de 2018, para pedir justiça ao Supremo Tribunal Federal (STF), denunciando a prisão e o direito do ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva disputar as eleições presidenciais.

Ao mesmo tempo, as motivações que levam à construção do MPA na cidade do Rio de Janeiro parecem, então, modificar e ampliar o repertório de ações do movimento, de certa forma condizendo com as características de dinamismo, criatividade e ousadia que foram marcantes nos primeiros anos de fundação e atuação do movimento. A pressão direta e focada nos governos deixa de ser a única estratégia do MPA. O que é evidenciado na construção, nas motivações e na atuação MPA no Rio de Janeiro, que passa a fazer parte do repertório de ação do MPA, são ações como a construção de alianças, compromissos e solidariedades entre o movimento e as pessoas da cidade, sejam elas artistas, *chefs* ou consumidores de seus alimentos. Isso, em última instância, pode ser um dos meios indiretos de realizar pressão junto ao poder público, porém indica, de qualquer forma, uma inovação no repertório de ação de movimentos sociais do campo que merece atenção analítica.

### **2.1.2 A comercialização como o principal “gargalo” dos camponeses fluminenses: Feira e Cesta Camponesas de Alimentos Saudáveis**

Em meados de 2010, após os primeiros contatos do MPA com os agricultores do Rio de Janeiro, alguns jovens pertencentes ao quadro da Coordenação Nacional do MPA se transferiram para a região metropolitana do Rio de Janeiro. Dentre eles estava Humberto Palmeira, que se mudou para Campos, no norte fluminense, e iniciou a graduação em Serviço Social, na Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ESS/UFRJ), pelo Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária (Pronera)<sup>51</sup>. A partir da articulação de alguns estudantes da turma do Pronera, deu-se início a um projeto de extensão universitária formado inicialmente por estudantes e docentes de Serviço Social da UFRJ, com objetivo de desenvolver e fomentar algumas atividades em assentamentos rurais da região. Em 2013, foram desenvolvidas as primeiras atividades desse projeto de extensão em conjunto com o assentamento rural Fazenda Alpina, localizado no município de Teresópolis, na região serrana do Rio de Janeiro.

Segundo o relato de Santos, Amarante e Silva (2017), estudantes que participaram do grupo de extensão, os objetivos iniciais desse projeto visavam a melhoria das condições de vida das famílias desse assentamento rural por meio do fortalecimento da organização produtiva referenciada no modelo agroecológico e a promoção do debate acerca da soberania alimentar e da aproximação do campo com a cidade. Santos, Amarante e Silva (2017) apresentam mais detalhes sobre a aproximação entre MPA e universidade, bem como sobre as atividades desenvolvidas no assentamento selecionado. De acordo com as autoras, o diagnóstico inicial realizado pela equipe de extensionistas identificou três frentes principais de trabalho: (a) dificuldade de acesso às políticas sociais, principalmente na área da previdência, moradia e saúde; (b) pouco domínio das técnicas para a realização da transição agroecológica; e (c) a existência de um “grande gargalo” para a comercialização desses produtos.

Como resposta às demandas levantadas junto aos pequenos agricultores, a proposta de intervenção foi composta por atividades que buscaram abarcar os três principais pontos

---

<sup>51</sup> O Pronera nasceu em 1998, fruto da luta dos movimentos sociais e sindicais do campo, com objetivo de promover justiça social no campo por meio da democratização do acesso à educação, na alfabetização e escolarização de jovens e adultos, na formação de educadores para as escolas do campo e na formação técnico profissional de nível médio, superior, residência agrária e pós-graduação *lato sensu* e *stricto sensu*. Em 2011, a ESS/UFRJ assumiu compromisso, de forma pioneira no âmbito do Serviço Social, com o Pronera e abriu uma turma especial com mais de 60 vagas. O convênio da ESS/UFRJ com o Incra teve sua vigência até julho de 2017, período considerado necessário para que o corpo discente tivesse todas as condições de obter os créditos para a colação de grau.



observados na fase de diagnóstico. Em primeiro lugar, dada a inserção do grupo de extensão no campo do Serviço Social, foi realizada uma série de reuniões e oficinas sobre o acesso dessa população às políticas sociais, como, por exemplo, os direitos previdenciários de trabalhadores rurais. Em segundo lugar, devido ao uso intensivo de sementes comerciais, muitas vezes híbridas e transgênicas, entre os agricultores, as atividades foram focadas na estruturação de um banco de sementes na região, incentivando a troca de “sementes vivas” e crioulas, a manutenção das espécies locais e a autonomia dos camponeses. Em terceiro lugar, foi realizado um levantamento das principais dificuldades enfrentadas pelas famílias na comercialização de alimentos. As dificuldades mais citadas foram, de forma genérica, a falta de acesso aos consumidores urbanos, a concorrência com os grandes supermercados, o monopólio dos mercados nos municípios dessa região (com destaque para a cidade do Rio de Janeiro) e o pouco conhecimento da população urbana sobre os malefícios do consumo de alimentos transgênicos e/ou com agrotóxicos, o que dificultava as vendas de seus produtos por apresentarem preços um pouco mais elevados.

Em entrevista, Humberto Palmeira explicou que uma das etapas da construção e formação do MPA em um novo território é a busca por um elemento material que possibilite a elaboração de um trabalho concreto com os agricultores locais. Na cidade do Rio de Janeiro, os resultados desse diagnóstico, realizado nas diferentes regiões do estado, foram muito claros e semelhantes aos dados levantados pelos participantes do projeto de extensão da UFRJ. Segundo Palmeira, a questão colocada de “norte a sul do estado fluminense” era “o que fazer com a produção da porteira para fora?”.

Quando o MPA chega em uma região nova, a gente vê o que motiva os agricultores a se juntarem, o que que move, qual é o interesse comum dos agricultores. No Nordeste, era a energia elétrica, a ponte, a estrada ou a água. O que que move os agricultores a se reunir? Em torno do MPA é uma coisa concreta, material; não é porque o MPA quer fazer produção agroecológica, saudável. Tem um elemento material no MPA, para poder ver uma possibilidade de trabalho. Então, aqui no Rio, algo que aparecia muito claro, muito evidente com os agricultores: a questão da comercialização. O que fazer com a produção da porteira para fora? Uma produção pouca, mas bastante ainda, pelos níveis de ação do estado do Rio de Janeiro. Não existe política agrícola, não existe um programa estadual de agricultura. O que, até então, existia era um programa do Banco Mundial, chamado AgriRural. E as políticas federais, acho que o Rio é o estado que menos implementou as políticas nacionais da agricultura familiar, o Pronaf, etc. (informação verbal)<sup>52</sup>.

No entanto, o MPA não dispunha de condições e recursos financeiros para garantir o escoamento da produção e sua comercialização. Do lado dos produtores, vivia-se uma situação considerada deficitária, uma vez que esses tinham dificuldades para acessar as políticas públicas, projetos do estado ou mesmo se organizar em associações e cooperativas.

Dito isso, nota-se que os desafios constatados pelo projeto de extensão, fruto da parceria entre ESS/UFRJ e MPA, com os camponeses do assentamento Fazenda Alpina em Teresópolis/RJ foram semelhantes. Santos, Amarante e Silva (2017) descrevem que foi uma decisão unânime concentrar o foco das atividades de extensão na comercialização direta de alimentos aos consumidores urbanos. No entanto, de igual forma, extensionistas e pequenos agricultores, devido à natureza do projeto de extensão universitária e seu financiamento reduzido, concentraram a discussão sobre a comercialização direta de alimentos em torno de opções mais simples e factíveis de execução. Por esse motivo, a princípio, foram descartadas

---

<sup>52</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

possibilidades que apresentavam quadros de requisitos e exigências mais extensos, como a participação em feiras locais e a comercialização para mercados institucionais, como, por exemplo, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o PNAE<sup>53</sup>.

Contudo, Palmeira afirma sobre a atuação estadual do MPA: “nós estamos do lado de um dos maiores [centros] consumidores do Brasil, não pode ser tão difícil organizar isso”. Apesar de inúmeras dificuldades concretas relacionadas à estrutura, logística (tais como, a dificuldade no transporte desses alimentos devido ao calor, trânsito, preço do combustível – conforme será abordado em mais detalhes a seguir) e até mesmo violência, havia se desenvolvido no Rio de Janeiro diversas iniciativas importantes na busca por aproximar produção e consumo. Como exemplos podemos citar o estabelecimento da Cooperativa de Consumidores de Produtos Naturais (Coonatura), no final dos anos 1970; a criação da primeira feira orgânica do município, em 1994, chamada Feira Orgânica e Cultural da Glória; a formação da Rede Ecológica, em 2001; a realização da primeira Feira Estadual da Reforma Agrária, organizada pelo MST, na primeira década dos anos 2000, a qual mais tarde, em 2015, é declarada como Patrimônio Imaterial da Cidade, dentre outras.

Nesse contexto, a proposta alternativa encontrada foi promover a comercialização de alimentos no espaço da universidade. O formato previa a montagem de um espaço de comercialização, com periodicidade quinzenal, para a venda principalmente de alimentos *in natura*, como frutas, legumes e verduras. Nesse mesmo ano, em 2013, deu-se início às atividades da “Feira Camponesa de Alimentos Saudáveis”<sup>54</sup>, organizada pela equipe do projeto de extensão da UFRJ em parceria com o MPA, no Campus da Praia Vermelha da UFRJ<sup>55</sup>, localizado no bairro da Urca, na zona sul da cidade do Rio de Janeiro.

Para Santos, Amarante e Silva (2017),

essa estratégia permitiu uma relação mais próxima da comunidade acadêmica com os camponeses, ampliando, com isso, o diálogo entre campo e cidade. Para além da intervenção da equipe do projeto no assentamento, os camponeses agora estavam inseridos no espaço universitário, podendo se comunicar e se relacionar com toda a comunidade acadêmica e do entorno do campus” (SANTOS; AMARANTE; SILVA, 2017, p. 9).

---

<sup>53</sup> O PAA foi criado em 2003 e é uma ação do Governo Federal que tem por objetivo colaborar com o enfrentamento da fome e da pobreza no Brasil e, ao mesmo tempo, fortalecer a agricultura familiar. Para isso, parte dos alimentos da formação de estoques estratégicos e distribuição à população em maior vulnerabilidade social é adquirida pelo governo diretamente dos agricultores familiares, assentados da reforma agrária, comunidades indígenas e demais povos e comunidades tradicionais. Posteriormente, dentro do quadro das políticas públicas voltadas para agricultura familiar, foi sancionada em 2009 uma lei que declara que 30% dos recursos do PNAE deve ser investido na aquisição de produtos da agricultura familiar. Apesar da modalidade compra institucional ampliar as oportunidades de mercado para a agricultura familiar, agricultoras e agricultores familiares e suas organizações enfrentam ainda dificuldades para acessar, participar e concorrer aos editais de chamada pública. Ver, por exemplo, Triches (2010), Paula, Kamimura e Silva (2013) e Gazolla (2017).

<sup>54</sup> Apesar de Santos, Amarante e Silva (2017) fazerem referência à “Barraca Camponesa de Alimentos Saudáveis”, optamos por nos dirigir, ao longo do texto, à “Feira Camponesa de Alimentos Saudáveis”, conforme nos indicou Evandro Apolonio, membro da Coordenação de Comercialização e Abastecimento Popular do Raízes do Brasil, em conversas informais durante a realização do trabalho de campo. Segundo Apolonio, avaliou-se internamente que o termo “feira”, comparado à expressão “barraca”, é mais claro e traz melhor compreensão ao consumidor, considerando as experiências que têm sido desenvolvidas pelo Raízes do Brasil.

<sup>55</sup> A UFRJ está localizada principalmente na cidade do Rio de Janeiro, sendo seus principais campi a Cidade Universitária na Ilha do Fundão e o campus da Praia Vermelha. Esse último, está localizado na Zona Sul, no bairro Urca e concentra as atividades da Escola de Comunicação, Escola de Serviço Social, Faculdade de Educação, Instituto de Economia, e Instituto de Psicologia.

Por outro, a iniciativa da Feira Camponesa não atendia às necessidades de uma parcela expressiva de pequenos agricultores envolvidos com esse projeto de extensão. De forma correlata, Palmeira explica que para os agricultores “a feira é uma loteria”. É uma atividade que depende de uma série de fatores instáveis, tais como a presença de consumidores e condições climáticas adequadas para o transporte e a comercialização dos alimentos. “Se chove no Rio de Janeiro, ninguém sai de casa. Se está muito sol, as verduras chegam na feira tudo murcha já”, comenta Palmeira.

Em 2015, o desafio lançado para o projeto de extensão coordenado pela UFRJ e pelo MPA foi a formulação de outras experiências de comercialização que fossem capazes de abranger um maior número de camponeses. Frente a isso, elaborou-se uma proposta de um novo modelo de comercialização: a Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis.

Inicialmente, a Cesta Camponesa consistia na comercialização de quatro modalidades fixas de cestas, entregues quinzenalmente, com itens pré-selecionados de acordo com os alimentos disponibilizados pelos produtores<sup>56</sup>.

Essa foi considerada uma forma de comercialização mais estruturada e estável, comparada à Feira Camponesa. O formato de feira, apesar de possibilitar o encontro direto entre produtores e consumidores, apresentava um valor de arrecadação variável, com poucas garantias de que o valor arrecadado seria suficiente para cobrir além dos custos de produção, os custos de comercialização, como, por exemplo, os gastos de deslocamento dos camponeses e de sua produção. Por outro lado, a comercialização via Cestas Camponesas garantia aos camponeses que os produtos seriam vendidos antes mesmo de saírem de sua propriedade, o que viabilizava uma previsão de cálculo de custos de transporte e a geração de um retorno financeiro para as famílias produtoras.

Nos meses seguintes, experimentou-se deixar a composição das Cestas Camponesas em aberto, fixando um valor mínimo fixo por pedido<sup>57</sup>. Tal proposta foi avaliada de forma positiva, “bem aceita pelos consumidores urbanos e a demanda aumentou consideravelmente” (SANTOS; AMARANTE; SILVA, 2017, p. 10). O levantamento realizado por Teixeira e Melo (2018) durante o ano de 2015 contabiliza que foram comercializadas 176 cestas, envolvendo 25 famílias camponesas da região da Baixada Fluminense e cerca de 99 famílias de consumidores, distribuídas em diversas regiões das cidades do Rio de Janeiro/RJ e de Niterói/RJ. Além dos efeitos mais localizados concentrados no estado fluminense, a Cesta Camponesa também se articula em nível nacional. Teixeira e Melo (2018) esclarecem que, na lista de alimentos para serem encomendados, estão presentes também produtos de outros

---

<sup>56</sup> Vale registrar algumas iniciativas que possivelmente serviram de inspiração para a criação da Cesta Camponesa de Alimentos Saudável. Carneiro (2012) apresenta um breve histórico das primeiras redes de compra coletivas de produtos orgânicos no Brasil, que surgiram, ainda que de forma incipiente, no final da década de 70. Segundo a autora, a Coonatura, no Rio de Janeiro, e a Coolmeia (Cooperativa Ecológica), em Porto Alegre, foram as primeiras experiências de iniciativas de compras coletivas, nesse caso organizadas como cooperativas de consumidores de produtos orgânicos no Brasil, as quais surgiram em 1978. Ambas as iniciativas eram focadas na comercialização direta de alimentos, bem como no incentivo a uma forma alternativa de produção e comercialização. Mundialmente, o levantamento de Benini (2018) aponta que modelos semelhantes já existiam, desde a década de 70, na Europa e Japão, sendo que em 1986 são consolidados os primeiros grupos de CSA nos Estados Unidos. Em termos de compras coletivas do tipo cestas, organizadas por movimentos sociais do campo, temos ciência, sem detalhes sobre as datas exatas de sua formação, de algumas iniciativas organizadas pelo MST, por exemplo, como a Cesta da Reforma Agrária, na cidade do Rio de Janeiro/RJ, a Cesta Agroecológica com Produtos da Reforma Agrária, em Belo Horizonte/MG e Juiz de Fora/MG, e a Cesta Agroecológica da Reforma Agrária, no Distrito Federal.

<sup>57</sup> Em janeiro de 2019, por exemplo, o valor mínimo estabelecido por pedido da Cesta Camponesa era de 90 reais.

estados brasileiros relacionados à articulação do Raízes do Brasil com o MPA-Nacional, com destaque para alimentos produzidos no Espírito Santo e no Rio Grande do Sul.

A partir de constantes avaliações e monitoramento do processo e de um relativo sucesso da iniciativa, decidiu-se ampliar a entrega das Cestas Camponesas para espaços fora da universidade e repassar a distribuição, que antes era responsabilidade de uma equipe do projeto de extensão, para os próprios consumidores, que passaram a se organizar em núcleos distribuídos em alguns bairros das cidades do Rio de Janeiro/RJ e Niterói/RJ a partir de uma plataforma *on-line* de encomendas periódicas. Essa nova estruturação foi considerada um fator importante de fortalecimento da relação entre MPA, camponeses e consumidores urbanos, bem como da construção da aliança campo-cidade.

Os dados apresentados por Teixeira e Melo (2018, p. 3) apontam que em 2016 foram articulados sete núcleos de consumidores, sendo seis deles na cidade do Rio de Janeiro, distribuídos pelas Zonas Norte, Sul e Centro, abrangendo os bairros de Botafogo, Catete/Laranjeiras, Copacabana, Estácio, Lapa/Bairro de Fátima, Tijuca e um núcleo na cidade de Niterói/RJ. No ano de 2016, foram distribuídas um total de 322 Cestas Camponesas em oito entregas, com uma média de 40 cestas por entrega, cada uma com custo médio 90 reais. Estima-se que, por meio dessas Cestas Camponesas, foi distribuído um montante total em torno de 62 toneladas de alimentos (TEIXEIRA; MELO, 2018, p. 3).

Cabe ressaltar que por se tratar de uma das atividades desenvolvidas pelo MPA em parceria com um projeto de extensão universitária, é notória a ênfase nas análises acadêmicas. De qualquer forma, no contexto da atuação do MPA no Rio de Janeiro, a universidade, em específico a ESS/UFRJ, parece ter sido um vetor central de estímulo a esse processo de aproximação campo-cidade, conforme destacam as conclusões de Santos, Amarante e Silva (2017, p. 11), as quais afirmam que “o espaço da universidade funcionou como um laboratório para avaliar a receptividade da população para com esta modalidade de comercialização de alimentos”.

Em meados de 2017, as experiências da Feira e da Cesta Camponesa passaram a ser organizadas no espaço Raízes do Brasil, um local fixo de organização e coordenação de atividades de comercialização do MPA/RJ. A experiência da Feira Camponesa foi multiplicada para outras áreas da cidade do Rio de Janeiro, sendo realizada semanalmente no Raízes do Brasil e quinzenalmente na UFRJ. As Cestas Camponesas passaram a ser organizadas no Raízes do Brasil e distribuídas diretamente para os diferentes núcleos. Na seção a seguir, serão apresentadas mais informações sobre a construção do Raízes do Brasil e suas principais atividades.

## **2.2 Raízes do Brasil: Para “Passar a Mensagem do que É o MPA e sobre o que o MPA Faz”**

Como uma forma de dar continuidade às principais atividades que vinham sendo trabalhadas em conjunto com os camponeses fluminenses, as quais focavam, sobretudo, na superação de um dos grandes gargalos identificados por esses produtores, que era efetivar a comercialização de sua produção, começa a ser pensado pelo MPA, em meados de 2016, a estruturação de um ponto fixo de comercialização na cidade do Rio de Janeiro: “uma espécie de um pequeno centro de distribuição” de alimentos, conforme comentou em entrevista Humberto Palmeira.

Em meados de 2017, é inaugurado o Raízes do Brasil em correspondência às expectativas da chegada do MPA no Rio de Janeiro, nomeadas anteriormente: aproveitar a realidade carioca de concentração de “boa parte do mundo da política, da cultura e da culinária” para “potencializar o debate do movimento”, que muitas vezes é considerado limitado devido à posição muito “interiorana”, e “muito campesina” do MPA. Desse modo, o Raízes do Brasil, nas palavras de Palmeira, assume a posição de ser “um espaço físico para preparar os alimentos para poder apresentar, para fazer feira, para apresentar o movimento” e, sobretudo, “passar a mensagem do que é o MPA e sobre o que o MPA faz” (informação verbal).

Nesse sentido, um olhar global para a trajetória do MPA demonstra que o período posterior à abertura do Raízes do Brasil na cidade do Rio de Janeiro tem constituído um período rico em experimentações. Há, digamos assim, uma profusão de arranjos que passam a ser acionados como parte de seu repertório de ação, tais como o uso da alimentação como um instrumento de (re)conexão entre campo e cidade e a adesão às diferentes tendências da alimentação contemporânea. Apresentaremos a seguir uma gama de exemplos que em nossa análise indica que esse campo de experimentações é composto por posicionamentos, discursos e ações que extrapolam a finalidade de escoamento da produção, estando fortemente relacionados a um projeto estratégico e político de formar e fortalecer alianças, compromissos e solidariedades entre MPA e consumidores urbanos.

### **2.2.1 Iniciando o contato com o “povo da cidade”: a abertura do Raízes do Brasil**

Nos primeiros anos de atuação do MPA no estado do Rio de Janeiro foram realizadas algumas tentativas para promover a comercialização de alimentos, dentre elas, as Feiras e as Cestas Camponesas, conforme explicado anteriormente. Apesar de um relativo êxito, essas experiências demandavam a mobilização e o deslocamento de forma periódica de agricultores e militantes do movimento que viviam e trabalhavam na região metropolitana do Rio de Janeiro para a zona sul da cidade. Essas atividades que inicialmente eram vistas como positivas, devido à ampliação da comercialização de alimentos pelo MPA, ao longo do tempo passaram a ser consideradas também como uma fonte de grande desgaste para seus organizadores e, inclusive, para os consumidores. Humberto Palmeira, que na época participava do processo de pedidos e distribuição das Cestas Camponesas, narra alguns desses desafios:

A gente saía de manhã, descia para o Rio e pegava todo o engarrafamento. Isso atrasava. Sol, chuva e trânsito, às vezes dava tudo errado. Às vezes chovia, tinha acidente na estrada e a gente ficava parado. Atrasava uma hora, duas horas a entrega. As pessoas ficavam chateadas porque tinham compromisso. Tinha gente que ia embora, enfim. Então, nós pensamos, vamos fazer o seguinte: vamos organizar um espaço no Rio (informação verbal)<sup>58</sup>.

O primeiro passo foi pensar sobre o levantamento de recursos, principalmente do ponto de vista financeiro, que permitisse viabilizar tal projeto. Um dos pontos de partida foi estabelecer contato com o “povo da cidade”. Palmeira relata: “fizemos uma listinha, nós temos que conversar com esses daqui, por várias razões” (informação verbal). Dessa lista,

---

<sup>58</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

uma das organizações que veio a ser parceira do MPA no Rio de Janeiro foi a Federação Única dos Petroleiros (FUP).

A aproximação entre MPA/RJ e FUP vem ocorrendo desde 2012. Sob a ótica do MPA, há muitas sinergias entre as duas organizações: “porque quem produz combustíveis para os tratores, os fertilizantes são os petroquímicos. Por uma questão tática de aproximar, e por uma questão de luta mesmo, para construir uma aliança com os trabalhadores que têm um poder de mobilização forte. Ou seja, quando se mobilizam mexem com o Estado”, comenta Palmeira. Nota-se, assim, que algumas das razões que têm sustentado essa coalizão de forças são o reconhecimento de ambos enquanto classe trabalhadora organizada, convergindo com a aliança camponesa-operária defendida no Plano Camponês do MPA; a percepção de serem em certa medida partes integrantes de uma mesma cadeia de produção, na qual a FUP produz combustível para tratores, enquanto o MPA produz os alimentos; a constatação da influência e do grau de mobilização, apontando as possíveis complementariedades nos contextos do campo e da cidade; e a interlocução entre as pautas da soberania alimentar e energética como partes de um novo projeto de nação. Adiante, Palmeira ilustra como se deu o fortalecimento dessa pauta conjunta, indicando, como exemplo, a inclusão do tema da alimentação saudável defendida pelo MPA nas demandas apresentadas durante a greve dos petroleiros em 2015:

No início do diálogo com eles: “é o petróleo que move o mundo, a energia é o principal”, a gente ouviu de um dos companheiros petroleiros. Aí, [dissemos] “que antes do petróleo tem outra energia que move o mundo, que é a comida, sem a qual você não consegue trabalhar”. Então, eles entenderam a pauta do movimento. Inclusive, uma das pautas nossas é que o Estado, a partir das empresas públicas, pudesse comprar os alimentos da agricultura familiar. Isso, depois, a Dilma ampliou para todas as empresas. Mas, no caso dos trabalhadores da Petrobras foi mais interessante ainda. Nós começamos a ir para as assembleias nas refinarias, nas bases deles. Para poder fazer o movimento. Fizemos algumas falas nas refinarias sobre alimentação saudável. E várias das unidades deles tinham restaurantes, então eles incorporaram, na greve de 2015, que eles fizeram dentro do acordo coletivo, uma cláusula sobre alimentação saudável. Então, foi incorporado na pauta deles, na pauta que eles entregaram para a Petrobras, quando eles fizeram uma greve de 30 dias. [...] Eles entenderam que tinham que comprar essa pauta, por uma questão de aliança conosco e para a saúde dos trabalhadores (informação verbal)<sup>59</sup>.

Palmeira continua e complementa:

Eles entenderam essa necessidade da pauta da alimentação saudável, da soberania alimentar como parte da soberania nacional, que está ligada com o petróleo. E quando a gente apresentou o problema para eles que a gente tinha no Rio de Janeiro, que era um bom problema, qual o problema: tem o agricultor, tem o consumidor e falta o meio – a logística; aí eles disseram que apoiavam a gente na logística (informação verbal)<sup>60</sup>.

Com efeito, segundo Palmeira, a FUP foi a principal entidade que forneceu apoio à proposta de abertura de um espaço de comercialização de alimentos do MPA na capital fluminense. Em outra ocasião, Evandro Apolonio, camponês, militante do MPA e membro da Coordenação de Comercialização e Abastecimento Popular no Raízes do Brasil, durante uma roda de conversa intitulada “Unindo Campo e Cidade: Como construir espaços de

---

<sup>59</sup> Ibid., 2018.

<sup>60</sup> Ibid., 2018.

comercialização popular?”<sup>61</sup>, que aconteceu em agosto 2018, no Rio de Janeiro/RJ, usou a oportunidade para reconhecer e agradecer aos petroleiros: “Hoje, se a gente está aqui no Rio de Janeiro, nós temos que agradecer aos petroleiros, à Federação dos Petroleiros. Eles que acreditaram na proposta da gente para estar construindo esse espaço e para dialogar com a cidade”.

Um aspecto importante era decidir onde seria esse espaço de comercialização. Palmeira conta que, do ponto de vista da localização geográfica, foi estabelecido um raio na cidade para “facilitar a venda direta no espaço e também a distribuição, então, pensamos em um espaço no centro da cidade, que ia, mais ou menos, da Uruguaiana até Laranjeiras, um corredor”. Foram mapeados alguns locais.

O primeiro deles era um local próximo ao bairro do Centro, nas proximidades do bairro da Lapa, em uma localização considerada privilegiada pela sua posição central e alto tráfego de pessoas. Uma segunda opção foi encontrada no bairro de Laranjeiras, próximo à Praça São Salvador, um local bastante conhecido no cenário carioca pelo movimento político cultural. Porém, ambos os processos de locação não foram efetivados por motivos variados.

Finalmente, no terceiro espaço encontrado, uma antiga pousada no bairro de Santa Teresa, se estabeleceu o Raízes do Brasil. Palmeira conta que embora o espaço fosse uma pousada, o que não constava no plano inicial, apresentava toda a parte de estrutura física necessária e, como diferencial, possuía uma “estética” que se aproximava ao que o MPA estava buscando:

Ele já estava quase 100% pronto para receber o Raízes, já existia uma estrutura física, que se aproximava do espaço que nós imaginamos, que deveria ser um ambiente, os passarinhos cantando, árvore, verde, mesas grandes que lembram casas do interior. Então, tinha uma estética que se aproximava. Os outros espaços eram legais, mas não tinha isso aqui (informação verbal)<sup>62</sup>.

Para além das características do espaço em si, Santa Teresa é um bairro que compõe a subprefeitura da região do centro e centro histórico do Rio de Janeiro/RJ, localizado no alto de uma colina entre as zonas Sul e Central da cidade, com uma vista privilegiada para essas áreas. Além disso, a posição geográfica de Santa Teresa pode ser considerada bastante central, devido às suas fronteiras com outros dez bairros: Centro, Glória, Catete, Laranjeiras, Cosme Velho, Humaitá, Alto da Boa Vista, Rio Comprido e Catumbi. Apesar de ser uma zona de morro e de possuir muitas favelas, Santa Teresa preserva o status de bairro nobre com população de classe média e média alta, onde o valor do metro quadrado foi apontado como o 18º mais caro da cidade, em 2013<sup>63</sup>.

No contexto da cidade do Rio de Janeiro, o bairro de Santa Teresa assume um papel importante como polo turístico, gastronômico e cultural. Uma exclusividade é o transporte por bonde, existente desde o século XIX. Nos dias de hoje, é o único bairro da cidade que possui esse tipo de transporte público, cumprindo duas funções: conectar os principais pontos do

---

<sup>61</sup> A roda de conversa reuniu, além de representantes do Terra Crioula (MST), que organizou o evento, as seguintes entidades: Armazém do Campo (MST), Raízes do Brasil (MPA), Rede Carioca de Agricultura Urbana (Rede Cau) e Rede Ecológica.

<sup>62</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

<sup>63</sup> A matéria “Os 20 bairros onde é mais caro comprar imóveis no Rio” foi publicada no site do *Exame* em 30 dez. 2013 e está disponível em: <https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/os-20-bairros-onde-e-mais-caro-comprar-imoveis-no-rio/> Acesso em: 10 dez. 2018.

bairro com uma estação de metrô, tendo acesso gratuito aos moradores do bairro, e ser uma das atrações turísticas, cartão-postal da cidade do Rio de Janeiro, podendo ser utilizado para uma viagem de ida e volta mediante a aquisição de um bilhete turístico<sup>64</sup>. Além do bondinho, existem duas linhas de ônibus ligando o centro da cidade ao bairro. Tradicionalmente vivem, em Santa Teresa, muitos intelectuais, acadêmicos, artistas, políticos e militantes, atraídos pelas características históricas, culturais e pela qualidade de vida que o bairro proporciona, os quais convivem e alimentam uma quantidade expressiva de coletivos artísticos, organizações políticas e movimentos populares, dentre outros.

Nesse caso, tanto as características do local, quanto de sua localização se mostram fortemente associadas às potencialidades observadas pelo MPA para a sua atuação estadual no Rio de Janeiro: uma convergência do mundo da política, da cultura e da gastronomia.

A próxima etapa consistiu na escolha de um nome para o espaço. O nome selecionado foi “Raízes do Brasil”. Palmeira descreve as razões que moveram essa escolha:

Uma [das razões era] para dizer que no país existem raízes. Essas raízes estão no Brasil profundo. As pessoas vão descobrir, vão saber que existe e que as nossas raízes se expressam pela cultura, pela política, pela alimentação. Então, como mostrar isso das raízes através da alimentação e da cultura? Esse era o porquê do Raízes do Brasil. E também era memória ao livro do Sérgio Buarque de Holanda, ainda [que] com algumas discordâncias com o autor, mas que existem as raízes do povo brasileiro e para a gente poder dar um salto social a gente precisa entender essas raízes. E o espaço representaria isso para a cidade, a partir da alimentação. (informação verbal)<sup>65</sup>.

Todo esse processo de construção do Raízes do Brasil, incluindo a dinâmica de dar nome ao espaço, demonstra que, além da ordem mais prática de escoamento da produção e comercialização de alimentos, esse espaço é visto pelo MPA como uma forma de ampliar o diálogo com a cidade.

Após sua abertura em maio de 2017, o Raízes do Brasil torna-se a base de apoio e de coordenação das atividades de comercialização desenvolvidas pelo MPA na cidade do Rio de Janeiro<sup>66</sup>. Seu lema “alimentação saudável, cultura e hospedagem”, presente no cabeçalho fixo de seu site oficial, sugere mais alguns aspectos da proposta do Raízes do Brasil. Trata-se de um local que combina as funções de pousada<sup>67</sup>, espaço para eventos, restaurante e ponto de venda de alimentos produzidos por pequenos produtores de várias regiões do país<sup>68</sup>.

---

<sup>64</sup> Em agosto de 2011, ocorreu um acidente de descarrilamento de um dos bondes, devido a falhas técnicas e falta de manutenção, deixando 6 mortos e mais de 50 feridos. Após o acidente, o serviço foi suspenso, voltando a funcionar parcialmente em 2015. Em 2018, novos trechos foram liberados com horários limitados.

<sup>65</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

<sup>66</sup> Vale registrar outras iniciativas semelhantes, organizadas principalmente pelo MST, das quais temos conhecimento, em nível estadual temos a “Loja da Reforma Agrária”, no Mercado Público, na cidade de Porto Alegre/RS, criada em 2002, e o “Espaço de Comercialização Terra Crioula”, inaugurado em 2017 no Rio de Janeiro/RJ, e em nível podemos fazer referência aos espaços permanente de comercialização chamados “Armazém do Campo” abertos em 2016 na cidade de São Paulo/SP, em 2017 em Belo Horizonte/MG, e mais recentemente em 2018 no Rio de Janeiro/RJ e em Recife/PE.

<sup>67</sup> No quesito hospedagem, o Raízes do Brasil possui alguns tipos e acomodações. Os serviços de hospedagem são voltados para militantes de movimentos sociais, membros de instituições não-governamentais parceiras e também turistas que queiram visitar o espaço.

<sup>68</sup> Para esta dissertação, realizamos um levantamento das atividades desenvolvidas no Raízes do Brasil, o que será discutido em mais detalhes ao final deste capítulo.



À exemplo da análise feita por Portilho e Castañeda (2008) sobre uma feira orgânica, o Raízes do Brasil pode ser pensado, então, para além da comercialização de alimentos, como sendo também

uma organização física, política, afetiva e moral, ou seja, um espaço de sociabilidade que possibilita encontros e trocas sociais concretas: convivência, interação, socialização, associação, pertencimento e materialização de visões de mundo, estilos de vida, desejos, propostas, sonhos e utopias. Trata-se de um espaço intermediário entre as escolhas e responsabilidades da esfera privada (a casa, o corpo, a família, as preferências individuais) e coletiva (a cidade, a “natureza”, o “planeta”, a “humanidade”) (PORTILHO; CASTAÑEDA, 2008, p. 11).

Apesar de não ter sido o foco desta pesquisa analisar a percepção dos consumidores do Raízes do Brasil sobre os alimentos produzidos por camponeses do MPA, e de anteciparmos que o Raízes do Brasil não é um espaço homogêneo, e que seus frequentadores não constituem uma unidade ou comunidade, inferimos, conforme apontam outros estudos que se dedicaram a analisar espaços de comercialização de alimentos (PORTILHO, 2009; PORTILHO; CASTAÑEDA, 2008), que a sociabilidade é um elemento importante para o funcionamento deste espaço e para o fortalecimento de relações ali construídas; a sociabilidade é parte constitutiva da construção de novos canais de comercialização de alimentos oriundos da agricultura camponesa, bem como da formação e da consolidação de alianças entre campo e cidade, mais especificamente entre o MPA e os consumidores urbanos.

No que se refere às suas principais atividades, o Raízes do Brasil deu continuidade às iniciativas da Feira e da Cesta Camponesa, as quais têm sido desenvolvidas pelo MPA no Rio de Janeiro/RJ, respectivamente, desde 2013 e 2015.

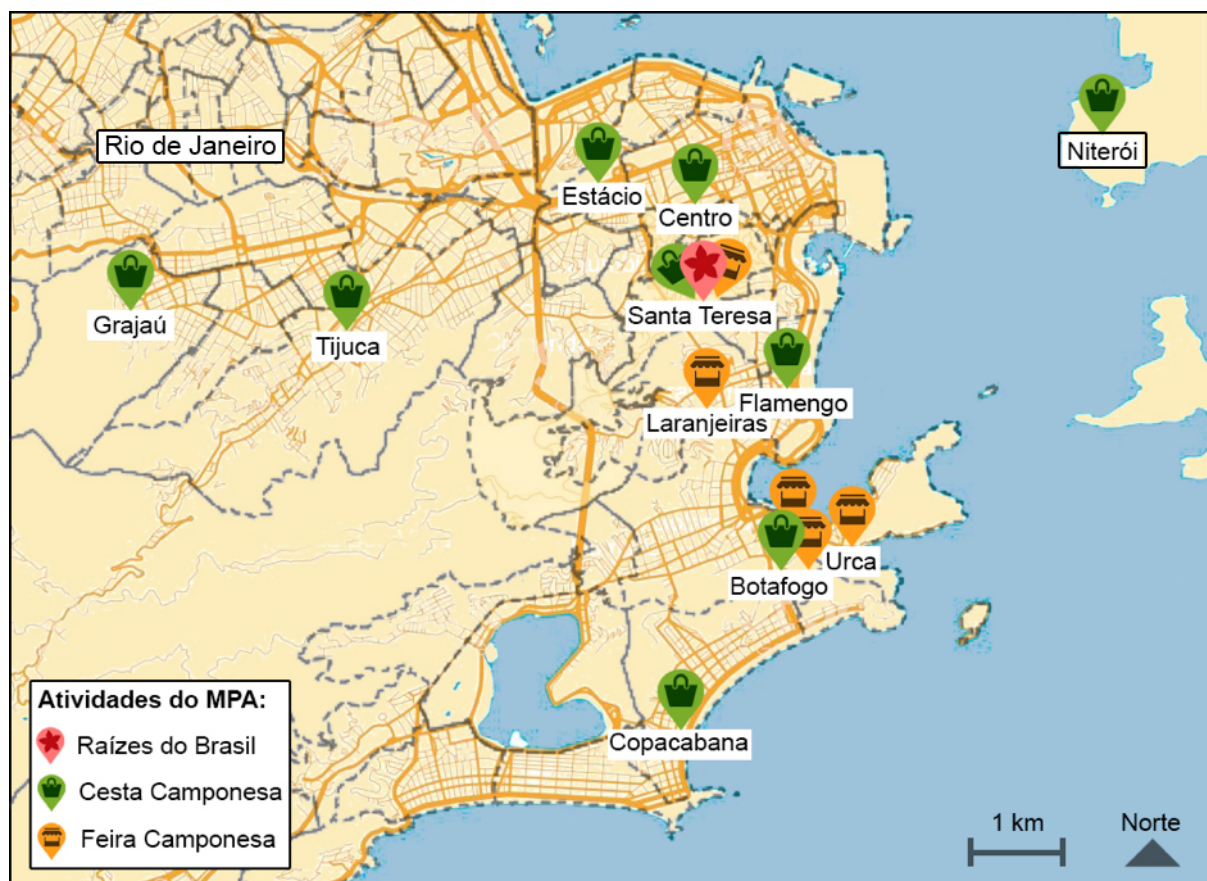
Após sua abertura, a atividade das Feiras Camponesas foi ampliada. Em 2018, foram organizadas de forma recorrente oito feiras em diferentes pontos no estado do Rio de Janeiro. As feiras acontecem em frequências diversas, sendo as feiras mais recorrentes as que acontecem semanalmente no próprio Raízes do Brasil aos sábados e todas às quartas-feiras no bairro de Laranjeiras. As demais ocorrem quinzenalmente ou de forma esporádica. A maior parte das feiras é realizada na cidade do Rio de Janeiro, conforme indica o mapa de feiras distribuído no Raízes do Brasil e reproduzido na Figura 2. As ressalvas seriam a “Feira Itinerante da Baixada Campista”, no município de Campos de Goytacazes/RJ, que, segundo informações fornecidas por integrantes do Raízes do Brasil durante as visitas de campo, vem acontecendo com baixa frequência, assim como a “Feira Regional da Reforma Agrária”, que ocorre no município de Duque de Caxias/RJ, a cerca de 20km da região central da capital fluminense, a qual, embora não conste na Figura 2, ocorre esporadicamente a cada 15 dias, em parceria com o MST, desde o segundo semestre de 2018.



**Figura 2.** Mapa de feiras agroecológicas e barracas camponesas de alimentos saudáveis, MPA, Rio de Janeiro, 2018.

Fonte: Reprodução de material distribuído pelo Raízes do Brasil, MPA.

Em relação às Cestas Camponesas, os dados mais recentes indicam que essas são entregues em oito pontos no município do Rio de Janeiro. No eixo centro e Zona Sul, as entregas são feitas nos bairros Botafogo, Catete/Laranjeiras, Copacabana, Estácio, Grajaú, Lapa/Bairro de Fátima, Santa Teresa e Tijuca. Além desses, há um ponto de entrega em Niterói/RJ, na área metropolitana do Rio de Janeiro. Para melhor visualizar a localização do Raízes do Brasil e a distribuição de suas principais atividades na cidade do Rio de Janeiro, elaboramos o mapa apresentado na Figura 3, a partir das informações disponíveis no site e nas mídias sociais oficiais do Raízes do Brasil, bem como a partir de conversas informais sobre esta pesquisa com Evandro Apolonio, membro da Coordenação de Comercialização e Abastecimento Popular no Raízes do Brasil. Vale ressaltar que por motivos de escala e foco nas atividades desenvolvidas na cidade do Rio de Janeiro, uma atividade regular que não está contemplada nesse mapa é a Feira Regional da Reforma Agrária, citada anteriormente, que ocorre no município de Duque de Caxias/RJ.



**Figura 3.** Mapa da região central do município do Rio de Janeiro e arredores com indicações de localização do Raízes do Brasil e de suas principais atividades, Rio de Janeiro, 2019.

Fonte: Elaboração própria

Destaca-se também o fato de que o Raízes do Brasil, além de dar continuidade e potencializar os processos das feiras e das entregas de cestas que já estavam em curso, desde sua abertura, tem abrigado uma diversidade de atividades que abrangem outras iniciativas direcionadas à comercialização de alimentos, debates políticos e eventos culturais.

As principais atividades ocorrem aos sábados, quando o espaço é aberto ao público das 9h às 19h. Durante esse período funciona uma das Feiras Camponesas – que oferece alimentos *in natura*, como frutas e hortaliças – e a Loja Camponesa – onde estão disponíveis ingredientes culinários e alimentos “minimamente processados” e “processados”, como grãos, cereais, café, geleias, compotas e bebidas alcoólicas, todos produzidos por pequenos produtores ou cooperativas. Ao longo do dia funciona também o restaurante do Raízes do Brasil, onde são ofertadas uma gama de opções em diferentes horários: “Café da Manhã Camponês”, almoço e “Tarde de Petiscos”, muitas vezes com música ao vivo.

Em entrevista, Palmeira contou que considera o Café da Manhã Camponês o principal evento do Raízes do Brasil. Os levantamentos internos relatados por integrantes do Raízes do Brasil durante as visitas de campo estimam que o Café da Manhã Camponês chega a atender por sábado uma média de 100 consumidores. Segundo Palmeira, esse é um momento que, muitas vezes, além da preparação e da comercialização de alimentos, reúne apresentações culturais e organização de debates. Em um dos sábados de setembro de 2018, por exemplo, foi organizada, durante o Café da Manhã Camponês, uma roda de conversa sobre o Atlas do

Agronegócio. Observa-se, assim, como as atividades e os discursos fundamentados no comer, na comida e na alimentação, fortalecidos por um espaço de sociabilidade, congregam a interlocução entre as esferas da produção e do consumo, entre campo e cidade e entre camponeses e consumidores urbanos, conforme será abordado em mais detalhes na próxima seção.

Em pouco mais de um ano de funcionamento do Raízes do Brasil, tal iniciativa é avaliada internamente pelo MPA como uma experiência bem-sucedida e que vem cumprindo o objetivo inicial de estruturar o que o movimento nomeia como um “sistema de abastecimento popular”, o que pode ser evidenciado pela avaliação feita por Palmeira:

Nós estamos aqui desde maio de 2017, há um ano e alguns meses já. E foi uma experiência exitosa. A gente conseguiu alguns dos objetivos. [...] Estamos conseguindo estruturar um sistema de abastecimento popular, que é o que a gente chama, que é a venda direta, né?” (informação verbal)<sup>69</sup>.

Tais repercussões positivas da abertura do Raízes do Brasil podem ser avaliadas também a partir de alguns dados quantitativos apresentados em agosto de 2018 por Evandro Apolonio, durante a roda de conversa supracitada, intitulada “Unindo Campo e Cidade: Como construir espaços de comercialização popular?”, que aconteceu no Rio de Janeiro/RJ:

Antes da vinda do MPA para o Rio de Janeiro, a gente tinha 12 famílias camponesas cadastradas no sistema da Cesta Camponesa, esses dados são do final de 2017 e início de 2018. A gente tem 44 famílias cadastradas, no momento<sup>70</sup>.

Antes, a gente tinha 99 cestas. [...] Hoje estamos com uma média de 800 a 830 cestas. A gente tem os dados [dessas pessoas] de e-mail, telefone, que foi uma forma melhor de fazer divulgação.

Antes da vinda dos Raízes, a gente tinha a comercialização por ano de 176 cestas. Agora, atualmente, no início do levantamento a gente tinha uma média de 600 cestas por ano. Teve um crescimento de 216%.

Em relação aos produtos cadastrados, antes a gente tinha 128 e atualmente, a gente tem mais de 400 produtos cadastrados na cesta. [...]

Outros dados que nós temos são: a gente tem cooperativas nas regiões Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro Oeste. A gente tem 18 cooperativas e associações vinculadas ao Raízes do Brasil, uma vez que os produtos vêm de várias partes do Brasil. Tem produtos de 10 estados da federação no Raízes do Brasil. Entre famílias associadas à essas associações e cooperativas são mais de 6 mil famílias. A gente tem em média [o número de] 25 a 30 mil pessoas que a gente consegue chegar [com o Raízes do Brasil] (informação verbal)<sup>71</sup>.

Esses dados demonstram a magnitude das articulações e das atividades que ocorreram em pouco mais de um ano de abertura do Raízes do Brasil. Nota-se que os números, de forma comparativa entre o cenário “antes” e “depois” do Raízes do Brasil, mostram maior

<sup>69</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

<sup>70</sup> Em conversa informal com Evandro Apolonio, membro da Coordenação de Comercialização e Abastecimento Popular no Raízes do Brasil, sobre a presente dissertação, ele nos informou que no início de 2019 que o MPA apresenta atuação nos seguintes municípios fluminenses: Cachoeiras de Macacu, Duque de Caxiais, Magé, Mesquita, Nova Iguaçu, Queimados e Rio de Janeiro na região metropolitana; Paty de Alferes na região Centro-Sul Fluminense; Duas Barras, Nova Friburgo, Petrópolis e Teresópolis na região Serrana; Campos do Goytacazes, Quissamã, São João da Barra e São Francisco de Itabapoana, na região do Norte Fluminense.

<sup>71</sup> Informações apresentadas por Evandro Apolonio, MPA, durante a roda de conversa “Unindo Campo e Cidade: Como construir espaços de comercialização popular?”, em 30 de agosto de 2018, Rio de Janeiro/RJ.



intensidade de atividades tanto com consumidores, quanto com os agricultores da região fluminense e de outros estados.

Contudo, um aspecto importante a ser problematizado do ponto de vista teórico é a designação do que se compreende enquanto “sistema de abastecimento popular”. Por exemplo, em entrevista, Palmeira nos explicou, quem ele considera ser o público consumidor no MPA:

Quem é o público consumidor do MPA no Rio? São trabalhadores. A gente vê como trabalhadores que estão no setor público e privado. Ou seja, do ponto de vista do mundo do trabalho, existe uma certa estabilidade, ou trabalha no setor público – em universidades, escolas, tem muitos profissionais da área de educação – ou trabalha em empresa privada, mas que tem uma estabilidade econômica, que tem um poder de compra. [...] O público que a gente atinge é esse setor dos trabalhadores (informação verbal)<sup>72</sup>.

Nesse ponto, observamos o destaque dado por Palmeira ao fato do público consumidor do Raízes do Brasil ser composto por pessoas que apresentam estabilidade econômica e poder de compra. Apesar da aliança camponesa e operária por soberania alimentar ser um dos objetivos do Raízes do Brasil, o valor dos alimentos apresenta-se como um limitante, pois se direciona a, digamos assim, tipos específicos de “trabalhadores urbanos”. Palmeira explica que a produção agroecológica acaba tendo um valor acima dos produtos convencionais que recebem isenções e subsídios<sup>73</sup>, ainda que no caso dos alimentos comercializados pelo Raízes do Brasil ele considere os valores abaixo daqueles praticados pelos mercados convencionais de orgânicos:

A alimentação orgânica e agroecológica ainda é um nicho de mercado porque por questões políticas e técnicas, ainda produzir orgânico dá mais trabalho. E se dá mais trabalho, se o que determina o preço é a quantidade de trabalho, é um pouco mais caro. Porque a produção convencional tem um monte de isenções fiscais dos agrotóxicos, das próprias sementes. E quando não tem políticas públicas para poder trabalhar na perspectiva do direito à alimentação, quando existe a livre concorrência, o mercado acaba determinando preços de alguns produtos, né? Os nossos preços, a gente já fez uma pesquisa é abaixo do preço de mercado de orgânico, alguns preços são iguais. A gente fez esse estudo já. Alguns poucos produtos nossos, nos produtos in natura – que são os que as pessoas mais buscam, porque acham que os produtos processados não têm agrotóxico, não tem veneno, não tem conservante – em termos de preços é o que a gente consegue estar melhor do que qualquer outra feira orgânica (informação verbal)<sup>74</sup>.

---

<sup>72</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

<sup>73</sup> Apesar de não ter sido o nosso foco analisar o contexto de definição de valores e preços dos alimentos comercializados pelo MPA no Raízes do Brasil, bem como ao universo que isso se relaciona, ou seja, a fatores como sua relação comparativa a outros alimentos oriundos de modos de produção distintos, a presença (ou não) de apoios estatais, a discussão teórica e prática sobre “preço justo” e os impactos dessas dinâmicas nas taxas de inflação, não podemos desconsiderar nesse debate as externalidades, seja elas positivas ou negativas, em geral não contabilizadas, no valor tanto de alimentos produzidos pela base social do MPA, por exemplo, quanto por outros modelos, como àquele do agronegócio. Para alguns estudos que discutiram esse aspecto, conferir, por exemplo, Bonnal, Cazella e Maluf (2008) e Soares e Porto (2007).

<sup>74</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

Reconhece-se que tais condições podem em última instância privilegiar o consumo de classes (também trabalhadoras) mais abastadas e dificultar o acesso das camadas mais populares devido às limitações de seu poder de compra. Todavia, Palmeira complementa a sua fala indicando que, mesmo frente às dificuldades, ainda é objetivo do MPA levar os alimentos comercializados pelo Raízes do Brasil para, por exemplo, os trabalhadores das favelas:

A gente tem como estratégia chegar nos trabalhadores das favelas, mas a gente cai na questão do poder de compra. E como não tem políticas que garantam o direito à alimentação, em um momento político de quase desemprego generalizado, esse setor dos trabalhadores que moram nas favelas, entre comer uma alimentação saudável e comer o enlatado, a necessidade imediata é o que vai dizer, né? Mas a nossa estratégia é dar um passo para comercialização nas favelas. A gente acredita que a alimentação vai conseguir fundir os trabalhadores em um processo de lutas comuns e criar relações políticas que desemboquem em um processo de construção de unidade na luta, tanto do movimento camponês apoiar as lutas urbanas, quanto as lutas urbanas apoiarem os camponeses, porque tem um interesse comum, e o interesse comum é comer. Porque sem comer a gente não sobrevive (informação verbal).

Esses excertos de entrevista corroboram, assim, com os objetivos definidos presentes no Plano Camponês que descrevem de forma específica a articulação de um conjunto de ações em uma estratégia de fortalecimento da agricultura camponesa que passem pela “produção de alimentos saudáveis e abastecimento popular” (MPA, 2012, p. 5).

Na mesma direção, dialogam com as considerações de Palmeira as formulações publicadas mais recentemente por Raul Ristow Krauser, camponês, técnico em agropecuária, economista e membro da Coordenação da Secretaria Nacional do MPA em Brasília, em 2015, em um material de circulação interna sobre agroecologia e Plano Camponês. Nas palavras de Krauser (2015, p. 32), “a agricultura camponesa pela sua lógica de produção, pela sua lógica econômica e pelo enfrentamento com o agronegócio, necessita desenvolver [um] processo de abastecimento popular a partir do local”.

Feiras livres, vendas de casa em casa, comercialização através do PAA, do PNAE e do Mercado Popular de Alimentos no estado do Espírito Santo<sup>75</sup> são alguns exemplos que, segundo Krauser (2015), ilustram as experiências de abastecimento popular. Segundo ele,

todas estas experiências têm mostrado de forma efetiva que o caminho que devemos trilhar é a produção de alimentos para o consumo local, organizando todos os processos necessários para que os circuitos de produção, circulação e consumo sejam locais e regionais, [baseados em] circuitos curtos e médios. Através de estruturas intermediárias, temos que pensar e estruturar também o abastecimento de grandes centros urbanos (KRAUSER, 2015, p. 32).

---

<sup>75</sup> Em novembro de 2011, foi inaugurado pelo MPA o Mercado Popular de Alimentos, no centro de São Gabriel da Palha/ES. O município de São Gabriel da Palha/ES está localizado no norte capixaba, a cerca de 220 km da capital Vitória/ES, e possui cerca de 36 mil habitantes. Segundo informações disponíveis no site do MPA, o Mercado Popular de Alimentos é um espaço físico onde os camponeses comercializam de forma direta sua produção para os consumidores. Funciona nos dias de semana, nos moldes de uma feira livre. São mais de 500 famílias camponesas cadastradas que entregam alimentos, como cereais, hortaliças tubérculos, massas, doces, temperos e carnes, além de artesanatos. O valor dos alimentos comercializados é calculado pelas famílias de acordo com o custo de produção, acrescido de uma porcentagem de 15% correspondente a uma estimativa das despesas fixas com energia, água, dentre outros. Mais informações estão disponíveis em: <https://mpabrasil.org.br/missao-evangelica-luterana-visita-mercado-popular-de-alimentos-no-es/> Acesso em: 10 jan. 2019.

Identifica-se, nas palavras de Krauser, o desafio de pensar e estruturar esse tipo de abastecimento em grandes centros urbanos, como, por exemplo, a área metropolitana do Rio de Janeiro. Uma vez que, de acordo com Krauser, seria preciso assegurar de forma simultânea um conjunto de elementos, tais como a valorização dos alimentos, a comercialização a “preços justos para a família camponesa e para a família da cidade” e a preservação do meio ambiente e da diversidade cultural. Em outras palavras, o abastecimento popular “deve ir para uma relação entre quem produz e quem consome que vai para além de uma relação de mercado, é um marco de uma nova construção de relação econômica entre camponeses e trabalhadores da cidade”, ou seja, “a comercialização precisa trazer elementos da relação social, econômica e ambiental”(KRAUSER, 2015, p. 45).

Em suma, a concepção e a atuação do Raízes do Brasil como um sistema de abastecimento popular parecem procurar (re)conectar produção e consumo, e consequentemente aproximar MPA, camponeses e consumidores urbanos, parecendo ser de central importância o papel que a alimentação, a comida e o comer assumem como os elementos mediadores dessas relações.

### **2.2.2 A alimentação como um “instrumento para ampliar o diálogo com a cidade”: (re)conexões entre produção e consumo**

No campo acadêmico das Ciências Sociais, a alimentação, a comida, o comer e o cozinhar foram, durante muitos anos, consideradas questões fora do seu centro de interesse, vistas apenas como lugar de leitura de outros fenômenos sociais, como a cultura e a sociabilidade, sendo restrita aos profissionais da medicina, nutrição, agronomia, economia etc. Poulain (2013, p. 139) resgata, por exemplo, que nessa visão “o que através dos fenômenos alimentares é objeto de estudo não é outra coisa senão a cultura e seus modos de atualização e de transmissão”. Por essa perspectiva, o fenômeno alimentar se dissolveria em uma sociologia ou antropologia da cultura. O destino de uma sociologia da alimentação seria, então, “uma sociologia mal-acabada, uma sociologia de segunda ordem, uma sociologia de fazer valer as ciências duras que se interessam pelo alimento ou pela alimentação (as ciências dos seres vivos ou as ciências da nutrição humana)” (POULAIN, 2013, p. 154).

A falta de interesse pelo tema da alimentação remonta aos primórdios da Sociologia, especialmente com o postulado da “autonomia do social” (em relação a fatos biológicos) e a definição de “fato social” de Émile Durkheim, que via o comer e o beber como práticas de caráter biológico, fora, portanto, do objeto deste campo disciplinar<sup>76</sup>. A alimentação começa a encontrar um lugar no pensamento sociológico principalmente a partir de uma mudança teórica proposta por Marcel Mauss<sup>77</sup>, que nos leva a compreender o ato alimentar como um “fato social total”, ou seja, um fato complexo onde tudo se mistura no tecido social, envolvendo de uma só vez as mais diversas instituições: religiosas, jurídicas, morais (políticas e familiares), econômicas, estéticas e morfológicas, transcendendo o indivíduo. A postura

---

<sup>76</sup> A preocupação durkheimiana em distinguir o “fato social” do que não é “social” (sendo, portanto, biológico e/ou psicológico) levou o autor a afirmar que “todo indivíduo bebe, dorme, come, raciocina, e a sociedade tem todo interesse de que estas funções se exerçam regularmente. Se, portanto, estes fatos fossem sociais, a sociologia não teria objeto que lhe fosse próprio e seu domínio se confundiria com o da biologia e o da psicologia” (DURKHEIM, 1894, p. 95 *apud* POULAIN, 2013, p. 156).

<sup>77</sup> Marcel Mauss elaborou o conceito de “fato social total” na obra *Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas*, publicado originalmente em francês sob o título *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, na revista semestral *Année Sociologique*, entre os anos de 1923 e 1924.

sociológica de Mauss, mais aberta a interfaces com outros campos acadêmicos, como a biologia e a psicologia, leva à formatação sociocultural do ato alimentar.

Portilho, Barbosa e Wilkinson (2017) observam que a comida e a prática de comer, bem como um conjunto de instituições e profissões correlatas, tiveram seus papéis e significados reposicionados recentemente em grande parte das sociedades contemporâneas. De forma progressiva, então, a questão alimentar tem extrapolado as temáticas focadas na dimensão da oferta de alimentos, bem como aquelas associadas à organização produtiva dos processos agrícolas. Nesse contexto, a compreensão sobre os discursos e as práticas de consumo alimentar vem se transformando, passando a constituir-se como uma arena com o potencial de manifestação de demandas, exercício de cidadania e resistência política (CASSOL; SCHNEIDER, 2015; PORTILHO; CASTAÑEDA; CASTRO, 2011; POULAIN, 2013).

Em um avanço temporal, nota-se, então, que “comer”, “comida de verdade” e “comida saudável” tornaram-se, nos dias atuais, termos de disputas de projetos ideológicos, sociais, econômicos e ambientais. Parece haver consenso entre os autores no que diz respeito às novas formas de percepção sobre a comida e a alimentação constituindo os denominadores comuns que proporcionam os encontros da “porteira” com a “porta do armazém” (BARBOSA, 2016; PORTILHO; BARBOSA, 2016; PORTILHO; FERREIRA, no prelo). Os efeitos disso são nítidos na construção de pautas e propostas políticas inclusive de movimentos sociais mais tradicionais (FREITAS, 2010; FERREIRA, 2015). Um exemplo é o MPA, cuja agenda política tem se transformado, passando a incluir de forma central essas temáticas.

Em tempos mais recentes, as lutas prioritárias que em grande parte da trajetória do MPA, assim como de outros movimentos sociais do campo, se concentraram principalmente em reivindicações no âmbito dos meios de produção, como, por exemplo, nas lutas por terra e territórios, demandas por crédito para a pequena agricultura e reivindicações em torno da questão da moradia e da educação, são acrescidas também das discussões focadas na produção e nos atributos dos alimentos em si.

Dessa forma, observamos que desde o lançamento do Plano Camponês, em 2003, os temas comer, comida e alimentação saudável ocupam o cerne da agenda do movimento. Conforme aponta a análise elaborada por Costa (2014, p. 94, *apud* SILVA, Leila, 2017, p. 98),

a partir de 2003, diante da necessidade de construção de um projeto popular para o campo [...], é que [se] inicia a construção de um ideário no MPA Brasil, em esboçar um projeto para o campesinato e pelo campesinato brasileiro, partindo da necessidade histórica demonstrada pelos próprios camponeses e representada pelas inúmeras lutas políticas e sociais ocorridas desde o Brasil colônia. [E também] **Animados e motivados pela crescente reação da sociedade que reivindicava outro padrão alimentar** (COSTA, 2014, p. 94 *apud* SILVA, Leila, 2017, p. 98, grifo nosso).

Há menções claras à incorporação das demandas de consumidores urbanos. Essas bases foram reforçadas também no I Congresso Nacional do MPA quando, sob o lema “aliança camponesa e operária”, se propagou a percepção de que o alimento seria o elemento que “abriria as portas”<sup>78</sup> das cidades para a construção do debate de uma aliança de classes

---

<sup>78</sup> Nesse ponto fazemos referência ao depoimento de Odair José de Souza, membro da Coordenação Nacional do MPA, entrevistado ao *Brasil de Fato* em 2015, citado no Capítulo 1, no qual Odair diz que “a relação do alimento com a cidade tem que levar uma mensagem de classe, de luta. Através do alimento a gente abre portas para fazer um debate com os trabalhadores do campo e da cidade, no sentido que temos de nos unir”.



por soberania alimentar, conforme abordamos no Capítulo 1. Atualmente, tanto os objetivos centrais mais atuais do MPA, citados anteriormente e rerepresentados a seguir, quanto do Raízes do Brasil, que discutiremos um pouco mais adiante, apresentam menções claras à produção de comida e à alimentação saudável:

Seu principal objetivo [do MPA] é a produção de comida saudável para as próprias famílias e também para todo o povo brasileiro, garantindo assim, a soberania alimentar do país. Além disso, busca o resgate da identidade e da cultura camponesa, respeitando as diversidades regionais (Site oficial MPA<sup>79</sup>, acesso em 4 jan. 2019).

É objetivo central do MPA, portanto, produzir comida saudável para autoconsumo das famílias camponesas, bem como para “todo o povo brasileiro”. Ao enfatizar para quem é a produção de comida saudável, pode-se inferir que o universo de consumidores de alimentos encontra-se dividido em dois sujeitos: “nós” e “eles”. O “nós” faz referência às “próprias famílias” camponesas que são percebidas como produtoras e consumidoras de alimentos. Enquanto o sujeito “eles” se direciona a “todo o povo brasileiro”. É um vocativo que busca descrever aqueles que não estão diretamente envolvidos no cultivo de alimentos, os “não camponeses”, os quais, frente à suposta dicotomia entre campo e cidade e entre produção e consumo, podem ser denominados como consumidores urbanos. Essa ampliação do foco dos objetivos principais do MPA, o qual passa a abranger camponeses e “não camponeses”, evidencia, mesmo no contexto de uma suposta dualidade (por exemplo, entre produção e consumo, “nós” e “eles”), como a esfera do consumo e seus atores passam, progressivamente, a integrar esse novo contexto de suas lutas sociais, precisando ser problematizada.

Apesar do notório foco na esfera da produção, quando comparado à esfera do consumo, tal “produção de comida saudável” tem por objetivo processos que ocorrem para “além da porteira”. Dentre eles, podemos destacar, em primeiro lugar, a garantia da soberania alimentar nacional que parece ser uma das motivações para esse tipo de produção. E, em segundo lugar, a adjetivação escolhida para designar em específico essa produção, nesse caso: “comida saudável”, o que além de revelar uma conotação ideológica do que seria “comida saudável” na avaliação do MPA, é constituída por um conjunto de termos que remete ao consumo e ao consumidor.

Embora não haja menções diretas e nem claras aos termos consumo e consumidor, as reflexões que emergiram no decorrer deste estudo parecem nos apontar que a “produção” de alimento saudável, por si só, não seria capaz de garantir mudanças no sistema agroalimentar. Por outro lado, essas transformações sistêmicas seriam resultado como prevê o conceito de soberania alimentar adotado pelo MPA no Plano Camponês, de uma articulação entre as esferas da produção e do consumo.

O conceito de soberania alimentar adotado pelo MPA no Plano Camponês dialoga com as colocações presentes em uma publicação interna do MPA junto com outras organizações parceiras chamada *A agroecologia e o Plano Camponês*, escrita por Raul Ristow Krauser, camponês, técnico em agropecuária, economista e membro da Coordenação da Secretaria Nacional do MPA em Brasília. Nesse material, Krauser (2015) reafirma o lugar de importância que ocupam as aproximações e as conexões entre camponeses e outros setores da sociedade para a garantia da soberania alimentar, as quais rompem

com a lógica neoliberal de tratar o alimento assim como a alimentação e agricultura em si mesma como uma mercadoria, outorgando a cada povo o direito de decidir

---

<sup>79</sup> Disponível em: <http://mpabrasil.org.br/> Acesso em: 4 jan. 2019.

suas próprias políticas agrárias e alimentares e a fazer a gestão dos recursos naturais e produtivos em questões centrais de sustentabilidade, responsabilidade, colocando o campesinato e os consumidores como centro (KRAUSER, 2015, p. 35).

Tendo como parte de seu objetivo central a garantia da soberania alimentar dos povos, a figura do consumidor nos discursos do MPA que, até então, muitas vezes, conforme indicam Goodman e Dupuis (2002) é tratada de maneira elusiva, passa a ser colocada lado a lado a dos camponeses. Para o MPA, campesinato e consumidores assumiriam o núcleo de uma estratégia política de ruptura da lógica neoliberal, sendo reconhecidos como sujeitos ativos e políticos, capazes, por exemplo, de outorgar seus direitos, decidir suas próprias políticas e gerir recursos naturais e produtivos. Ambos os atores são igualmente caracterizados como agentes potenciais, e aparentemente indissociáveis, de uma mudança sistêmica que, por sua vez, almeja que alimento, alimentação e agricultura deixem de ser tratados como “mercadorias”. Desse modo, Krauser (2015, p. 35) reproduz parte do Plano Camponês (MPA, 2012, p. 12), esclarecendo que “a alimentação volta a ser questão de Estado e a autossuficiência alimentar volta a ser considerada outra vez central para a soberania nacional”. A luta pela soberania alimentar é apresentada, então, como uma proposta global que impacta tanto os camponeses, quanto a sociedade em seu conjunto, sendo capaz de sobrepor os interesses dos supostos sujeitos “nós” e “eles”.

Em consonância com sua estratégia nacional, em maio de 2017, o MPA abre seu primeiro espaço de comercialização de alimentos no estado do Rio de Janeiro: o Raízes do Brasil. Uma revisão histórica sobre a formação do MPA no estado e na cidade do Rio de Janeiro, bem como uma breve contextualização sobre a concepção e a estruturação do Raízes do Brasil foram abordadas no Capítulo 1. Em seu site oficial, o Raízes do Brasil é apresentado da seguinte forma:

O Raízes do Brasil é uma conquista do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) e surge como um espaço organizado para integrar agroecologia camponesa e a sociedade urbana, através da alimentação saudável, atividades culturais e hospedagem (Site Oficial Raízes do Brasil<sup>80</sup>, acesso em out. 2018).

Na definição sobre o que é o Raízes do Brasil, os esforços de (re)conexão entre as esferas da produção e do consumo se manifestam por meio da proposta de integração entre “agroecologia camponesa” e “sociedade urbana” através da alimentação saudável, atividades culturais e hospedagem. Esses objetivos denotam, assim, a centralidade que a alimentação e a comida saudável vêm adquirindo nas estratégias e nas ações desse movimento, em particular, no espaço do Raízes do Brasil. Identificamos que o comer, a comida e a alimentação saudável, tanto no âmbito discursivo, quanto da ação prática, são identificados como aquilo que seria capaz de (re)criar pontes entre campo e cidade, entre camponeses e trabalhadores urbanos. “A alimentação é um instrumento para ampliar o diálogo com a cidade”, sintetizou Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA e da Coordenação Geral do Raízes do Brasil, em entrevista concedida para esta dissertação. Colaboram com essa afirmação de Palmeira, os achados teóricos de Barbosa (2016, p. 97), os quais afirmam que “a alimentação, a comida e o comer se tornaram elementos metonímicos por excelência, aqueles que, ao serem mencionados, reconstroem todas as relações de contiguidade existentes no interior de uma série”. A autora continua dizendo que esses são os elos, os elementos aglutinadores, e “um dos principais veículos por meio do qual se espera alcançar a promessa de um meio

---

<sup>80</sup> Disponível em: <http://raizesdobrasil.org.br/> Acesso em: 20 out. 2018.

ambiente equilibrado, um mundo mais justo, de uma vida sustentável e de uma saúde perfeita” (BARBOSA, 2016, p. 118).

Tais pautas se manifestam claramente, e de forma concentrada, no espaço Raízes do Brasil. Em uma visita a esse espaço, especialmente durante seus eventos, é notória a presença de mensagens que manifestam a relevância do comer e da comida (Figura 4).



**Figura 4.** Divulgação nas mídias sociais de cartazes expostos no Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2018.

Fonte: *Instagram* @raizesdobrasiloficial<sup>81</sup>

Assim, ao mesmo tempo, que é visível o predomínio das discussões em torno da “produção”, da “circulação da produção”, do “escoamento da produção”, do “abastecimento popular de alimentos”; nota-se o espaço que as palavras de ordem “comer é um ato político” e “comida de verdade no campo e na cidade” ocupam nos espaços de convivência e de recebimento do público no Raízes do Brasil. Em suma, as pautas relativas ao comer e à comida, associadas à cidade e à sua dimensão política, diferente das lutas características da atuação inicial do MPA, que se concentravam sobretudo nas discussões acerca da produção, passam a abarcar também a esfera do consumo. “Produzir”, “plantar”, “cultivar” e tantas outras práticas características do “mundo da produção” aparecem nos posicionamentos mais recentes do MPA junto com a defesa de uma forma específica de “comer”.

Os termos alimento, produto e comida, embora muitas vezes sejam utilizados como sinônimos, carregam sentidos distintos. A atribuição de status simbólico dado ao alimento e ao ato de comer é definida, segundo alguns autores, pela diferença semântica entre “comida” e “alimento”. DaMatta (1986), um dos pioneiros dessa discussão no Brasil, abordou, na década de 1980, a diferença entre comida e alimento. Em sua concepção, toda substância nutritiva e capaz de ser digerida pelo organismo humano é um alimento, ao passo que nem todo alimento é comida. Alimento, aponta o autor, é universal e geral, é o que o indivíduo ingere para se manter vivo; já a comida, não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e uma forma de alimentar-se (DAMATTA, 1986). Comida é a apropriação cultural do alimento; envolve diferenças culturais no modo de apropriação, nas

<sup>81</sup> Disponível, respectivamente, em: <https://www.instagram.com/p/BpPo2bgBQEV/> e [https://www.instagram.com/p/Bq18uoEF\\_3P/](https://www.instagram.com/p/Bq18uoEF_3P/) Acesso em: 28 dez. 2018.

técnicas de cocção e preparo, nas formas como se come, nas combinações entre os diferentes alimentos, e em itens como: quem come, quando come, com quem come (ALVARENGA et al, 2018; BARBOSA, 2007; DAMATTA, 1986; POULAIN, 2013).

Na última década, as diferenças entre alimentos, produtos e comida ficaram em voga após as repercussões do lançamento do *Guia Alimentar para a População Brasileira*, publicado pelo Ministério da Saúde (BRASIL, 2014). Nessa edição de 2014 são mais de 15 ocorrências para o termo “comida”, comparada às duas menções na primeira edição, de 2008 (BRASIL 2008; 2014). Uma das regras de ouro recomendadas para a adoção e manutenção de uma alimentação saudável é descrita da seguinte forma no guia alimentar:

Não troque a “comida feita na hora” (caldos, sopas, saladas, molhos, arroz e feijão, macarronada, refogados de legumes e verduras, farofas, tortas) por produtos que dispensam preparação culinária (“sopas de pacote”, “macarrão instantâneo”, pratos congelados prontos para aquecer, sanduíches, frios e embutidos, maioneses e molhos industrializados, misturas prontas para tortas) (BRASIL, 2014, p. 51).

De forma sutil, sugere-se uma diferenciação entre comida e produto. A “comida feita na hora” é composta por preparações culinárias a base de alimentos *in natura* ou minimamente processados, enquanto os “produtos” são aqueles que dispensam preparação culinária, os quais, segundo as recomendações do Guia Alimentar, são classificados como processados e ultraprocessados devendo ser evitados.

Nesse sentido, a união dos termos que culminam nas expressões “alimento saudável” ou “comida saudável” também merece destaque. Niederle e Wezs Junior (2018), em um estudo recente acerca das novas ordens alimentares, advogam que, a partir dos anos 2000, novas condições de qualidade, amparadas na noção de “alimentos saudáveis” e, ainda mais recentemente, na noção de “comida de verdade”, têm ocupado lugar de destaque nos discursos de atores engajados nos espaços de discussão sobre soberania e segurança alimentar nutricional. Os autores explicam que tal convenção passou a orientar as práticas e as agendas de luta de vários movimentos e organizações sociais, citando inclusive, a introdução do tema alimentação saudável no Plano Camponês do MPA.

A origem dessa convenção está relacionada a, pelo menos, dois tipos de críticas. Em primeiro lugar, considera-se que para um alimento ser saudável não basta que ele seja produzido por agricultores familiares, considerando o fato de que uma parcela desses agricultores, devido a fatos históricos e à própria ação de políticas públicas, assimilou práticas características da ordem industrial, como o cultivo de produtos transgênicos e o uso de agrotóxicos. Em segundo lugar, enfatiza-se a crítica ao processo de “convencionalização” suscitado pela indústria alimentícia e pelos grandes varejistas, que passaram a comercializar alimentos orgânicos e “naturais”. Embora esse processo tenha contribuído para aumentar a oferta de alimentos sem resíduos de agrotóxicos, são, muitas vezes, provenientes de modelos produtivos de larga escala, pouco sustentáveis do ponto de vista ambiental e pouco justos com relação aos pequenos agricultores (NIEDERLE; WEZS JUNIOR, 2018). Além disso, encontra-se nas grandes redes varejistas alimentos certificados como orgânicos, mas que não podem ser automaticamente considerados saudáveis do ponto de vista nutricional, em virtude do uso de conservantes e da presença de grandes quantidades de açúcar, sódio e/ou gorduras (conhecidos como “*organic junk food*”).

No entanto, em 2015, conforme remontam esses autores, por ocasião da V Conferência Nacional de SAN, as preocupações relativas ao uso indevido do discurso acerca da alimentação saudável levaram o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

(Consea)<sup>82</sup> a propor uma nova concepção: “comida de verdade”. A V Conferência Nacional de SAN, última edição do evento, organizado desde 1995 pelo Consea, reuniu mais de 2 mil participantes sob o lema “Comida de verdade no campo e na cidade: por direitos e soberania alimentar”.

Segundo Niederle e Wezs Junior (2018), essa nova concepção não rompe com a ideia de “alimento saudável”, mas fortalece outras dimensões da alimentação. Elisabetta Recine, então presidenta do Consea, explica na apresentação do relatório da conferência: “para nós, Comida de Verdade, [...] não é refém dos interesses de mercado, não mata nem por veneno nem por conflito, erradica a fome, conserva a natureza, promove a paz entre os povos, garante a vida e a saúde. Comida de Verdade é expressão de saberes, sabores, fazeres e falares, pois tira da invisibilidade aqueles que lá estiveram” (CONSEA, 2018, p. 8-9). A expressão “Comida de Verdade” assinalada em letras iniciais maiúsculas ganha novo status e envolve uma miríade de temáticas, para além da saúde, tais como a preservação do meio ambiente, a soberania e autonomia dos povos e a paz entre eles.

De forma progressiva, um desdobramento do Guia Alimentar que fomentou a expressão “comida” em detrimento das outras expressões (produto e alimento), foi a parceria firmada entre o Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo (Nupens/USP), uma das instituições que prestaram colaboração técnica à elaboração da edição do guia alimentar de 2014, e a apresentadora de TV e *chef* Rita Lobo, através de seu site *Panelinha*. Os frutos dessa parceria foram o blog *Alimentação Saudável de Verdade*, dentro do site *Panelinha*<sup>83</sup>, e o curso “Comida de Verdade”. O curso foi composto por dez aulas *on-line* ministradas por Rita Lobo e pelo professor Carlos Monteiro, Coordenador do Nupens/USP e do *Guia Alimentar para a População Brasileira*, publicados na íntegra no canal virtual do *Panelinha*<sup>84</sup> entre junho e agosto de 2016.

Segundo uma divulgação feita por Rita Lobo em seu site oficial<sup>85</sup>, “o objetivo do curso é dar ferramentas para ajudar você a fazer as melhores escolhas e a ter uma alimentação melhor”. Em outra publicação, Rita Lobo apresenta o curso e esclarece as diferenças entre “comida de verdade” e “imitação de comida”:

Quando você aprende a classificação e consegue diferenciar comida de verdade de imitação de comida (produtos ultraprocessados), percebe que não precisa contar calorias ou aprender os nomes dos ingredientes para ter uma alimentação saudável. É só excluir a imitação de comida, basear a alimentação nos alimentos que vêm da natureza e transformá-los em refeições gostosas na cozinha da sua casa (Rita Lobo, na publicação “O que é comida de verdade”, publicada em site *Panelinha*<sup>86</sup> em abr. 2017).

Com essa e outras divulgações, o termo “comida de verdade” *viralizou*. Em termos numéricos, os vídeos do curso totalizam mais de 850 mil visualizações, e a segunda edição do Guia Alimentar teve uma tiragem de 60 mil exemplares.

<sup>82</sup> Lamentavelmente, em janeiro de 2019, o Presidente da República, Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL), assinou a Medida Provisória n. 870, de 1 de janeiro de 2019, que revogou os artigos que definem as atribuições do Consea nacional e os critérios para sua composição, o que na prática significou sua extinção.

<sup>83</sup> Disponível em: <https://www.panelinha.com.br/blog/alimentacaosaudavel> Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>84</sup> Disponível em: <http://bit.ly/CanalPanelinha> Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>85</sup> A matéria “Conheça o curso comida de verdade” foi publicada no *Panelinha* em 7 de jul. de 2016 e está disponível em: <https://www.panelinha.com.br/blog/ritalobo/Conheca-o-curso-Comida-de-Verdade-ele-pode-mudar-sua-vida> Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>86</sup> A matéria “O que é comida de verdade” foi publicada no *Panelinha* em 2 de abr. de 2017 e está disponível em: <https://www.panelinha.com.br/blog/alimentacaosaudavel/o-que-e-comida-de-verdade> Acesso em: 10 jan. 2019.

A emergência e a amplitude alcançada pela adjetivação “de verdade” para a comida apontam para a capacidade, identificada por Barbosa (2016, p. 97), de que atualmente a alimentação tem “de conectar a tudo e todos em uma única trama”, o que a autora identifica como sendo a centralidade, o protagonismo e a visibilidade da alimentação na sociedade contemporânea. Ao dimensionar a alimentação como um fato social total, a autora descreve que “nosso prato é hoje um ponto de convergência de questões políticas, ambientais, éticas, estéticas, morais, ideológicas, simbólicas, identitárias, filosóficas e sociais, entre outras, para muito além de nossas preferências individuais gastronômicas e/ou culinárias” (BARBOSA, 2016, p. 95).

### **2.2.2 O Raízes do Brasil e as tendências da alimentação contemporânea**

Com intuito de analisar a amplitude de temáticas abordadas pelo MPA no Raízes do Brasil, realizamos em articulação à pesquisa de seus posicionamentos e discursos, um levantamento das atividades promovidas nesse espaço, focado nas discussões levantadas em torno da ideia da “comida de verdade no campo e na cidade” e, principalmente, na análise sobre a incorporação de algumas tendências da alimentação contemporânea que têm sido discutidas na literatura.

Por meio do seu calendário de eventos, disponível em uma de suas redes sociais<sup>87</sup>, verificamos que, desde sua abertura, o espaço mantém uma agenda de eventos diversificada, composta por uma variedade de temáticas e modalidades que podem ser interpretadas como uma multiplicidade de formas de “politizar” o consumo. No Quadro 1 encontra-se um levantamento, em ordem cronológica, de eventos ocasionais, ou seja, para além das atividades regulares (Feira e Loja Camponesa, Café da Manhã Camponês, Almoço e Tarde de Petiscos) realizados no Raízes do Brasil, desde a sua abertura até fevereiro de 2019:

---

<sup>87</sup> A programação de eventos do Raízes do Brasil foi consultada por meio da sua página de eventos no *Facebook*, disponível em: [https://www.facebook.com/pg/raizesdobrasilrj/events/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/raizesdobrasilrj/events/?ref=page_internal) Acesso em: 15 jan. 2019.

**Quadro 1.** Levantamento de eventos promovidos pelo Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2017-2019.

Evento	Data
Degustação de Leite Vegetal durante o Café da Manhã Camponês	Setembro, 2017
Noite Cubana em Solidariedade às Vítimas do Furacão Irma	Novembro, 2017
Lançamento do Livro <i>Direito à Agroecologia</i> de Gladstone Leonel <sup>88</sup>	Novembro, 2017
Sarau Cultural Latino-Americano em Homenagem ao Daniel Viglietti <sup>89</sup>	Dezembro, 2017
Raízes Latino-Americanas – Uma viagem pelos nossos sabores	Janeiro, março e junho, 2018
Tarde das Mulheres no Raízes do Brasil	Março, 2018
Brassagem Aberta <i>De Janeiro</i> no quintal do Raízes do Brasil	Abril, 2018
1º Festival Latinoamericano del Maíz	Junho, 2018
Lançamento do Documentário <i>Raízes “Da Terra”</i>	Julho, 2018
Noite Rebelde - no Dia da Rebeldia Cubana	Julho, 2018
Café com Boulos	Julho, 2018
Bazar Lula Livre	Agosto, 2018
Curso - Cozinhar é Panc! Plantas Incríveis, Alimento Livre! com a <i>Ecochef</i> Ana Ribeiro	Agosto, 2018
Lançamento do curta <i>Outro Sertão: a Convivência com o Semiárido</i>	Setembro, 2018
Roda de conversa do MPA: Altas do Agronegócio	Setembro, 2018
Cine-debate: Cubanas Mulheres em Revolução	Outubro, 2018
Café pela Democracia: os EUA e as novas formas de golpe na América Latina (com Miguel Stedile do MST e Igor Fuser da UFABC)	Novembro, 2018
Ritual de Limpeza Espiritual	Dezembro, 2018
Sarau da Terra	Fevereiro, 2019
Café pela Democracia: A Conjuntura Nacional e os Desafios da Classe Trabalhadora (com Jandira Feghali, então deputada federal pelo PCdoB, Vítor Guimarães do MTST e Claudio Campelo da Consulta Popular)	Fevereiro, 2019
Sarau Latino-Americano em Homenagem a Ali Primeira <sup>90</sup>	Fevereiro, 2019

Fonte: Elaboração própria a partir de informações da página do Raízes do Brasil no *Facebook*

Além dos eventos listados no quadro acima, existe outra gama de atividades que não foi captada pelo levantamento realizado por meio do calendário de eventos abertos, possivelmente porque foram organizados por outras entidades ou porque foram eventos fechados a um público específico, alguns exemplos desses são os seguintes:

- feiras da Reforma Agrária, organizadas pelo MST em níveis nacional, estaduais e locais, tais como: Feira Nacional da Reforma Agrária, em São Paulo/SP, em maio de 2018; Feira Estadual da Reforma Agrária Cícero Guedes, no Largo da Carioca, no Rio de Janeiro/RJ, nas edições de dezembro

<sup>88</sup> Evento realizado na Casa Naara, fruto de uma parceria entre Raízes do Brasil, Casa Naara e Poder Popular e Campesinato na América Latina.

<sup>89</sup> Daniel Viglietti, conforme foi anunciado na divulgação do evento, era um “cantor, compositor e violonista uruguaio, que durante toda sua vida artística desenvolveu intensa atividade política, notadamente, no que se refere às causas campesinas”. Disponível em: <https://www.facebook.com/events/1536158699786139/> Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>90</sup> Ali Primeira era um cantor, compositor e militante do Partido Comunista da Venezuela.

de 2017 e 2018; e Feira Regional da Reforma Agrária, em Duque de Caxias/RJ, de forma recorrente, em geral, a cada 15 dias, a partir do segundo semestre de 2018;

- oficina de culinária com o tema “veganismo e política” com a *chef* Sandra Guimarães, em agosto de 2018;
- espaço quinzenal para adoção de gatos, em parceria com a organização “Gateiros de Santa”, nos meses de janeiro e fevereiro de 2018;
- divulgação da realização de terapias complementares no Raízes do Brasil, incluindo acupuntura, massagem e *reike*, em outubro de 2017, e de práticas de *yoga* em diferentes dias da semana, em novembro de 2018;
- articulação de reuniões de bairro, como, por exemplo, uma reunião do Comitê Santa Teresa em Defesa da Democracia, em abril de 2018;
- visitas de intercambistas estadunidenses, em abril de 2018;
- visitas de estudantes de Hotelaria da UFRRJ, em outubro de 2018, e de Licenciatura em Ciências Agrícolas da UFRRJ, em novembro de 2017;
- visitas de grupos, tais como integrantes da Cooperação de Apoio a Projetos de Inspiração Alternativa (Capina), do Centro de Defesa dos Direitos Humanos de Petrópolis (CDDH-Petrópolis), do Centro de Ação Comunitária (CEDAC) e da ONG alemã Misereor, em abril de 2018; participantes de organizações, coletivos e grupos que fazem parte da plataforma online “Agroecologia em Rede”, em setembro de 2018.

A diversidade de temas captada nesse mapeamento aponta para as particularidades da atuação do MPA no Rio de Janeiro/RJ. Conforme abordado anteriormente, o Rio de Janeiro foi considerado pelo MPA como uma cidade com um potencial particular de convergência e influência de uma pluralidade de setores, tais como política, cultura, arte e gastronomia. Observa-se por meio desse levantamento que foi incorporado ao conjunto de bandeiras clássicas da causa camponesa (terra, crédito, moradia, educação etc.) uma ampla variedade de temas, ideologias, atividades e atores.

Isso aponta para o fato do Raízes do Brasil se constituir mais do que um ponto de abastecimento. Conforme analisa Portilho (2009, p. 83), em um estudo sobre um espaço de comercialização de alimentos, iniciativas como essas podem ser percebidas como um ponto de encontro, de escolhas, de responsabilidades e de utopias, a autora os sintetiza como uma “espécie da ágora grega, um espaço, portanto, de consumo e cidadania”.

Do ponto de vista analítico, nos parece que há um transbordamento das críticas éticas, que constituem o pilar de luta do MPA, para as críticas estéticas, que passam a tangenciar e, de certa forma, complementar as reivindicações do movimento, ampliando suas alianças com novos atores e a incorporação de novas pautas e reivindicações (BARBOSA, 2016; BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). Observamos, por exemplo, atividades relacionadas às lutas identitárias e de gênero, expressas em eventos como a “Tarde das Mulheres” e o Cine-debate sobre o filme “Mulheres cubanas em revolução”. Outros eventos tiveram apelo à causa indígena, como o “Ritual de Limpeza Espiritual”, com o ritualista Pacari Pataxó, da Aldeia Barra Velha/BA, que teve por objetivo conectar a “tradição de seu povo através das ervas e a natureza”<sup>91</sup>.

Contudo, pesquisadores que se dedicaram a análises sobre o MPA, como Cadoná (2004, p. 244), ponderam que apesar de existir uma miríade de temáticas e ações, a questão

---

<sup>91</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/events/319188665476702/> Acesso em: 10 jan. 2019.



essencial para o MPA é caminhar “em direção a um projeto sociocultural mais amplo, visando à construção de nova ordem social, enfrentando o capitalismo e colocando diante de si a organização do socialismo”. É fundamental para o MPA, segundo o autor, ter um projeto político explícito de contestação ao capitalismo e suas formas instituídas de dominação. Nesse sentido, Cadoná (2004) esclarece:

isto não significa que o MPA não se preocupe com as novas questões colocadas pela realidade, tais como as de reconhecimento dos direitos, questões de identidade, desenvolvimento de sociabilidades, questões de gênero, culturais, etc. Mas, o essencial é que o MPA, como movimento de massa, autônomo, organizado e dirigido pelos pequenos agricultores, mostra seu caráter classista, de protagonista, de intervenção política, colocando a questão da construção popular de transformação social como meta e como objetivo de suas práticas (CADONÁ, 2004, p. 244-245).

Diante dessa ponderação, que indica certa hierarquização de pautas éticas e estéticas, avaliamos que, na ordem prática, esses são processos mais dinâmicos e complexos permeados por resistências, tensões e negociações; e sugerimos que, a exemplo do que elabora Barbosa (2016), esteja em curso um processo de “esteticização da ética” e “eticização da estética”. Na compreensão de Barbosa (2016, p. 96), apesar de ambos os processos enfatizarem dimensões distintas, tanto éticas quanto estéticas, reforçam-se mutuamente em inúmeras instâncias, sendo possível até se cogitar que, “hoje, é impossível se privilegiar unicamente as dimensões estéticas sem levar em consideração as questões éticas que lhe são associadas e vice-versa”. Tal dinamismo e complexidade nos chama a atenção e nos leva de volta à questão central desta dissertação, ou seja, a alimentação, a comida e o comer como ato político e a incorporação do consumo político pelo MPA.

Nessa perspectiva, observamos que o MPA, por meio do Raízes do Brasil e da variedade de atividades indicada em nosso mapeamento, vem incorporando também algumas das tendências da alimentação contemporânea descritas na literatura. Barbosa (2009, p. 18) compreende, como tendência alimentar, as “mudanças que estamos observando tanto na forma e no conteúdo da nossa alimentação como nas práticas e nas representações sobre o comer e os alimentos”.

Dentre as tendências alimentares contemporâneas, selecionamos aquelas que consideramos mais significativas na experiência do MPA: saudabilidade, gastronomização e valorização de origem, que acabam por ilustrar uma fusão entre críticas ética e estéticas. As duas primeiras são abordadas nesta seção, enquanto a tendência de valorização de origem, que está relacionada à busca de conhecimentos sobre os produtos e processos produtivos, principalmente aqueles considerados “tradicionais” e “autênticos”, será discutida em mais detalhes no Capítulo 3 em conjunto com a análise dos processos de desfeticização da mercadoria.

A saudabilidade constitui-se, para Barbosa (2009), mais do que uma tendência que preconiza uma nova abordagem alimentar. Ela tem se tornado uma ideologia que reposiciona a comida na vida das pessoas, fazendo com que ela desempenhe um papel central na construção da identidade e na postura política, principalmente naquelas relacionadas ao meio ambiente e aos métodos de produção dos alimentos. Nessa perspectiva, “por trás de uma postura ‘saudável’, tem uma proposta de reformulação da sociedade contemporânea, do corpo e da alimentação” (BARBOSA, 2009, p. 29).

Apesar da saudabilidade estar intimamente ligada a outra tendência descrita pela autora, a “medicalização do comer”, que tem como foco o valor nutricional dos alimentos e o que faz bem à saúde no sentido de se evitar e/ou de prevenir doenças, ela apresenta uma

amplitude maior. Configura-se como uma perspectiva mais holista da alimentação, incluindo preocupações com o bem-estar (*wellness*), com as questões ambientais e com a forma de produção de alimentos. Por essa razão, está explicitamente associada a debates políticos e ideológicos. Nas palavras de Barbosa (2009),

um dos objetivos centrais da saudabilidade é restaurar a pureza do planeta e dos nossos corpos dos resíduos que incorporamos através de uma alimentação industrializada, cheia de preservativos e edulcorantes, e de uma agricultura de alta produtividade baseada em defensivos agrícolas [...] Nasce daí sua ligação íntima com a agricultura orgânica, com a agricultura familiar e com determinadas ideologias alimentares (BARBOSA, 2009, p. 30).

Nesse sentido, os alimentos deixam de ser uma questão somente de tradição, de gosto, de automatismo e/ou de saúde, e passam a ser protagonistas de escolhas conscientes, estilo de vida e ética.

Isso ajuda a explicar a centralidade que os termos comer, comida e alimentação “saudáveis” passam a ter nos discursos e nas práticas do MPA e do Raízes do Brasil, tal como presente na autodefinição do movimento: a expressão “comida de verdade” está estampada em cartazes distribuídos no espaço Raízes do Brasil. “Alimentos saudáveis” adjetivam o nome de algumas de suas principais atividades – Feira Camponesa de Alimentos Saudáveis e Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis.

Junto com a saudabilidade, outra tendência da alimentação contemporânea que identificamos de forma expressiva nas ações prático-discursivas do MPA é a gastronomização do alimento. Essa tendência é interpretada por Barbosa (2009; 2016) como uma das consequências do *boom* da gastronomia em todo o mundo, principalmente nas últimas três décadas, que popularizou os prazeres à mesa para além dos segmentos mais abastados da população. Segundo a autora, esse fenômeno refere-se à esteticização, à ritualização e à valorização do sabor e do prazer conferidas ao ato de comer e cozinhar, conferindo novos atributos aos alimentos. No lugar de relacioná-los apenas à manutenção da saúde, como “combustível do corpo” e “nutrientes para as células”, eles são vistos como comida e sinônimos de prazer, gosto, cultura e tradição (BARBOSA, 2007; 2009). Com isso, a valorização da “comida de verdade” passa a ser vista como uma afirmação política contra a comida industrializada, aproximando as críticas ética e estética.

Nas palavras de Barbosa (2009, p. 46), essa tendência simboliza, então, a “passagem do alimento de um ato cotidiano, automático e muitas vezes apressado para o um ato de prazer, de lazer, de sociabilidade e de comensabilidade”. A análise do processo de gastronomização nos ajuda a entender, por exemplo, a valorização de receitas e ingredientes até então considerados populares e “sem importância”. Além da ampliação da prática de comer fora, inclusive no desjejum por meio do “Café da Manhã Camponês”, em que passa a predominar uma exossociabilidade, diferente da endossociabilidade em que tradicionalmente o café da manhã se insere, o qual apesar de ser identificado como a refeição mais importante do dia, é uma refeição do cotidiano, realizada de forma bastante individualizada, por vezes, de forma desordenada, devido às múltiplas atividades dos membros da família ou do grupo doméstico (BARBOSA, 2007). A gastronomia também se transforma em uma linguagem de expressão de projetos políticos mais amplos, como, por exemplo, na defesa da cooperação Sul-Sul, com destaque para alianças latino-americanas em eventos como o “1º Festival Latinoamericano del Maíz”, ou os diferentes jantares organizados sob o título “Raízes Latino-Americanas – Uma viagem pelos nossos sabores” – esse último será abordado com mais detalhes a seguir.

Uma ressalva, todavia, que nos parece importante no tocante a essa tendência de gastronomização é sublinharmos, conforme nos apontou Palmeira em entrevista, a existência de uma preocupação do MPA, bem como do Raízes do Brasil, em não “gourmetizar” o que é “tradicional” e o que é “comum”. De fato, a gastronomização tem sido alvo de críticas por sofisticar e elitizar alimentos populares como a tapioca, a pamonha e o bolo de fubá (PORTILHO et al, 2017).

Com isso, salientamos também que, a nosso ver, consideramos o Raízes do Brasil como um campo rico em experimentações, em que o repertório de ações do MPA tem sido ampliado com a incorporação da estratégia de politização do consumo, passando a dialogar com as demandas dos consumidores urbanos e com as tendências da alimentação contemporânea. Esses novos arranjos podem ser considerados, sobretudo, como uma via de mão dupla de troca de saberes e discussão de pautas políticas entre MPA e consumidores urbanos, apontando o caráter inovador dentro do repertório de ação mais tradicional de movimentos sociais do campo brasileiros.

Desse modo, observamos que, em paralelo, aos eventos que tiveram como proposta principal a discussão de pautas políticas mais clássicas e diretamente relacionadas aos pilares de luta do MPA<sup>92</sup>, o Raízes do Brasil dedicou, desde a sua abertura, parte de sua programação à discussão do comer e do cozinhar como ato político e revolucionário, apontando, em nossa análise, para interseções entre ética e estética. Barbosa (2016) apresenta alguns exemplos dessas convergências, que se expressam de forma muito semelhante na atuação mais recente do MPA, principalmente através do Raízes do Brasil. Destacamos dois deles. Em primeiro lugar, o intenso processo de gastronomização do comer e da comida, que reconhece pratos e saberes culinários classificados, em geral, como “tradicional”, “rural” e “popular”, entre outros, como uma forma de responder esteticamente às pressões éticas de maior valorização social e sustentabilidade de grupos e comunidades. E, em segundo lugar, o desenvolvimento de certa especialização dos locais de comercialização de alimentos em torno de ideologias alimentares específicas, tais como a oferta de cardápios e opções vegetarianas e/ou veganas, o que pode ser analisado como uma forma de alinhar as preocupações éticas de movimentos sociais a causas como essas, bem como um modo de atender as demandas de um mercado crescente de “lazer com ética” (BARBOSA, 2016).

Considerando esses fatores do ponto de vista analítico e teórico, observamos que uma parcela da programação do Raízes do Brasil que representa esses fenômenos de interseções das dimensões éticas e estéticas diz respeito aos cursos e às oficinas culinárias com *chefs* convidados, como o “Curso - Cozinhar é Panc! Plantas Incríveis, Alimento Livre!”, com a *ecocheff* Ana Ribeiro, e a “Oficina de culinária: veganismo e política”, com a *chef* vegana Sandra Guimarães, ambos realizados em agosto de 2018. Temos, ainda, os eventos gastronômicos, como as três edições do “Raízes Latino-Americanas – Uma viagem pelos nossos sabores”, em parceria com o *catering* “Cozinha Portunhol”<sup>93</sup>, ocorrida no primeiro semestre de 2018.

---

<sup>92</sup> Alguns exemplos desse segmento de atividades de pautas políticas mais clássicas e mais diretamente relacionadas aos pilares de luta do MPA foram as rodas de conversa, os “cafés com debate” e as exibições de filmes, curtas e documentários. Alguns desses eventos, inclusive, tiveram pautas partidárias claras, tais como o “Bazar Lula Livre”, para arrecadação e venda de roupas, livros e outros objetos com renda revertida para o acampamento “Lula Livre”, em Curitiba/PR; o “Café com Boulos”, uma tarde de conversa mediada com Guilherme Boulos (PSOL), à época candidato à Presidência da República nas eleições de 2018.

<sup>93</sup> Cozinha Portunhol é um *catering* que realiza eventos com serviço de *buffet* e coquetel, bem como aulas sobre sabores e saberes latino-americanos.

Esse último, por exemplo, de acordo com a divulgação<sup>94</sup>, consistiu em “um banquete especial em seis passos: duas entradas, dois pratos principais e duas sobremesas”. Alguns exemplos do referido banquete incluíram preparações como “Ceviche de palmito com crocantes de quinoa e maionese de abacate”, “tamales” e “doce de amaranto com mel e sorvete” (Figura 5).



Legenda: (a) Ceviche de palmito com crocantes de quinoa e maionese de abacate; (b) Tamales; (c) Doce de amaranto com mel e sorvete

**Figura 5.** Divulgação nas mídias sociais das preparações servidas durante o “II Raízes Latino-Americanas – Uma viagem pelos nossos sabores”, Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2018.

Fonte: Página do *Facebook* do Raízes do Brasil<sup>95</sup>

Com esse evento e cardápio, nota-se a disseminação de novos ingredientes e tradições culinárias, em consonância com a tendência da gastronomização, por meio especialmente da ampliação dos horizontes culturais. Pode-se dizer que são acionadas novas dimensões estéticas e sensoriais. Os nomes usados para os pratos guardam análises importantes. É introduzido um novo tipo de vocabulário ao mundo da comida e, especialmente, dos movimentos sociais do campo brasileiros, substituindo termos antigos por novos. Com esse exemplo, poderíamos dizer que a descrição de uma das preparações apresentadas não pode ser resumida a um prato de palmito em cubos com quinoa assada e abacate batido. O menu desse *banquete* é composto por *ceviche* de palmito com *crocantes de quinoa* e maionese de abacate (grifos nossos). Conforme afirma Barbosa (2009, p. 50), “os ingredientes contidos nos pratos

<sup>94</sup> Mais informações sobre cada uma das edições do “Raízes Latino-Americanas – Uma viagem pelos nossos sabores” estão disponíveis, respectivamente, em: (1) <https://www.facebook.com/events/141234743220415/>; (2) <https://www.facebook.com/events/248085735732743/> e (3) <https://www.facebook.com/events/1988537964521825/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>95</sup> Disponível, respectivamente, em: <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2009416975992559/?type=3&theater>, <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2009404782660445/?type=3&theater> e <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2009406209326969/?type=3&theater>. Acesso em: 10 dez. 2018.

nos permitem reconstruí-los mentalmente de forma que nossa imaginação seja aguçada e os sentidos provocados”.

A apresentação estética dos pratos também sofre transformações. Eles não são apenas decorados e arrumados, e sim montados. Segundo Barbosa (2009), ao olhar de forma isolada para essa tendência, ela se difere da tendência da saudabilidade onde a identidade construída ancora-se naquilo que se come. Na gastronomização, o foco está no que se sabe sobre o comer, sobre como fazer, onde buscar os melhores ingredientes, como harmonizá-los, apresentá-los e apreciá-los. Sob essa ótica, nota-se que, se por um lado busca-se com o Raízes do Brasil e suas ações um enaltecimento da comida camponesa, caseira e tradicional, por outro, parte de sua programação e de seus cardápios apresentam uma linguagem e uma estética que buscam se aproximar da gastronomia contemporânea. Um outro caso observado nessa mesma direção, e curiosamente também citado por Barbosa (2016, p. 112), é a tentativa de “transformar o demonizado hambúrguer em prato de alta gastronomia”. No caso do MPA e do Raízes do Brasil isso é ilustrado pelo “hambúrguer de feijão fradinho com pickles de quiabo e maionese de inhame”, oferecido em um cardápio especial adotado no Dia dos Pais, em agosto de 2018 (Figura 6).



**Figura 6.** Divulgação nas mídias sociais do cardápio e do hambúrguer de feijão fradinho com pickles de quiabo e maionese de inhame servidos no Dia dos Pais no Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2018.

Fonte: Página do Facebook do Raízes do Brasil<sup>96</sup>

Com esses exemplos também salientamos a articulação da tendência de gastronomização com a busca pela criação de vínculos com consumidores urbanos por meio de ideologias alimentares, com destaque para o vegetarianismo e o veganismo<sup>97</sup>, que nos

<sup>96</sup> Disponível, respectivamente, em:

<https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1913571172243807/2119114615022794/?type=3&theater> e <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2120273264906929/?type=3&theater>  
Acesso em: 10 dez. 2018.

<sup>97</sup> Segundo a Sociedade Brasileira de Vegetarianismo (SBV), o vegetarianismo é o regime alimentar que exclui todos os tipos de carnes, podendo ser classificado em ovolactovegetarianismo (alimentação que inclui ovos, leite e laticínios), lactovegetarianismo (com inclusão de leite e laticínios), ovovegetarianismo (com inclusão de ovos) e vegetarianismo estrito (alimentação que não utiliza nenhum produto de origem animal). Para a SBV, a filosofia do veganismo (não consumo ou usufruto de qualquer produto ou experiência que gere exploração e/ou



últimos anos vêm ganhando adeptos no Brasil e no mundo. Observa-se que em uma grande maioria de seus cardápios, a preocupação constante em oferecer uma opção vegetariana e/ou vegana, desde pães sem ingredientes de origem animal, passando por hambúrgueres de feijão fradinho até feijoada vegana e feijão tropeiro sem carne. Dentro dessa mesma lógica, observamos também a indicação e a descrição da origem da matéria-prima utilizada na divulgação dos produtos<sup>98</sup>, como, por exemplo, do queijo parmesão artesanal com 30 e 6 meses de cura, em que as “vacas são tratadas com alimentação produzida na fazenda não transgênica, não usa antibiótico, tratamento com homeopatia animal” (Figura 7).



**Figura 7.** Divulgação nas mídias sociais do queijo parmesão artesanal do Sítio do Armando, de Bocaina de Minas/MG comercializado no Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2019.

Fonte: Página do *Facebook* do Raízes do Brasil<sup>99</sup>

As reflexões de Barbosa (2016) apontam que essas seriam formas de atender às demandas de um mercado crescente de lazer com ética ou lazer com ideologia, legitimar eticamente as opções alimentares oferecidas e não infringir os princípios de sustentabilidade, e até mesmo preservar a sociabilidade, oferecendo a possibilidade de que as pessoas que adotam essas ideologias alimentares não sofram perdas de seus padrões de sociabilidade devido à sua opção alimentar.

Com isso, observa-se que as tendências da alimentação contemporânea se permeiam e se complementam, sendo, muitas vezes, difícil de separá-las. No caso em particular da tendência de gastronomização, Barbosa (2009) avalia que essa, inclusive, se “esverdeou” e se politizou no convívio com outras tendências. Exemplo disso é o surgimento de *chefs* de cozinha que são também ativistas de causas sociais e ambientais, em especial daquelas que valorizam os agricultores de base familiar e camponesa, como é o caso do grupo de *ecochefs* do Instituto Maniva, que são denominados, no site oficial da organização, como “*chefs* de

---

sofrimento animal) adota o vegetarianismo estrito no âmbito da alimentação. Mais informações estão disponíveis em: <https://www.svb.org.br/> Acesso em: 20 jan. 2019.

<sup>98</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/posts/2229135880687333> Acesso em: 10 fev. 2019.

<sup>99</sup> Disponível, respectivamente, em:

<https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2229128684021386/?type=3&theater> e <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2120273264906929/?type=3&theater> Acesso em: 10 fev. 2018.

cozinha se aproximaram, motivados pela possibilidade de poder influenciar na transformação socioambiental da cadeia alimentar e promover os pequenos agricultores brasileiros”<sup>100</sup> (GUILHERME, 2016; PORTILHO et al, 2017; GUILHERME; PORTILHO, 2018; ZANETI, 2017).

No bojo dessa temática, um acontecimento que merece destaque e que evidencia a incorporação da tendência de gastronomização por esse movimento do campo é a participação do *chef* Dário Costa, um dos destaques do programa de competição culinária *MasterChef profissionais*<sup>101</sup> transmitido pela televisão aberta, em um documentário do MPA sobre o Raízes do Brasil, intitulado *Raízes do Brasil "Da Terra"*<sup>102</sup>, veiculado em meados de 2018. As considerações de Portilho e Barbosa (2016) nos permitem examinar dinâmicas como a adesão de novos atores à causa rural. Tal reposição e revalorização das questões rurais nos centros urbanos têm suscitado alianças, compromissos e solidariedades, mesmo que simbólicas, de movimentos sociais mais tradicionais, como o MPA, com outros atores, como consumidores urbanos (PORTILHO; BARBOSA, 2016) e até mesmo *chefs* de cozinha (GUILHERME, 2016; GUILHERME; PORTILHO, 2018; PORTILHO et al, 2017; ZANETI, 2017). Assim, ao mesmo tempo em que o Raízes do Brasil é um local que congrega figuras diretamente envolvidas com a política *per se* – como deputadas e deputados estaduais e federais, senadores e candidatos à Presidência – também é um espaço onde circulam e são convidados outros atores políticos, como *chefs* ativistas e/ou relativamente renomados, como forma de construir e fortalecer novas alianças políticas com novos aliados.

Desse modo, a incorporação pelo MPA das tendências de saudabilidade, gastronomização e valorização de origem na alimentação contemporânea abre margem para a reflexão sobre as experimentações em curso no Raízes do Brasil, para além da sua viabilização econômica e da comercialização de alimentos, dialogando e buscando se aliar com consumidores urbanos (e com outros atores, como os *chefs* ativistas). Stolle, Hooghe e Micheletti (2005) discorrem sobre como os processos de politização do consumo parecem se desdobrar de forma complementar a ações políticas tradicionais. A notória ampliação do repertório de ação política do MPA, com uma miríade de experimentações no âmbito do comer, da comida e da alimentação, pode ser considerada como complementar às bandeiras e às estratégias mais tradicionais do movimento, com um transbordamento de críticas éticas para críticas estéticas.

Em certa medida, podemos dizer que discursos e práticas são adaptados para atender o gosto, as exigências e as preocupações de mercados mais amplos e de consumidores urbanos de hábitos alimentares diversificados. Essa articulação intensa entre críticas éticas e estéticas parece surgir, portanto, tanto como forma de construir mercados para seus produtos e expor sua produção, quanto como um modo de angariar apoio político de consumidores urbanos a suas causas. Esse último aspecto é o tema central do próximo capítulo.

---

<sup>100</sup> Disponível em: <https://www.institutomaniva.org/ecochefs> Acesso em: 5 jan. 2019.

<sup>101</sup> *MasterChef profissionais* é um *talent show* exibido pela Rede Bandeirantes, baseado no formato original da BBC do Reino Unido. Até então, foram ao ar três temporadas da versão com cozinheiros profissionais, além de cinco temporadas da versão *MasterChef Brasil*, com cozinheiros amadores, e uma temporada *MasterChef Júnior*, no qual participaram crianças com idade entre 9 e 13 anos. Dário Costa participou da primeira edição do programa em 2016.

<sup>102</sup> Em junho de 2018, o MPA lançou um documentário de apresentação do Raízes do Brasil, intitulado *Raízes do Brasil "Da Terra"*, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wNZLNUzAB7Q&t=145s> Acesso em: 10 jan. 2019.

### **CAPÍTULO III – MPA, RAÍZES DO BRASIL E A POLITIZAÇÃO DO CONSUMO, DA COMIDA E DA ALIMENTAÇÃO**

Apesar de, no geral, as pesquisas e os estudos do campo das Ciências Sociais concentrarem grande parte de seus esforços na esfera da produção, e dos temas consumo e consumidor serem ainda subteorizados, esses últimos se constituem como temáticas que merecem atenção acadêmica. Nessa seara, em consonância com o foco desta dissertação damos destaque especial nesta análise ao consumo alimentar e às alianças, compromissos e solidariedades que vêm sendo construídos por meio da incorporação da estratégia de politização do consumo por movimentos sociais do campo.

Dessa forma, se, por um lado, diversos movimentos de consumidores vêm aderindo à causa rural e da agricultura familiar camponesa, paralelamente, movimentos sociais do campo, em resistência ao agronegócio e à criminalização de suas lutas e visando à construção de mercados, têm cada vez mais apresentado indícios do reconhecimento dos consumidores urbanos como seus aliados.

Neste capítulo, temos como objetivo, então, analisar como os processos de politização do consumo, da comida e da alimentação vêm sendo percebidos e incorporados à estratégia política e à agenda do MPA, como uma das formas de estabelecer alianças, solidariedades e compromissos entre esse movimento social do campo e consumidores urbanos. Apresentamos, inicialmente, algumas interpretações sobre como as estratégias de consumo político têm sido inseridas nos repertórios de ação do MPA, em particular, por meio da experiência do Raízes do Brasil. E, na sequência, colocamos em discussão se os consumidores urbanos seriam os “novos amigos” do MPA<sup>103</sup>. Com intuito de responder à tal questão, nos debruçamos especialmente sobre dois aspectos. Em primeiro lugar, principalmente por meio de uma análise documental, focamos em uma contextualização de como a categoria analítica “consumidor” vem sendo acionada nos discursos e ações do MPA e do Raízes do Brasil. Em segundo lugar, tomamos a experiência da Cesta Camponesa como um caso para essa análise.

Para isso, articulamos os dados secundários e empíricos oriundos das notas de campo reunidas para esta dissertação (cuja descrição metodológica encontra-se no início do Capítulo 2), oferecendo contribuições teóricas dos campos da Sociologia Rural, dos Estudos do Consumo e da Sociologia da Alimentação, com o intuito de ampliar o diálogo interdisciplinar entre estas subáreas.

---

<sup>103</sup> Nesse ponto fazemos referência a fala de Humberto Palmeira em entrevista concedida à esta dissertação abordada mais adiante neste capítulo, na qual, Palmeira diz em sua visão “o Raízes do Brasil deveria ser uma estrutura pública [...] mas, como a gente não tem nem o Estado e nem o governo, a gente vai fazendo com as próprias mãos, nossas e dos amigos” (informação verbal).



### 3.1 O MPA “Saiu da Bolha”: o Raízes do Brasil como um Campo de Experimentações

A profusão de significados e sentidos atribuídos ao Raízes do Brasil nos posicionamentos oficiais e nas declarações de lideranças e militantes do MPA demonstra que esse espaço e as atividades ali desenvolvidas são um solo fértil para experimentações de formas de abastecimento alimentar, especialmente no que se refere à incorporação da estratégia de politização do consumo como forma de angariar apoio às pautas defendidas pelo movimento.

Do ponto de vista analítico, o recurso ao referencial da teoria dos regimes alimentares nos auxilia na contextualização e na análise das experiências em curso no Raízes do Brasil. Tal proposta teórica baseia-se, segundo Friedmann (2009, p. 336), na identificação de regimes, ou períodos estáveis, de acordo com “‘regras’ que os analistas podem inferir através dos comportamentos consistentes de alguns atores relevantes: Estados, empresas, corporações, movimentos sociais, consumidores e cientistas”. Essas regras, por sua vez, condicionariam os formatos da produção e do consumo de alimentos pelos espaços nacionais.

Embora haja limites na análise do sistema agroalimentar com base nessa teoria, uma vez que sua análise está situada em particular no campo da produção e distribuição de alimentos, ou da regulação do sistema agroalimentar, deixando lacunas no que se refere à compreensão das transformações na cultura alimentar e do papel dos consumidores, que ganhariam maior protagonismo no chamado terceiro regime agroalimentar, a análise do sistema agroalimentar a luz da noção de regimes alimentares permite apreender a existência de uma lógica política e econômica global na dinâmica da agricultura e da alimentação na evolução do capitalismo, permitindo identificar processos socioeconômicos em curso e novas formas de ação política (PORTILHO; FERREIRA, no prelo; SCHNEIDER; SCHUBERT; ESCHER, 2016).

Os estudos dessa área mostram que, em linhas gerais, a partir de 1970 até os dias de hoje, constitui-se o terceiro regime alimentar, sendo caracterizado por McMichael (2009) como o “regime alimentar corporativo”, marcado pela predominância do setor varejista, pelo aprofundamento da financeirização e pelo tensionamento e negociação da regulação do sistema agroalimentar entre mercado, Estado e movimentos sociais. Por esse motivo, na perspectiva desse autor, observam-se o surgimento de contestações e experimentações envolvendo novos atores e novas dinâmicas globais, principalmente na esfera do consumo, tensionando o processo de transição e criando espaço para o estabelecimento de redes de provisionamento de alimentos alternativas ao mercado *mainstream* (FRIEDMANN, 2009; MCMICHAEL, 2009; 2016).

Essa teoria, ainda que seja necessário levar em contas as ressalvas supracitadas, considera as redes agroalimentares alternativas e as experiências de encurtamento dos caminhos entre produção e consumo como experimentações típicas de períodos de transição, em consonância com outros elementos tais como a emergência da discussão sobre os riscos alimentares; a revisão dos paradigmas de qualidade; as tendências da alimentação contemporânea, com destaque para a sustentabilidade, a saudabilidade e a valorização da origem; e a questão ambiental (com foco principalmente nas questões relacionadas ao localismo, *food miles* e agrotóxicos) (FRIEDMANN, 2009; MCMICHAEL, 2009; 2016; PORTILHO; FERREIRA, no prelo; SCHNEIDER; SCHUBERT; ESCHER, 2016).

Além disso, esse processo de implementação, ação, promoção e manutenção do Raízes do Brasil se relaciona ainda com a noção nativa que compõe um eixo fundamental do desenvolvimento do conhecimento camponês. No entendimento do MPA, o conhecimento

camponês se dá por meio de três processos que, apesar de distintos, são complementares: observação – que inclui analisar e fazer de diferentes formas; identificação da lógica – que considera que as coisas têm formas específicas de funcionamento, sendo preciso descobrir e compreender as lógicas que existem por trás das mesmas; e, finalmente, experimentação – que implica em experimentar e testar diferentes elementos e processos (KRAUSER, 2015).

Humberto Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA e da Coordenação Geral do Raízes do Brasil, em entrevista concedida para esta dissertação, faz referência ao caráter experimental do espaço ao nomear o êxito do Raízes do Brasil em permitir que o MPA rompesse com uma certa “bolha”:

Nós estamos aqui desde maio de 2017, há um ano e alguns meses já. E foi uma experiência exitosa. A gente conseguiu alguns dos objetivos. Sobretudo, de sair da bolha. Ainda estamos em uma bolha. Mas, do nosso mundo, do movimento campesino, nós conseguimos romper isso. Por exemplo, ao ampliar a relação com organizações progressistas, com universidades, com personalidades do mundo da cultura e das artes – coisas que nós não tínhamos, que nós não tínhamos relação (informação verbal)<sup>104</sup>.

Fazendo um balanço do desempenho da iniciativa Raízes do Brasil dentro da estratégia nacional do MPA, evidencia-se que alguns dos objetivos iniciais que motivaram a abertura desse espaço pelo movimento foram “sair da bolha” e, como mencionamos anteriormente, “passar a mensagem do que é o MPA e sobre o que o MPA faz”. Em outras palavras, a estruturação de um sistema de abastecimento popular teve como alguns de seus propósitos fundamentais comercializar os produtos de sua base social, bem como ampliar as fronteiras para além do “mundo do movimento campesino” e construir novas relações com organizações e pessoas fundamentalmente urbanas.

Nessa perspectiva, esses primeiros anos de atuação do Raízes do Brasil, que se constituem como um período fértil de experimentações, trazem à tona características marcantes da constituição do MPA: o dinamismo, a criatividade e a ousadia, as quais foram ressaltadas no relato de Frei Görgen (1998) sobre o surgimento do movimento, em que o planejamento de um sistema de abastecimento popular encontra-se circunscrito justamente no bojo do projeto “audacioso” que constitui o Plano Camponês (MPA, 2012, p. 5). Nesse sentido, com o intuito de discutirmos esses processos de experimentação de um movimento descrito como dinâmico, criativo e ousado, como o MPA, frente a um plano audacioso de estruturação de um sistema de abastecimento popular, como o Raízes do Brasil, focamos nossa análise em dois pontos que consideramos principais. Primeiramente, discutimos o que chamamos de “política da porteira para fora”, a partir de uma revisão bibliográfica sobre as dimensões políticas do consumo e do consumidor. Em segundo lugar, propomos uma discussão teórica sobre a percepção e a incorporação da estratégia de politização do consumo, da comida e da alimentação pelo MPA, articulando um conjunto de posicionamentos, atividades e discursos protagonizados pelo Raízes do Brasil com algumas noções teóricas que ajudam a analisar esses processos, tais como: *buycott*, desfetichização da mercadoria e encurtamento de cadeias.

---

<sup>104</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

### 3.1.1 Política da “porteira para fora”: as dimensões políticas do consumo e do consumidor

Se debruçar sob a trajetória de formação de um movimento social do campo, como o MPA, informa e qualifica as análises sobre como novas pautas e estratégias vêm sendo percebidas e incorporadas às suas agendas políticas. De forma semelhante, um estudo histórico focado na esfera do consumo e no que se refere à emergência do consumidor como categoria nativa e analítica contribui para explicar e elucidar os modos pelos quais os processos contemporâneos de politização do consumo, da comida e da alimentação têm se desdobrado.

Em linhas gerais, pode-se dizer que, até meados do século XX, a compreensão teórica sobre as práticas de consumo e o papel consumidor foi profundamente ambígua e superficial. A ambiguidade começa na própria etimologia do termo. Segundo Barbosa e Campbell (2006), a palavra consumo deriva tanto do latim *consumere*, que significa esgotar e destruir, quanto do termo inglês *consummation*, que significa adicionar e somar. No Brasil, o significado do termo consumo ficou mais próximo da primeira acepção, que tem sentido negativo, enquanto a expressão “consumação”, de sentido positivo, associado à realização e ao clímax, ficou principalmente reservada a associações com o ato sexual. Embora consumir seja um pré-requisito para a reprodução física e social de qualquer sociedade humana, esta se constitui como uma categoria abstrata que não descreve ações claras de um grupo organizado e delimitado de indivíduos (TRENTMANN, 2006). Conforme afirma Trentmann (2006, p. 19, tradução nossa<sup>105</sup>), uma fonte de tal ambiguidade é o fato de que “todo mundo e, ao mesmo tempo, ninguém é um ‘consumidor’”.

Esses fatores ajudam a explicar em parte a maneira imprecisa e negativa pela qual a temática do consumo foi, muitas vezes, tratada historicamente tanto por intelectuais e acadêmicos, quanto pelo senso comum. Todavia, essa “ausência” do consumo como tema de investigação e de pesquisa nas Ciências Sociais, conforme enfatizam Barbosa e Campbell (2006), precisa ser qualificada, uma vez que

não se trata apenas da falta de trabalhos, teses, pesquisadores e publicações. Trata-se, na verdade, mais da exclusão de certas abordagens teóricas e enfoques metodológicos, por um lado, e da presença seletiva de temas e vieses interpretativos, por outro. [...] Foi sistematicamente ignorado entre nós [acadêmicos] um conjunto de temas de pesquisa tão ou mais importantes para a compreensão dos atos de consumo, de seus sujeitos e contextos (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 10).

Diversos autores argumentam que as razões disso se relacionam diretamente à forma pela qual o campo intelectual e acadêmico das Ciências Sociais, especialmente no Brasil, se estruturou. A tradição acadêmica que remonta ao século XIX e prevaleceu até meados da década de 1980 devotou e atraiu grande parte de seus estudos e pesquisadores para o entendimento da produção (BARBOSA; CAMPBELL, 2006; CASSOL; SCHNEIDER, 2015; GOODMAN; DUPUIS, 2002; PORTILHO, 2005; MILLER, 2005; TRENTMANN, 2005).

O tradicional predomínio do enfoque na produção no campo das Ciências Sociais é identificado, por Barbosa e Campbell (2006), como “*bias* produtivista”. De igual forma, autores como Goodman e Dupuis (2002) se referem à Sociologia Rural como sendo, na verdade, uma “Sociologia da Produção Rural”, já que trata as esferas da produção e consumo, no estudo dos sistemas agroalimentares, de forma assimétrica.

---

<sup>105</sup> Trecho original: “*Everyone and at the same time no one is a ‘consumer’*” (TRENTMANN, 2006, p. 19).

Dessa forma, se até meados do século XX as Ciências Sociais se mantiveram relativamente alheias aos fenômenos que ocorrem na esfera do consumo, a partir dos anos 1970 ocorreu uma virada na teoria social em direção à cultura e, por conseguinte, ao consumo. Nos anos 1980 e 1990, a emergência de teorias pós-estruturalistas e pós-modernas impulsionou certa proeminência das análises sobre consumo, ampliando seu entendimento para além de um fenômeno derivado da produção (CAMPBELL, 2005; CASSOL; SCHNEIDER, 2015; GOODMAN; DUPUIS, 2002; MILLER, 2005).

Nesse período, a visão produtivista tornou-se alvo de severas críticas históricas e sociológicas. Estudiosos das Ciências Sociais contemporâneas passaram a contestar os pressupostos até então consolidados e colocaram em evidência as raras publicações sobre consumo que ofereciam interpretações que escapavam das vertentes teóricas produtivistas.

Com uma perspectiva historiográfica, Frank Trentmann, por exemplo, apresenta levantamentos e análises históricas focadas na discussão de genealogias alternativas que explicariam o surgimento do consumidor (TRENTMANN, 2006) e de um entendimento mais “rico” da biografia desses atores (TRENTMANN, 2005). Frente à essas provocações, Trentmann (2004) explica que embora o uso econômico do termo possa ser rastreado em algumas raras instâncias no início do século XVIII, o termo “consumidor”, como uma identidade distinta ou uma forma de autodescrição de indivíduos e grupos, ou ainda como uma categoria universal de atribuição e análise realizadas pelo mercado, pela política e pela academia, parece ter surgido plenamente apenas em meados para o final do século XIX e início do século XX na Europa e América do Norte.

Goodman e Dupuis (2002) identificaram e sistematizaram esse deslocamento teórico e analítico, que ocorreu especialmente nas últimas duas décadas do século XX, como sendo um *consumption turn* das Ciências Sociais, ou seja, uma virada para o consumo. Os autores identificam tal virada inclusive nos Estudos Rurais, que aos poucos começam a contestar a abordagem produtivista dominante neste campo. De questão marginal ou mesmo secundária, o consumo aos poucos passou a ser reconhecido como um tema de investigação complexo e abrangente.

Essa “virada” das Ciências Sociais para o consumo aflorou uma profusão de pesquisas e reflexões sobre a temática, tais como essas previamente citadas, principalmente na Europa e, em menor grau, nos Estados Unidos (BARBOSA; CAMPBELL, 2006; CASSOL; SCHNEIDER, 2015; SASSATELI, 2015). Na opinião de Barbosa e Campbell (2006, p. 23, grifo dos autores), ainda mais importante do que o aumento do volume de trabalhos em si, foi “a relevância teórica que a categoria consumo passou a ter em algumas disciplinas e atribuição da classificação *consumo* a áreas e domínios que antes não eram percebidos como tal e nos quais sua eventual presença era inteiramente desqualificada”. Os autores citam como exemplo os estudos sobre cidadania, cultura, política, meio ambiente e religião. Sob essa ótica, diferente do que tradicionalmente os acadêmicos haviam considerado, o consumo passa a ser compreendido como um fenômeno mais signficante e mais central para o entendimento da sociedade contemporânea.

Nesse contexto, diversos esforços têm sido empreendidos com o objetivo de definir e delinear a temática do consumo no quadro teórico disciplinar das Ciências Sociais. De forma geral, os autores parecem concordar que consumir é muito mais do que comprar (CAMPBELL, 2005; MILLER, 2005; TRENTMANN, 2004). Todavia, por diferentes razões, não há consensos acerca de uma definição sobre o que é consumo. Em primeiro lugar, nota-se uma grande preocupação em superar o uso coloquial do termo, que tende a restringir o consumo a um comportamento individual. Em segundo, intelectuais especializados no tema sentem uma grande responsabilidade em superar uma das imagens que mais se popularizou

sobre o tema, ou seja, a do consumo como sinônimo de uma atividade exclusivamente econômica. E, em terceiro lugar, acentua-se o fato desses teóricos e acadêmicos serem oriundos e possuírem áreas e interesses específicos e distintos, implicando em bastante resistência para que uma única formulação do termo seja bem-sucedida em ganhar uma aceitação generalizada (CAMPBELL, 2005; MILLER, 2005).

Mesmo diante dessas ponderações, alguns autores propuseram definições. Para Miller (2005, p. 30, tradução nossa<sup>106</sup>), por exemplo, consumo é um processo de objetificação (*objectification*), podendo ser definido, nas palavras do autor, como “o uso de bens e serviços em que o objeto ou a atividade se tornam, simultaneamente, uma prática no mundo e uma forma com que nós construímos nossos entendimentos sobre nós mesmos no mundo”. Com essa definição, o autor argumenta que o consumo se tornou nos dias de hoje uma base de contradições dialéticas. Por um lado, o consumo aparece como a chave do “problema” contemporâneo de massiva desigualdade social. Por outro, é o *locus* de qualquer “solução” futura, sendo compreendido como um movimento global progressivo, que faz pressão para que instituições e governos sejam responsáveis pela humanidade e seus atos.

Campbell (2005, p. 104, tradução nossa<sup>107</sup>), por sua vez, especifica que consumir corresponde a “qualquer atividade que envolva seleção, compra, uso, manutenção, reparo e descarte de qualquer produto ou serviço”. Contudo, segundo o autor, as limitações dessa descrição, ainda que usada enquanto uma definição de trabalho (*working definition*), estariam no seu direcionamento para a esfera dos “produtos e serviços”, o que poderia ser interpretado como um reforço das influências contínuas das teorias econômicas. Uma década depois, Colin Campbell em colaboração com Livia Barbosa apresentaram uma formulação mais ampliada sobre consumo:

O consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmo bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais com produtor de sentido e de identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 26).

A partir dessas diferentes definições, observa-se, sobretudo, que uma análise dessa atividade aparentemente mundana e prosaica ganhou visibilidade e centralidade nos estudos de acadêmicos. No cenário brasileiro, corroboram com Barbosa, as análises de Portilho, Castañeda e Castro (2011) que examinaram os novos valores que após esse deslocamento teórico começaram a ser atribuídos ao consumo:

Os próprios conceitos de consumo e de sociedade de consumo são repensados pelas ciências sociais, uma vez que categorias tradicionalmente atribuídas a eles, como individualismo, insaciabilidade, superficialidade, anomia e alienação, são contrapostas à observação empírica de processos que associam as práticas de consumo a valores como solidariedade, responsabilidade, participação social e cidadania. (PORTILHO; CASTAÑEDA; CASTRO, 2011, p. 110).

---

<sup>106</sup> Trecho original: “Consumption is simply a process of objectification – that is, a use of goods and services in which the object or activity becomes simultaneously a practice in the world and a form in which we construct our understandings of ourselves in the world” (MILLER, 2005, p. 30).

<sup>107</sup> Trecho original: “Consumption as any activity involving the selection, purchase, use, maintenance, repair and disposal of any product or service” (CAMPBELL, 2005, p. 104).

Pode-se dizer, assim, que a partir dessa virada teórica, em primeiro lugar, o consumo deixou de ser percebido pelas teorias sociais apenas como uma atividade que visa a reprodução das estruturas sociais hegemônicas, para ser compreendido como um conjunto de práticas e escolhas que expressam as identidades, os estilos de vida dos consumidores e, conseqüentemente, suas visões de mundo (BARBOSA; CAMPBELL, 2006; GOODMAN, 2017; GOODMAN; DUPUIS, 2002; PORTILHO, 2005). Em segundo lugar, os estudos com ênfase no consumo de massa e no entendimento do consumidor exclusivamente como vítima passiva e manipulada pelas forças do mercado e da publicidade, também sofreram uma virada dramática. O consumidor passa, então, a ser compreendido como um cidadão ativo, criativo, confiante e racional que articula a sua identidade pessoal ao interesse público (CAMPBELL, 2005; TRENTMANN, 2005).

Nesse contexto, um dos desafios colocados para o campo dos Estudos do Consumo, conforme aponta Trentmann (2007), é manter a atenção analítica sobre o consumidor como um sujeito da vida pública, no lugar de considerá-lo apenas como categoria normativa, descritiva ou analítica. Para isso, o autor recomenda analisar o consumidor em termos de múltiplas identidades, que somente aos poucos (e muitas vezes de forma desigual e incompleta) se fundem em um sujeito universal.

Nessa perspectiva, é fundamental, superar a compreensão das categorias consumidor e cidadão como tipos ideais localizados em polos opostos. Trata-se de tensionar as fronteiras propostas pelas Ciências Sociais e pela História, que os classificam de forma dicotômica e reducionista: o consumo como uma dimensão privada e a cidadania como uma categoria de ordem coletiva. Trentmann (2004; 2007) sugere, então, pensá-las como categorias onipresentes, posicionadas em domínios “porosos”, na verdade sobrepostos, simbolizado pela justaposição existente na noção “cidadão-consumidor”. Desse modo, se originalmente as temáticas do consumo e da cidadania encontravam-se alojadas em corredores separados da academia, com tradições rivais de pesquisa e método, nas últimas décadas essas estão entrando em uma “conversa” cada vez mais próxima. Afinal, como afirma Trentmann (2007, p. 155, tradução nossa<sup>108</sup>), “os consumidores, por meio de suas práticas cotidianas, consciente ou inconscientemente, deixam uma marca ativa nesses sistemas sociais mais amplos”.

Alguns consumidores participam de movimentos organizados, outros optam por boicotar produtos e/ou empresas, e ainda há aqueles que se engajam através de diversas modalidades de compra responsável. Por meio desses exemplos, pode-se perceber um “transbordamento” de questões políticas para esferas e atores que até meados do século XX eram considerados apartados da mesma. Tal processo tem sido chamado de politização do consumo, no qual consumir passa a ser uma prática percebida como uma forma dos consumidores participarem de um cenário de disputas sobre o que a sociedade produz, o modo como produz e os significados e formas de usufruto de tal produção (BARBOSA; PORTILHO; WILKINSON; DUBEUX, 2013; PORTILHO; FERREIRA, no prelo; STOLLE; HOOGE; MICHELETTI, 2005).

Nesse sentido, observa-se na literatura dos Estudos do Consumo, bem como no âmbito de iniciativas e experiências práticas que o entendimento do consumo como um instrumento de ação política e de transformação social perpassa uma variedade de adjetivações, tais como consumo responsável, consciente, verde, ético, crítico, político ou sustentável<sup>109</sup>.

<sup>108</sup> Trecho original: “Consumers through their everyday practices, consciously or unconsciously, leave an active mark on these larger social systems” (TRENTMANN, 2007, p. 149).

<sup>109</sup> Sassatelli (2006), por exemplo, prefere o termo “consumo crítico”, apresentando críticas à noção de consumo político (*political consumerism*). Segundo a autora, a definição de consumo político proposta por Michele Micheletti, por se originar no campo da Ciência Política, tende a equivaler as práticas de consumo alternativas a ações políticas, considerando-as em oposição às outras formas de participação mais tradicionais. Nessa

Considerando que essas terminologias representam em alguma medida perspectivas distintas, e até mesmo opostas (PORTILHO, 2005), optamos neste trabalho, em consonância com as formulações de Barbosa, Portilho, Wilkinson e Dubeux (2013), Portilho, Castañeda e Castro (2011) e Stolle, Hooghe e Micheletti (2005), pelo uso do termo “consumo político” (*political consumerism*, na formulação original de Stolle, Hooghe e Micheletti (2005)). Do ponto de vista teórico, interpretamos que os referenciais em torno do consumo político são aqueles que veem o consumidor enquanto cidadão, e no âmbito deste trabalho é, em nossa avaliação, o conceito que mais se aproxima das reivindicações políticas e ideológicas mobilizadas pelo MPA. De forma mais específica, tal termo se aproxima do nosso entendimento do aspecto político e politizador da comida e da alimentação.

Segundo Micheletti (2003 *apud* STOLLE; HOOGHE; MICHELETTI, 2005), o consumo político pode ser definido como a opção por produtores e produtos baseada em considerações políticas e/ou éticas. Trata-se de uma ação política não institucionalizada, compreendida como um exemplo típico de política baseada no estilo de vida (*lifestyle politics*), ou seja, quando decisões ordinárias e cotidianas dos cidadãos adquirem sentido político.

O consumo político incorpora ao ato da compra ideias e valores como ética, direitos, solidariedade e outras razões não econômicas (BARBOSA; PORTILHO; WILKINSON; DUBEUX, 2013; PORTILHO; FERREIRA, no prelo; STOLLE; HOOGHE; MICHELETTI, 2005). Contudo, conforme nos alerta Miller (2005), ressaltamos que não é a intenção deste estudo ver a importância do consumo apenas quando esse é politizado, ou seja, usado como forma de pressão política, e sim considerar as implicações desses movimentos para a nossa imaginação sobre a política.

Em seu estudo sobre consumo político com jovens estudantes de Ciências Sociais de três países (Canadá, Suécia e Bélgica), Stolle, Hooghe e Micheletti (2005) sustentam a argumentação do consumo político como uma forma de participação política por meio de uma revisão teórica aliada a exemplos históricos-chaves para a compreensão dos processos de politização do consumo contemporâneos. Apesar do fato de que, em geral, os atores sociais não se identificarem e não serem identificados, do ponto de vista teórico, pela categoria “consumidor”, Stolle, Hooghe e Micheletti (2005) resgatam as reivindicações de mulheres estadunidenses nos anos de 1900 pela comercialização de roupas íntimas de algodão para elas e seus filhos certificadas, como “*sweatshop free*”, ou seja, roupas produzidas sem exploração dos trabalhadores e sem mão de obra infantil. Citam também as campanhas de boicote contra o regime de *apartheid* na África do Sul durante os anos de 1970 e 1980. Na opinião desses autores, tais casos, dentre outros, não só evidenciam que o consumo político não é uma forma de ativismo recente, bem como demonstram historicamente a sua capacidade de gerar mudanças efetivas nos comportamentos e nas políticas governamentais e corporativas.

De toda forma, nota-se, de igual modo, que nas sociedades contemporâneas o consumo vem se tornando cada vez mais uma esfera de demandas, reivindicações e lutas políticas. Para Stolle, Hooghe e Micheletti (2005), o consumo político é um sinal de maturidade democrática, que atrai, especialmente, grupos não tradicionais como mulheres e jovens para uma forma mais autônoma, menos hierárquica e não institucionalizada de engajamento político. Na visão desses autores, as atitudes conscientes e espontâneas de consumidores teriam o poder de substituir ou complementar os repertórios políticos tradicionais, e até de criar novas formas de participação e de cultura política.

---

perspectiva, a noção de consumo político não relacionaria o consumo à cultura, à identidade e aos estilos de vida dos consumidores.

A literatura que tem se dedicado ao estudo dessas práticas identificam e classificam quatro modalidades principais a partir das quais o consumo político pode ser colocado em prática: boicote, *buycott*, organização em cooperativas e ações discursivas. Essas modalidades têm como traço comum o uso do consumo como um meio de pressão política e de expressão de interesses e valores, sendo certamente diferentes entre si, mas muitas vezes articuladas em conjunto (BARBOSA; PORTILHO; WILKINSON; DUBEUX, 2013; STOLLE; HOOGHE; MICHELETTI, 2005).

Os boicotes constituem a vertente mais antiga de consumo político, sendo possivelmente a mais famosa e popular delas. Boicotar pode ser compreendido como uma recusa planejada e organizada de consumir determinados produtos e/ou serviços de certas empresas, lojas ou países, ao mesmo tempo em que busca pressionar e provocar mudanças na esfera política ou nos modos de produção considerados inaceitáveis do ponto de vista ético, social ou ambiental. Alguns boicotes famosos recentes incluem as campanhas lançadas mundialmente contra a *Nike* e o uso de trabalho infantil na China; bem como aquela contra a *Nestlé* e a promoção de fórmulas infantis em substituição do aleitamento materno em países da África e da Ásia.

O oposto do boicote é o *buycott*, um neologismo que se refere à opção deliberada e intencional de aquisição de produtos e serviços associados positivamente a atributos sociais, éticos e ambientais. Um exemplo representativo de *buycott* é a compra de produtos provenientes de comércio justo (*fair-trade*). Essa é uma certificação que atesta que os produtos foram produzidos seguindo determinados critérios de justiça social e que seus processos de produção são em alguma medida menos agressivos ao meio ambiente e à saúde de seus produtores.

A organização de associação ou cooperativas, especialmente de consumidores, tem por objetivo “*bypassar*” os circuitos de comercialização *mainstream* de larga escala, estimulando *buycotts*. Uma das principais propostas desse tipo de organização são as redes agroalimentares alternativas, que visam a aproximação entre consumidores e produtores e propõem a aquisição de produtos sem a presença de intermediários.

O consumo político também se expressa por meio de ações discursivas que se utilizam da mídia de massa para veicular mensagens negativas sobre determinados produtos e marcas. Um dos principais exemplos é a inversão do sentido original que esses esperavam transmitir aos consumidores, como nos casos de *cultural jamming*, em que procura-se provocar mudanças nas habituais práticas de consumo por meio de paródias a logomarcas e mensagens publicitárias que buscam revelar o conteúdo que, em geral, é omitido ou dissimulado pelas empresas.

Além dessas quatro formas de consumo político abordadas pela literatura, este também se expressa pelas políticas de estilo de vida, as quais, por sua vez, se referem à politização das escolhas da vida cotidiana, incluindo decisões eticamente, moralmente ou politicamente inspiradas sobre, por exemplo, alimentação, transporte ou modos de vida. Nessa modalidade de consumo político, as escolhas e práticas cotidianas dos consumidores são associadas a um contexto mais amplo de consequências políticas e sociais que podem ser acarretadas pelo seu estilo de vida. Nesse contexto, se o entendimento do consumo pelas teorias sociais passou por um amadurecimento analítico, a compreensão sobre os discursos e as práticas específicas no que se refere ao consumo alimentar também vêm se transformando, passando a constituir-se como uma arena importante para a manifestação de demandas, o exercício da cidadania e a resistência política (CASSOL; SCHNEIDER, 2015; PORTILHO; CASTAÑEDA; CASTRO, 2011; PORTILHO; FERREIRA, no prelo).



Isso pode ser examinado nas pesquisas e nos trabalhos de diversos teóricos e acadêmicos. Dada as devidas ressalvas, nos parece válido mencionar, por exemplo, que a teoria dos regimes alimentares cita, ainda que de forma pouco aprofundada, o envolvimento dos consumidores nos movimentos de contestação durante o terceiro regime alimentar (FRIEDMANN, 2009; MCMICHAEL, 2009).

Outro aspecto importante é a ascensão da busca por alimentos locais, saudáveis e com clara indicação de sua origem durante o final do século XX, em reposta principalmente à preocupação com os riscos alimentares <sup>110</sup>. Outro exemplo é a procura por alimentos denominados como bens de crença, ou seja, aqueles que, para além de suas qualidades intrínsecas, possuem características que apesar de visivelmente ocultas e que não podem ser apreciadas no momento da compra são considerados como agregadores de qualidade. Esse processo é descrito na literatura, por autores como Goodman (2003), como uma virada para a valorização da qualidade (*quality turn*). Stolle, Hooghe e Micheletti (2005), por sua vez, retratam que cidadãos, por meio do consumo político, articulam suas escolhas de compra em função de seus efeitos e impactos em determinadas empresas, organizações internacionais, países ou mesmo para a atenção pública.

Destarte, a virada para o consumo no campo teórico e, por sua vez, a transformação das escolhas alimentares, dos locais e das formas de aquisição e preparo de alimentos por consumidores que priorizam (além dos aspectos nutricionais, sanitários, simbólicos, sociais e históricos da alimentação) uma dimensão ética, política e ideológica relacionada à preservação ambiental, ao desenvolvimento rural sustentável, ao bem-estar animal e à solidariedade com as famílias produtoras (PORTILHO; CASTAÑEDA, 2008) geram um espaço favorável para analisar e discutir aproximações entre movimentos sociais do campo, produtores e consumidores urbanos por meio da incorporação dos processos de politização do consumo, do comer, da comida e da alimentação.

Todavia, é importante salientar que, embora esse deslocamento analítico reconheça a importância e o protagonismo dos consumidores, tais atores não constituem uma massa homogênea. É importante também lembrar que a categoria “consumidor” não é um sinônimo para comprador, ao passo que o consumidor cidadão (*citizen consumer*) não deve ser considerado como um tipo-ideal, pois é incapaz de abranger a múltipla constelação de identidades que os consumidores podem assumir (TRENTMANN, 2004). Há diferenças significativas nas lógicas e nas práticas de consumo por parte dos consumidores e em como o viés político se expressa no ato de consumir. Em particular, encarar o consumo como ato político apresenta como efeito inevitável uma menor nitidez das distinções entre as esferas pública e privada, tornando difícil a identificação do caráter fundamentalmente político que motiva dadas ações.

Além disso, certamente há limitações e críticas inerentes à análise e à prática do ato de consumir como uma forma de ação política. É plausível assumir que essa forma de ação política se restringe aos indivíduos com recursos econômicos para efetivar a sua participação via consumo, podendo tornar-se um tipo de participação limitada à determinadas classes sociais. No entanto, diversos autores apresentam ressalvas relevantes sobre esse aspecto. Trentmann (2004), por exemplo, salienta que se, por um lado, grupos de baixa renda e vulneráveis à exclusão social podem não fazer parte de um “mundo de consumo dos sonhos” (*consumerist dream world*), por outro, são consumidores de outros bens como água, moradia

---

<sup>110</sup> Um dos exemplos mais importantes foi o escândalo relacionado à doença encefalopatia bovina espongiforme (*Bovine Spongiform Encephalopathy – BSE*), popularmente designada como “doença da vaca louca”, ocorrido na Inglaterra em 1996 devido à reciclagem, sem controle, de carne, ossos, sangue e vísceras, usados na fabricação de ração animal.

social, educação e televisão, entre outros. Goodman e Dupuis (2002), por sua vez, indicam que se a forma como a classe média escolhe ou adota uma dieta pode ignorar outros atores, como pequenos produtores e consumidores de baixa renda, isso não pode ser traduzido como ausência do aspecto político, uma vez que as atividades desse consumidor são vistas como políticas por exercitarem a capacidade de agir e afetar a forma futura das sociedades, podendo gerar transformações no sistema agroalimentar.

Apresentadas tais ressalvas com o intuito de reconhecer os limites da politização do consumo, nota-se, sobretudo, a existência de duas arenas, produção e consumo de alimentos, igualmente importantes, capazes de influenciar-se mutuamente, e que demandam atenção analítica específica para as suas particularidades e limitações. Sendo assim, nas próximas seções propomos reduzir as fronteiras entre elas e percorrer uma via relativamente menos estudada, analisando como movimentos sociais do campo, tradicionalmente focados na esfera da produção, como o MPA, passam a incorporar estratégias de politização de consumo e a reconhecer o consumidor urbano como seu aliado e, em alguma medida, como ator político.

### **3.1.2 Expressões de consumo político: *Boycott*, desfetichização da mercadoria e encurtamento de cadeias**

A partir do início dos anos 2000, observa-se nos posicionamentos, nos discursos e nas práticas do MPA uma profusão de ideias relacionadas a bordões como “alimentação saudável como parte da garantia à soberania alimentar”, “comida de verdade no campo e na cidade” e “comer é um ato político”. A abertura do espaço Raízes do Brasil materializa e amplifica essas ideias, evidenciando, em nossa análise, o reconhecimento por parte do MPA de que consumidores urbanos podem ser aliados de suas causas. Com esse olhar, esperamos abrir oportunidades para pensar as formas pelas quais movimentos sociais do campo têm procurado buscar relações entre campo e cidade e em última instância entre produção e consumo, conforme apontam os estudos de Portilho e Barbosa (2016) e Portilho e Micheletti (2018).

Frente a esses fatos, elaboramos uma proposta de pesquisa para analisar, problematizar e apontar as potencialidades e os limites dessas dinâmicas. A pesquisa consistiu na seleção de um conjunto de posicionamentos, discursos, práticas e experiências do MPA e, em especial, do Raízes do Brasil, e sua análise à luz de algumas noções relacionadas aos processos de politização do consumo, sendo elas: *boycott*, desfetichização da mercadoria e encurtamento de cadeias. Buscamos entendê-las tanto individualmente quanto relacionadas entre si, e além disso avaliar suas repercussões na incorporação de processos de politização do consumo, da comida e da alimentação pelo MPA.

#### ***Boycott*: “Você sabe como o consumo de alimentos agroecológicos pode ser um ato de solidariedade?”**

Sob a ótica do consumo como um meio de expressão e materialização de interesses e preocupações políticas, a investida do MPA, principalmente por meio do Raízes do Brasil, para atrair o apoio de consumidores urbanos às suas causas aponta a incorporação de uma das modalidades em que o consumo político é colocado em prática: o *boycott*.

Por meio de uma combinação de estratégias que buscam desviar os produtos dos circuitos convencionais, funcionando também como um fomento ao boicote, ao mesmo tempo

em que cria novos mercados, estimulando ações de *buycott*, o MPA, apesar de não se referir necessariamente à essas noções, parece reconhecer a participação dos consumidores como uma das formas inovadoras de realizar pressão política e econômica sobre corporações e governos. Nesse sentido, conforme aponta a literatura (BARBOSA; PORTILHO; WILKINSON; DUBEUX, 2013; STOLLE; HOOGHE; MICHELETTI, 2005), boicotes e *buycotts* são algumas das maneiras que uma diversidade e multiplicidade de movimentos sociais dispõem para discutir um senso de consciência e responsabilidade ativa

Se concordamos com o dito popular que diz que “uma imagem vale mais do que mil palavras”, são diversos os registros divulgados nas redes sociais do Raízes do Brasil de consumidores fotografados nesse espaço segurando placas que mostram seu apoio ao Raízes do Brasil, como pode ser observado na Figura 8. Parece-nos, assim, que consumidores urbanos são convidados pelo MPA e pelo Raízes do Brasil a *buycottar* os alimentos ali comercializados, ao mesmo tempo que são encorajados a demonstrar o seu apoio às causas desse movimento.



**Figura 8.** Divulgação nas mídias sociais de consumidores que curtem e apoiam o Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, 2019.

Fontes: Página oficial do *Facebook* do Raízes do Brasil<sup>111</sup>

Com o intuito de discorrer sobre a construção de alianças, compromissos e solidariedades entre MPA e consumidores urbanos por meio de iniciativas que incentivam seu ato de “*buycottar*”, soma-se a esse exemplo posicionamentos, divulgações e declarações veiculados em algumas das atividades organizadas pelo Raízes do Brasil. Em primeiro lugar, concentramos nossa análise nas Feira e nas Cesta Camponesas de Alimentos Saudáveis, que desde a abertura do Raízes do Brasil são as atividades centrais e regulares do espaço. Em

<sup>111</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2227979210803000/?type=3&theater> Acesso em: 7 fev. 2019.

segundo lugar, nos debruçamos sobre alguns aspectos da Campanha Natal Sem Veneno, organizada anualmente pelo MPA em diversos estados do Brasil, dentre eles o Rio de Janeiro.

Em uma consulta realizada no início de 2019 no site oficial do Raízes do Brasil<sup>112</sup>, a Feira Camponesa é descrita como “uma ótima forma de garantir uma alimentação saudável e apoiar a agricultura camponesa”. Com essa definição, é possível notar como a compra de alimentos na Feira Camponesa é apresentada como uma forma do consumidor urbano apoiar a agricultura camponesa.

No que se refere às Cestas Camponesas, Santos, Amarantes e Silva (2017, p. 10), estudantes extensionistas do projeto desenvolvido em parceria entre o MPA e a ESS/UFRJ, avaliaram os primeiros anos da atividade de comercialização das Cestas Camponesas<sup>113</sup>, verificando que o objetivo dessa iniciativa tem sido “alcançar as pessoas politicamente no que tange à alimentação saudável e também à valorização dos pequenos produtores, com a estratégia de aproximar a relação e o diálogo entre o campo e a cidade”. Os alimentos, identificados como um veículo de pautas políticas, são vistos como um mediador para aproximar tal relação entre campo e cidade, o que nos parece também, em última instância, uma das formas de fomentar a discussão em torno da valorização de pequenos agricultores.

Teixeira e Melo (2018), integrantes do Grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão Questão Agrária em Debate (QADE) da ESS/UFRJ, corroboram com mais elementos para esta análise. As autoras ao avaliarem os primeiros anos de comercialização da Cesta Camponesa, destacam que essa experiência possibilitou que o MPA ampliasse o debate político com os consumidores urbanos:

Muitos trabalhadores urbanos se aproximam do projeto em busca de alimentos orgânicos, mas a maioria tem o debate sobre a agroecologia e sobre a necessidade de organização produtiva dos camponeses como principal razão para participarem da Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis. [...] Entendemos que além de proporcionar o acesso da comunidade acadêmica e de trabalhadores urbanos a alimentos saudáveis, está sendo ampliado o debate político, dentro e fora da universidade, sobre as relações de consumo e trabalho, a “questão agrária” e as contribuições dos movimentos sociais para o fortalecimento da agricultura familiar e agroecológica (TEIXEIRA; MELO, 2018, p. 4).

Teixeira e Melo (2018) identificaram uma multiplicidade de razões que, em geral, motivam o contato de consumidores urbanos com o MPA. Conforme podemos observar, segundo as autoras, muitos consumidores da Cesta Camponesa têm como objetivo primário a busca de alimentos orgânicos. De forma distinta, porém articulada, muitos desses declararam que sua participação na Cesta Camponesa se deu pelo fato de esta se constituir como uma das formas que eles, enquanto consumidores, podem expressar seu apoio à agroecologia e à organização produtiva de camponeses. Com efeito, as autoras apontam para a existência de um movimento duplo: aumenta-se o acesso de consumidores urbanos a alimentos saudáveis, ao mesmo tempo em que se amplia o debate político sobre “relações de consumo e trabalho, a questão agrária e as contribuições dos movimentos sociais para o fortalecimento da agricultura familiar e agroecológica”.

---

<sup>112</sup> Disponível em: <http://raizesdobrasil.org.br/> Acesso em: 4 jan. 2019.

<sup>113</sup> Conforme exposto no Capítulo 2, as primeiras Cestas Camponesas foram comercializadas em 2015, como parte das atividades de um projeto de extensão da ESS/UFRJ em parceria com o MPA, tendo suas atividades concentradas no Campus da Praia Vermelha dessa universidade, localizado no bairro da Urca, zona sul do Rio de Janeiro/RJ. Em meados de 2017, após a abertura do Raízes do Brasil, as atividades da Cesta Camponesa passaram a ser organizadas nesse espaço.

A Campanha Natal Sem Veneno, por sua vez, é uma campanha nacional do MPA, iniciada em 2016, presente em alguns estados brasileiros, dentre eles o Rio de Janeiro<sup>114</sup>. De acordo com o site oficial do MPA<sup>115</sup>, essa Campanha faz parte do projeto nacional “Aliança Camponesa e Operária por Soberania Alimentar”, tendo como objetivo “incentivar o cultivo da vida, em um momento de reflexão em que os trabalhadores estão se reunindo em torno da mesa para celebrar”.

Inspirada no relativo sucesso da produção e distribuição periódica de Cestas Camponesas na região metropolitana do Rio de Janeiro, a Campanha Natal Sem Veneno se materializa, de forma geral, na comercialização de cestas de alimentos comemorativas para a época de final de ano, com algumas variações de itens entre os estados. Uma comparação entre as duas iniciativas – Cestas Camponesas e cestas da Campanha Natal Sem Veneno – evidencia o destaque da temática da saúde ligada ao consumo de alimentos sem agrotóxicos em sua versão comemorativa.

Em novembro de 2017, durante os primeiros meses de funcionamento do Raízes do Brasil, foi realizado o lançamento da Campanha Natal Sem Veneno, com uma fala breve de Humberto Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA e da Coordenação Geral do Raízes do Brasil, durante o Café da Manhã Camponês, posteriormente divulgada no canal oficial de vídeos do MPA<sup>116</sup>. Palmeira apresentou a Campanha e o posicionamento do MPA para o ano em curso, cuja chamada foi “Campanha Natal Sem Veneno – Ato de Solidariedade, Saúde e Soberania!”. A escolha desses três pilares revela de forma nítida a incorporação da questão da “saúde” nas pautas do MPA, bem como a importância para o movimento de estímulo aos processos de (re)conexão entre produção e consumo identificados na expressão solidariedade.

No ano seguinte, em 2018, a Campanha foi relançada em nível nacional e também no Rio de Janeiro. Evandro Apolonio, membro da Coordenação de Comercialização e Abastecimento Popular do Raízes do Brasil, em uma entrevista ao *Brasil de Fato*<sup>117</sup>, reiterou os objetivos da Campanha Natal Sem Veneno, explicando que sua proposta “é levar alimento saudável às famílias do campo e da cidade, visando à questão da aliança camponesa e operária que o MPA vem debatendo. É uma forma de presentear a pessoa que recebe a cesta e também pensar na questão da alimentação, já que a maior parte dos alimentos vêm envenenados”. Nesse sentido, as cestas comemorativas são identificadas como uma das ações concretas do projeto de construção da “aliança camponesa e operária” defendida pelo movimento, além de serem apontadas como uma possibilidade de “pensar na questão da alimentação” e comparar os alimentos saudáveis comercializados pelo MPA com os alimentos “convencionais” que, em sua maioria, são “envenenados”.

---

<sup>114</sup> A Campanha Natal Sem Veneno do MPA começou em 2016 quando, ao longo do mês de dezembro, foram entregues mais de 500 Cestas Camponesas comemorativas em determinadas cidades e regiões dos estados do Espírito Santo, Paraná, Rio de Janeiro e São Paulo. Em 2017, a atividade se expandiu para os estados de Pará, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Em 2018, a Campanha ocorreu nos estados da Bahia, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Sergipe. Mais informações estão disponíveis no site oficial do MPA: <https://mpabrasil.org.br/> Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>115</sup> A matéria “Campanha Nacional do MPA Garante Natal Sem Veneno na Mesa dos Trabalhadores” foi publicada no site oficial do MPA em 22 dez. 2016 e está disponível em: <https://mpabrasil.org.br/campanha-nacional-do-mpa-garante-natal-sem-veneno-na-mesa-dos-trabalhadores/> Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>116</sup> O vídeo “Campanha Natal Sem Veneno (2017) – MPA” foi publicado em 18 de nov. de 2017 e está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ak2XP599fPM> Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>117</sup> A matéria “Campanha “Natal Sem Veneno” vende alimentos livres de agrotóxicos, no Rio de Janeiro” foi publicada no *Brasil de Fato* em 17 dez. 2018 e está disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/12/17/campanha-natal-sem-veneno-vende-alimentos-livres-de-agrotoxicos-no-rio-de-janeiro/> Acesso em: 10 jan. 2019.

Essa diferenciação foi também tema de uma das peças de divulgação da Campanha que circulou em 2018 nas mídias sociais do MPA e do Raízes do Brasil. Uma delas é apresentada a seguir na Figura 9. O foco dessa peça de divulgação foi, em especial, o tema da saúde. Em forma de resposta a uma questão retórica (“Você sabe porquê o alimento agroecológico é mais saudável que o convencional?”), o MPA diferencia a produção agroecológica da convencional.



**Figura 9.** Divulgação nas mídias sociais da III Campanha Natal Sem Veneno do MPA, 2018.

Fontes: Páginas oficiais do *Facebook* do MPA e do Raízes do Brasil<sup>118</sup>

O conteúdo da divulgação revela que no âmbito da saúde, o movimento defende que seus alimentos são produzidos sem veneno nem transgênicos, e não causam doenças como o câncer. Na dimensão socioambiental, eles respeitam a natureza e não cometem injustiças sociais. E, por fim, são destinados tanto às pessoas do campo, quanto às da cidade.

Em outra peça de divulgação da mesma Campanha nas redes sociais do MPA e do Raízes do Brasil (Figura 10), a questão central concentra-se na solidariedade. O texto dessa divulgação, claramente direcionado ao “povo da cidade”, inicia com a seguinte questão: “Você sabe como o consumo de alimentos agroecológicos pode ser um ato de solidariedade?”.

<sup>118</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/mpacampesinato/photos/a.381495361901794/2148788048505841/?type=3&theater>, <https://www.facebook.com/mpacampesinato/photos/a.381495361901794/2150323808352265/?type=3&theater> e [https://www.facebook.com/pg/raizesdobrasilrj/photos/?tab=album&album\\_id=1914052722195652](https://www.facebook.com/pg/raizesdobrasilrj/photos/?tab=album&album_id=1914052722195652) Acesso em: 10 jan. 2019.





**Figura 10.** Divulgação nas mídias sociais da III Campanha Natal Sem Veneno do MPA, 2018.

Fontes: Páginas oficiais do *Facebook* do MPA e do Raízes do Brasil<sup>119</sup>

A retomada, pelo segundo ano consecutivo, da pauta da solidariedade reforça os modos pelos quais os processos de politização do consumo vêm sendo utilizados pelo MPA para angariar apoio às suas propostas e agendas políticas. O texto da peça esclarece que ao “comprar alimentos da agricultura camponesa você fortalece as formas de produção agroecológicas”, demonstrando como o consumidor urbano é percebido como um aliado das causas da “manutenção da vida e raízes alimentares” e da “diversidade” defendidas pelo MPA.

Divulgações como essas, se alinham ao fato de que as dimensões políticas e politizadoras do comer, da comida e da alimentação têm sido cada vez mais abordadas no contexto atual, onde a saudabilidade, a sustentabilidade e a valorização da origem do alimento se apresentam como tendências da alimentação contemporânea, conforme proposto por Barbosa (2009; 2016) e abordado anteriormente. Barbosa (2016) afirma que nos dias de hoje o comer, a comida e a alimentação possuem uma dimensão macropolítica. As discussões políticas que partem do alimento, desde a esfera de produção até o seu consumo, têm o potencial de impactar as populações favorecendo, por exemplo, a promoção da saúde, o acesso aos recursos básicos e a participação significativa no processo político de desenvolvimento de políticas públicas.

Nesse sentido, as iniciativas e os discursos que envolvem as experiências da Cesta Camponesa e da Campanha Natal Sem Veneno, organizadas pelo MPA e, nos anos mais recentes, em particular, no Raízes do Brasil, são exemplos do convite às ações de *buycott* que esse movimento social tem feito à consumidores urbanos.

<sup>119</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/mpacampesinato/photos/a.381495361901794/2148788048505841/?type=3&theater>, <https://www.facebook.com/mpacampesinato/photos/a.381495361901794/2150323808352265/?type=3&theater> e [https://www.facebook.com/pg/raizesdobrasilrj/photos/?tab=album&album\\_id=1914052722195652](https://www.facebook.com/pg/raizesdobrasilrj/photos/?tab=album&album_id=1914052722195652) Acesso em: 10 jan. 2019.

## **Desfeticização da mercadoria: “Você consegue desconstruir a imagem do agronegócio a partir da alimentação saudável no diálogo com as pessoas”**

Poulain (2013) pondera que, certamente, experimentamos na contemporaneidade uma abundância de alimentos, embora cada vez menos identificados e conhecidos, o que os torna preocupantes. Segundo o autor, nesse contexto, “o alimento torna-se pouco a pouco uma simples mercadoria” (POULAIN, 2013, p. 48). O alimento é visto como algo “sem identidade”, “sem qualidade simbólica”, “anônimo”, “sem alma”, “saído de um local industrial não identificado”, “dessocializado” (POULAIN, 2013).

Com efeito, em nossa pesquisa de campo focada no Raízes do Brasil, verificamos que dentro de uma disputa de narrativas do que é “alimento saudável”, o MPA vem procurando diferenciar a qualidade de seus alimentos através do processo que descrevemos ao longo deste trabalho como a desfeticização da mercadoria. Uma das maneiras pelas quais o MPA diferencia o seu tipo de produção é através da exposição das relações de produção que estão por trás de seus alimentos, as quais, por sua vez, passam a ser compreendidas como parte integrante daquilo que está sendo comercializado. Por meio dessas características, parece-nos que o MPA busca, em primeiro lugar, informar seus consumidores e, em segundo lugar, incentivá-los ao consumo de alimentos inseridos em contextos sociais e normativos complexos, o que é denominado por Micheletti (2003 *apud* STOLLE; HOOGHE; MICHELETTI, 2005) como a política por trás dos produtos (*politics behind products*).

Conforme afirma Miller (2007, p. 53), do ponto de vista teórico, essa é uma forma de fazer um apelo “para uma análise da cadeia de mercadoria na qual o objetivo é desfeticizar a mercadoria e mostrar as ligações humanas que são criadas através do capitalismo, não para valorizá-las, mas para reconhecê-las”. Nesse contexto, pode-se interpretar que as relações de produção são reveladas, invertendo o fetichismo da mercadoria através de um processo de desfeticização. Nesse caso, o alimento comercializado deixaria de esconder as relações de produção e a divisão social do trabalho pelo “véu do fetichismo” descrito por Marx, e essas passariam a figurar como elemento mediador capaz de construir laços entre a produtores e consumidores (BARBOSA; CAMPBELL, 2006; COCHOY, 2004; MILLER, 2007; PORTILHO; BARBOSA, 2016).

Essa variedade de concepções é também abordada pelo próprio MPA, em outros contextos. Um dos exemplos são as explicações a respeito da educação camponesa presentes em um material interno de preparação para o I Congresso Nacional do MPA, divulgado entre seus militantes, em 2014. Nesse material, Derli Cassali<sup>120</sup>, militante do MPA, trata de duas visões clássicas sobre produção capitalista baseadas nas contribuições de Marx: de um lado, refere-se ao processo de alienação, onde não se é sujeito do que está sendo produzindo, o que é fortemente associado ao conceito de fetichismo da mercadoria, e, na via oposta, descreve uma amplitude de significados que a produção pode assumir a depender das suas condições de produção:

Se [eu] não tenho domínio sobre o que estou produzindo, não estou vendo o produto de meu trabalho e seu significado para o conjunto das pessoas que produzem. Posso dizer que estou alienado ao produto feito por meio das minhas mãos, de meu pensar. É tendo consciência do significado da produção que passa por minhas mãos, que deixo de ser empregado para ser trabalhador, para ser sujeito daquilo que eu estou

---

<sup>120</sup> O texto possivelmente é de publicação póstuma, considerando que em 30 de abril de 2011, Derli Cassali e sua companheira Maria Izabel foram vítimas de um acidente de carro, na cidade de Seabra/BA. Desde então, o MPA assume o dia 30 de abril como “Dia Nacional da Memória Camponesa”.



produzindo, o que me leva a dizer, com todas as letras, o significado político, econômico, social, místico daquilo que estou produzindo em comunidade. (Derli Cassali, em *Caderno de Estudos*, n.1, MPA, 2014a, s/p.).

Para Cassali (2014), ter o domínio e a consciência sobre o que está sendo produzido preenche o trabalho e a produção de significados. Com a defesa e a prática do modo de vida camponês, o trabalho adquire um sentido “comunitário e coletivo” e um significado “político, econômico, social e místico”. Um exemplo disso, que pode ser interpretado como o processo de desfeticização da mercadoria, é ilustrado por Krauser (2015), quando ele diferencia o modo de produção camponês baseado no trabalho da agroecologia e da soberania alimentar, do modelo de produção do agronegócio:

O modelo de produção do agronegócio determina e subordina o processo de circulação dos produtos e os modos de consumo. Como o objetivo é gerar lucro para as empresas e não a soberania alimentar dos povos, a lógica capitalista determina processos que gerem lucro. Assim, o que vemos é um modo de produção em que as mercadorias (alimentos) circulam pelos continentes, viajam milhares de quilômetros para chegar na mesa das pessoas (KRAUSER, 2015, p. 31).

Krauser (2015, p. 49) complementa dizendo que o “trabalho da agroecologia, da soberania alimentar (que é muito) deixa de ser alienado, torna-se parte de quem produz, gera novas relações e outro nível de consciência nas famílias”. Para além do aspecto da produção, reconhece-se que a comercialização também precisa trazer elementos da relação social, econômica e ambiental. A comercialização “deve comunicar isso a quem consome, para que aqueles que comprem o produto compreendam que estão incentivando um modo de vida, estão consumindo um produto que tem um processo, tem uma origem definida” (KRAUSER, 2015, p. 45).

Corroboram com essa proposta de “desfeticizar” os alimentos produzidos pelos camponeses do MPA, alguns dos critérios táticos-estratégicos de natureza política, que foram adotados no Plano Camponês:

**Lutas de caráter tático:** luta por políticas públicas de resistência e fortalecimento do campesinato. [...] **Políticas públicas que superem a concepção industrial:** da natureza como estoque de recursos e da agricultura como ramo subordinado da indústria capitalista; e **que ligue campo e cidade:** estabeleça a conexão entre quem produz e quem consome, quebrando o caráter fetichista da indústria como produtora de alimentos (LEAL; GÖRGEN, 2015, p. 93, grifos do autor).

Essas formulações, presentes na seção *Desafios da agricultura camponesa no século XXI*, do *Relatório da Rede Social de Justiça e Direitos Humanos – Direitos Humanos no Brasil 2015*, de autoria de Marcelo Leal e Frei Sérgio Görgen, militantes do MPA, apontam as sugestões elaboradas pelo MPA de um novo quadro de políticas públicas de caráter antiliberal, que seja capaz de superar a concepção industrial e ligar campo e cidade de forma efetiva. Para Leal e Görgen (2015), a luta por políticas públicas que estabeleçam a “conexão entre quem produz e quem consome” é um dos aspectos táticos para romper com o “caráter fetichista” da indústria. Nesse sentido, o reposicionamento das agendas de luta do MPA em torno das temáticas da “aliança com a cidade” e da “produção de comida saudável”, nos apontam para novos objetivos do movimento, que consistem em politizar o consumo e angariar o apoio e a solidariedade de consumidores urbanos.

Destarte, a principal proclamação identificada é o antagonismo apontado entre MPA e agronegócio (COSTA, 2011; KRAUSER, 2015; MPA, 2012; SANTOS, 2012), o qual se

expressa essencialmente nos seus distintos modos de produção e na qualidade os alimentos que produzem. Palmeira, em entrevista cedida para esta dissertação, esclarece que a necessidade de se posicionar, diferenciando seu modo de produção e a qualidade de seus alimentos daqueles do agronegócio, foi uma das razões que motivou o MPA a estruturar o espaço Raízes do Brasil:

Porque a gente já está observando nesse momento que as próprias corporações incorporaram esse debate do orgânico etc. e tal. Então, a gente precisava se posicionar. E nada melhor que você ter um espaço físico para preparar os alimentos para poder apresentar, para fazer feira, para apresentar o movimento e apresentar o movimento com uma pauta ampla, que é a alimentação, né? Assim, você consegue “extensionar” com organizações e com pessoas, quando você coloca a questão dos alimentos saudáveis. Você consegue desconstruir a imagem do agronegócio a partir da alimentação saudável no diálogo com as pessoas (informação verbal)<sup>121</sup>.

Frente ao que o MPA entende como apropriação ou cooptação das pautas dos movimentos sociais pela ordem industrial, exemplificada aqui pelo debate sobre os alimentos orgânicos, uma das soluções encontradas pelo MPA foi a abertura de um espaço físico para comercializar e preparar alimentos e, sobretudo, para apresentar o movimento para a sociedade mais ampla e disputar narrativas. Esse diálogo com as pessoas sobre alimentação saudável, na visão do MPA, possibilitaria a desconstrução de uma imagem positiva do agronegócio mais comumente veiculada para o público geral<sup>122</sup>.

Assim sendo, se, por um lado, autores como Poulain (2013) percebem que a globalização, a industrialização e a urbanização estão associadas a mudanças sociais sem precedentes que modificam os modos de vida, sobretudo alterando fundamentalmente os vínculos que uniam as pessoas aos alimentos; por outro lado, observamos que o MPA, de forma semelhante a outros movimentos sociais, coletivos e iniciativas, vem empreendendo uma série de esforços para conectar o consumidor à origem de sua produção.

O fato de “ter um processo” conhecido e uma “origem definida” são atributos enfatizados em seu discursos e ações, por considerarem que isso confere aos alimentos uma qualidade diferenciada: a “qualidade do MPA”. Informações disponíveis no início de 2019 no site oficial do Raízes do Brasil sobre as Feiras Camponesas descrevem o que entendem por “qualidade do MPA”:

Os produtos *in natura* chegam até o Raízes através de famílias camponesas da Baixada Fluminense e região serrana, como Teresópolis e Lumiar. Tudo sem veneno, sempre fresco e com a qualidade do MPA – Movimento dos Pequenos Agricultores (Site oficial Raízes do Brasil<sup>123</sup>, acesso em jan. 2019).

A identificação da origem dos produtos *in natura*, o modo de produção e o frescor são alguns dos indicadores da “qualidade do MPA”. Vale ressaltar que apesar da alegação de que os alimentos são “do MPA”, o Raízes do Brasil comercializa também alimentos produzidos por outros movimentos sociais do campo: “Além de vir produtos da base do MPA, nós fortalecemos a relação que nós tínhamos com movimentos da Via Campesina, no caso o MST

<sup>121</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

<sup>122</sup> Um exemplo é a campanha midiática “Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é tudo” da Rede Globo, iniciada em 2016.

<sup>123</sup> Disponível em: <http://raizesdobrasil.org.br/> Acesso em: 4 jan. 2019.

e o MAB. Então, produtos das bases sociais do MAB e do MST vêm para esse espaço também”, comenta Palmeira<sup>124</sup>.

De qualquer forma, pudemos observar outros atributos que, de forma exclusiva ou combinada, são associados pelo MPA aos alimentos comercializados no Raízes do Brasil: são alimentos de “origem” conhecida, produzidos “sem veneno” por “camponeses”, sendo também “agroecológicos” e “saudáveis”, e comercializados a um “preço justo”. Tais características mobilizam questões locais, nacionais e globais, as quais, como defende o MPA, conferem qualidade superior e garantida aos seus alimentos. Certamente, esses são apenas os atributos enfatizados por nós para os propósitos desta discussão. Muitos outros poderiam ser abordados, como a valorização da origem na agricultura familiar<sup>125</sup>, o enaltecimento de aspectos nutricionais<sup>126</sup> e adequação às normas sanitárias<sup>127</sup>. Entretanto, nossa seleção se baseou nos atributos que consideramos mais presentes e com impactos mais significativos para a análise do processo de desfeticização da mercadoria, conforme descrito por autores como Barbosa e Campbell (2006), Cochoy (2004) e Portilho e Barbosa (2016).

O que esse conjunto de adjetivos parecem ter em comum é o desejo do MPA de enfatizar que a dimensão política do consumo alimentar abrange múltiplas origens relacionadas à complexidade atual do campo da alimentação, como o conhecimento científico sobre saúde e nutrição; o processo de globalização, que desconecta os produtos de suas origens; o movimento ecológico, que denuncia as implicações ambientais decorrentes do tipo de agricultura e de dieta que as sociedades ocidentais contemporâneas adotam; os movimentos em defesa dos animais, que advoga por relações mais éticas com os animais e com o meio ambiente; e, como foco principal desta análise, os movimentos sociais em defesa de populações que vivem de métodos tradicionais de produção e se encontram ameaçadas pelas transformações ocorridas no campo (BARBOSA, 2009; PORTILHO; CASTAÑEDA; CASTRO, 2011).

---

<sup>124</sup> Em setembro de 2018, foi inaugurado pelo MST o Armazém do Campo, no centro do Rio de Janeiro/RJ. O espaço fica localizado a 2 km de distância do Raízes do Brasil e, ainda segundo Palmeira, apesar da proximidade e de uma possível concorrência, o que tem acontecido é “uma solidariedade entre as duas experiências”.

<sup>125</sup> Apesar de ao longo da trajetória histórica do MPA, o movimento ter renunciado o uso da categoria “agricultura familiar”, preferindo se referir à agricultura camponesa, nota-se que essa é uma categoria acionada em uma parcela dos rótulos de alimentos comercializados no Raízes do Brasil, que possuem o Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar (Sipaf), criado pelo Governo Federal em 2009.

<sup>126</sup> Um dos raros momentos em que as declarações do MPA e, em particular, do Raízes do Brasil se concentram na alegação das propriedades do conteúdo nutricional dos alimentos e seus efeitos para a saúde foi encontrado em uma divulgação sobre o mesocarpo de babaçu, em novembro de 2018, reproduzida parcialmente a seguir: “Indicado para prisão de ventre, colite, obesidade e com propriedades anti-inflamatórias e analgésicas (o que o torna também indicado no tratamento de artrite reumatóide, prostatite, úlceras, cansaço físico e mental, esgotamento, tumores e inflamações em geral), o Mesocarpo de Babaçu está de volta em nossa Loja Camponesa!”. Disponível em: <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1913571172243807/2180355692232019/?type=3&theater> Acesso em: 15 jan. 2019.

<sup>127</sup> Um caso que ilustra a reivindicação por uma legislação sanitária adequada à agricultura camponesa é a apreensão de uma série de alimentos pelo Ministério de Agricultura, Agropecuária e Abastecimento (MAPA) no Mercado Popular de Alimentos do MPA, no Espírito Santo, em 25 de maio de 2012. Em 2 de junho do mesmo ano, foi organizada uma audiência pública com mais de 350 camponesas e camponeses da região norte capixaba. Na ocasião, Raul Krauser pontuou: “Não defendemos uma produção desregulamentada, sem controles, mas isso não significa que tenhamos que ter uma legislação imposta, baseada na realidade das grandes produções. Reivindicamos uma legislação específica e adaptada à realidade da pequena produção da agricultura camponesa, para continuarmos produzindo alimentos saudáveis, ao nosso modo, sem uso de venenos e químicas, com respeito à nossa cultura”. Mais informações estão disponíveis em: <https://mpabrasiles.wordpress.com/2012/07/03/968/> Acesso em: 10 jan. 2019.

Em uma entrevista para o *Brasil de Fato*, Humberto Palmeira, apresenta o Raízes do Brasil como um espaço onde, na sua opinião, as pessoas sabem de onde vem cada produto e podem, assim, ter acesso a uma alimentação de qualidade agroecológica e origem conhecida:

É um espaço onde as pessoas podem se encontrar, ter acesso a uma alimentação de qualidade, agroecológica. Aqui as pessoas sabem de onde vem cada produto. Esse é um espaço que aproxima campo e cidade (Humberto Palmeira, membro da Coordenação Nacional do MPA, em entrevista ao *Brasil de Fato*<sup>128</sup> em abr. 2017).

Informar as pessoas sobre a origem dos alimentos é apontado pelo MPA como um dos atributos que faz com que esses alimentos sejam considerados como parte de uma “alimentação de qualidade”<sup>129</sup>.

A valorização da origem<sup>130</sup> parece ser outro elemento que preenche o alimento de significados. Por meio dela, é possível examinar quem produziu, como foi produzido e os caminhos percorridos pelo alimento até chegar ao consumidor final, desfetichizando o alimento. Como afirma, Barbosa (2009, p. 40), “o produto e a sua produção tornaram-se indissociáveis”. A identificação da origem dos alimentos opera, assim, como uma das formas de politizar o mercado, em que compra desses alimentos atua e representa um rompimento com o fetichismo da mercadoria (BARBOSA, 2009; COCHOY, 2007).

Segundo Barbosa (2009), ironicamente, em uma perspectiva de desfetichização da mercadoria, o mercado se tornou o meio pelo qual se trava a batalha contra os seus próprios abusos, criando um novo tipo de produto que agrega as qualidades objetivas dos bens e serviços às considerações por questões éticas e socioambientais. Essas últimas questões se tornam capazes de revestir os alimentos de uma qualidade adicional. Com isso, emerge um “novo tipo de consumo e de consumidor”, para os quais os tradicionais critérios de gosto, sabor e preço deixam de ser suficientes.

Nesse contexto, Barbosa (2009) indica que as embalagens se constituem uma das formas principais de comunicar tais informações. Observa-se que muitas delas passam a privilegiar menos o prazer, e mais a dimensão ética, ecológica e autêntica dos produtos que embalam. Um exemplo é a embalagem do “Café do Campesinato” produzido pela Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa da Bahia (CPC/BA) e comercializado no Raízes do Brasil Figura 11.

---

<sup>128</sup> A matéria “Camponeses do MPA abrem casa de produtos agroecológicos no Rio de Janeiro” foi publicada no *Brasil de Fato* em 8 jun. 2017 e está disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2017/06/08/camponeses-do-mpa-abrem-casa-de-produtos-agroecologicos-no-rio-de-janeiro/> Acesso em: 22 jul. 2018.

<sup>129</sup> Contudo, entendemos também que vale ressaltar que como não foi nosso objetivo analisar a percepção dos consumidores sobre o MPA, o Raízes do Brasil e nem mesmo sobre os alimentos por eles comercializados, não podemos confirmar a percepção de Palmeira.

<sup>130</sup> Para um maior aprofundamento nos debates sobre indicação, valorização e denominação de origem dos alimentos, ver também Wilkinson, Niederle e Mascarenhas (2017).



**Figura 11.** “Café do Campesinato” produzido pela CPC/BA e comercializado no Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2019.

Fonte: Acervo pessoal

Essa embalagem apresenta em sua parte frontal o Sipaf com os dizeres “aqui tem agricultura familiar”; no seu verso, ao lado dos símbolos do MPA e da CPC/BA, comunica a seguinte mensagem:

A diversidade do Brasil pode ser experimentada através do Café. O Sudoeste baiano possui características próprias que fazem do café produzido ali único e de um sabor marcante. Este café é produtivo por camponeses que praticam o cultivo agroecológico, respeitando a comunidade e a biodiversidade local.

Por meio desse caso específico, observa-se que os critérios nutricionais e de prazer (estética) são complementados, ou até mesmo substituídos, por informações sobre as relações de produção (ética). Barbosa (2009, p. 42) explica que alguns consumidores estariam dispostos a pagarem mais por alimentos de origem identificada, já que ao “colocarem no prato metaforicamente estão votando nas empresas e nos mercados virtuosos em detrimentos dos demais”. Se, do lado teórico, reforça-se que consumidores com suas carteiras e garfos apoiam certos mercados, nos parece que esses exemplos empíricos nos mostram que movimentos sociais do campo, como o MPA, vêm buscando também a atenção de consumidores, seus pratos e suas xícaras de café.

Nesse quesito, um dos atributos característicos observados nas atividades organizadas pelo Raízes do Brasil é a reivindicação das noções de “camponês” e “campesinato”. O adjetivo e suas variações, além de acompanhar as denominações das principais atividades realizadas no espaço (Cesta *Camponesa* de Alimentos Saudáveis, Feira *Camponesa* e Café da Manhã *Camponês*, grifos nossos), também descreve alguns produtos disponíveis para compra e consumo no cardápio do Raízes do Brasil. O “Café do Campesinato” supracitado (Figura 11) e a “Cachaça Crioula – Produto do Campesinato”, produzida pela Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Espírito Santo (CPC/ES) e comercializada no Raízes do Brasil, apresentada na Figura 12, são alguns desses exemplos.



**Figura 12.** “Cachaça Crioula – Produto do Campesinato” produzida pela CPC/ES e comercializada no Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2019.

Fonte: CPC/ES<sup>131</sup>

Outra alegação comum atribuída aos alimentos comercializados no Raízes do Brasil é o fato de esses serem agroecológicos, orgânicos, sem veneno e saudáveis. Uma das situações que ilustra esse processo analisado por nós como desfestichização da mercadoria são as duas opções de açúcar oferecidas durante o Café da Manhã Camponês, em que se nota uma carga semântica na descrição proposta pelo Raízes do Brasil em relação ao conteúdo nutricional e à valorização de origem desses alimentos. Um deles é o açúcar mascavo identificado como “produto agroecológico rico em nutrientes”, do Rio Grande do Sul/RS. O outro é o açúcar cristal descrito como “produto industrializado desprovido de nutrientes” (Figura 13).

<sup>131</sup> Disponível em: <https://cirandas.net/profile/alimentossaudaveis/plugin/products/page/show/299757> Acesso: 15 dez. 2018.





**Figura 13.** Registro de trabalho de campo: Opções de açúcar disponíveis no Café da Manhã Camponês, Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2018.

Fonte: Acervo pessoal

Do ponto de vista calórico, por exemplo, ambos apresentam exatamente o mesmo aporte de calorias por grama, no caso quatro calorias. Em termos de aporte nutricional, o açúcar mascavo quando comparado ao açúcar cristal, devido ao seu menor grau de processamento e refinamento, apresenta uma maior quantidade de vitaminas e minerais. Contudo, cabe salientar, que apesar das recomendações nutricionais em geral priorizarem alimentos menos refinados, o açúcar dentro de uma orientação nutricional se configura um caso particular. Por ser um ingrediente culinário cujo uso é recomendado em quantidades moderadas, não é em geral considerado como fonte de micronutrientes, como vitaminas e minerais. De qualquer maneira, uma análise focada exclusivamente na tabela nutricional de alimentos não poderia afirmar que o açúcar cristal, por ser industrializado, é necessariamente desprovido de nutrientes.

Evidencia-se uma conceituação do próprio MPA que, em termos comparativos, vincula alimentos agroecológicos de origem conhecida a uma “fonte de nutrientes”, enquanto alimentos industrializados são considerados como isentos de conteúdo nutricional. Isso demonstra, mais uma vez, que a questão central do MPA se aproxima mais de uma defesa ideológica do modo de produção camponês, e um antagonismo com relação ao modo de produção industrial do agronegócio, do que uma discussão literal sobre o valor nutricional dos alimentos. Sendo que, uma visão com foco exclusivo para os nutrientes vem sendo criticada inclusive no campo da Nutrição<sup>132</sup>.

<sup>132</sup> Nutricionismo é um termo cunhado por Gyorgy Scrinis em seu livro *Nutritionism: The Science and Politics of Dietary Advice*, que se popularizou em 2008 por Michael Pollan através de seu livro *In Defense of Food: An Eater's Manifesto*, publicado no Brasil sob o título *Em Defesa da Comida: um Manifesto*. Nutricionismo, em linhas gerais, se refere a uma concepção reducionista que compreende os nutrientes como os indicadores-chaves de uma alimentação saudável. Uma das críticas centrais articuladas a essa noção é a possibilidade de distorcer a compreensão das pessoas sobre o que é um alimento saudável, uma vez que produtos ultraprocessados, especialmente aqueles que em formulações especiais nas versões *light* e *zero*, dentre outras denominações, podem, por essa ótica, ser considerados saudáveis dependendo do seu conteúdo de nutrientes que fazem “bem” ou “mal” a saúde.

Com esse mesmo exemplo, é possível notar também que, durante o Café da Manhã, os itens são identificados com o nome e a origem do alimento servido, considerando o assentamento ou a cooperativa responsável pela sua produção e, em alguns casos, o nome da pessoa que o produziu. Na Figura 14 podem ser vistos alguns outros exemplos: “Canjica – com milho livre de transgênicos/Cozinha Raízes do Brasil”, “Mandioca cozida – Assentamento Campo Alegre/Queimados”, “Inhame e batata doce – Orgânicos/Sítio Boa Ventura/Teresópolis”, “Tahine e Pasta de amendoim – Agroecológica/Produção artesanal por Miria – MPA”.



**Figura 14.** Divulgação nas mídias sociais de alimentos servidos Café da Manhã Camponês identificados por nome e detalhes de sua origem, Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2018.

Fonte: Página oficial do *Facebook* do Raízes do Brasil <sup>133</sup>

O mesmo ocorre com os alimentos encomendados por meio das Cestas Camponesas, conforme demonstra a Figura 15. É possível selecionar os alimentos por produtor, como no caso das “hortaliças produzidas pelo Luiz Manoel Ventura” e dos diferentes tipos de berinjela do “camponês Rodrigo do Assentamento Campo Alegre”, ou ainda dos alimentos das cooperativas e/ou assentamentos, como no caso do “flocão de milho da Cooperativa Agropecuária Mista Regional de Irecê (Copirecê)”, da Bahia, e do “açúcar da Cooperativa de Produtores Orgânicos e Biodinâmicos da Chapada Diamantina (Cooperbio)”, do MPA/RS. No espaço do site reservado às encomendas também se encontram categorias mais genéricas como “produção do MPA – Espírito Santo” e “MPA – RJ”.


<sup>133</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2027416974192559/?type=3&theater> e <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1913571172243807/2165534663714122/?type=3&theater> Acesso em: 10 jan. 2019.





## Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis

### SISTEMA DE PEDIDOS



Bem-vindo(a), Jenny
🏠 Início
🛒 Meus Pedidos
📞 Contatos
🔗 Ajuda
👤 Minha Conta ▾

---

**Pedido de Frescos - 15/12/2018**

**Cestante:** Jenny ((11) 98038-7664)
**Núcleo de Entrega:** Copacabana
**Associado:** Não

**Status do Pedido:** Enviado (última atualização em 09/12/2018 15:42)

Produtor/Produto	Descrição	Preço para	Preço para	Pedido	Total (R\$)
<b>Cooperativa Agropecuária M</b>					
Flocão de Milho (Cuscuz) ⓘ	Milho plantado, colhido, secado e moído, o milho utilizado pela cooperativa é cultivado pelos 552 cooperados, camponeses e camponesas, resulta no flocão de milho, produzido pela Cooperativa Agropecuária Mista Regional de Irecê (Copirecê). É o único não transgênico da Bahia			2,00	14,00
<b>Cooperbio (MPA - RS)</b>					
Açúcar Mascavo				1,00	8,00
<b>Luiz Manoel Ventura</b>					
Alface Mimososa	pé	2,50	2,50	1,00	2,50
Alface Roxa	pé	2,50	2,50	1,00	2,50
Cenoura	Molho	5,00	5,00	1,00	5,00
Couve	Molho	2,50	2,50	1,00	2,50
<b>Rodrigo Assentamento Campo Alegre</b>					
Berinjela Branca <span style="background-color: orange; padding: 2px;">entrega parcial</span>	1 kg	5,50	5,50	1,00	5,50
Berinjela Tupi <span style="background-color: orange; padding: 2px;">entrega parcial</span>	1 kg	5,50	5,50	1,00	5,50

**Figura 15.** Registro de trabalho de campo: Exemplo de tabela de pedidos para a encomenda da Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis, Raízes do Brasil, Rio de Janeiro/RJ, 2019.

Fonte: Reprodução de uma das páginas do site de encomendas de Cestas Camponesas, MPA.

No site de encomendas da Cesta Camponesa, há também a possibilidade de consultar mais detalhes sobre alguns dos alimentos e seus produtores. Na Figura 15, podemos observar um desses exemplos; ao clicar no ícone para mais informações sobre o “flocão de milho”, encontra-se a seguinte descrição: “Milho plantando, colhido, secado e moído, o milho utilizado pela cooperativa é cultivado pelos 552 cooperados, camponeses e camponesas, resultado no flocão de milho, produto pela Cooperativa Agropecuária Mista Regional de Irecê (Copirecê). É o único não transgênico da Bahia”. Desse modo, evidencia-se que tanto no restaurante do Raízes do Brasil, quanto no site de encomendas da Cesta Camponesas há uma preocupação em divulgar as informações acerca da origem dos produtos, como uma característica que agrega qualidade aos alimentos e preparações, desfeticizando-os, o que, em última instância, parece ser uma forma de aproximar MPA, produtores e consumidores, construindo alianças, compromissos e solidariedades entre esses atores.

Outro atributo que se soma à nossa interpretação de que há um processo em curso de desfeticização da mercadoria é a discussão presente no Raízes do Brasil sobre a comercialização de alimentos a preço justo. Em diálogo com o objetivo geral do MPA que visa garantir a soberania alimentar para as famílias camponesas e “todo o povo brasileiro”, bem como do objetivo específico do Raízes do Brasil de reconhecer camponesas e

camponeses como partes fundamentais do processo de comercialização e não como meros fornecedores, uma das prioridades observadas nesse espaço é a comercialização de alimentos a um preço considerado justo. Na primeira fase desse processo, é o produtor quem determina o preço dos alimentos e outros produtos comercializados no Raízes do Brasil. Depois, o preço final que chega aos consumidores é resultado da soma desse valor com as despesas de infraestrutura e logística, além de, quando aplicável, do total de custos com o preparo de alimentos.

Tudo isso nos leva à constatação dos esforços que vêm sendo realizados pelo MPA para “desfetichizar” seus alimentos, bem como para (re)estabelecer uma união e integração entre os polos identificados como campo e cidade, bem como produtores e consumidores. Nos parece que as relações entre MPA e consumidores urbanos têm se dado de forma cada vez mais direta, encurtando as cadeias e se constituindo como uma das estratégias utilizadas para a formação e a manutenção de vínculos entre movimentos social e consumidores urbanos.

### **Encurtamento das cadeias: “agricultura não é indústria” e “agricultura camponesa não é supermercado”**

São inúmeras as tentativas do MPA de contestar e contrapor-se às lógicas e aos modos dominantes do sistema agroalimentar, nos quais predominam grandes corporações agroindustriais e varejistas, cadeias longas e pouca transparência sobre a origem dos produtos. Raul Ristow Krauser, camponês, técnico em agropecuária, economista e membro da Coordenação da Secretaria Nacional do MPA em Brasília, em uma publicação já citada ao longo desta dissertação, esclarece que a priorização de circuitos curtos articula-se à necessidade de que a produção camponesa subverta a subordinação aos modelos de produção e circulação do agronegócio:

É necessário desenvolvermos e termos instrumentos que garantam o controle da circulação através de cooperativas, associações, feiras agroecológicas, etc. Somente a venda direta ao consumidor quebra a subordinação. O consumidor pode ser as famílias diretamente ou o estado para o uso nas escolas, merenda escolar, creches, restaurantes populares, etc. (KRAUSER, 2015, p. 31).

A afirmação de que “somente a venda direta ao consumidor quebra a subordinação” demonstram como as relações de produção e consumo propostas pelo MPA representam uma alternativa ao modelo de produção dominante do agronegócio<sup>134</sup>, o que reforça mais uma vez a importância da defesa ideológica da produção camponesa para o movimento. Vale resgatar, conforme abordado no Capítulo 1, que desde os primeiros anos de formação e atuação do MPA podem ser observadas menções claras à importância da comercialização direta para o movimento, que de certa forma já entreviam a incorporação das dinâmicas da esfera do consumo.

---

<sup>134</sup> Corroboram com essas análises sobre a importância da venda direta pelo MPA as discussões propostas por Santos (2012, p. 157), em sua dissertação de mestrado sobre o MPA e a soberania alimentar no Território do Alto Sertão Sergipano, as quais apontam que na concepção do movimento há uma primazia “pela venda direta ao consumidor, feiras e mercados informais, de maneira que atenda com boa rentabilidade aos camponeses e com preços baixos para os trabalhadores urbanos. Esse processo ressalta uma alternativa de comercialização, que escapa aos formatos que contemplam os mercados formais e atravessadores, considerando uma relação direta com o trabalhador”.

Cabe ressaltar, que embora o MPA, suas lideranças e militantes possam ser considerados como intermediários da relação entre produtores e consumidores, a “venda direta” é compreendida pelo movimento de modo abrangente, considerando desde a comercialização em feiras agroecológicas para o consumidor final até o abastecimento do mercado institucional por meio de cooperativas e associações.

Nesse sentido, o encurtamento das cadeias está atrelado a alguns dos processos que foram descritos anteriormente, tais como: a desfetichização da mercadoria, a valorização da origem dos alimentos e a remuneração justa aos camponeses. Estabelecem-se, assim, relações cada vez mais próximas, onde o alimento se movimenta de forma direta: dos produtores, para o Raízes do Brasil; do Raízes do Brasil, para os consumidores urbanos.

Um exemplo dessa comparação entre os modos de produção camponesa e o modelo agroindustrial é apresentado nos objetivos centrais da Cesta Camponesa comercializada por meio do Raízes do Brasil. Em uma consulta realizada em 2019 ao site oficial de encomendas, encontra-se o seguinte posicionamento:

Nosso objetivo é contribuir com a distribuição de alimentos diretamente da produção camponesa para a cidade, fazendo com que os alimentos saudáveis cheguem até a mesa dos trabalhadores. Esse trabalho faz parte da "Aliança Camponesa e Operária por Soberania Alimentar"! Com isso contribuímos com o fortalecimento do movimento camponês e com a eliminação da lógica de produção e distribuição de alimentos fundada no complexo sistema agroindustrial (transgênicos, agrotóxicos, e redes de supermercados) (Site oficial Cestas Camponesas de Alimentos Saudáveis<sup>135</sup>, MPA, acesso em jan. 2019).

Nessa declaração, o MPA se coloca como um dos atores do sistema agroalimentar que contribui especificamente para a produção e distribuição alimentos saudáveis. Conforme apontam as conclusões Niederle e Wezs Junior (2018) sobre a convenção em curso acerca da alimentação saudável, a produção camponesa é identificada como àquela que produz alimentos saudáveis, distinguindo-se do modo de produção do sistema agroindustrial, o qual está pautado na comercialização por grandes redes varejistas de alimentos transgênicos, produzidos com aplicação de agrotóxicos. Destaca-se nessa proposta a defesa de um escopo de comercialização que prioriza a relação direta entre produtores e consumidores, negando necessariamente contato com certos intermediários, como, por exemplo, as redes de supermercado. Em diálogo com as demais formulações abordadas, nota-se nesse caso, de forma simultânea, o incentivo ao *buycott* de “alimentos diretamente da produção camponesa” e ao boicote<sup>136</sup> de alimentos que tenham sua produção fundada no sistema agroindustrial.

Cabe destacar que, nesse caso, percebe-se um posicionamento mais geral do MPA voltado para a comercialização com um público específico de consumidores, o qual, por

<sup>135</sup> Disponível em: <http://www.cestacamponesa.com.br/estatica/index.php> Acesso em: 4 jan. 2019.

<sup>136</sup> Apesar de não ter sido foco desta pesquisa, ações de boicote também têm sido acionado em causas relacionadas à produção de alimentos por movimentos sociais do campo. Em 7 de novembro de 2018, por exemplo, por ocasião da aprovação de uma liminar que determinou o despejo de 450 famílias do Acampamento Quilombo Campo Grande, em Campo do Meio/MG, foi iniciada uma campanha de boicote intitulada “No Meu Bule Não”. As primeiras publicações da campanha apresentavam os dizeres como: “Tome consciência com café todos os dias” ou “Agora, a hora do café, é hora de fazer pressão!”, seguidos pelas logomarcas dos grupos *Nestlé*, *Jacobs Douwe Egberts* (JDE) e suas respectivas marcas comerciais e por um pedido aos consumidores para ligar ou enviar mensagem às marcas supracitadas, reclamando, criticando e demonstrando sua indignação com a injustiça às famílias do quilombo Campo Grande. O perfil dedicado à campanha na rede social *Instagram* possuía no início de 2019 mais de 6.700 mil seguidores. Vale informar que, em 1 de dezembro de 2018, a decisão foi suspensa. Mais informações podem ser consultadas no site oficial do MST: <http://www.mst.org.br> e no perfil nas redes sociais que deflagraram a campanha: <https://www.instagram.com/nomeubulenaio/>

exemplo, não inclui consumidores que realizam as suas compras em supermercados. Com essa constatação, fica clara a diferença entre o objetivo do MPA de estímulo à comercialização de alimentos em si, comparado ao que a análise desta dissertação demonstra, que seria uma intenção mais complexa de comercializar alimentos com vistas à politização do consumo, da comida e da alimentação. Sob essa ótica, mais do que “simplesmente” vender alimentos, parece ser mais importante para o MPA a criação de laços e redes de confiança (conforme será abordado logo adiante) entre movimento, agricultores e consumidores.

Nesse contexto, Palmeira explica, portanto, que há necessidade

De reeducação tanto do produtor de reorganizar o sistema produtivo, e do consumidor de entender também que tem algumas coisas.... que a agricultura não é indústria, que a agricultura camponesa não é o supermercado, onde você vai lá qualquer dia e tem tudo (informação verbal)<sup>137</sup>.

Um novo elemento que se acrescenta à oposição ao agronegócio e a indústria, é a crítica as redes varejistas e aos supermercados, uma vez que “a agricultura não é indústria” e “a agricultura camponesa não é o supermercado”. O que dialoga com as elaborações de Schmitt (2011, p. 4) ao discutir o encurtamento de cadeias agroalimentares corrobora com esta discussão ao remontar que “em vez de comida de nenhum lugar, cultivada por produtores desconhecidos, embalada e transportada através de longas distâncias por grandes corporações, ganham visibilidade outras práticas, antigas, novas ou renovadas, sinalizadoras de um jeito diferente de produzir, distribuir, escolher, valorizar e consumir alimentos”.

Mais ainda, as relações mais diretas são vistas também como oportunidades de promover relações de confiança, como, por exemplo, ressaltam a avaliação das extensionistas Santos, Amarantes e Silva (2017) que avaliaram a experiência da Cesta Camponesa:

que permite uma maior e mais direta relação com os trabalhadores do campo, promovendo uma relação de confiabilidade em relação à origem e destino da produção, sem interferência de grandes supermercados e intermediários que regidos pelo lucro não colocam como prioridade a qualidade dos alimentos e permitiu que a experiência pudesse se expandir e alcançar outras partes da cidade e Estado (SANTOS; AMARANTES; SILVA, 2017, p. 11).

As formulações de Krauser também são sugestivas dessa abordagem:

O que realmente vale é o contato direto com o consumidor, é necessário desenvolver uma relação de confiança, gerar o que chamamos de acreditação mutuas entre as famílias camponesas e as famílias consumidoras [...]  
O MPA defende a autonormatização nas entidades e relações de acreditação mutuas entre as entidades de agricultores com os consumidores, uma relação de confiança construída entre quem produz e quem consome (KRAUSER, 2015, p. 46;52).

Nesse sentido, não apenas a proximidade geográfica, mas principalmente a diminuição dos elos das cadeias de produção, distribuição e comercialização parecem compor a defesa por cadeias mais curtas. Isso, por sua vez, se soma aos processos de politização do consumo, da comida e da alimentação propostos e protagonizados pelo MPA.

---

<sup>137</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

### 3.2 “A Gente Vai Fazendo com as Próprias Mãos, Nossas e dos Amigos”: os Consumidores Urbanos são os “Novos Amigos” do MPA?

Sabe-se que são condições multifatoriais que determinam a agenda política de um movimento social. Isso não é diferente no MPA. Embora não tenha sido nosso objetivo esgotar explicações sobre as causas, as motivações e as negociações que têm levado e contribuído para a uma atualização do programa de lutas do MPA; faz parte das intenções do nosso estudo somar esforços com pesquisas cujo foco seja esse, reconhecendo de partida alguns aspectos centrais do cenário contemporâneo, tais como: o desmonte de políticas públicas voltadas para o meio rural<sup>138</sup>, o aumento da criminalização dos movimentos sociais e da violência no campo<sup>139</sup>, o crescente interesse pela construção de mercados para os produtos identificados com a causa camponesa<sup>140</sup> e, ainda, a crescente busca por uma “alimentação saudável”<sup>141</sup>.

Conforme mencionado anteriormente, a atuação do MPA em centros urbanos, como a cidade do Rio de Janeiro, foi vista como uma “necessidade para a existência”, a “saída da bolha” e uma forma de “passar a mensagem do que é o MPA e sobre o que o MPA faz”. Nesse contexto, o Raízes do Brasil e suas experiências se constituem, em nossa visão, como uma oportunidade privilegiada para refletir sobre como a estratégia de politização do consumo vem sendo percebida e incorporada pelo MPA.

A partir da análise das atividades desenvolvidas pelo MPA no município do Rio de Janeiro/RJ, é possível notar o interesse do movimento em estabelecer novos contatos com “a cidade” e conquistar certa autonomia no mercado de alimentos por meio da comercialização direta de sua produção para os consumidores urbanos. Ao mesmo tempo, isso se configura como um exemplo da nova gama de iniciativas que tem sido protagonizada pelos movimentos sociais, em especial, aqueles do campo, em um contexto de apoio público reduzido, e consequente exigência para a composição de novas alianças. Na opinião de Humberto Palmeira, em entrevista, o Raízes do Brasil deveria ser uma estrutura pública, onde o Estado seria responsável por estabelecer e fortalecer relações entre governo, movimento social e

---

<sup>138</sup> Enquanto nos governos Lula e Dilma (2003-2015), o MDA foi protagonista de grandes ações em prol da melhoria da distribuição da terra e da renda, do enfrentamento da fome e da pobreza e da redução das desigualdades sociais e regionais do país (PORTO-GONÇALVES et al, 2018), . em 2016, sob o mandato de Michel Temer, Vice-Presidente da República, no exercício do cargo de Presidente da República, o MDA foi extinto e suas funções foram orientadas a novos arranjos institucionais, e diversas políticas públicas sofreram arrefecimento político, reorganização institucional e cortes de recursos (GRISA, 2018; PORTO-GONÇALVES et al, 2018). Dessa forma, vivenciamos nesses últimos anos, conforme aponta Grisa (2018), uma reestruturação e minimização da estrutura política, institucional e financeira do Estado orientada para o meio rural e a agricultura familiar. Para mais informações sobre esse cenário de desmonte de políticas públicas, conferir Grisa (2018), Grisa et al (2018), Mattei (2018), Porto-Gonçalves et al (2018) e Sabourin (2018).

<sup>139</sup> A CPT apresenta estimativas de mais de 1900 pessoas assassinadas no campo desde seus primeiros levantamentos foram feitos em 1985 até 2017. Segundo o 33º Relatório Anual Conflitos no Campo Brasil (CPT, 2018), 2017 foi um dos anos mais violentos desde 2003. Foram contabilizados um total de 1.431 conflitos e 71 assassinatos, sendo que 31 desses ocorreram em 5 massacres. Dentre eles, uma liderança do MPA, Katison de Souza, militante camponês de 39 anos, foi assassinado em uma estrada dentro da comunidade 13 de agosto, no município de Santa Isabel do Pará, na região metropolitana de Belém/PA. Uma análise recente sobre o aumento da criminalização dos movimentos sociais e da violência no campo pode ser encontrada no trabalho de Mattei (2018).

<sup>140</sup> Segundo Niederle (2014) os mercados alimentares presenciaram a transição de um regime fordista para um novo tipo de configuração em resposta às críticas éticas e estéticas, o qual passou se fundamentar em uma gama de valores sociais ascendentes, tais como sustentabilidade, equidade, artesanidade, localidade e saudabilidade.

<sup>141</sup> No Capítulo 2 abordamos a saudabilidade como uma tendência da alimentação contemporânea, para mais informações conferir Barbosa (2009).

sociedade civil<sup>142</sup>. No entanto, para Palmeira, “como a gente não tem nem o Estado e nem o governo, a gente vai fazendo com as próprias mãos, nossas e dos amigos” (informação verbal)<sup>143</sup>.

Os “amigos” apontados no depoimento de Palmeira podem ser muitos. Para este estudo concentramos a análise em algumas categorias de atores que nós consideramos que foram acionadas com maior centralidade nos discursos do MPA nos últimos anos, nomeadamente: os “setores urbanos”, os “trabalhadores da cidade”, os “operários”. Em nosso entendimento, esses vocativos são de forma geral os mais comumente acionados por movimentos sociais de perfil clássico, uma vez que seu foco se encontra nas relações capital-trabalho, identificando como ator central o “trabalhador”.

Nesse caso específico, em nossa avaliação, tais categorias são utilizadas pelo MPA em um claro esforço para a construção e fortalecimento de uma aliança de classes entre trabalhadores, sejam camponeses ou operários. Apesar do fato de que na maior parte dos casos são feitas distinções de forma categórica, em que por um lado, os trabalhadores do campo são vistos como os responsáveis pela produção dos alimentos, enquanto os “trabalhadores da cidade” são acionados enquanto aqueles que “comem”, ou seja, que compram e consomem alimentos, em um contexto de inovação nos repertórios de ação política e de busca de novos “amigos”, o MPA passa a incorporar o consumo político como uma de suas estratégias. Nesse sentido, sugere-se que categorias como “setores urbanos”, “trabalhadores da cidade” e “operários” passam, progressivamente, a se associar, mesmo que de forma implícita, à categoria consumidor, já que é principalmente por meio da compra e consumo de alimentos da agricultura camponesa que os “trabalhadores da cidade” são acionados pelo MPA para apoiar sua causa.

A ambiguidade com que as categorias trabalhador e consumidor são acionadas nos levou à proposta de analisar as representações mais prevalentes acerca do “consumidor” nos discursos e práticas do MPA, ancorando-nos principalmente nas atividades desenvolvidas no espaço Raízes do Brasil desde a sua abertura.

Para levar a cabo essa proposta, primeiramente, realizamos uma análise de conteúdo de uma seleção de publicações do MPA com foco no Plano Camponês e nos documentos do I Congresso Nacional do MPA, buscando entender as diversas representações associadas ao consumidor, identificando especialmente os momentos nos quais esse é compreendido como um ator do sistema agroalimentar. Dessa forma, nos questionamos quais são as categorias, explícitas e/ou implícitas, utilizadas para se dirigir aos atores da esfera do consumo. Em seguida, a partir das nossas notas de caderno de campo e das informações cedidas por Humberto Palmeira, em entrevista semiestruturada para essa dissertação, nos aprofundamos sobre o tema “consumo e consumidores” tendo como base o caso da Cesta Camponesa de Alimentos.

Nas próximas seções, concentramos nossa argumentação em torno das potencialidades, negociações, tensões e limites que emergiram a partir da compreensão do

---

<sup>142</sup> Leomárcio Silva (2017, p. 12), membro da Coordenação Nacional do MPA, por exemplo, diz que “o MPA sugere em suas pautas a reconfiguração da CONAB para uma espécie de CONABRÁS”. Palmeira, em entrevista, deu mais detalhes sobre essa proposta do MPA: “A gente brincava: eu quero uma Conabras, uma Conab melhorada. Enfim, uma coisa para garantir esse direito, para estruturar. Porque só pelo movimento da sociedade a gente avança, mas não consegue universalizar o direito. Se o Estado, a partir da estrutura pública, não cria a estrutura, a gente pode dar muitos passos, mas ainda enquanto direito constitucional e parte do direito humano, a gente não consegue atingir quem necessita” (informação verbal).

<sup>143</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

consumo como uma prática política e do consumidor como um ator político, procurando analisar as possíveis dinâmicas de estímulo e, ao mesmo tempo, de enfraquecimento da politização do consumo.

### **3.2.1 Um novo ator no sistema agroalimentar: Povo brasileiro, setores urbanos, trabalhadores da cidade, operários ou consumidores?**

Goodman e Dupuis (2002) apontam que, apesar do *consumption turn* ocorrido nas Ciências Sociais na década de 1980, ainda são encontrados indícios de certa assimetria no tratamento analítico das esferas da produção e do consumo, especialmente nos Estudos Rurais. Nesse contexto, nos parece importante examinar o que acontece quando estratégias de politização do consumo são percebidas e incorporadas por movimentos sociais tradicionalmente relacionados à esfera da produção, como o MPA.

Embora alguns estudos indiquem que movimentos sociais do campo têm incorporado estratégias de politização do consumo (FREITAS, 2010; FERREIRA, 2015; NIEDERLE; WEZS JUNIOR, 2018; PORTILHO; MICHELETTI, 2018), outras pesquisas apontam para a falta de referência à categoria “consumidor” em si, questionando em que medida tais movimentos sociais reconhecem a esfera do consumo como uma arena política e os consumidores como atores políticos (PORTILHO; MICHELETTI, 2018).

Em face disso, compreendemos que uma revisão sobre os posicionamentos mais abrangentes do MPA que direcionam a agenda de lutas e as estratégias nacionais e estaduais do movimento pode contribuir para compreender de que forma a categoria analítica “consumidor” tem sido percebida e em quais momentos ela é acionada nos discursos e práticas ao longo da trajetória do MPA.

Para isso, revisamos as percepções atribuídas pelo MPA ao consumo e ao consumidor, em publicações e discursos do MPA. Buscamos evidenciar também a presença ou a ausência de certa oposição entre “nós” e “eles”, o que, em nossa interpretação, representaria respectivamente produção e consumo e, sob a ótica do MPA, camponeses e consumidores. Apesar de algumas publicações, especialmente aquelas relacionadas ao Plano Camponês e ao I Congresso Nacional do MPA, terem sido elaboradas em um período anterior à estruturação do Raízes do Brasil, observamos que esses materiais continuam a ser acionados nos posicionamentos mais recentes do movimento, e por esse motivo foram considerados como marcos importantes na metodologia deste estudo e mais especialmente para as análises apresentadas a seguir. Outras referências e materiais anteriores a esse período, referentes aos primeiros anos de formação do MPA, foram abordadas no Capítulo 1.

Todavia, parece válido destacar que, conforme alertam Goodman e Dupuis (2002), não é nosso intuito reverter a atenção das análises, da produção para o consumo. Os autores advertem seus leitores sobre a possibilidade de exagerar (*overshooting*) o foco sob a dimensão do consumo, o que poderia inclusive inverter a assimetria entre tais esferas. Registramos, assim, o empenho utilizado aqui para combinar as duas searas a fim de não privilegiar a agência ou o poder nem de movimentos sociais, nem de produtores, nem de consumidores, mas fomentar um debate que se estenda para além das fronteiras rígidas dessas searas do sistema agroalimentar.

Segundo Marcelo Leal e Frei Sérgio Görden, ambos militantes do MPA, o Plano Camponês representa, desde o período de sua formulação, no início dos anos 2000, até os dias mais recentes, o centro da tática do MPA, além de demarcar o campo político a que esta

organização pertence, suas políticas de alianças, os desafios da construção orgânica, as lutas e sua relação com o Estado e governos (LEAL; GÖRGEN, 2015).

Em consulta ao *Plano Camponês: da agricultura camponesa para toda a sociedade*, publicado em 2012, nota-se que, sob o eixo da soberania alimentar, as esferas da produção e do consumo são articuladas lado a lado. A soberania alimentar, nas palavras do MPA (2012, p. 20), “é uma proposta alternativa de produção e consumo, que apoia os povos em sua luta contra o agronegócio e as políticas neoliberais promovidas por instituições financeiras e transnacionais”, compreendendo que essa “não é somente uma alternativa para os camponeses e camponesas, mas sim para a toda a sociedade em seu conjunto”. Na sequência, declara-se: “nós queremos uma produção saudável, limpa, e meios de comercialização diretos com o consumidor, garantindo preço justo para quem vende, e para quem compra” (MPA, 2012, p. 21).

Em nossa análise, as declarações presentes no Plano Camponês constituem alguns dos marcos chaves a partir das quais é possível identificar que o discurso do MPA se direciona com igual importância à produção e ao consumo, passando a englobar, inclusive, a proposta de uma comunicação direta com o consumidor, intencionando “benefícios” tanto para o próprio MPA (identificados como aqueles que vendem), quanto para os consumidores (aqueles que compram).

Além disso, o Plano Camponês apresenta a produção camponesa em três dimensões: produzir alimentos saudáveis, respeitar a natureza e alimentar o povo trabalhador. Quando se refere a “alimentar o povo trabalhador”, o Plano Camponês informa que “é objetivo central da agricultura camponesa, produzir alimentos para atender as necessidades de suas famílias e de toda a classe trabalhadora” (MPA, 2012, p. 21). Com essa declaração evidenciamos que, embora a articulação entre produção camponesa e consumo alimentar parece ser um propósito consolidado, não há menção direta aos consumidores, fazendo, em seu lugar, referência ao “povo” e à “classe trabalhadora”.

Avançando temporalmente a discussão, em 2014, na preparação para seu I Congresso Nacional, o MPA publica o *Caderno de Estudos*, onde é possível encontrar alguns dos significados atribuídos à esfera do consumo e à categoria consumidor. Com efeito, em uma mesma seção destinada à discussão sobre juventude, militância e MPA, encontramos os seguintes trechos, de autorias diversas, incluindo alguns redigidos por Rafaela Alves, pedagoga, atriz, camponesa e membra da Coordenação Nacional do MPA, e Marcelo Leal, agrônomo e membro da Coordenação Nacional do MPA:

O sistema precisa de gente que trabalha por pouco dinheiro e consuma por muito, o perfil que o sistema prefere da população (consumista, alienados, mal informados) (*Caderno de Estudos*<sup>144</sup>, n.1, MPA, 2014a, s/p.)

A doutrina e o projeto neoliberal bloquearam a potência criativa da juventude, estreitaram as capacidades e limitaram as possibilidades, a "rebeldia" na perspectiva de projeto foi contida, e o trabalho diário da cultura burguesa é para conformá-la e reduzir seu significado à forma mercadoria, como força de trabalho explorada vendida no mercado ou como meio de realização da mercadoria, como um sujeito consumista que faz a conexão entre a mercadoria objeto e a mercadoria dinheiro (Marcelo Leal citado por Alves (2012), em *Caderno de Estudos*, n.1, MPA, 2014a, s/p.).

---

<sup>144</sup> Trecho sem autoria específica, disponível na seção “Síntese do diagnóstico da Juventude do MPA”, do *Caderno de Estudos* n.1 (2014a, s/p.), publicado em 2014, redigido a partir dos encontros de juventude realizados nacionalmente em 2013 e 2014.



Também sabemos que o avanço tecnológico tem causado algumas transformações no campesinato e em especial no perfil da juventude camponesa. Os fetiches do consumismo impostos pelos meios de dominação ideológicos têm feito com que os jovens camponeses estejam cada dia mais parecidos com o jovem urbano (Rafaela da Silva Alves, redigido em nov. 2012, publicado em *Caderno de Estudos*, n.1, MPA, 2014a, s/p.).

Em resumo, no primeiro trecho o consumo é fortemente associado a uma concepção negativa relacionada ao “consumismo”, à alienação e até mesmo à falta de informação. No segundo, infere-se que o projeto neoliberal e sua doutrina levaram a um bloqueio criativo da juventude e, conseqüentemente, tornaram os jovens sujeitos individualistas, conformados, submissos e consumistas, cuja força de trabalho é explorada e vendida ao mercado. E por fim, a terceira passagem diferencia jovens urbanos de jovens camponeses, descrevendo que os fetiches do consumismo impostos pela dominação ideológica característica de jovens urbanos têm contaminado jovens camponeses nos dias atuais.

Em uma perspectiva de lutas e alianças de classe, nessa publicação os termos consumo e consumidor se encontram fortemente associados ao projeto neoliberal e à burguesia, os quais, dentro da lógica de luta ideológica que pressupõe uma revolução capitaneada por trabalhadores do campo e da cidade (camponeses e operários), se localizariam diametralmente do lado oposto desse campo de batalhas. Nesse caso, nos parece clara uma cisão entre os grupos: “nós” representados pelos camponeses, e “eles” composto pelos sujeitos responsáveis pela manutenção da dominação ideológica e, conseqüentemente, pela exploração da força de trabalho do proletariado e por sua alienação – de acordo com esse documento, os “jovens urbanos”, os “consumistas”, os “alienados” e os “mal informados”.

A sobreposição entre os sentidos e significados atribuídos às categorias consumidor e burguesia, e a forte tendência de associação do consumo com a vida privada, o individualismo e o fetichismo da mercadoria podem ser também observados na análise proposta por Derli Cassali, militante do MPA, que ao refletir sobre a “Reconstrução do sujeito camponês e a função da educação camponesa”, nesse mesmo material de preparação para o I Congresso Nacional do MPA, descreve como o consumo em maior escala tem modificado as visões socioambientais e culturais de crianças camponesas:

Nos últimos anos, as comunidades camponesas introduziram hábitos urbanos para dentro de suas famílias comparados aos hábitos das classes médias urbanas, aumentando vertiginosamente o consumo da família. Não só aumentou o consumo como mudou sua visão socioambiental e cultural. As crianças já não se apercebem dentro de um modo de vida camponês, mas se veem e visualizam como se fossem crianças urbanas. Estão na verdade aprendendo a ser capitalistas e não camponesas (Derli Cassali, em *Caderno de Estudos*, n.1, MPA, 2014a, s/p.).

Cassali (2014) identifica, dessa forma, dois modos de vida opostos. Por um lado, o modo de vida camponês associado a uma visão socioambiental e cultural diferenciada, que tem se alterado devido à incorporação de novos hábitos urbanos e ao aumento drástico do consumo. De outro, a sociedade de consumo, composta por capitalistas de hábitos característicos da classe média urbana.

Esse tipo de aproximação proposta entre a esfera do consumo e do consumidor com os valores burgueses, relacionando-os a uma conotação negativa, dominadora e arbitrária, apesar de ser de certa forma plausível, reforça o caráter elusivo da prática de consumir. Nessa perspectiva, consumir é apenas social, econômica e culturalmente reconhecido pela sua dimensão supérflua, de ostentação, de individualismo e de excesso. A consequência do

predomínio desse tipo concepções acerca do consumo implica no permanente envolvimento dessa temática com debates de cunho moral e moralizante (BARBOSA, 2004).

Tal compreensão está relacionada, entre outros motivos, ao fato de que o consumo foi visto, por um longo período, no campo das Ciências Sociais, por um viés produtivista, como um fenômeno que merecia apenas a crítica sociológica e não uma análise consistente (BARBOSA; CAMPBELL, 2006; GOODMAN; DUPUIS, 2002; TRENTMANN, 2004; 2005). As ideologias políticas hegemônicas favoreceram, segundo Miller (2005), a perpetuação no campo científico, sobretudo até a década de 1980, de pelo menos quatro mitos sobre o consumo. Em primeiro lugar, o consumo de massa é visto como a causa ora da homogeneização, ora da heterogenização global. Em segundo e terceiro lugares, o consumo simbolizaria o oposto da sociabilidade e da autenticidade. E, por fim, o consumo seria responsável por criar tipos particulares de indivíduos, especificamente do tipo competitivo, individualista e hedonista. Na compreensão desse autor, um ponto de partida importante no campo acadêmico é, então, transcender as visões simplistas e dualistas sobre o consumo, que descrevem suas práticas como boas ou ruins, simbólicas ou utilitárias. Para Miller (2005), o consumo é muito mais do que isso, se constituindo como o uso de bens ou serviços que são ao mesmo tempo uma prática no mundo, e uma forma pela qual nós construímos nosso entendimento de nós mesmos no mundo.

Na mesma direção, Trentmann (2005) também identifica essa visão dicotômica muitas vezes atrelada ao consumidor. Se, por um lado, apreende-se, por determinados quadros teóricos, que o consumidor adquiriu um “manto positivo de interesses e identidades”, por outro, outras definições ficaram restritas a “uma imagem negativa do ‘consumidor’ que era facilmente invocada nos debates sobre o luxo: os consumidores ‘improdutivos’, que eram vistos como prejudiciais à economia nacional por meio de sua busca egoísta e improdutivo de novidades” (TRENTMANN, 2005, p. 7, tradução nossa<sup>145</sup>). Sob essa abordagem, entendia-se produção e consumo como domínios excludentes, priorizando uma compreensão de que seriam as dinâmicas da produção que determinariam aquelas da esfera do consumo.

Trentmann (2004) aponta que, certamente, a visão da economia neoclássica do indivíduo racional, maximizador de utilidade, emergente da revolução marginalista da década de 1870<sup>146</sup>, representa uma parcela considerável de pessoas que nos dias de hoje se tornaram mais individualizadas e menos ligadas à classe em suas práticas de consumo. Porém, essa abordagem não é a única e nem mesmo a principal representação para o termo “consumidor”. O autor demonstra, por exemplo, como nesse mesmo período, especialmente durante o século XX, muitos radicais e liberais compreendiam os consumidores como usuários informados, movidos por valores éticos, que desempenhavam importantes papéis cívicos.

No entanto, o fato de que em suas práticas de consumo a maioria das pessoas se tornam mais individualizadas e menos associadas a aspectos de classe parece um fator relevante para o MPA, o que nos leva a supor que essa constitui uma das razões que explicam, e de certa forma justificam, as hesitações do movimento em operacionalizar tal categoria.

Enquanto, uma parte de seus discursos e suas práticas são direcionadas especialmente às alianças do MPA com a classe operária e trabalhadora, indicando, possivelmente, uma

---

<sup>145</sup> Trecho original: “a negative image of ‘the consumer’ that was easily invoked in debates over luxury: ‘unproductive’ consumers were seen to undermine the national economy through their selfish and unproductive pursuit of novelties” (TRENTMANN, 2005, p. 7).

<sup>146</sup> Em linhas gerais, revolução marginalista é o nome que se deu a série de contribuições teóricas que fundamentariam uma nova abordagem da Economia: o marginalismo, baseada na ideia de que o valor econômico resulta da utilidade marginal cujo o valor se define, para o consumidor, representado por uma unidade adicional de alguma mercadoria.

preferência de incentivo a ações no âmbito coletivo no lugar de individual. Uma outra parcela se dirige aos consumidores como uma forma de angariar apoio à causa camponesa. Essa última, contudo, que tendemos a presumir – apesar desta dissertação não ter se dedicado ao estudo focado nas bases sociais do MPA – que não seja uma estratégia de fácil adesão aos militantes do movimento, pois poderia ser vista como uma forma de enfraquecer sua ênfase em um recorte de classe.

Tudo isso nos levar a inferir que existe certa hesitação, por parte do MPA, no que se refere a uma aliança com “consumidores”. Em primeiro lugar, por esses serem comumente identificados com os valores da “burguesia” e do “consumismo”, e, em segundo, devido a uma impressão de que consumidores apenas estão preocupados em ações reformistas do capitalismo e das relações comerciais.

Conforme nos aponta a literatura, observamos que quando não associado a uma imagem negativa, muitas vezes, o consumo e os consumidores ocupam uma posição elusiva, conforme indicam Goodman e Dupuis (2002). Por exemplo, quando o MPA se direciona à esfera do consumo e aos consumidores de forma implícita. Isso que pode ser observado na declaração de Marcelo Leal, agrônomo e membro da Coordenação Nacional do MPA, em um vídeo preparatório do para o I Congresso Nacional do MPA, na qual explica o novo modelo organizativo do MPA e afirma que o Plano Camponês

coloca o desafio de organizar produção e circulação da produção de alimentos saudáveis, fazendo do alimento, desse símbolo material, a ligação entre o campo e a cidade, entre camponeses brasileiros e os trabalhadores urbanos. [Buscamos] avançar na construção de [um] arranjo econômico que permita não só aos camponeses ampliar sua produção em bases cada vez mais agroecológicas, mas também controlar essa produção, permitindo fazer esse alimento chegar nos pratos dos trabalhadores do Brasil todo (Marcelo Leal, em vídeo preparatório para o I Congresso Nacional do MPA<sup>147</sup>, em jun. 2014, citado por Carvalho, 2016, p. 14).

Nessa declaração, as expressões “ligação campo e cidade”, “camponeses e trabalhadores urbanos” e “alimentos [produzidos pelos camponeses] nos pratos dos trabalhadores do Brasil todo” indicam, em nossa análise, os processos de politização do consumo, da comida e da alimentação, ou seja, a incorporação da dimensão do consumo nas pautas fundamentais da agenda de lutas do MPA. Porém, apesar da crescente atenção aos consumidores nos estudos do sistema agroalimentar e também nos discursos e práticas de movimentos sociais do campo, devido à pouca ênfase dada a categoria consumidor, pode-se dizer que muitas vezes o consumidor continua elusivo. Nesse sentido, salientamos a importância de que abordagens como a de Leal sejam entendidas no contexto ideológico na qual estão imersas.

A partir de posicionamento como esses, interpretamos a permanência de uma análise do sistema agroalimentar que “para na porta do armazém”, recorrente nos Estudos Rurais e, algumas vezes, na sociologia econômica, as quais não se propõem a entender o que acontece antes, durante e depois da compra e do consumo desses alimentos (PORTILHO; BARBOSA, 2016), mantendo a assimetria entre produção e consumo diagnosticada por Goodman e Dupuis (2002). A partir desse quadro de análise, a produção concentraria os processos que acontecem “dentro da porteira”, ou seja, onde se dá o trabalho de cultivo de alimentos. “Entre a porteira e o armazém” estariam os processos de distribuição e comercialização de alimentos. Por fim, “da porta do armazém para fora” estariam os processos que ocorrem antes, durante e

---

<sup>147</sup> O depoimento de Marcelo Leal no vídeo “I Congresso: O salto qualitativo na organicidade do MPA” está disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=B8wMQyC-s0c> Acesso em: 20 nov. 2018.

após a compra e o consumo de alimentos, incluindo as lógicas de escolha e compra, as práticas rotineiras, as ideologias, as convenções morais, as formas de armazenamento, a transformação do alimento em comida, o usufruto e a ingestão da comida e, finalmente, o descarte das sobras.

Nas palavras de Portilho e Barbosa (2016),

as análises [dos Estudos Rurais] costumam parar, digamos assim, “na porta do armazém”, deixando de fora o que acontece antes, durante e depois da compra. Nesse contexto, o consumo é visto como fenômeno residual, dependente e derivado da esfera da produção, merecendo a atenção da crítica social, mas não uma análise sociológica das suas implicações (PORTILHO; BARBOSA, 2016, p. 251)

As autoras argumentam, então, que abordagens como essa, que predominam nos Estudos Rurais e se repetem de alguma forma também nos discursos e nos posicionamentos do MPA, acabam fortalecendo “uma ideia já ultrapassada de oposição entre produção e consumo; entre o produtor rural e o consumidor urbano; entre as classes trabalhadoras que produzem e as classes mais abastadas que consomem, além de outras oposições simplificadoras da realidade” (PORTILHO; BARBOSA, 2016, p. 251).

Porém, ainda no ano de 2015, observa-se também um conjunto de posicionamentos realizados em nome do MPA que percebem o consumo e o consumidor de outras formas. Marcelo Leal e Frei Sérgio Gorgen, militantes do MPA, por exemplo, ao discorrer sobre o Plano Camponês e os desafios da agricultura camponesa no século XXI, no *Relatório da Rede Social de Justiça e Direitos Humanos – Direitos Humanos no Brasil 2015*, compreendem produção e consumo de forma mais simétrica. Nessa publicação, Leal e Gorgen (2015) discorrem, por exemplo, sobre a proposta do Plano Camponês de criar um novo sistema de “produção-distribuição-consumo”:

O Plano Camponês propõe-se como uma das bases para a redistribuição da população no espaço geográfico para superar a divisão campo-cidade. A criação de um novo sistema que permita atender as exigências de replanejamento do sistema produção-distribuição-consumo de tal forma que sejam socialmente regulados e ecologicamente sustentáveis e planejados (LEAL; GÖRGEN, 2015, p. 87).

Produção, distribuição e consumo são compreendidos dentro de um mesmo marco, constituindo partes, de certa forma, com igual importância da proposta de um novo sistema agroalimentar, elaborada pelo MPA. Isso evidencia de forma explícita a incorporação da esfera do consumo nas agendas de luta do MPA, uma vez que um sistema de produção-distribuição-consumo integrado, socialmente regulado e ecologicamente sustentável e planejado é visto como uma possibilidade de “superar a divisão campo-cidade”, incorporando o consumidor, tal qual o camponês, como um ator social que faz parte de tal sistema.

Na mesma direção, observa-se que se, em outros momentos, o produtor, o camponês, o agricultor ou o trabalhador rural são identificados como o ator principal dos processos que ocorrem “dentro da porteira”, enquanto do lado de “fora do armazém”, se encontraria o consumidor ou o comprador, Raul Ristow Krauser, membro da Coordenação da Secretaria Nacional do MPA em Brasília, em um material publicado para debate interno sobre agroecologia e Plano Camponês, considera a simetria entre as esferas e os atores do sistema agroalimentar. Segundo Krauser (2015, p. 47), “é importante considerar que antes de tudo, todos somos consumidores, que, portanto devemos produzir o máximo possível daquilo que

consumimos e nos abastecer do que falta com as demais famílias vizinhas”. Chama a nossa atenção nessa declaração a existência de um sujeito oculto “nós”, o qual descreve que os camponeses são também consumidores. Isso porque agricultores são, necessariamente, consumidores de alimentos e de outros bens, embora não sejam usualmente reconhecidos através dessa categoria, como se lhes fosse negado o status de consumidor (BARBOSA, 2004).

Do ponto de vista teórico, o reconhecimento do MPA de que os camponeses são também consumidores dialoga com a virada da teoria social para o consumo constatada por Goodman e Dupuis (2002), e especificamente nos Estudos Rurais, que passaram a se atentar para uma visão integrada do sistema agroalimentar, exigindo uma compreensão ampliada e simétrica de sua rede de atores.

Essa compreensão de que “todos somos consumidores” caminha em paralelo com a emergência de diversas experiências de Redes Agroalimentares Alternativas<sup>148</sup>, no Brasil e ao redor do mundo, como os Grupos de Consumidores Responsáveis<sup>149</sup> e os grupos de *Community Supported Agriculture* (CSA)<sup>150</sup> (BENINI, 2008; BENSADON; MASCARENHAS; GONCALVES, 2014; CARNEIRO, 2012; FERREIRA, 2015; GOODMAN, 2017; GOODMAN; DUPUIS; PORTILHO; FERREIRA, no prelo). Tais experiências colocam em cheque a divisão entre quem produz e quem consome e têm praticamente fundido as esferas e os atores mais característicos da produção e do consumo. Nesses grupos, os consumidores costumam ser chamados de “agricultores passivos”, “coagricultores”, “coprodutores” ou “prosumidores”<sup>151</sup>.

Em 2016, foi disponibilizado no site oficial do MPA<sup>152</sup> um artigo sobre o Plano Camponês e a relação campo-cidade de autoria de Valter Israel da Silva, camponês e militante do MPA, que apresenta algumas reflexões sobre o consumidor que contribuem para esta análise. Nesse artigo, Valter da Silva (2016) descreve que, de forma geral, por um lado, as famílias camponesas estão sujeitas a duras condições de produção devido à disputa com o

---

<sup>148</sup> As redes agroalimentares alternativas, denominadas na literatura internacional como *Alternative Food Networks* (AFN), caracterizam-se como um tipo de ativismo alimentar baseado na construção de circuitos curtos de comercialização e de relações de proximidade entre produtores e consumidores. Ver, por exemplo, Goodman, Dupuis e Goodman (2007). Para uma análise dessas redes no Brasil, ver Portilho e Ferreira (no prelo).

<sup>149</sup> Os Grupos de Consumo Responsável, em linhas gerais, podem ser descritos como grupos de consumidores dispostos a se organizarem coletivamente com o objetivo de incorporar ao ato de suas compras critérios éticos, políticos, sociais e ambientais, constituindo-se como uma alternativa aos canais de comercialização convencionais. Ver, por exemplo, Bensadon, Mascarenhas e Gonçalves (2014), Carneiro (2012) e Ferreira (2015).

<sup>150</sup> *Community Supported Agriculture* (CSA) é um modelo de trabalho conjunto entre produtores e consumidores de alimentos que tem por objetivo o suporte econômico da agricultura local, encurtando cadeias e estreitando laços entre esses atores. Segundo as informações disponíveis no site do CSA-Brasil, o modelo funciona da seguinte forma: “um grupo fixo de consumidores se compromete por um ano (em geral) a cobrir o orçamento anual da produção agrícola. Em contrapartida, os consumidores recebem os alimentos produzidos pelo sítio ou fazenda sem outros custos adicionais. Desta forma, o produtor sem a pressão do mercado e do preço, pode se dedicar de forma livre a sua produção. E os consumidores recebem produtos de qualidade, sabendo quem os produz e aonde são produzidos”. Disponível em: <http://www.csabrasil.org/csa/> Acesso em: 10 dez. 2018. Ver mais em Benini (2018).

<sup>151</sup> As noções “agricultores passivos”, “coagricultores”, “coprodutores” ou “prosumidores” são usadas, respectivamente, pelos seguintes grupos: (1) CSA Brasil (disponível em: <http://www.csabrasil.org/csa/>); (2) CSA Brasília (disponível em: <https://csabrasilia.wordpress.com/>) e (3) *Slow Food* Brasil (disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/>); e (4) Projeto CASA - Comunidade Acadêmica que dá Suporte à Agricultura, projeto de extensão da UFRJ (disponível em: [http://sigproj1.mec.gov.br/apoiados.php?projeto\\_id=253996](http://sigproj1.mec.gov.br/apoiados.php?projeto_id=253996)). Todos os sites foram acessados em 12 abril de 2018.

<sup>152</sup> O artigo *Plano Camponês e a relação campo e cidade* de Valter Israel da Silva foi publicado no site oficial de MPA em 18 de nov. 2016 e está disponível em: <https://mpabrasil.org.br/2106-2/> Acesso em: 4 jan. 2019.

modelo tecnológico baseado em monocultivos, uso de adubos químicos e agrotóxicos, enquanto, de outra parte, chegam às mãos dos “*consumidores (trabalhadores urbanos)* um alimento de baixa qualidade nutricional, contaminado com agrotóxicos e muitas vezes superprocessados” (SILVA, 2016, s/p, grifo nosso). Frente a isso, seria preciso, segundo ele, “construir uma aliança de classe, capaz de recriar um sistema de abastecimento popular de alimentos, aproximando quem efetivamente produz para a alimentação da classe que vive do trabalho, mas não produz o alimento, retirando o atravessador desta relação”.

Na escrita de Silva (2016) fica clara a correspondência entre consumidores e trabalhadores urbanos quando se refere aos consumidores indicando entre parênteses que o termo seria sinônimo de “trabalhadores urbanos”. Se na publicação analisada anteriormente, Krauser (2015) reconhecia que agricultores são necessariamente consumidores, o uso do termo consumidor como um sinônimo de trabalhador urbano sugere que consumir é uma ação reservada apenas ao ambiente urbano, desconsiderando o status de consumidor dos camponeses e outros grupos sociais, conforme sinaliza Barbosa (2004).

Tal encadeamento de ideias aponta para um viés produtivista, em que os atores são definidos pelo seu trabalho, classificando-os entre os que “efetivamente” produzem e os que não produzem alimentos. Leituras como essa reforçam a dicotomia entre produção e consumo como dimensões excludentes, onde o rural é reconhecido enquanto lugar de produção e de camponeses, e a cidade como o local de consumo e de consumidores, desconsiderando inclusive as iniciativas de agricultura urbana.

Sob a perspectiva da construção de uma aliança de classe entre camponeses e trabalhadores, Silva (2016) propõe uma divisão de tarefas entre esses grupos:

O trabalhador urbano precisa sair da condição cômoda de consumidor, para ser sujeito no sistema agroalimentar. Isso coloca a necessidade de se organizar como consumidor, em grupos informais, em cooperativas etc. Os camponeses precisam organizar a produção, a agroindustrialização e o transporte dos alimentos, mas a distribuição nas cidades deve ser tarefa dos trabalhadores urbanos organizados. Esta organização urbana e camponesa, articulada como classe trabalhadora em torno da questão alimentar, deve estar envolta de mística e de concepção de luta de classe (Valter Israel da Silva, MPA, no artigo *Plano Camponês e a relação campo e cidade*, publicado no site oficial do MPA<sup>153</sup> em nov. 2016, acesso em jan. 2019).

Nessa passagem, Silva (2016) defende o estabelecimento de uma organização camponesa-urbana. Nessa concepção, a classe trabalhadora como um todo se organizaria em torno da questão alimentar, os camponeses seriam os responsáveis pela produção, agroindustrialização e transporte dos alimentos, enquanto os consumidores se responsabilizariam por se organizarem para garantir a distribuição de alimentos nas cidades.

Todavia, nota-se na descrição de Silva (2016) a defesa da transição do caráter “cômodo” e passivo do consumidor para uma condição ativa, na qual esse ocupa uma posição ambígua. Em um dos extremos, o consumidor é compreendido como personagem acomodado, manipulado, individual e negligente com relação às dinâmicas do sistema agroalimentar, atributos esses fortemente associados às características “burguesas”. De outra parte, o mesmo consumidor quando apreendido como “trabalhador urbano organizado”, é considerado como um ator do sistema agroalimentar e um aliado na articulação de classes em torno da questão alimentar, parecendo, assim, ter sua atividade política reconhecida apenas quando manifesta seu apoio à causa camponesa.

---

<sup>153</sup> Ibid., 2016.

Se, em algumas ocasiões, o MPA utiliza, no lugar das categorias consumo e consumidor, de outras expressões típicas das relações capital-trabalho, em outros faz menções claras a essas categorias, representando alguns dos sinais que demonstram ambiguidades no processo de incorporação da politização do consumo nas estratégias do movimento. Nota-se, assim, tendo como base a análise de documentos históricos do MPA, a existência de dinâmicas paralelas que, apesar de distintas, coexistem: em alguns momentos há uma retomada da dicotomia entre “nós” e “eles”, apontando para os pressupostos excludentes estabelecidos por supostas fronteiras entre produção e consumo; em outros, contudo, observa-se uma clara fusão entre os vocativos “nós” e “eles”, quando, por exemplo, se reconhece o status de consumidor dos camponeses e, sobretudo, se afirma como parte dos objetivos do MPA, conectar, por meio da alimentação saudável, movimento social, produtores e consumidores.

Sem a pretensão de exaurir a totalidade de ações e discursos realizados pelo MPA, e reconhecendo a impossibilidade analítica de tal tarefa, apontamos, a partir dessa breve análise dos conteúdos produzidos em um período posterior ao lançamento do Plano Camponês, no início dos anos 2000, que as percepções do MPA sobre o consumo e os consumidores sugerem um processo de incorporação da politização do consumo, o qual, todavia, não é linear e progressivo, sendo permeado por ambiguidades, tensões e negociações.

Com o intuito de analisar como esses exemplos históricos se desdobram no momento mais atual, em que centros urbanos e o “mundo” do consumo assumem centralidade na atuação do MPA no Rio de Janeiro, analisamos em mais detalhes os posicionamentos, as ações e os discursos referentes à iniciativa da Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis.

### **3.2.2 “Um processo de corresponsabilização dos consumidores”: o caso da Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis**

Nesta seção, nos debruçamos sobre uma seleção de categorias que têm sido acionadas pelo MPA, principalmente por meio do Raízes do Brasil, para se referir e nomear “quem compra” e “quem consome” as Cestas Camponesas de Alimentos Saudáveis, avaliando, sobretudo, as possíveis potencialidades e limitações da incorporação da estratégia de politização do consumo, da comida e da alimentação pelo movimento.

Já abordamos, no Capítulo 2, o surgimento e o funcionamento das Cestas Camponesas. Em seu site oficial de encomendas<sup>154</sup>, consultado no início de 2019, observamos uma menção específica aos consumidores para nomear seu objetivo de conectá-los aos pequenos produtores: “a Cesta Camponesa funciona conectando os pequenos produtores aos consumidores”. Seu objetivo, ainda de acordo com seu site, é “contribuir com a distribuição de alimentos diretamente da produção camponesa para a cidade, fazendo com que os alimentos saudáveis cheguem até a mesa dos trabalhadores”.

Remontando à época de sua criação, em período anterior inclusive à criação do espaço Raízes do Brasil, Humberto Palmeira, em entrevista concedida à esta dissertação, explica que tal iniciativa contou com a participação expressiva dos consumidores. Com efeito, Palmeira sublinha, por exemplo, o papel dos consumidores no processo de expansão da comercialização das cestas, que passou de um único ponto de entrega no Campus da Praia Vermelha da UFRJ, localizado no bairro da Urca, zona Sul da cidade, para um total de nove

---

<sup>154</sup> Disponível em: <http://www.cestacamponesa.com.br/estatica/index.php> Acesso em: 4 jan. 2019.

núcleos distribuídos entre as cidades do Rio de Janeiro e Niterói, ao final de 2018, quando foi realizada esta pesquisa:

A partir dos próprios consumidores a gente começou a criar outros grupos, núcleos de consumo. O pessoal da UFRJ dizia: eu estou pensando em montar um grupo lá no meu bairro, vocês entregam? Então, a gente começou a partir desse contato com os consumidores, a criar essa organização da cesta camponesa, a criar núcleos (informação verbal)<sup>155</sup>.

Observa-se, portanto, uma ênfase no papel ativo dos consumidores urbanos que, ao comprar alimentos nas Cestas Camponesas, no Raízes do Brasil e em outras experiências inovadoras e alternativas de abastecimento, podem conhecer a realidade da produção agrícola, aderir à sua “causa”, expressar novas demandas, fazer propostas e participar na concretização de novos projetos. Palmeira descreve também a existência de processos de aprendizagem mútua entre MPA, produtores e consumidores, um processo de “reeducação” frente às novas conexões entre produção e consumo. Palmeira verifica que as atividades do Raízes do Brasil têm repercussão para os camponeses e sua produção, bem como para os consumidores e suas práticas de compra e consumo:

Antes, assim, a gente ia pegando [os alimentos] a partir do que tinha. Hoje, a gente está no nível que a gente consegue dizer assim [para os camponeses]: planta mais isso, planta menos isso. Porque a gente observa a partir do consumo... assim, o consumo acaba ajudando a gente a organizar a produção. E a produção também consegue dizer para o consumidor que ele não tem que comer tomate o ano todo, porque não tem tomate o ano todo. O tomate dá em uma época do ano. Então, acaba sendo um processo de reeducação de ambas as partes (informação verbal)<sup>156</sup>.

Esse processo de reeducação é atribuído aos aprendizados recíprocos entre camponeses e consumidores durante os processos de abastecimento alimentar promovidos pelo MPA. Com isso, sugere-se que tanto as dinâmicas da esfera do consumo contribuiriam para a organização da produção, quanto os processos produtivos modificariam e melhorariam os hábitos alimentares dos consumidores urbanos. Trata-se de uma oportunidade de trocas mútuas em que, de certa forma, o MPA, suas atividades e os camponeses envolvidos na produção dos alimentos comercializados no Raízes do Brasil se desenvolvem em cooperação com os consumidores, ao passo que os próprios consumidores incrementam e engajam suas práticas de consumo em parceria com o movimento.

Segundo Palmeira, compartilhar as tarefas com os consumidores é um ponto crucial de ordem também prática para o MPA, uma vez que é “um trabalho que o movimento não tem condições de fazer, porque não tem pernas e braços para fazer”. Ele exemplifica: “são nove núcleos na cidade, que se a gente fosse colocar a militância do movimento em todos os núcleos não daria conta”. Por esse motivo, Palmeira aponta que um dos objetivos da Cesta Camponesa, desde seu início, é a sua progressão para ser uma “espécie de organização de consumidores”<sup>157</sup>. Em sua visão, a Cesta Camponesa, nos dias de hoje, é uma organização de consumidores, porém com características iniciantes. Seu cunho organizativo está associado à

---

<sup>155</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

<sup>156</sup> Ibid., 2018.

<sup>157</sup> Para mais estudos que se debruçaram sobre organizações de consumidores, conferir Benini (2008), Carneiro (2012) e Ferreira (2015).



pró-atividade dos consumidores, os quais são responsáveis por parte das tarefas de recebimento de pagamentos e de distribuição dos alimentos.

Desse modo, como aponta Miller (2005), embora os movimentos “verdes” (*green movements*) sejam comumente associados a movimentos de anticonsumo, esses podem ser vistos, em muitos aspectos e de forma realística, como uma vanguarda de novas formas de consumo. O autor complementa: “a medida em que se torna um movimento de massa, sua relação mística com uma noção reificada da natureza é temperada por uma preocupação mais racionalista com a desfetichização dos bens” (MILLER, 2005, p. 47, tradução nossa<sup>158</sup>). Tais dinâmicas, apesar de serem frequentemente motivadas mais por preocupações individuais do que com outras mais abstratas ligadas ao “planeta”, demonstram alguns indícios de consumidores que “transcendem” aos seus interesses centrados no *self*, reconceituando a ligação entre saúde e moral individual com a saúde e moral global.

A incorporação de estratégias de politização do consumo pelo MPA e a construção de alianças, compromissos e solidariedades entre movimentos sociais e consumidores urbanos se dá, assim, de forma bastante complexa. Se, por um lado, há diversos indícios que apontam o para reconhecimento da importância e da pró-atividade dos consumidores, por outro, observa-se que tais características são reservadas apenas ao grupo selecionado de “consumidores da Cesta Camponesa”:

Então, é um processo de corresponsabilização dos consumidores, em uma ideia do consumidor sair da zona de conforto, que é ir na gôndola de supermercado e voltar para casa. É um processo de reeducação da relação de produção e consumo, envolver os consumidores (informação verbal)<sup>159</sup>.

O consumo, então, é visto como uma ação desenvolvida dentro da “zona de conforto”, resumida em ir até a gôndola do supermercado e voltar para casa, assim como descreveu Silva (2016) em seu artigo supracitado que, igualmente, menciona a necessidade do consumidor sair de sua posição cômoda e assumir um lugar como sujeito no sistema agroalimentar. Torna-se evidente, portanto, que para o MPA, somente após um processo de “corresponsabilização” e “reeducação” o consumidor e sua ação de consumir poderiam assumir uma faceta política.

Dessa forma, conforme havíamos observado anteriormente a partir de uma análise histórica da trajetória do MPA, o que essas abordagens parecem ter em comum é a compreensão ambígua sobre o papel do consumidor. Ora o consumidor é considerado como vítima passiva e manipulada pelas forças de mercado e pelas oscilações da moda, ora faz do ato de consumir uma forma de participação em um cenário de disputas sobre o que a sociedade produz, o modo como produz e os significados e formas de usufruto de tal produção. Essa flutuação de percepções, sentidos e significados contribui para pensarmos sobre os modos como a categoria “consumidor” é utilizada pelo MPA, e de igual forma sobre as ambiguidades e as hesitações que permeiam esse emprego.

Por meio da observação participante, durante a roda de conversa aberta ao público em geral e intitulada “Unindo Campo e Cidade: Como construir espaços de comercialização popular?” (Figura 16), pudemos verificar indícios que apontam para a flutuação de percepções, sentidos e significados que são atribuídos pelo MPA à categoria “consumidor”.

---

<sup>158</sup> Trecho original: “As it becomes a mass movement, its mystical relationship to a reified notion of nature becomes tempered by a more rationalistic concern with the defetishism of goods” (MILLER, 2005, p. 47).

<sup>159</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.



**Figura 16.** Divulgação nas mídias sociais da roda de conversa “Unindo campo e cidade: Como construir espaços de comercialização popular?”, Terra Crioula, MST/RJ, Rio de Janeiro/RJ, agosto de 2018.

Fonte: Página oficial do Facebook do Raízes do Brasil<sup>160</sup>

Na ocasião, Evandro Apolonio, camponês, militante do MPA e membro da Coordenação de Comercialização e Abastecimento Popular do Raízes do Brasil, ao apresentar a experiência do Raízes do Brasil e a iniciativa das Cestas Camponesas, anunciou de forma clara, a opção por usar outras categorias no lugar de “consumidor”:

A gente adotou chamar as pessoas de cestantes e não de clientes ou consumidores. É uma forma melhor de dialogar com eles. Hoje estamos com uma média de 800 a 830 cestantes (informação verbal)<sup>161</sup>.

A categoria “consumidor” é claramente preterida em relação a outras denominações. Há uma negação das categorias “cliente” e “consumidor”, optando, nesse caso, por se dirigir às pessoas que compram e consomem alimentos produzidos pelos camponeses do MPA nas Cestas Camponesas como “cestantes”<sup>162</sup>. Enquanto, tal escolha é justificada por Apolonio como “uma melhor forma de dialogar com eles”, do ponto de vista teórico isso nos faz pensar se opções como essas são uma forma de expressão de desconfortos e dificuldades em lidar com a categoria “consumidor”.

<sup>160</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2136061766661412/?type=3&theater> Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>161</sup> Informações apresentadas por Evandro Apolonio, MPA, durante a roda de conversa “Unindo Campo e Cidade: Como construir espaços de comercialização popular?”, em 30 de agosto de 2018, Rio de Janeiro/RJ. Realizamos uma transcrição de fala proferida por Apolonio por meio de um registro da transmissão ao vivo do evento disponibilizado nas redes sociais dos organizadores. Disponível em: <https://www.facebook.com/TerraCrioulaMST/videos/248853515700816/> Acesso em: 13 nov. 2018.

<sup>162</sup> A expressão “cestante” é utilizada também por alguns Grupos de Consumo Responsável, a exemplo da Rede Ecológica, no Rio de Janeiro/RJ, estudada por Carneiro (2012).

Trentmann (2004) esclarece que as dificuldades com o uso do termo consumidor nos dias atuais remontam a períodos anteriores aos séculos XIX e XX. O autor mostra que embora todas as sociedades humanas tenham se engajado com o consumo, comprando, trocando e/ou usando objetos e serviços, foi somente em alguns contextos específicos durante esse período que algumas (nem todas) práticas de consumo foram conectadas a um sentido de “ser um consumidor”, como identidade, audiência ou categoria de análise.

Em outro trabalho Trentmann (2006), ainda por meio de uma perspectiva teórica, assinala que uma linguagem que inclua os “consumidores” é raramente utilizada. Para sustentar essa visão, o autor fornece alguns exemplos. Durante a Revolução Americana, em meados do século XVIII, organizadores de boicotes ao consumo de chá e outras *commodities* que simbolizavam o poder imperial se dirigiam aos seus companheiros por vocativos como “compatriotas”, “patriotas honestos da indústria”, “homens livres” ou “americanos”<sup>163</sup>. Outras manifestações durante o século XVIII e XIX na Europa em torno da provisão de bens básicos e de alimentos a “preços justos” também se desenvolveram igualmente sem mencionar o termo “consumidor”. Na França, aqueles que se manifestavam em torno da questão da comida eram denominados por expressões como “o povo”, “os pobres”, “trabalhadores”, “pequenos agricultores” ou “mulheres do povo”<sup>164</sup>. Nos anos de 1840, alemães se referiam aos “lamentos do povo”, ao “público” ou à “ralé”, quando também não se desagregavam as identidades por profissões (ex. os costureiros), idade ou gênero (ex. senhores, garotos, aprendizes, camaradas, garotas ou senhoras)<sup>165</sup>. Na análise do autor, esses eram de fato momentos de politização do consumo, os quais, entretanto, foram interpretados como mobilizações em torno de identidades compartilhadas por outras designações, e não por pela categoria “consumidor”. Isso, na visão de Trentmann (2006), impediu a “liberação” (*unleashing*) e a chegada (*arrival*) do consumidor no mundo da política.

Para Trentmann (2006), durante esse período, os significados e as práticas de consumo permaneceram incorporadas a identidades sociais mais antigas definidas pelo trabalho, pela terra, pelo comércio e pela produção. Enquanto, a categoria “consumidor” fazia aparições ocasionais, principalmente como sinônimo de “comprador”. Uma das razões levantadas pelo autor que poderiam explicar as dificuldades de gerar uma percepção mais ativa da identidade do “consumidor” é uma certa resiliência dessas identidades e categorias mais antigas, fazendo com que o consumo e o consumidor permanecessem virtualmente ausente desses discursos. Contudo, o autor aponta que de forma completamente inversa à análise de Marx sobre a dialética moderna que separa a identidade humana entre o cidadão público e o burguês privado, um novo quadro teórico nos permite compreender o consumo e o consumidor como forças cruciais que demonstram uma nova ligação entre as identidades pessoais e políticas dos indivíduos. Nesse sentido, a partir dessa análise histórica Trentmann (2006, p. 40) conclui que “as formas contrastantes pelas quais o consumo foi politizado aponta para as trajetórias contingentes e diversas do consumidor na modernidade”<sup>166</sup>.

Nessa perspectiva, observamos processos bastante semelhantes no caso analisado por nós. Há aparições ocasionais da categoria “consumidor”. Ao mesmo tempo que são expressas

<sup>163</sup> As expressões utilizadas em inglês foram “*countrymen*”, “*honest industrious patriots*”, “*freemen*” e “*Americans*”.

<sup>164</sup> As expressões utilizadas em inglês e francês foram “*the people*”, “*the poor*”, “*workers*”, “*petit laboureurs*” e “*women of the people*”. Para mais informações sobre o caso francês, conferir Bouton (1993) e Kaplan (1976).

<sup>165</sup> Trentmann (2006) indica que esses termos fazem referências aos termos originais, em alemão: “*Klage des volkes*”, “*Publikum*”, “*Poebel*”, “*Wir armen Arbeitsleute*”, “*Junge*”, “*Etablierte*” e “*Greise, Knaben, Gesellen, Burschen, Maedchen and alte Weiber*”. Para mais informações sobre o caso alemão, conferir Gailus (1990).

<sup>166</sup> Trecho original: “*The contrasting forms in which consumption was politicizes point to the contingent and diverse trajectories of the consumer in modernity*” (TRENTMANN, 2006, p. 40).

preferências explícitas por outras categorias, como, por exemplo no caso da Cesta Camponesa em que o MPA se refere aos consumidores de seus alimentos como “cestantes”, e também implícitas, quando se opta por termos mais tradicionalmente usados no âmbito das lutas de classe, como “operários”, “trabalhadores urbanos” e “povo brasileiro”.

Portilho e Micheletti (2018), em um estudo sobre a politização do consumo na América Latina, ressaltam que por razões de cultura política e dos papéis que corporações, governos e movimentos sociais costumam assumir no debate do consumo sustentável, os processos de politização de consumo possuem trajetórias distintas na América Latina quando comparado ao Norte global. Destaca-se o fato de que movimentos sociais latino-americanos não apresentam uma tradição ou uma confiança clara na efetividade do mercado como uma arena política, e considerarem, em geral, a mobilização individual, como no caso do consumo político, como um tipo de ação secundária<sup>167</sup>. As autoras também identificam a forte tradição na América Latina em mobilizar os atores por meio de categorias tradicionais e mais coletivas, como “trabalhadores” e “cidadãos”, e raramente como “consumidores”, demonstrando a menor ênfase em ações individualizadas no âmbito do consumo.

Isso nos aponta também para o domínio, entre os cientistas sociais latino-americanos, da tradição marxista centrada na produção, o que explica, em alguma medida, porque o tratamento acadêmico de temas como consumo e consumidor se baseia na ideia de que a categoria cidadão seja moralmente superior à do consumidor (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). De forma complementar, autoras como Portilho e Micheletti (2018) se questionam se a pouca ênfase atribuída à ação dos consumidores poderia ser uma forma de “enfraquecer” (*weaken*) o processo de politização do consumo e o reconhecimento do consumidor como ator político.

Stolle, Hooghe e Micheletti (2005) chamam a atenção para o fato de que o predomínio do foco de análise em formas tradicionais de participação que objetivam exclusivamente o sistema político *per se* aumentaria o risco de que ações inovadoras que ampliam o repertório de ação dos cidadãos tendam a permanecer desconhecidas. As autoras indicam que as transformações nas práticas políticas, apesar de essenciais, têm sido muitas vezes negligenciadas nas teorias sociais e nas pesquisas que se propõem a realizar algum tipo de mensuração da participação política.

É interessante notar também que essa roda de conversa reuniu, além de convidados do próprio Terra Crioula e do Raízes do Brasil, ambos associados a movimentos sociais do campo (respectivamente, MST e MPA), representantes de grupos organizados de consumidores, como a Rede Ecológica, criada em 2001, que se autodenomina como um movimento social constituído por consumidores que realizam compras coletivas diretamente de pequenos produtores agroecológicos e/ou orgânicos, visando fomentar o consumo ético, solidário e ecológico. A presença de diferentes iniciativas nessa roda de conversa, também organizada por um movimento social do campo, colocou em evidência a diversidade de concepções sobre o consumo e o consumidor que convivem, disputam e negociam nos mesmos ambientes.

---

<sup>167</sup> Vale registrar como o trabalho de alguns pesquisadores têm visto e analisado a questão dos mercados. Stolle, Hooghe e Micheletti (2005) discorrem sobre o mercado como “arena política” (*political arena*). Wilkinson (2016) argumenta que os mercados não vêm do “Mercado”, mas dos movimentos sociais. Santos et al (2018), por meio de um estudo de caso, avaliam como as cadeias curtas de alimentos ecológicos se constituem como uma forma de resistência camponesa, através do estudo de um grupo de camponeses feirantes de um assentamento do MST na região de Porto Alegre/RS.

A participação nesse espaço tanto de movimentos sociais do campo quanto de movimentos de consumidores<sup>168</sup> aponta para a “tendência de aliança e aproximação de valores e estratégias de luta – ao contrário da fragmentação da luta social pregada em passado recente pelas teorias pós-modernas – dos movimentos sociais de bandeiras mais clássicas com os movimentos de consumidores que sequer são considerados nas teorias dos movimentos sociais”, conforme descrevem Portilho e Barbosa (2016, p. 267).

Ademais, no que tange ao conteúdo assimilado pela categoria “consumidor”, é interessante notar o questionamento retórico feito por Palmeira em torno do significado do termo “consumidor”, enquanto falávamos sobre o processo de responsabilização dos consumidores no caso da Cesta Camponesa:

Eu não sei se essa é a melhor palavra, porque os consumidores são produtores também de alguma coisa, de cultura ou de artes ou de conhecimentos, de colocar eles para participar do processo, para eles se sentirem responsáveis no processo (informação verbal)<sup>169</sup>.

Palmeira se pergunta se o termo “consumidor” seria suficiente para descrever aqueles que comprem e consomem os alimentos comercializados no Raízes do Brasil. Sua conclusão indica uma percepção sobre o consumidor que vai além do ponto de vista meramente econômico. Ele conclui que consumidores também são produtores, não necessariamente de alimentos, mas de outros bens, como cultura, arte e conhecimentos. Nota-se, nesta passagem, outra via de interpretação em que se rompe com a dicotomia entre produtores e consumidores, “nós” e “eles”, evidenciado pelo reconhecimento de que consumidores são também produtores<sup>170</sup>. Contudo, cabe destacar que esta pesquisa se limitou às considerações de apenas uma das lideranças do MPA, não sendo essa visão necessariamente capaz de captar opiniões e avaliações de produtores, consumidores e agora militantes urbanos, e nem de outras lideranças e famílias camponesas que compõem o quadro do movimento.

Com efeito, a Cesta Camponesa, para além de cumprir uma função de viabilizar a comercialização direta de alimentos da produção camponesa, promove atividades com o intuito de aproximar, socializar e colocar em diálogo quem produz e quem consome. Uma das atividades que exemplifica esse tipo de interação é a série de encontros e reuniões entre membros do Raízes do Brasil, camponeses fluminenses da base social do MPA e consumidores urbanos responsáveis pelos diferentes núcleos da Cesta Camponesa.

Dentre esses eventos, destacamos uma das reuniões<sup>171</sup> entre MPA e consumidores da Cesta Camponesa, ocorrida em 26 de agosto de 2018, no Raízes do Brasil, que

---

<sup>168</sup> Além das experiências e movimentos sociais já citados, participaram também desta roda de conversa representantes do Armazém do Campo, nome sobre o qual se organizam alguns espaços de comercialização de produtos da reforma agrária, coordenados pelo MST em nível nacional, e da Rede Cau, que se autodenomina um movimento social que agrega pessoas e organizações para a defesa da agroecologia na cidade do Rio de Janeiro.

<sup>169</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

<sup>170</sup> Vale registrar que, em contrapartida, alguns autores se referem à produção do ponto de vista econômico, se direcionando de forma específica à produção de riquezas. Esse é o caso de Barbosa e Campbell (2006, p. 21) que, ao descreverem os estudos do consumo nas sociedades contemporâneas, começam por afirmar que “embora todo e qualquer membro de uma sociedade seja um consumidor ativo de bens e serviços, nem todos têm um papel produtivo”. Segundo eles, apesar de os desempregados, os estudantes em tempo integral, as crianças, os adolescentes, os aposentados e os doentes não produzirem do ponto de vista econômico nenhuma riqueza, consomem de forma permanente uma variedade de bens e serviços.

<sup>171</sup> No período anterior ao Raízes do Brasil, em 3 dezembro de 2016, foi realizado o primeiro encontro entre lideranças do MPA, camponeses fluminenses e consumidores dos núcleos da Cesta Camponesa, no bairro de

acompanhamos por meio de observação participante (Figura 17). A programação dessa reunião consistiu em um dia de atividades, distribuídas da seguinte forma: apresentação do MPA e da Cesta Camponesa por Humberto Palmeira e Evandro Apolonio; reunião entre membros do Raízes do Brasil e consumidores responsáveis pela coordenação dos núcleos da Cesta Camponesa para discussão de aspectos de ordem prática sobre a comercialização de alimentos; e almoço preparado em conjunto entre militantes do MPA, consumidores e extensionistas<sup>172</sup>.



**Figura 17.** Divulgação nas mídias sociais da reunião do grupo de coordenadores de núcleos da Cesta Camponesa de Alimentos Saudáveis, Raízes do Brasil, MPA, Rio de Janeiro/RJ, agosto de 2018.

Fonte: Página oficial do *Facebook* do Raízes do Brasil<sup>173</sup>

A realização de encontros e reuniões entre lideranças do MPA, camponeses e consumidores manifesta, de forma concreta, a incorporação da estratégia de politização do consumo pelo MPA, pois viabiliza ocasiões em que os diferentes atores são convidados a compartilharem espaços de discussão e decisão.

Trata-se, ainda, de uma demonstração clara, de ordem prática e concreta, de como o ato de consumir não se resume meramente a comprar, como defendido por diversos estudiosos do consumo (CAMPBELL, 2005; MILLER, 2005; TRENTMANN, 2004). Micheletti e Stolle (2015) explicam, por exemplo, que processos de politização do consumo mobilizam indivíduos a pensar de uma forma solidária, coletiva e estratégica quando

---

Tinguá, no município de Nova Iguaçu/RJ. Desde a abertura do Raízes foram realizadas mais algumas reuniões, sem uma periodicidade definida. Em geral, participam dessas reuniões as lideranças do MPA envolvidas no Raízes do Brasil, os consumidores responsáveis pela coordenação dos núcleos da Cesta Camponesa e também docentes e discentes do projeto de extensão da ESS/UFRJ – cuja parceria ocorre desde o início das Feiras e Cestas Camponesas, conforme mencionado no Capítulo 2.

<sup>172</sup> Para esse encontro em específico, estavam previstos momentos para rodas de conversas com o José Maria Rangel, petroleiro, coordenador licenciado da FUP e candidato a Deputado Federal (PT) nas eleições do ano de 2018, bem como com um grupo de camponeses responsáveis pela produção de alimentos da Cesta Camponesa. Todavia, José Maria Rangel e os produtores devido ao mau tempo não conseguiram comparecer à reunião e essas atividades foram canceladas.

<sup>173</sup> Disponível, respectivamente, em: <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2133984800202442/?type=3&theater> e <https://www.facebook.com/raizesdobrasilrj/photos/a.1914052722195652/2133985096869079/?type=3&theater> Acesso em: 10 jan. 2019.



compram e/ou usam uma gama de recursos como seu tempo e seu próprio estilo de vida para contribuir na construção de uma cultura de consumo, tendo por objetivo final influenciar o desenvolvimento político e a mudança social.

Se, nos primeiros anos de fundação e atuação do MPA, seus principais objetivos giraram em torno de lutas de massa, organização de base e bandeiras simples, claras e objetivas (GÖRGEN, 1998), a experiência do Raízes do Brasil tem se constituído como um período de experimentações em que se observa indícios da incorporação da estratégia de politização do consumo permeado por mudanças, ambiguidades e surpresas. Uma dessas surpresas, segundo Palmeira, foi a incorporação de pessoas ao MPA que “não são do campo”. A surpresa possivelmente se expressa devido à formação histórica do MPA que, conforme relatou Görgen (1998), se deu em um contexto de cisão com a lógica sindical e foi movida, principalmente, pela proposta de construir um movimento de massa organizado em bases que pautasse a luta direta das famílias camponesas.

A incorporação de novos atores na base social do movimento tem se dado tanto com a aproximação de produtores urbanos<sup>174</sup> quanto de consumidores urbanos que, a partir do contato inicial com o MPA, através do Raízes do Brasil, continuaram a estreitar laços com o movimento e suas causas e foram convidados a participar do movimento como militantes. Essa aproximação do MPA com pessoas que “não são do campo”, ou seja, com as pessoas da cidade traz certamente diversas reflexões, tanto para a própria organização quanto para o campo acadêmico. Tal fenômeno aponta, por exemplo, para os limites da equivalência proposta em alguns momentos entre os termos consumidor e trabalhador urbano, os quais muitas vezes foram utilizados como sinônimos. Também problematiza as fronteiras sobre o que constitui um movimento camponês, bem como sobre o que é um alimento camponês.

Palmeira conta que a inclusão de produtores urbanos tanto da perspectiva política quanto da comercialização não constava no plano inicial do MPA. Contudo, a demanda dos consumidores, indicando seu papel ativo e aparentemente uma sinergia de pautas entre MPA e tais produtores urbanos, foram algumas das razões que promoveram a aproximação do movimento com produtores urbanos.

No aspecto da formação de uma nova militância urbana, outras motivações também são apresentadas como justificativas da incorporação de um novo perfil de militantes. Uma delas, segundo Palmeira, é a dificuldade de “construir” um movimento social do campo, como o MPA, em um grande centro urbano como o Rio de Janeiro/RJ:

Tem uma coisa do movimento no Rio, que é uma carga de demanda urbana muito grande, para poder participar em espaços, debates políticos, de ajudar a construir a pauta em outros espaços. [...] Então, assim, ter uma militância que mora na cidade para algumas demandas do movimento tem muito mais condições objetivas de estar acompanhando, de dar a resposta que tem que ser dada, do que um militante que é agricultor ou de história de família agricultora que sai lá da baixada para poder participar. Hoje, assim, a gente está bem flexível nesse incorporar pessoas que não são do campo, porque tarefas tem muitas (informação verbal)<sup>175</sup>.

---

<sup>174</sup> A título de exemplo, na ocasião da entrevista Palmeira informou que parte das cervejas, dos pães, do vinagre e dos cosméticos artesanais presentes no cardápio do Raízes e/ou disponíveis para a comercialização na Feira e na Cesta Camponesas são produzidos por produtores urbanos.

<sup>175</sup> Entrevista cedida por: PALMEIRA, Humberto Ribeiro. Humberto Ribeiro Palmeira: depoimento [nov. 2018]. Entrevistadora: Jennifer Harumi Tanaka. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo .mp3 (90 min.). Entrevista concedida a esta dissertação.

Com efeito, Palmeira ilustra essa incorporação com um exemplo interessante. Ele conta sobre uma consumidora urbana que se aproximou do MPA por meio da Cesta Camponesa e, por ter assumido de forma sistemática uma quantidade relativamente grande de tarefas, foi convidada pelo movimento a ser uma militante do MPA. “Ela é urbana, é servidora pública”<sup>176</sup>, comenta Palmeira, ao dizer que essa é mais uma das novas experiências do MPA.

Essa virada do MPA para o consumo e para “os urbanos” nos parece ser uma dinâmica também adotada por outros movimentos sociais do campo. O estudo de Andrade Neto (2013), sobre as Comunas da Terra ilustra como o MST incorporou pessoas provenientes de periferias urbanas que não possuíam experiências agrícolas prévias ou algum tipo de herança sociocultural camponesa em “novas formas de assentamento” estabelecidas em áreas periféricas da Região Metropolitana de São Paulo.

Com essa visão, e a partir dos demais exemplos, contextos e situações analisadas, parece-nos que, conforme assinalam Stolle, Hooghe e Micheletti (2005), o processo de politização do consumo consiste em um fenômeno ambíguo e multidimensional e, ainda que os significados atribuídos ao consumo e ao consumidor sejam múltiplos, compõem um fenômeno consistente.

Trentmann (2007) ressalta, então, que pode ser mais sensato tratar o entendimento sobre o consumidor como uma história cíclica longa, composta por diversos capítulos, do que como uma brusca ruptura entre paradigmas culturais e econômicos. A provocação desse autor, que também ressoa neste estudo, resume-se, então, a questionar o uso do consumidor como uma categoria normativa. Segundo ele, um olhar mais atento para os exemplos históricos ilumina uma faceta política do consumo, em que é possível experimentar uma redescoberta de seus elementos cívicos. Uma das possibilidades seria, assim, compreender o consumo tanto como um modo de adquirir bens, quanto também como espaço político potencial para a mobilização coletiva em prol da sociedade civil, democracia e justiça (TRENTMANN, 2004).

Nesse sentido, torna-se claro para nós que a formação e o fortalecimentos de alianças, solidariedades e compromissos entre MPA, produtores e consumidores não é um processo linear e absoluto, sendo possivelmente mais bem compreendido como um conjunto de experimentações, por vezes ambíguo, composto por acordos, negociações e tensões.

Pode-se dizer que o significado da categoria “consumidor” para o Raízes do Brasil e o MPA é flutuante. Tendo como base de estudo o caso das Cestas Camponesas, verificamos uma gama de indícios da incorporação da estratégia de politização do consumo pelo MPA, inclusive com menções claras à categoria “consumidor”. Ao mesmo tempo que notamos uma ausência virtual do consumidor, que pode estar associada a um desconforto e/ou dificuldade com o uso dessa categoria. As aparições ocasionais da categoria “consumidor” e a escolha por outros termos em seu lugar podem indicar, inclusive, especialmente a partir de um olhar dos Estudos do Consumo, uma manutenção e reforço do viés produtivista e, portanto, da assimetria entre produção e consumo.

Todavia, a abertura e a introdução de produtores e consumidores urbanos para a base social do MPA manifestam uma mudança significativa em sua estratégia global. Precisariamos caminhar um pouco mais no sentido de compreender a miríade de percepções, sentidos e significados que possuem expressões como “aliança camponesa-operária”, “comida de verdade no campo e na cidade” e “comer é um ato político”. Afinal, nossa análise compreendeu o período desde o início dessa experiência, em meados de 2017, até os primeiros meses de 2019. Embora tais bordões estejam ocupando um lugar cada vez mais

---

<sup>176</sup> Ibid., 2018.



central nas publicações, no cotidiano e nos espaços dos movimentos sociais do campo, como o MPA, esse é um processo relativamente recente e ainda em curso que exige interpretações e análises mais complexas capazes de extrapolar as divisões sólidas entre “capitalistas de hábitos de classe média urbana” e “camponeses de modo de vida diferenciados”, e que possivelmente iluminariam o potencial da politização do consumo, da comida e da alimentação como estratégia dos movimentos sociais do campo.

## CONCLUSÕES

Tomando como ponto de partida os posicionamentos, os discursos e as ações do MPA, em especial aqueles relacionados ao Raízes do Brasil, o objetivo central desta dissertação foi analisar como este tem incorporado a estratégia de politização do consumo. Examinamos também as potencialidades desse processo na formação e na construção de alianças, compromissos e solidariedades entre MPA e consumidores urbanos.

Nossa intenção foi, primeiramente, somar esforços ao quadro teórico surgido após o redirecionamento do interesse da teoria social, incluindo os Estudos Rurais, para a esfera do consumo, processo conhecido como *consumption turn*. Nosso foco se voltou para um tema relativamente pouco debatido: a atuação de movimentos sociais do campo no meio urbano, em particular na esfera do consumo. Conforme sugerem Stolle, Hooghe e Micheletti (2005), nossa proposta foi contribuir para expandir a análise para além das formas tradicionais de participação política, ou seja, aquelas que se direcionam ao sistema político *per se*, enfatizando uma forma de ação política considerada inovadora, qual seja o consumo político.

As reflexões aqui apresentadas mostram que, embora os movimentos sociais do campo enfatizem debates em torno de temas relativos à produção, ganharam impulso palavras de ordem em torno do consumo alimentar como, por exemplo, “comer é um ato político”. Com isso, uma ampla variedade de temas, ideologias, estratégias e atores foi incorporada ao conjunto de bandeiras clássicas da causa camponesa (terra, crédito, moradia, educação etc.), com destaque, neste estudo, para as pautas relativas ao consumo alimentar que, associadas à cidade e à sua dimensão política, passaram a ocupar um espaço importante nos pilares temáticos do MPA.

Nesta pesquisa, a alimentação, a comida e o comer, tanto no âmbito discursivo quanto da prática social, foram identificados como os elementos capazes de (re)criar pontes entre campo e cidade, entre trabalhadores rurais e consumidores urbanos. Nas palavras de uma das lideranças do MPA entrevistada para esta dissertação, a alimentação é vista pelo movimento como um “instrumento para ampliar o diálogo com a cidade”. O Raízes do Brasil simboliza, portanto, um espaço e uma forma de mobilização que, tendo a comida e a alimentação como elementos mediadores, extrapola a atuação do MPA para o meio urbano, funcionando, especialmente, como uma “vitrine” para mostrar “o que é o MPA e o que MPA faz”. Trata-se de um ponto de interface concreta entre movimento social e consumidores urbanos, que aproxima produção e consumo alimentar.

O que pudemos avaliar sobre as ações empreendidas no espaço Raízes do Brasil no período de meados de 2017, fase inicial de seu funcionamento, até o começo de 2019 se relaciona, em diversos pontos, com o diagnóstico feito pelo próprio MPA sobre as potencialidades de sua atuação no município do Rio de Janeiro. Uma cidade que apresentava, na avaliação do movimento, um potencial particular de convergência de uma pluralidade de setores, tais como política, cultura, arte e gastronomia.

A partir deste estudo, concluímos que o Raízes do Brasil representa, para seus organizadores, mais do que um local de comercialização de alimentos, mas um “sistema de abastecimento popular de alimentos”. Uma breve comparação do desempenho das iniciativas de comercialização realizadas pelo MPA em âmbito estadual, antes e após a abertura do Raízes do Brasil, demonstrara que a distribuição e o acesso aos “alimentos camponeses” se popularizou na cidade do Rio de Janeiro e seus arredores. A Cesta Camponesa, por exemplo, aumentou seu alcance de 100 cestantes, no período anterior ao Raízes do Brasil, para mais de 800 cestantes em pouco mais de um ano de funcionamento do espaço. No entanto, o preço dos

alimentos, ainda que abaixo daqueles praticados nos mercados convencionais de orgânicos, faz com que esses permaneçam restritos às camadas de renda média, sendo um fator limitante para a expansão de seu acesso às camadas menos abastadas, levando-nos a problematizar o caráter “popular” desse tipo de abastecimento. O fato de que a produção camponesa de base agroecológica tenha um preço acima dos produtos convencionais, esses últimos que recebem isenções e subsídios, é um problema reconhecido pelas lideranças do MPA e, na opinião das mesmas, uma questão a ser superada por meio de incentivos e políticas públicas.

A noção de crítica ética e estética de Boltanski e Chiapello (2009), aplicada no âmbito da alimentação por Barbosa (2016), nos permitiu perceber um transbordamento das críticas éticas, que constituem historicamente o pilar de luta do MPA, para as críticas estéticas, que passaram a tangenciar e, de certa forma, complementar as reivindicações do movimento. Embora distintas, as críticas éticas e estéticas têm se reforçado mutuamente na atuação do MPA, desdobrando-se nos processos de “esteticização da ética” e “eticização da estética”, descritos pela autora.

Ademais, observamos um conjunto de sinais que demonstrou que MPA e Raízes do Brasil vêm incorporando algumas das tendências da alimentação contemporânea descritas por Barbosa (2009). Dentre elas, destacamos a saudabilidade, a gastronomização e a valorização de origem, as quais ilustraram de forma nítida a fusão entre críticas éticas e estéticas, acima mencionada.

Uma das características marcantes do Raízes do Brasil, observada no período deste estudo, foi a sua multifuncionalidade. Ao mesmo tempo em que funcionou como o endereço de base para a organização estadual do movimento, o espaço foi palco para atividades de formação política, debates, reuniões de bairro, visitas de estudantes e intercambistas, saraus, exposições de filmes e terapias complementares, dentre tantas outras atividades. Inspirada nas considerações de Portilho (2009), podemos dizer que o Raízes do Brasil é e representa um ponto de encontro, de escolhas, de responsabilidades e de utopias. Essa diversificada agenda de eventos se relacionou, assim, a uma multiplicidade de formas de construir alianças e de politizar o consumo.

A profusão de significados e sentidos atribuídos a essas iniciativas pelas lideranças e militantes do MPA mostra que o Raízes do Brasil e as atividades ali realizadas são vistos como um campo de experimentações, eixo fundamental do desenvolvimento do conhecimento camponês (KRAUSER, 2015). Ao lançar mão da teoria dos regimes alimentares, apesar de suas limitações para a análise do consumo, sugerimos que experiências como a do MPA podem ser analisadas como um movimento de contestação típico do terceiro regime alimentar (FRIEDMANN, 2009; MCMICHAEL, 2009; 2016).

Tendo apresentado as principais considerações sobre o Raízes do Brasil, cabe retomar nosso foco principal, que foi analisar a incorporação do consumo político pelo MPA. Para isso, nos ancoramos em um arcabouço teórico que nos permitiu refletir sobre as dimensões políticas do consumo e do consumidor, o que nos referimos nesta dissertação como a “política da porteira para fora”. Com base nesse quadro teórico, as conclusões desta dissertação apontam na direção da nossa hipótese central de investigação: além de potencializar o escoamento e a comercialização da produção, as pautas da “comida saudável” e da “aliança com os trabalhadores da cidade” foram incorporadas pelo MPA às suas estratégias de luta, politizando o consumo e buscando, com isso, angariar apoio de consumidores urbanos para suas agendas políticas. Ainda que o MPA não faça referência à noção de consumo político, nosso estudo indicou que a incorporação dessa estratégia se mostrou um fenômeno consistente.

Apontamos três modos principais pelos quais a politização do consumo pode ser

observada nas ações do MPA: fomento ao *buycott*, esforços de desfeticização da mercadoria e promoção de uma cadeia alimentar curta, valorizando a origem dos alimentos. Buscamos entender tais ações tanto isoladamente, quanto relacionadas entre si.

Com relação ao *buycott*, nos chamou atenção a divulgação feita aos consumidores urbanos sobre a compra de alimentos do MPA como um “ato de solidariedade”. Além disso, o MPA enaltece as relações de produção que estão por trás da produção dos alimentos, invertendo o fetichismo da mercadoria. Finalmente, destacamos a ênfase dada pelo MPA ao encurtamento das cadeias como uma forma de valorizar sua origem e de aproximar produtores e consumidores, criando relações de confiança entre eles.

Sugerimos, assim, que o MPA, ao ampliar suas estratégias de luta para incorporar o consumo político, tem procurado disputar ideologias e narrativas de mundo, sendo a principal delas a crítica ao agronegócio e ao capitalismo. Em nossa análise, o MPA identifica a agricultura camponesa com a produção de alimentos saudáveis e com a comercialização direta, considerando tais elementos como fatores essenciais para a garantia da autonomia camponesa e da soberania e segurança alimentar e nutricional.

Observamos um conjunto de características atribuídas pelo MPA, de forma exclusiva ou combinada, aos alimentos comercializados no Raízes do Brasil, conferindo-lhes uma qualidade superior. Assim, uma sobreposição de atributos preconiza a autenticidade desses alimentos, aparentemente buscando diferenciá-los e “protegê-los” de processos de apropriação e cooptação de suas bandeiras, especialmente a defesa do que é “alimentação saudável” e “comida de verdade”. Os alimentos produzidos pela base social do MPA e comercializados no Raízes são denominados por eles de alimentos “saudáveis” e “agroecológicos”, de “origem” conhecida, produzidos “sem veneno” por “camponeses”.

Apesar da coleta limitada de dados, que não refletem a totalidade de opiniões, informações e posicionamentos do MPA e de suas lideranças e militantes, sugerimos a existência de um processo de formação e fortalecimento de alianças, solidariedades e compromissos entre esse movimento social e consumidores urbanos.

Concordamos com as considerações de Portilho e Micheletti (2018) e argumentamos que tais alianças com consumidores se constituem como oportunidades e desafios para o MPA. Por um lado, a incorporação da estratégia do consumo político por movimentos sociais de perfil clássico, como o MPA, contribui para reforçar o papel ativo, cidadão e crítico que consumidores urbanos vêm assumindo em suas práticas de consumo. Por outro lado, vimos que tal processo é permeado por ambiguidades, hesitações e tensões relacionadas a dificuldades em identificar “o consumidor” como seu aliado e, especialmente, em reconhecê-lo como ator político.

Assim, embora se observe a incorporação do consumo político pelo MPA de forma clara, verificou-se também restrições e ressalvas ao uso das categorias “consumo” e “consumidor”. Tais termos apareceram apenas ocasionalmente, enquanto as expressões mais comumente acionadas foram “povo brasileiro”, “trabalhadores urbanos” e “operários”.

A predominância de identidades e categorias relacionadas ao mundo do trabalho faz com que consumo e consumidor permaneçam ausentes dos discursos do MPA. Trentmann (2006) mostra, em diversos exemplos, que ao longo do tempo os significados e as práticas de consumo permaneceram incorporadas a identidades sociais mais antigas, definidas pelo trabalho, pela terra, pelo comércio e pela produção. Dessa forma, a preferência do MPA pelo uso de categorias mais convencionais e ideológicas evidencia a importância dada aos valores da luta de classes defendidos pelo movimento. Da mesma forma, a hesitação e/ou a negação

em usar a categoria “consumidor” denota, possivelmente, um certo receio de enfraquecimento das ações coletivas focadas no recorte de classe.

Contudo, e em consonância com as reflexões de Stolle, Hooghe e Micheletti (2005) e de Trentmann (2006), buscamos um novo quadro teórico que nos permitisse compreender o consumo e o consumidor como forças que demonstram uma nova ligação entre as identidades pessoais e políticas dos indivíduos, e que apresentassem como proposta a ampliação da concepção de política.

A percepção de que em suas práticas de consumo a maioria das pessoas se torna mais individualizada e menos associada a preocupações coletivas e de classe parece ser um fator relevante para o MPA. Assim, a negação da categoria “consumidor” pode ser compreendida em um contexto mais amplo, como analisado por Portilho e Micheletti (2018), em que movimentos sociais latino-americanos, por não possuírem uma tradição ou uma confiança clara na efetividade do mercado como uma arena política, apresentam dificuldades de incorporar a estratégia do consumo político. A pouca ênfase que costuma ser atribuída às possibilidades de ação política dos consumidores pode levar a certo “enfraquecimento” (*weaken*) do processo de politização do consumo. Assim, a preferência por termos como “trabalhadores”, somada a menções apenas ocasionais aos “consumidores”, pode, conforme menciona Trentmann (2006), retardar a chegada (*arrival*) do consumidor no mundo da política. A permanência de um *framework* centrado na produção e a consequente negligência da esfera do consumo acabam reforçando a assimetria entre essas duas searas, conforme as reflexões de Goodman e Dupuis (2002) e de Portilho e Micheletti (2018).

De acordo com o que Miller (2005) nos aponta, o tema do consumo é importante nos dias de hoje porque se tornou o “fulcro da contradição dialética” (*fulcrum of dialectical contradiction*). De um lado, o consumo é “o problema” contemporâneo e, de outro, é o *locus* de qualquer “solução” futura global. Nesse quesito, apontamos a necessidade de aprofundar esse debate em pesquisas futuras, relacionando-o a questões morais que envolvem o consumo e a seu julgamento como esfera inferior à esfera do cidadão.

Enfim, entendemos que a incorporação do consumo político por movimentos sociais do campo como o MPA não se constitui como um processo linear e absoluto, sendo mais bem compreendida em relação a sua trajetória cíclica, nos termos de Trentmann (2007), como um conjunto de experimentações, por vezes ambíguo, composto por acordos, tensões, negociações e hesitações. De qualquer forma, argumentamos que tal incorporação se desdobra de forma complementar ao repertório tradicional de ações políticas do MPA, não as substituindo. Tal conclusão segue o mesmo sentido daquele exposto por Stolle, Hooghe e Micheletti (2005), ou seja, de que consumidores politizados não podem ser considerados externos ao sistema político *per se*, uma vez que costumam se engajar também em formas convencionais de participação política.

Na concepção do MPA, descrita por Görgen (1998), as “decisões políticas são tomadas nos espaços de decisão política”, entendendo tais espaços como as instituições políticas de governo ou os territórios em disputa. No entanto, as motivações que levaram à construção do Raízes do Brasil na cidade do Rio de Janeiro parecem modificar e ampliar o repertório de ação do movimento, mantendo o dinamismo, a criatividade e a ousadia que foram marcantes desde os primeiros anos de fundação e atuação do MPA.

Assim, a organização de acampamentos, ocupações, atos públicos e greves de fome, por exemplo, deixam de ser as únicas estratégias do MPA. Estratégias convencionais e não convencionais de ação política passaram a ser combinadas, expandindo seu repertório de ação para incorporar o consumo político. Em nossa análise, os posicionamentos, discursos e ações do MPA passaram a assumir, também e como prioridade, a construção de alianças,

compromissos e solidariedades com atores da cidade, sejam eles artistas, *chefs* ou consumidores de seus alimentos e de suas causas.

Embora uma investigação mais específica sobre as razões e as motivações que fomentaram e fomentam a aproximação do MPA com a cidade não tenha estado entre os objetivos deste estudo, parece evidente que decisões como essas não ocorrem em um campo neutro. Vale mencionar o contexto brasileiro atual de criminalização dos movimentos sociais, de aumento da violência no campo e de desmonte de políticas públicas voltadas para o meio rural. Politizar o consumo alimentar em um contexto como este certamente é uma forma de dar visibilidade às lutas do MPA e angariar apoio da sociedade.

Por fim, as considerações aqui apresentadas nos levam a um esforço de apontar uma agenda de pesquisa capaz de continuar captando os processos de politização do consumo, da comida e da alimentação. Tal agenda de pesquisa tem se mostrado profícua entre pesquisadores estrangeiros, mas ainda tem pouca expressão no Brasil. Acertadamente, Portilho, Castañeda e Castro (2011) apontam um contraste ao observarem, de um lado, o crescimento, em nosso país, de experiências que politizam o consumo (como redes de produtores e consumidores, associações de compras coletivas, boicotes, *buycotts*) e, de outro, a escassa produção acadêmica para analisá-las a partir desse referencial teórico.

Acreditamos que as reflexões sobre o consumo alimentar como campo de ação política devem incluir investigações relacionadas às especificidades desse fenômeno quando conduzido por movimentos sociais de perfil mais clássico e das particularidades dessa temática no contexto brasileiro. Ademais, parece ser fundamental o fomento a pesquisas que apontem os limites e as possibilidades desse tipo de ativismo, assim como de sua capacidade de influenciar agendas e de pressionar ações governamentais e empresariais. Outros estudos importantes seriam aqueles que indicassem opções metodológicas capazes de captar, de forma qualitativa e quantitativa, os processos de politização do consumo alimentar.

Ao demarcar a abrangência de discussões que este estudo sugere, deixamos aqui registrado algumas questões para uma agenda de pesquisas futuras: O que o Raízes do Brasil representa para a estratégia nacional do MPA? Como esses posicionamentos, discursos e atividades focados na esfera do consumo são percebidos e recebidos pelo MPA e sua base social? Como os consumidores percebem e se engajam em iniciativas como as do Raízes do Brasil? Qual o potencial de mobilização de iniciativas como esta? Como se desdobram (ou não), após a fase inicial de estruturação e implementação, os processos de politização do consumo, da comida e da alimentação? Quais as possibilidades de expansão dessa iniciativa no próprio território ou para outros centros urbanos?

Finalmente, esta pesquisa deixou evidente também o papel do alimento e da comida enquanto mediação entre MPA e consumidores urbanos, constituindo-se como um campo privilegiado de cruzamento interdisciplinar que combina interesses acadêmicos das Ciências Sociais (em especial, dos Estudos Rurais, dos Estudos do Consumo e da Sociologia da Alimentação) e da Nutrição. Consideramos fundamental incorporar ao campo da Nutrição, área predominantemente focada no consumo alimentar, aspectos da produção de alimentos e do sistema agroalimentar. Para assim, extrapolar as divisões sólidas e fronteiras temáticas entre as ditas Ciências Humanas e da Natureza, bem como desencadear, no lugar de apenas conclusões específicas a cada área, trocas e colaborações interdisciplinares para uma compreensão mais ampla dessa e de outras temáticas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVARENGA, Marle; FIGUEIREDO, Manoela; TIMERMAN, Fernanda; ANTONACCIO, Cynthia. **Nutrição comportamental**. São Paulo: Manole, 2018.

ALVES, Márcia Cristina. **Amigos Incômodos: Protestos e Participação Institucional na Trajetória do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA)**. 2011. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – PGDR/UFRGS, Porto Alegre, 2011.

ANDRADE NETO, João Augusto de. **Cooperação e organização em assentamentos rurais: a proposta das Comunas da Terra e a virada do MST para os 'urbanos'**. 2013. 314 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2013.

BARBOSA, Livia. A ética e a estética da alimentação contemporânea. In: \_\_\_\_\_. **Produção, consumo e abastecimento de alimentos**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 95-123

\_\_\_\_\_. Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros. **Horizontes Antropológicos**, a. 13, n. 28, p. 87-116, 2007.

\_\_\_\_\_. Tendências da alimentação contemporânea. In: PINTO, M. L.; PACHECO, J. K. (Org.). **Juventude, consumo e educação**. Porto Alegre: ESPM, 2009. p. 15-61.

\_\_\_\_\_. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar. 2004.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, L., CAMPBELL, C. (Org). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 21-44.

BARBOSA, Livia; PORTILHO, Fátima; WILKINSON, John; DUBEUX, Veranise. Trust, participation and political consumerism among Brazilian youth. **Journal of Cleaner Production**, p. 1-9, 2013.

BARTH, Vinicius Jean. **Caminhando sobre Desertos, Oásis e Campos Férteis: Interações entre o Movimento dos Pequenos Agricultores e o Estado na Luta pelas Políticas Públicas para a Agricultura Camponesa**. 2018. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – PGDR/UFRGS, Porto Alegre, 2018.

BENINI, Maria Luiza De Andrade. **Transição Agroecológica na perspectiva do consumo: um olhar etnográfico em um grupo de CSA (Community Supported Agriculture)**. 2018. 181 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Aplicadas) – UNICAMP, Limeira, 2018.

BEZERRA, Islandia; SCHNEIDER, Sergio. Produção e consumo de alimentos: o papel das políticas públicas na relação entre o plantar e o comer. **Revista Faz Ciência**, v. 14, n. 19, p. 35-61, 2012.

BONNAL, Philippe; CAZELLA, Ademir A.; MALUF, Renato S. Multifuncionalidade da agricultura e desenvolvimento territorial: avanços e desafios para a conjunção de enfoques. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 16, n. 2, p. 185-227, 2008.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BOSETTI, Cleber José. O camponês no olhar sociológico: de fadado ao desaparecimento à alternativa ao capitalismo. **Revista IDeAS**, v. 5, n. 2, p. 8-32, 2012.

BOUTON, Cynthia A. **The flour war: gender, class and community in late ancient regime French society**. University Park: Penn State Press, 1993.

BRASIL. Decreto nº 1.946, de 28 de junho de 1996. Cria o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF, e dá outras providências. **Jusbrasil**, 1996. Disponível em: <<https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/112235/decreto-1946-96>> Acesso em: 23 set. 2018.

\_\_\_\_\_. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira**. Brasília: Ministério da Saúde, 2008. 210 p.

\_\_\_\_\_. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira**. Brasília: Ministério da Saúde, 2014. 158 p.

BUAINAIN, Antônio Márcio; ALVES, Eliseu; SILVEIRA, José Maria; NAVARRO, Zander. Sete teses sobre o mundo rural brasileiro. **Revista de Política Agrícola**, n. 2, p. 105-121, 2013.

CADONÁ, Célio Valdemar. **Movimento dos Pequenos Agricultores – MPA: O novo nasce das estradas**. 2004. 283 f. Dissertação (Mestrado em Educação nas Ciências) – UNIJUÍ, Ijuí, 2004.

CAMPBELL, Colin. The sociology of consumption In: MILLER, D. **Acknowledging consumption: a review of new studies**. New York: Routledge, 2005. p. 1-57.

CARNEIRO, Camila Batista Martins. **Compras coletivas de produtos orgânicos e participação política: um estudo de caso da rede ecológica (RJ)**. 2012. 215 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2012.

CARNEIRO, Maria José. Política pública e agricultura familiar: uma leitura do Pronaf. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 8, p. 70-82, 1997.

CARVALHO, Horácio Martins. **O campesinato do século XXI**. Petrópolis: Vozes, 2005.

CARVALHO, Priscila Delgado. O MPA além da forma-movimento: anotações para uma história. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 40., 2016, Caxambu. **Anais...** Caxambu: Anpocs, 2016. p. 1-22.



CASSOL, Abel Perinazzo. **Redes agroalimentares alternativas**: mercados, Interação social e a construção da confiança. 2013. 186 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – UFRGS, Porto Alegre, 2013.

CASSOL, Abel; SCHNEIDER, Sergio. Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores e qualidade na Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (Org). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 195-218.

CASSOL, Abel; SCHNEIDER, Sergio. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. **Lua Nova**, v. 95, p. 143–177, 2015.

COCHOY, Franck. Por uma sociologia da embalagem. **Antropolítica**, n.17, p. 69-98, 2004.

COMISSÃO PASTORAL DA TERRA (CPT). **Conflitos no Campo – Brasil 2017**. Goiânia, GO, 2017, 280 p.

CONSELHO NACIONAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL (CONSEA). **Relatório final**: Encontro Nacional 5ª Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional +2. Brasília, DF, 2018. 124 p.

COSTA, Maria Cândida de Oliveira. **Integrando e capacitando a juventude rural no Brasil**: do caso dos jovens do movimento dos pequenos agricultores no Espírito Santo (MPA-RS). 2011. 283 f. Tese (Doutorado em Educação) – FE/UNICAMP, Campinas, 2011.

COSTA, Maria José. **Construção do Plano Camponês**: Experiências de políticas públicas de desenvolvimento para o campo brasileiro. 2014. Dissertação (Mestrado em Geografia) – FCT/Unesp, São Paulo, 2014.

CRUZ, Fabiana Thomé da. **Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais**: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos Campos de Cima da Serra. 2012. 292 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – PGDR/UFRGS, Porto Alegre, 2012.

CRUZ, Suenya Santos da. **Desenvolvimento, emancipação e campesinato**: a luta dos movimentos camponeses em face dos projetos de desenvolvimento no território fluminense no início do século XXI. 2016. 549 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) – ESS/UFRJ, Rio de Janeiro, 2016.

DA ROS, César Augusto. **As políticas agrárias durante o governo Olívio Dutra e os embates sociais em torno da questão agrária gaúcha (1999-2002)**. 2006. 477 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2006.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DAROLT, Moacir Roberto; LAMINE, Claire; BRANDENBURG, Alfio; FAGGION ALENCAR, Maria de Cléofas; SANTIAGO ABREU, Lucimar. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, v. 19, n. 2, p.1-22, 2016.

DELGADO, Nelson G. **Papel e lugar do rural no desenvolvimento nacional**. Rio de Janeiro: IICA, MDA, CPDA/UFRRJ, 2009.

FARIA, Alexandre Magno de Melo. A não consolidação das previsões clássicas do fim do campesinato sob o capitalismo: uma resenha. **Revista de Estudos Sociais**, a. 3, n. 6, p. 45-58, 2001.

FERNANDES, Bernardo Mançano. Questão agrária e capitalismo: o debate paradigmático de modelos de desenvolvimento para o campo. **Revista da ABRA**, v. 1, n.2, p. 41-54, 2014.

FERREIRA, Isis Leite. **Redes alternativas de produção e consumo de alimentos**: estudo de caso do Movimento de Integração Campo-Cidade (MICC/SP). 2015. 157 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2015.

FREITAS, Amauri. **Aliança entre movimentos ambientalistas e de consumidores**: o caso da Campanha por um Brasil Livre de Transgênicos. 2011. 128 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2011.

FRIEDMANN, Harriet. Discussion: moving food regimes forward: reflections on symposium essays. **Agriculture and Human Values**, v. 26, p. 335-344, 2009.

GAILUS, Manfred. **Strasse und Brot**. Gottingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1990.

GAZOLLA, Marcio. Por que muitos agricultores não formalizam o comércio de alimentos através das cadeias curtas?. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (Org). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 455-472.

GOODMAN, David; DUPUIS, E. Melanie. Knowing food and growing food: beyond the production-consumption debate in the sociology of agriculture. **Sociologia Ruralis**, v. 42, n. 1, p. 5-22, 2002.

GOODMAN, David; DUPUIS, E. Melanie; GOODMAN, Michael K. **Alternative Food Networks**: Knowledge, practices, and politics. New York: Routledge, 2012.

GOODMAN, David. Espaço e lugar nas redes alimentares alternativas: conectando produção e consumo. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 59-82.

\_\_\_\_\_. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1. p. 1-7, 2003.

GÖRGEN, Frei Sergio Antônio. **A resistência dos pequenos gigantes**: a luta e a organização dos pequenos agricultores. Petrópolis: Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_. **Trincheiras da resistência camponesa**. Candiota: Instituto Cultural Padre Josimo, 2017.

GRISA, Catia. Mudanças nas políticas públicas para a agricultura familiar no Brasil: Novos mediadores para velhos referenciais. **Raízes**, v. 38, n.1, p. 36-50, 2018.

GRISA, Catia; SABOURIN, Eric; LE COQ, Jean-François. Políticas públicas para a agricultura familiar na América Latina e Caribe: um balanço para a construção de uma agenda de pesquisa. **Raízes**, v. 38, n.1, p. 7-21, 2018.

GUILHERME, Nadja Ohana Soares; PORTILHO, Fátima. Ecochefs, tapiocas e a gastronomização da agricultura familiar. In: GARSON, M.; TORQUATO, S. **Alimentação e ciências sociais**: perspectivas contemporâneas. Rio de Janeiro: Autografia, 2018. p. 93-120.

GUILHERME, Nadja Ohana Soares. **Produtores, Ecochefs e Consumidores: A Gastronomização da Agricultura Familiar no Circuito Carioca de Feiras Orgânicas**. 2016. 117 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2016.

KAPLAN, Steven Laurence. **Bread, politics and political economy in the Reign of Louis XV**. The Hague: Anthem Press, 1976.

KRAUSER, Raul Ristow. **A agroecologia e o plano camponês**. Candiota: Instituto Cultural Padre Josimo, 2015.

LEAL, Marcelo; GÖRGEN, Frei Sergio Antônio. Desafios da agricultura camponesa no século XXI. In: STEFANO, D.; MENDONÇA, M. L. (Org). **Relatório da Rede Social de Justiça e Direitos Humanos: Direitos Humanos no Brasil 2015**. São Paulo: Outras Expressões, 2015. p. 87-96.

MARTINELLO, André Souza. Recampanização e impérios alimentares. Conceitos e casos no Brasil atual. CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, 4., 2009, Maringá. **Anais...** Maringá: UEM, 2009, p. 1-13.

MATTEI, Lauro. A política agrária e os retrocessos do governo Temer. **Revista OKARA: Geografia em debate**, v.12, n.2, p. 293-307, 2018.

\_\_\_\_\_. Considerações Acerca de Teses Recentes sobre o Mundo Rural Brasileiro. **RESR**, v. 52, s. 1, p. S105-S124, 2014.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: \_\_\_\_\_. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 183-314.

MCMICHAEL, Philip. A food regime genealogy. **Journal of Peasant Studies**, v. 36, p. 139-169, 2009.

\_\_\_\_\_. Commentary: Food regime for thought. **Journal of Peasant Studies**, v. 43, n.3, p. 648-670, 2016.

MICHELETTI, Michele; STOLLE, Dietlind. Consumer Strategies in Social Movements. In: DELLA PORTA, D., DIANI, M. **The Oxford Handbook of Social Movements**. Oxford: Oxford University Press [Online], 2014. p. 1-18.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, v. 13, n. 28, p. 33-64, 2007.

\_\_\_\_\_. Consumption as the vanguard of history: a polemic by way of an introduction. In: \_\_\_\_\_. **Acknowledging consumption: a review of new studies**. New York: Routledge, 2005. p. 1-57.

MOVIMENTO DOS PEQUENOS AGRICULTORES - MPA. **Caderno de Estudos n.1: I Congresso Nacional do MPA**. 2014.

\_\_\_\_\_. **Caderno de Estudos n.2: I Congresso Nacional do MPA**. 2014.

\_\_\_\_\_. **Plano Camponês: da agricultura camponesa para toda a sociedade**. 2012.

\_\_\_\_\_. **Resoluções e compromissos do I Congresso Nacional do MPA**. 2015.

MUÑOZ, Estevan Felipe Pizarro. Análise institucional comparada de mercados alimentares da agricultura familiar construídos por movimentos sociais: os casos brasileiro e chileno. In: AGRICULTURE AND FOOD IN AN URBANIZING SOCIETY, 3., 2018. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2018, p. 1-11.

NIEDERLE, Paulo Andre. Políticas 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, p. 162-189, 2014.

NIEDERLE, Paulo Andre; WESZ JUNIOR, Valdemar João. **As novas ordens alimentares**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018.

NIEMEYER, Carolina Burle. **Movimentos sociais como produtores de conhecimento: a soberania alimentar no Movimento de Pequenos Agricultores (MPA)**. 2014. 275 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – IESP/UERJ, Rio de Janeiro, 2014.

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino. **Modo de Produção Capitalista, Agricultura e Reforma Agrária**. São Paulo: FFLCH, 2007.

PAULA, Márcia Maria; KAMIMURA, Quésia Postigo; SILVA, José Luís Gomes. Mercados institucionais na agricultura familiar: Dificuldades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, a. 23, n. 1, p. 33-34, 2014.

PICOLOTTO, Everton Lazzaretti. **As mãos que alimentam a nação: agricultura familiar, sindicalismo e política**. 2011. 289 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2011.

\_\_\_\_\_. Os atores da construção da categoria agricultura familiar no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 52, s. 1, p. 63-84, 2014.

PLOEG, Jan Douwe van der. **Camponeses e Impérios Alimentares**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

\_\_\_\_\_. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2006, p. 13-56.

\_\_\_\_\_. Sete teses sobre a agricultura camponesa. In: PETERSEN, P. (Org). **Agricultura familiar camponesa na construção do futuro**. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2009. p. 17-32.

PORTILHO, Fátima. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Revista Política e Sociedade**. Dossiê Sociologia Econômica, v. 8, n. 15, p. 199-224, 2009.

\_\_\_\_\_. Sociabilidade, confiança e consumo na feira de produtos orgânicos. In: BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; VELOSO, L. **Consumo: Cosmologias e sociabilidades**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. p. 61-86.

\_\_\_\_\_. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

PORTILHO, Fátima; BARBOSA, Livia. A adesão à “causa” rural e da agricultura familiar por consumidores e seus movimentos organizados. In: MARQUES, F.C.; CONTERATO, M.A.; SCHNEIDER, S. (Org). **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 251-273.

PORTILHO, Fátima; BARBOSA, Livia; WILKINSON, John. Introdução à Seção Temática: Comida e Alimentação na Sociedade Contemporânea. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 25, n. 2, p. 232-237, 2017.

PORTILHO, Fátima; CASTAÑEDA, Marcelo; CASTRO, Inês Rugani Ribeiro de. A alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação política e sustentabilidade. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, n. 1, p. 99–106, 2011.

PORTILHO, Fátima; CASTAÑEDA, Marcelo. Certificação e confiança face-a-face na feira de produtos orgânicos. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPPAS, 4., 2008, **Anais...** Brasília: ANPPAS, 2008. p. 1-15.

PORTILHO, Fátima; FERREIRA, Ísis Leite. Redes agroalimentares alternativas no Brasil. In: BRUNO, R.; LEITE, S. P. (Org.). **O Rural Brasileiro na Perspectiva do Século XXI**. No prelo.

PORTILHO, Fátima; MICHELETTI, Michele. Politicizing consumption in Latin America. In: BOSTRÖM, M.; MICHELETTI, M.; OOSTERVEER, P. (Ed.). **The Oxford Handbook of Political Consumerism**. Oxford: Oxford University Press [Online], 2018. p. 539-557.

PORTILHO, Fátima; OLIVEIRA, Daniel Coelho; CORÇÃO, Teresa; FERREIRA, Isis Leite. Novos espaços de experimentações: produtores, consumidores e ecochefs em feiras orgânicas cariocas. In: MENEZES, S. S. M.; CRUZ, F. T. (Org.). **Estreitando o diálogo entre alimentos, tradição, cultura e consumo**. São Cristóvão: Editora UFS, 2017. p. 93-114.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter; CUIN, Danilo Pereira; LADEIRA, Julia Nascimento; SILVA, Marlon Nunes; LEÃO, Pedro Catanzaro da Rocha. A ruptura política e a questão agrária no Brasil (2015 – 2017): da política da terra arrasada à luta pela dignidade. **Revista OKARA: Geografia em debate**, v.12, n.2, p. 708-730, 2018.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2013.

PROENÇA, Rossana Pacheco da Cosa. Prefácio. In: POULAIN, J. **Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2013. p. 13-15.

REAL, Luciana Correia Villa; SCHNEIDER, Sergio. O uso de programas públicos de alimentação na reaproximação do pequeno produtor com o consumidor: o caso do Programa de Alimentação Escolar. **Estudo & debate**, v. 18, n. 2, p. 57-79, 2011.

SABOURIN, Eric. Erosão, crise e desmonte de políticas para a agricultura familiar e agroecologia na América Latina. In: **POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O MEIO RURAL BRASILEIRO NO PERÍODO RECENTE: MUDANÇAS, CONTINUIDADES E RUPTURAS**, 1., 2018, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: CPDA/UFRRJ, p. 1-17.

SANTANA, Maria Morgana Santos. **A mobilidade do trabalho em comunidade camponesa do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) no alto sertão sergipano**. 2018. 140 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFS, São Cristóvão, 2018.

SANTOS, Fernanda do Vale; AMARANTE, Flavia Vargas; SILVA, Maiara Batista da. Desfazendo a dicotomia campo/cidade em busca da soberania alimentar. In: **ENCONTRO INTERNACIONAL DE POLÍTICA SOCIAL**, 5., **ENCONTRO NACIONAL DE POLÍTICA SOCIAL**, 12., 2017. Vitória. **Anais...** Vitória: UFES, 2017, p. 1-13.

SANTOS, Jonathan Gilnei Rodrigues dos; MELLO, Ulisses Pereira de; MACHADO, Dayana Cristina Mezzonato; ISATON, Saruê Karina do Santo. Cadeias curtas de alimentos orgânicos e resistência camponesa: o caso das feiras ecológicas da região metropolitana de Porto Alegre/RS. In: **AGRICULTURE AND FOOD IN AN URBANIZING SOCIETY**, 3., 2018. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2018, p. 1-10.

SANTOS, Ricardo Menezes. **Se planta e colhe alimentos neste sertão**: resistência e permanência da autonomia camponesa e as estratégias do MPA (Movimento dos Pequenos Agricultores) nas contradições do projeto da soberania alimentar. 2012. 252 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – NPGeo/UFS, São Cristóvão, 2012.

SASSATELI, Roberta. Virtue, responsibility and consumer choice: framing critical consumerism. In: BREWER, J.; TRENTMANN, F. (Eds). **Consuming cultures**: global perspectives, historical trajectories, transnational exchanges. New York: Berg, 2006. p. 219-250.

SCHMITT, Claudia Job. Encurtando o caminho entre a produção e o consumo de alimentos. **Agriculturas**, v. 8, n. 3, p. 4–8, 2011.

SCHNEIDER, Sergio; SCHUBERT, Maycon; ESCHER, Fabiano. Regimes agroalimentares e o lugar da agricultura familiar – Uma apresentação ao debate. **Revista Mundi Meio Ambiente e Agrárias**, v. 1, n. 1, p. 1–20, 2016.

SILVA, Leila Santana da. **Do acampamento da seca ao programa camponês**: atuais contribuições do MPA no processo político-social do Nordeste e seu campesinato a luz do contexto agrário. 2017. 174 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – IPPRI/UNESP, São Paulo, 2017.

SILVA, Leomárcio Araújo da. Contribuições do plano camponês para o semiárido Nordestino: proposta do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA). In: **SIMPÓSIO BAIANO DE GEOGRAFIA AGRÁRIA**, 2., 2017. **Anais...** Salvador: UFBA, 2017, p. 1-13.

SILVA, Valter Israel. **Classe camponesa**: modo de ser, de viver e produzir. Porto Alegre: Instituto Cultural Padre Josimo, 2014.

\_\_\_\_\_. Plano Camponês e a relação campo e cidade. **MPA**, 18 nov. 2016. Disponível em: <<https://mpabrasil.org.br/2106-2/>> Acesso em: 4 jan. 2019.

SOARES, Wagner Lopes; PORTO, Marcelo Firpo. Atividade agrícola e externalidade ambiental: uma análise a partir do uso de agrotóxicos no cerrado brasileiro. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 12, n. 1, p. 131-143, 2007.

STOLLE, Dietlind; HOOGHE, Marc; MICHELETTI, Michele. Politics in the supermarket: Political consumerism as a form of political participation. **International Political Science Review**, v. 26, n. 3, p. 245–269, 2005.

TANAKA, Jennifer Harumi; PORTILHO, Fátima. (Re)conexões e desconexões entre produção e consumo no sistema agroalimentar: O “consumidor” na perspectiva dos movimentos de agricultura familiar camponesa. In: ALASRU, 10., 2018a. Montevideu. **Anais...** Montevideu: ALASRU, 2018, p. 1-15.

TANAKA, Jennifer Harumi; PORTILHO, Fátima. (Re)conexões entre produção e consumo no sistema agroalimentar: O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra - MST e a politização da alimentação. In: AGRICULTURE AND FOOD IN AN URBANIZING SOCIETY, 3., 2018. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2018b, p. 1-10.

TEIXEIRA, Leile Silvia Candido; MELO, Mayná Peixinho Moreno. Cesta camponesa como estratégia da aliança campo-cidade por Soberania Alimentar. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE AGROECOLOGIA, 6., CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROECOLOGIA, 10., SEMINÁRIO DE AGROECOLOGIA DO DISTRITO FEDERAL E ENTORNO, 5., 2018, Brasília. **Cadernos de Agroecologia – Anais**. Brasília: SOCLA, v. 13, n. 1, 2018. p. 1-5.

TRENTMANN, Frank. Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption. **Journal of Contemporary History**, v. 39, n. 3, p. 373-401, 2004.

\_\_\_\_\_. Citizenship and consumption. **Journal of Consumer Culture**, v. 7, n. 2, p. 147-158, 2007.

\_\_\_\_\_. The modern genealogy of the consumer: meanings, identities and political synapses. In: BREWER, J.; TRENTMANN, F. (Eds). Consuming cultures: global perspectives, historical trajectories, transnational exchanges. New York: Berg, 2006. p. 19-70.

\_\_\_\_\_. Knowing consumers – histories, identities, practices: an introduction. In: \_\_\_\_\_. **The making of the consumer: knowledge, power and identity in the modern world**. Oxford: Berg, 2005, p. 1-27.

TRICHES, Rozane Marcia. **Reconectando a produção ao consumo**: a aquisição de gêneros alimentícios da agricultura familiar para o Programa de Alimentação Escolar. 2010. 297 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – PGDR/UFRGS, Porto Alegre, 2010.

TRICHES, Rozane Marcia; SCHNEIDER, Sergio. Alimentação Escolar e Agricultura Familiar: reconectando o consumo à produção. **Saúde Soc.**, v. 19, n. 4, p. 933-945, 2010.

ZANETI, Taina Bacellar. **Cozinha de raiz**: As relações entre chefs, produtores e consumidores a partir do uso de produtos agroalimentares singulares na gastronomia

contemporânea. 2017. 373 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – PGDR/UFRGS, Porto Alegre, 2017.

WILKINSON, John; NIEDERLE, Paulo André; MASCARENHAS, Gilberto Carlos Cerqueira. **O sabor da origem**. Porto Alegre: Escritos, 2017.

WILKINSON, John. Os mercados não vêm mais do “Mercado”. In: MARQUES, F.C.; CONTERATO, M.A.; SCHNEIDER, S. (Org). **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 53-74.

WHYTE, William Foote. **Sociedade de esquina**: a estrutura de uma área urbana pobre e degradada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.