



## **Consumo político: o papel dos consumidores na transformação de sistemas agroalimentares**

*Political consumption: role of consumers in the transformation of agrifood systems*

GARCIA, Jessica P.<sup>1</sup>; FERNANDES, Letícia<sup>2</sup>; FERREIRA, Laura<sup>3</sup>; DINIZ, Janaína<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Universidade de Brasília – UnB, [jessicagarcia.jpg@gmail.com](mailto:jessicagarcia.jpg@gmail.com); <sup>2</sup>Universidade de Brasília, [leticiafernandes.br@gmail.com](mailto:leticiafernandes.br@gmail.com); <sup>3</sup>Universidade de Brasília, [laura.angelica@unb.br](mailto:laura.angelica@unb.br); <sup>4</sup> Universidade de Brasília, [janadiniz@unb.br](mailto:janadiniz@unb.br)

### **RESUMO EXPANDIDO**

#### **Eixo Temático: Sistemas Agroalimentares e Economia Solidária**

**Resumo:** As críticas direcionadas aos sistemas agroalimentares hegemônicos estão relacionadas às consequências negativas do seu funcionamento e impactos na saúde humana. Por outro lado, o surgimento de sistemas agroalimentares que pautam uma aproximação maior entre produtores e consumidores se apresenta como uma perspectiva de transformação dessa realidade. Atualmente consumidores, grupos e movimentos sociais têm refletido sobre temas como a agroecologia, a luta pela terra e a alimentação saudável como estratégias inovadoras para a comercialização de produtos saudáveis. O presente ensaio teórico busca contribuir com reflexões sobre o papel do ativismo alimentar e do consumo político na transformação de sistemas agroalimentares. Como contribuição ao debate, apresentamos uma proposta de categorização de grupos de consumidores a partir da experiência de organizações sociais, e apontamos estratégias políticas para apoiar a transformação dos sistemas agroalimentares.

**Palavras-chave:** ativismo alimentar; campo-cidade; sustentabilidade; soberania alimentar.

### **Introdução**

Os sistemas agroalimentares hegemônicos são caracterizados por uma produção agrícola de monocultivos, altamente dependente de insumos químicos e agrotóxicos. Esses sistemas são voltados para uma produção agrícola industrial e capitalista, a qual invisibiliza os impactos socioambientais negativos e as relações sociais desiguais existentes desde a produção, comercialização, consumo e descarte dos alimentos (PREISS; SCHNEIDER, 2020).

Em uma ação de resistência, a agricultura familiar camponesa e a de Povos e Comunidades Tradicionais permanecem inovando e resistindo em seus modos de produção e comercialização de alimentos. Algumas dessas inovações geralmente são protagonizadas pelos agricultores em conjunto com consumidores sensibilizados sobre a importância da (re)aproximação entre o rural e o urbano. A aproximação entre produtores e consumidores (ou entre campo e cidade), é compreendida a partir dos canais curtos de comercialização (DAROLT, 2013), e as novas relações construídas entre eles é vista como parte da solução para o enfrentamento de problemas como o abastecimento de uma sociedade cada vez mais urbanizada (SCHNEIDER; CRUZ; MATTE, 2016).

Por um lado, consumidores passam a questionar sobre as formas com que os alimentos chegam à sua mesa, refletindo sobre aspectos socioambientais da



produção de alimentos. Por outro lado, os agricultores têm buscado novas formas de comercialização através da abertura de novos mercados. Esses novos mercados são caracterizados como mercados diferenciados considerados como mercados de nicho, por atribuir valores aos produtos devido às suas características em relação à origem e outras características variadas (DINIZ et al., 2013) como valores ambientais, sociais e culturais.

Neste contexto, Zaneti e Balestro (2015) sugerem que é necessário que haja viabilidade econômica primeiramente para quem produz, para assim não se permanecer no discurso de um comércio luxuoso de “produtos singulares” que não garante as condições mínimas ao produtor e apenas fortalece uma cultura de *status* e ostentação, que desvincula a proposta do reconhecimento de valores socioambientais e culturais que permeiam esses produtos.

Protagonizando uma tendência crescente de consumo vinculado aos movimentos sociais, à economia solidária e ao comércio justo (PORTILHO, 2020), o papel dos consumidores vem despertando cada vez mais interesse diante da necessidade de melhor entender a influência do consumo nos processos de estabelecimento de sistemas agroalimentares (SOUZA; FORNAZIER; DELGROSSI, 2020). Movimentos sociais do campo e suas organizações também pautam a alimentação como um campo político, refletindo, a partir dos anos 2000, no uso explícito de expressões como “comida de verdade no campo e na cidade” e “alimentar-se/comer é um ato político” nos discursos e nos espaços de articulação política (TANAKA, 2019).

Dessa forma, ativismo alimentar pode ser entendido como um grupo de pessoas que focam seu ativismo na elaboração de críticas e ações voltadas para transformações do sistema alimentar, e que também se manifestam junto aos consumidores, perpassando assuntos como agroecologia, agricultura familiar, veganismo, vegetarianismo, segurança alimentar, comércio justo, entre outros (AZEVEDO, 2017). Portilho (2020) propõe um entendimento desse ativismo no Brasil em duas gerações: i. no primeiro momento o ativismo alimentar fica concentrado em ações da esfera Estatal, pautando políticas e ações públicas de combate à fome, à desnutrição e de atendimento à segurança alimentar; ii. na segunda geração o assunto se amplia, agregando outros temas como a reforma agrária, a autonomia dos pequenos agricultores, a criação de mercados específicos para a agricultura familiar, e a ideia de alimentação adequada.

Nessa segunda geração do ativismo alimentar, o papel do consumo e dos consumidores é ressaltado e tem-se o caso do movimento *Slow Food* como representativo (PORTILHO, 2020). Outros atores também aderem ao ativismo alimentar, como, por exemplo, os chefes de cozinha, que além de buscar elaborar uma gastronomia sustentável, também contribuem em outros processos de incentivo da comercialização de produtos locais da agricultura familiar camponesa e de Povos e Comunidades Tradicionais (GARCIA et al., 2022). Além desses atores, Portilho (2020) destaca que movimentos sociais do campo e consumidores com suas organizações se integram aos atores da segunda geração do ativismo alimentar.

Na perspectiva de contribuir com essas reflexões, a partir da experiência de atuação profissional da primeira autora – junto a setores de comercialização de movimentos sociais do campo no Distrito Federal, Brasil – e do acúmulo em



pesquisas sobre mercados de produtos da sociobiodiversidade do Cerrado, este ensaio teórico-crítico pretende apontar perspectivas sobre as possibilidades de atuação dos consumidores frente à necessidade de mudança dos sistemas agroalimentares.

## **Metodologia**

Este texto se trata de um ensaio e apresenta reflexões teóricas e críticas sobre o papel político dos consumidores na transformação dos sistemas agroalimentares. As reflexões teóricas e críticas são embasadas em dois eixos principais: 1) no envolvimento das autoras em pesquisas sobre as temáticas de mercados e inovações para produtos da sociobiodiversidade brasileira, com estudos em uma cooperativa de produtos dos biomas Cerrado e Caatinga, a Central do Cerrado; 2) da experiência profissional da primeira autora como agente ativa no processo de gestão da comercialização da produção de cooperativas e assentamentos da reforma agrária, em articulação com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), no Distrito Federal – Brasil.

A estrutura proposta para este ensaio apresenta na introdução o panorama dos desafios para a transformação dos sistemas alimentares, diante do contexto atual de politização da comida e do ato de comer; nos resultados e discussão apresentamos os grupos sociais organizados da agricultura camponesa (MST) e de Povos e Comunidades Tradicionais (Central do Cerrado), seguido de uma proposta inicial de categorização de consumidores e perspectivas de atuação em prol de um consumo político com potencial de transformação dos sistemas agroalimentares.

## **Resultados e Discussão**

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra é um exemplo na atuação de política alimentar, pautando, desde 1984, assuntos que envolvem a luta pela terra, a produção, o processamento e a distribuição de alimentos saudáveis. O MST tem sido reconhecido por sua experiência de trabalhar a reforma agrária popular pelos preceitos da agroecologia vinculados aos temas de soberania alimentar e da luta contra o agronegócio (MST, 2009; BORSATTO; CARMO, 2013; MARTINS; NUNES; GASPARIN, 2021).

O conceito de soberania alimentar entendido pela Via Campesina (2003) e adotado pelo MST e outros movimentos sociais do campo visa tanto garantir os direitos campesinos para produzir alimentos adequados considerando cada realidade socioambiental, quanto a priorização da produção local para o abastecimento das cidades. O conceito de soberania alimentar também leva em consideração o direito de acesso e escolha dos alimentos que são consumidos por uma dada população. Nesse sentido, o MST também busca proporcionar o diálogo entre os produtores do campo e consumidores da cidade, através de diversas frentes de comercialização e atuação política. As principais formas de comercialização dos produtos do MST envolvem a venda em atacado, feita pelas cooperativas e associações, vendas institucionais, vendas ao varejo em feiras livres, e através da rede de lojas próprias chamada Armazém do Campo. Essas lojas se



destacam atualmente no protagonismo do diálogo com a sociedade sobre a pauta da alimentação.

Já a Central do Cerrado é uma central de cooperativas para a comercialização de produtos da sociobiodiversidade dos biomas Cerrado e Caatinga, formalizada em 2009, com o propósito de ampliar a comercialização desses produtos para além do mercado local de suas cooperativas. Entre o processo de abertura dos mercados para esses produtos, houve o desafio de dialogar com os consumidores para apresentar seus produtos, que geralmente são desconhecidos pela maior parte da população. Nesse processo de construção de mercados e de demandas de consumo, o ativismo de atores diversos, como os chefes de cozinha, foi importante para ampliar a divulgação e a procura por esses produtos. A Central do Cerrado comercializa tanto em atacado como em varejo, e participa também do mercado institucional, além de vendas online por site próprio e prestação de serviços de coquetéis em eventos.

Devido aos diversos canais de comercialização de ambas as organizações, existe o potencial de abrangerem uma alta gama de consumidores. Há também um grande potencial transformador no ativismo alimentar, baseado em um consumo político, porém é preciso compreender que o consumo e, conseqüentemente, os consumidores, não formam um grupo homogêneo. A heterogeneidade varia tanto em relação aos fatores subjetivos que influenciam a escolha do consumo (ZANETI; BALESTRO, 2015; BOURDIEU, 2007) quanto em termos de fatores materiais que interferem no poder de compra dos consumidores. Com isso, o poder de escolha do indivíduo, que envolve a decisão sobre qual alimento vai consumir e onde vai consumir, não depende apenas da vontade particular ou de motivação política, mas também do seu poder de compra. A desigualdade social, ainda presente e crescente no contexto brasileiro, empurra parte da população para o consumo de alimentos ultraprocessados. Este consumo é explicado em parte pela geografia urbana, com a presença de desertos e pântanos alimentares - principalmente nas periferias urbanas - onde há baixa oferta de produtos *in natura* ou minimamente processados (IDEC, 2020).

Partindo da premissa de que os consumidores são um grupo heterogêneo de pessoas com diferentes situações de renda e de entendimento acerca da alimentação, fizemos uma primeira tentativa de agrupar os consumidores para permitir uma melhor análise e entendimento das possibilidades de ação desses grupos. A proposta de categorização em grupos não cria barreiras entre um ou outro, mas pode ser compreendida como um gradiente de características que perpassam os grupos (Figura 1). Com isso, levando em consideração dois fatores de influência no consumo, a renda e a politização acerca do tema, temos os seguintes grupos de consumidores: A) Elevada consciência socioambiental e elevado capital econômico; B) Elevada consciência socioambiental e baixo capital econômico; C) Baixa consciência socioambiental e elevado capital econômico; e D) Baixa consciência socioambiental e baixo capital econômico.



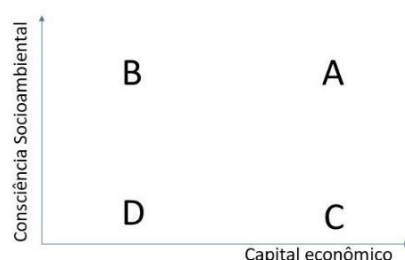


Figura 1 – Grupos de consumidores. Fonte: Elaboração das autoras

Em termos práticos é possível que a ação de cada grupo possa dialogar com o ativismo alimentar. Na situação do **grupo A** é possível ocorrer o **consumo consciente**, com uma atuação política através da escolha do que comer e de quem comprar ou onde comprar. No **grupo B** podemos contar com a possibilidade organizativa tanto através da ação de cobrar que questões alimentares sejam ressaltadas nas pautas políticas, quando mobilizar a sociedade civil para **alternativas na comercialização**, como nas redes alimentares alternativas que incentivam o contato direto de quem produz com quem consome, e através da produção urbana de alimentos. O **grupo C** tem a possibilidade de consumir alimentos saudáveis e produzidos com princípios socioecológicos, como os abordados na seção anterior, a partir da intervenção de outros atores no processo, como é o caso da alta gastronomia e de **mercados singulares e de mercado de nicho**, que configura um consumo elitista, porém nem sempre consciente. O grupo D talvez seja o grupo que mais necessita de ações diretas dos outros grupos de consumidores e, principalmente, a ação Estatal e de agências reguladoras para desincentivar o consumo e a produção de itens ultraprocessados. Algumas ações possíveis podem ser o acesso à alimentação saudável, principalmente para o **grupo D**, por via de **políticas públicas** como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE); viabilizar feiras em bairros periféricos com preços subsidiados; aumentar a oferta de alimentos saudáveis, diminuindo os desertos alimentares; transferir renda para aumentar o poder de compra e, conseqüentemente, o poder de escolha na alimentação; criar restaurantes comunitários com alimentação local, saudável e acessível; e promover parcerias entre agricultores locais e populações em situação de vulnerabilidade alimentar.

## Conclusões

Há uma tendência de associação entre níveis mais elevados de percepção socioambiental e capital econômico e uma maior possibilidade de ativismo alimentar e escolha de consumo. Apenas considerando estes fatores, é possível especular sobre a diversidade de perfis de consumidores e de estratégias que podem contribuir para a transformação de sistemas agroalimentares no Brasil e no mundo. Mas, para que essas transformações ocorram por meio de um consumo político, são necessários maiores esforços de pesquisas empíricas e contextualizadas sobre as percepções e ações destes grupos de consumidores, de incentivos para a criação ou potencialização de políticas públicas e de verificação dos conseqüentes impactos para os produtores, organizações e movimentos sociais do campo. Esses fatores nos permitirão compreender melhor o atual cenário, as potencialidades e os



desafios da produção e do consumo de alimentos mais engajados politicamente para o enfrentamento aos desafios socioambientais que atingem toda a sociedade, porém de maneira desigual e em seus diferentes contextos socioambientais.

### Referências

- AZEVEDO, E. de. Alimentação, sociedade e cultura: Temas contemporâneos. **Sociologias**, v. 19, n. 44, p. 276–307, 2017.
- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- BORSATTO, R. S.; CARMO, M. S. A construção do discurso agroecológico no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). **RESR**, Piracicaba-SP, v. 51, n. 4, p. 645-660, Out/Dez. 2013.
- DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A., ALMEIDA, L., VEZZANI, F. M. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013, p.139-170.
- DINIZ, J. D. de A. S.; BARBORA-SILVA, D.; SOUZA, C.; FIGUEIREDO, A. dos S.; WEHRMANN, M. E. S. de F.; COSTA, F. M. P. Agregação de valores a espécies do Cerrado como oportunidade de inserção da agricultura familiar em mercados diferenciados. In: CONTERATO, M. A. et al. (Org.). **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013, p. 268-288.
- GARCIA, J. P.; ZANETI, T.; DINIZ, J.; GUENEAU, S. Dinâmicas alimentares alternativas e gastronomia: consumo de produtos locais em restaurantes de Brasília. **Revista Grifos – Unochapecó**. Edição Vol. 31, Núm. 57, 2022 p. 01-18.
- IDEC – INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Entre desertos e pântanos: quando a geografia urbana é um obstáculo para a alimentação saudável**. Disponível em: <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/handle/10625/58841> Acesso em: 26 jun. 2023.
- MARTINS, A.; NUNES, D.; GASPARIN, G. Reforma Agrária Popular. In: DIAS et al. **Dicionário de Agroecologia e Educação**. Editora Expressão Popular, Rio de Janeiro e São Paulo, 2021, p.635-642.
- MST. Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. **A reforma agrária necessária: por um projeto popular para a agricultura brasileira**. MST, 2009. Disponível em: <https://mst.org.br/2009/07/08/nossa-proposta-de-reforma-agraria-popular-2/> Acesso em: 17 jun. 2023.
- PORTILHO, F. Ativismo alimentar e consumo político – Duas gerações de ativismo alimentar no Brasil. **Redes -Revista do Desenvolvimento Regional**, vol. 25, núm. 2, 2020, p. 411-432.
- PREISS,P.; SCHNEIDER, S. **Sistemas alimentares no século XXI: Debates contemporâneos**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2021.
- SCHNEIDER, S, CRUZ, F. T., MATTE, A. Estratégias alimentares e de abastecimento: desafios e oportunidades para as cidades e para o meio rural. In: CRUZ, F. T. da; MATTE, A.; SCHNEIDER, S. **Produção consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016, p. 9-22.
- SOUZA, A. B.; FORNAZIER, A.; DELGROSSI, M. E. Sistemas agroalimentares locais: possibilidades de novas conexões de mercados para a agricultura familiar. **Ambiente & Sociedade**. São Paulo- SP. Vol. 23, 2020, p. 1-20
- TANAKA, J. **“Comer é um ato político”**: o Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) e a politização do consumo. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em



Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2019

VIA CAMPESINA. **Que es la soberania alimentaria**, 2003. Disponível em: <https://viacampesina.org/es/que-es-la-soberania-alimentaria/> Acesso em: 17 jun. 2023.

ZANETI, T. B.; BALESTRO, M. V. Valoração de produtos tradicionais no circuito gastronômico: lições do Cerrado. **Sustentabilidade em Debate**. v. 6, n. 1, 2015, p. 22-36.