



## Economia popular e agroecologia na época da Covid-19: estratégias de comunicação, trabalho e consumo no movimento dos pequenos agricultores<sup>1</sup>

Bruna Távora<sup>2</sup>

Débora Lins<sup>3</sup>

Marcos Dantas<sup>4</sup>

**RESUMO:** Esse artigo é uma reflexão sobre as estratégias de economia popular que vem sendo desenvolvidas pelo Movimento dos Pequenos Agricultores na época da Covid-19, no estado do Rio de Janeiro. As ações analisadas são aquelas que destacam o papel da comunicação na organização do consumo e da comercialização de alimentos agroecológicos, bem como na difusão das pautas políticas do MPA. A ação ocorreu por meio da estruturação da Brigada de Comunicação Popular do movimento, que atuou fortalecendo os processos produtivos dos grupos camponeses vinculados ao Sistema de Abastecimento Alimentar Popular (SAAP) do MPA no Estado. Os resultados apontam que a experiência proporciona a formação técnica e profissional de comunicadores e comunicadoras para atuação no campo da agroecologia, confirmando a importância das redes que permitem a consolidação de formas de trabalho, cooperação e reciprocidade próprios das economias populares.

**PALAVRAS-CHAVE:** Movimentos dos Pequenos Agricultores; Comunicação; Abastecimento Alimentar Popular.

**POPULAR ECONOMY AND AGROECOLOGY AT THE TIME OF COVID-19: COMMUNICATION, WORK AND CONSUMPTION STRATEGIES IN THE SMALL FARMERS MOVEMENT**

**ABSTRACT:** This article is a reflection on popular economy strategies that have been developed by the Small Farmers Movement at the time of Covid-19, in the state of Rio de Janeiro. The actions analyzed are those that highlight the role of communication in the organization of consumption and marketing of agroecological foods, as well as in the dissemination of the MPA's policy guidelines. The action took place through the structuring of the movement's Popular Communication Brigade, which worked to strengthen the productive processes of peasant groups linked to the Popular Food Supply System (SAAP) of the MPA in the state. The results show that the experience provides technical and professional training for communicators to work in the field of agroecology, confirming the importance of networks that allow the consolidation of forms of work, cooperation and reciprocity typical of popular economies.

**KEYWORDS:** Small Farmer Movements; Communication; Popular Food Supply.

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Cultura na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: [tavora.bruna@gmail.com](mailto:tavora.bruna@gmail.com)

<sup>3</sup> Graduanda em Engenharia de Produção na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). E-mail: [debora.linsbatista@gmail.com](mailto:debora.linsbatista@gmail.com)

<sup>4</sup> Doutor em Engenharia de Produção pela COPPE-UFRJ. E-mail: [marcos.dantas@eco.ufrj.br](mailto:marcos.dantas@eco.ufrj.br).

## INTRODUÇÃO

A experiência histórica de luta pela terra no Brasil tem desenvolvido, ao longo das décadas, formas de organização e resistência, legando à questão agrária uma centralidade nas lutas brasileiras. Acesso e permanência na terra, recursos para produção de subsistência e por fim, o direito de produzir e comercializar alimentos tem sido pautas pelas quais lutam os povos das florestas, dos rios e das matas, ao mesmo tempo que enfrentam a violência e o genocídio de seus ecossistemas – que combina assassinatos de lideranças, extinção de políticas públicas e devastação ambiental.

Apesar disso, a agroecologia camponesa resiste e se mantém formando redes de apoio e solidariedade, organizando-se através de uma economia popular (QUIJANO, 2007) que, permite o controle do processo total – desde a produção até a distribuição e o escoamento dos alimentos. Hegemonizada por cooperativas, movimentos sociais e associações dirigidas pelos próprios camponeses (as), a agroecologia camponesa por ser mais inclusiva democrática, representa uma diferença em relação às práticas do agronegócio, comandadas por transnacionais e pelo empresariado rural, as quais se revelam mais inclusivas.

Nesse sentido, neste artigo, combinamos a análise teórica com a observação da experiência do Movimento dos Pequenos Agricultores, comentando especificamente algumas estratégias de comunicação, trabalho e consumo que foram desenvolvidas através da formação de uma Brigada de Comunicação Popular, que atuou entre março e julho de 2020 no estado do Rio de Janeiro. O objetivo da brigada foi consolidar as relações de comunicação entre o movimento e os consumidores atuar na organização de grupos de consumo, ampliar o vínculo com as famílias camponesas, bem como difundir as pautas dos movimentos camponeses no primeiro semestre do isolamento social.

Os resultados apontam para a compreensão de que as estratégias de reciprocidade instauradas pela dinâmica das economias populares, foi possível articular um conjunto diverso de profissionais da comunicação que atuaram facilitando o escoamento de alimentos. Um outro resultado observado é que, com isso, foi possível constituir um espaço de aprendizagem acerca do tema comunicação e agroecologia, colaborando ainda com a transição agroecológica, na medida em que possibilita a formação de profissionais em comunicação para a atuação no campo da agroecologia familiar e camponesa.

## SISTEMA DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR POPULAR DO MOVIMENTO DOS PEQUENOS AGRICULTORES (SAAP)

No Brasil, são cerca de 30 milhões de pessoas que residem em zonas rurais e que moram em cerca de 4 milhões de localidades em todo o país (BOZA; VINHA,

2020). Apesar disso, as políticas públicas de infraestrutura de estradas e transporte, o crédito para a produção agrícola e as compras públicas da agricultura camponesa e familiar recebem apenas 15% dos créditos, enquanto o agronegócio fica com a maior parte do fundo público destinado a essas políticas (85%) (BOZA; VINHA, 2020).

Nesse contexto, a demanda por uma comunicação permanente entre os movimentos sociais organizados e os públicos consumidores é um desafio para que o sistema da agroecologia camponesa ocorra, garantindo a soberania e autonomia dos processos de produção e trabalho. Isto porquê só é possível consumirmos algo que conhecemos.

O Movimento dos Pequenos Agricultores surge no ano de 1996, no bojo da abertura neoliberal dos anos 1990 e passa a atuar no estado do Rio de Janeiro em 2013. De uma forma geral, o objetivo do movimento é lutar pela soberania alimentar, garantindo não apenas a permanência na terra, mas também a organização política do campesinato, articulado por meio da produção e do escoamento dos alimentos agroecológicos (PLANO, 2019). Estes, produzidos pelos Sistemas Camponeses de Produção, com a consolidação da luta, passam a constituir um Sistema de Abastecimento Alimentar Popular (SAAP) que busca organizar a totalidade do processo produtivo, abarcando as etapas de produção, comunicação, transporte, distribuição e comercialização de alimentos.

O programa apresentado pelo MPA afirma que isto não ocorre apenas na perspectiva econômica, mas sobretudo, na perspectiva da organicidade do campesinato, no horizonte da construção de uma outra relação entre o homem/mulher e a natureza, e na perspectiva do Poder Popular (PLANO, 2019)

Nesse sentido, pode-se afirmar que se trata-se de um sistema, ao mesmo tempo, político e econômico que organiza de maneira associada e comunitária, a produção, a distribuição e o escoamento dos alimentos produzidos nos Sistemas Camponeses de Produção a ele vinculados. As formas de comercialização são diversas e envolvem feiras, participação em programas e políticas públicas, organização de grupos de consumo, consignação de alimentos para Unidades de Produção Camponesa, e arrecadação junto às entidades parceiras para doação na campanha de solidariedade de classe Mutirão contra a Fome<sup>5</sup>.

Atualmente, no estado do Rio de Janeiro, a experiência de abastecimento popular de alimentos ocorre escoando a produção camponesa e familiar de cerca de 21 unidades de produção que ficam do interior e litoral do Estado, e realiza a comercialização em outras 12 cidades (Quatis, Porto Real, Volta Redonda, Barra Mansa, Visconde de Mauá, Resende, Campos dos Goytacazes, Petrópolis,

<sup>5</sup> Campanha nacional idealizada pelo MPA, lançada em 09 de abril, que tem como objetivo a arrecadação e distribuição de alimentos da agroecologia camponesa da base do movimento para apoiar famílias em situação de vulnerabilidade social e econômica.

Mangaratiba e na região metropolitana do RJ (Rio de Janeiro, Niterói e Paquetá). Além disso, incorpora unidades de produção de outros seis estados: Goiás, Minas Gerais, Bahia, Rio Grande do Sul, Sergipe e Espírito Santo. Em relação a biodiversidade, atualmente está cadastrado na base de dados do SAAP/RJ, uma diversidade de 859 itens ofertados aos cestantes (como são chamados os consumidores).

**Tabela 1** - Territórios de localização das famílias camponesas que participam do SAAP no RJ.

<b>Sistema Camponês de Produção</b>	<b>Território</b>
Associação de Produtores do Vale do Lúcius	Teresópolis, RJ
CoopaMesqui	Mesquita
Cogumelos Vale da Lua	Nova Friburgo, RJ
Coletivo Terra	Assentamento Terra Prometida – Tinguá, RJ
Dona Mirian e Seu Aldir	Assentamento Campo Alegre -
Márcia - Vargem Grande TERESOPO	Teresópolis, RJ
Naturalmente	Rio de Janeiro, RJ
Sítio Sabor da Montanha	Teresópolis, RJ
Sustenta Chips Banana e Aipim	Duque de Caxias, RJ
Unidade de Produção Camponesa Luciano	Nova Iguaçu, RJ
Unidade de Produção Camponesa Matheus	Assentamento Fazenda Pau Grande, Magé
Unidade de Produção Camponesa Seu Severino	Magé, RJ
Unidade de Produção Camponesa Sítio do Hudson	Paty de Alferes, RJ
Unidade de Produção Camponesa Sítio dos Sonhos	Areial, Três Rios
Unidade de Produção Camponesa Agroecovida	Bonfim, Petrópolis
Unidade de Produção Camponesa Josué	Barra do Piraí, RJ
Quilombo de Santa Justina e Santa Izabel	Managaratiba, RJ
Unidade de Produção Camponesa Vicente E Cia	Quilombo de Santana, Quatis/RJ
Unidade de Produção Camponesa Thiago	Silva Jardim, RJ
Unidade de Produção Camponesa Sítio Birico	São João da Barra
Unidade de Produção Camponesa Sítio Muxuango	Pitangueiras, Campos dos Goytacazes

Fonte: elaboração própria.

Um trabalho vinculante entre produção e consumo é realizado pelo SAAP. Ao mesmo tempo em que se busca estruturar processos produtivos nos territórios rurais, também se organizam ações para fortalecer e criar grupos de consumo e formas de comunicação cada vez mais ampliadas com as populações das cidades. A prática histórica de organização dos processos produtivos demonstrou a identidade existente entre produção e consumo, identidade que deve ser levada em consideração ao organizar os processos produtivos da agroecologia (MARTINS, 2019). Fato que demonstra a importância da comunicação, que enquanto ferramenta, tem realizado o diálogo entre o campo e a cidade.

Esse vínculo entre territórios urbanos e rurais é uma das determinações que definem o significado da agroecologia camponesa. “A agroecologia camponesa não se completa, não se efetiva, se desligada de sistemas de abastecimentos que vinculem campo e cidade, sejam os vínculos criados e mediados pelo Estado e suas políticas de abastecimento (que podem ser em cooperação, em conflito ou híbridas) ou edificados pelo poder popular (PLANO, 2019, p. 70)

Essa ciência fornece um conjunto, que envolve tecnologia, produtividade e comunitarismos, culminando em uma estrutura metodológica de trabalho que, ao mesmo tempo, se opõe ao sistema do agronegócio, e investiga novas técnicas produtivas e de cooperação. A agroecologia expressa um acúmulo e uma articulação entre ciência e saberes tradicionais e, desde meados dos anos 1970, vem se consolidando como prática produtiva.

Trata-se de uma nova abordagem que integra os princípios agrônômicos, ecológicos e socioeconômicos à compreensão e avaliação do efeito das tecnologias sobre os sistemas agrícolas e a sociedade como um todo. Ela utiliza os agroecossistemas como unidade de estudo, ultrapassando a visão unidimensional – genética, agronomia, edafologia – incluindo dimensões ecológicas, sociais e culturais. Uma abordagem agroecológica incentiva os pesquisadores a penetrar no conhecimento e nas técnicas dos agricultores e a desenvolver agroecossistemas com uma dependência mínima de insumos agroquímicos e energéticos externos (ALTIERI, 2004, p. 90).

A agroecologia pressupõe ainda uma relação equilibrada entre a lógica produtiva e a natureza e também entre os homens e mulheres entre si. Nesse sentido, entendemos que ela se aproxima de uma prática de economia que convencionou-se chamar de Economia Popular.

## **ECONOMIAS POPULARES, ABASTECIMENTO ALIMENTAR E APRENDIZAGENS**

Os empreendimentos de economia popular se originaram nas lutas organizadas

dos grupos sociais que enfrentam as problemáticas da carestia, organizando formas econômicas para garantir sua sobrevivência e reprodução social. Diante do vazio político deixado pelo estado, milhares de camponeses e camponesas, bem como outros trabalhadores e trabalhadoras da cidade se vinculam em processos econômicos próprios, de modo a garantir sua sobrevivência.

Dentre as estratégias de organização são observadas nessas economias ditas populares, Anibal Quijano (2007) destaca as práticas de associativismo e autogestão. Orlando Nuñez (2007) e Gonzalo Vázquez (2017) analisam, contudo, que essas formas econômicas não advêm *a priori* da existência de valores solidários ou humanistas. Trata-se de um tipo de recurso útil e necessário, uma estratégia de sobrevivência frente à natureza do capitalismo. Diante do aumento cada vez maior da escassez, se impõe a necessidade de organização e vinculação para garantir as diversas etapas que envolvem a produção e a circulação das mercadorias que produzem. Os sujeitos que operam sua realização são marginalizados dos processos hegemônicos da economia, e, portanto,

São as necessidades materiais produzidas pelas tendências atuais do capitalismo e, por conseguinte, o comportamento da realidade, o que leva os trabalhadores a compreender que, só na medida que saiam e se liberem das regras do jogo do capitalismo, e exercitem práticas sociais será possível reapropriar-se do controle de seu trabalho, recursos e produtos (QUIJANO, 2007, p.154).<sup>6</sup>

O autor explica que, com o contexto de crise do capital, amplos setores de trabalhadores exercitam práticas sociais marcadas pela apropriação do controle sobre o trabalho e em estratégias de reciprocidade para manejar - com menos desvantagem - as relações econômicas do sistema capitalista. Com isso, garantem o acesso às necessidades materiais necessárias para sua existência, em um processo produtivo que não se ancora na acumulação de excedentes, mas na reprodução social da vida dos envolvidos.

Nesse aspecto, as condições materiais e contingenciais da economia popular culminam em uma organização produtiva que resulta em recursos/processos para o benefício comum de seus participantes, e coexistem em contradição com as dinâmicas da economia hegemônica (VÁSQUEZ, 2017).

Deste modo, observa-se que os atores se organizam, ao mesmo tempo, esquivando-se das lógicas da economia capitalista e desenvolvendo formas cooperadas, arranjos institucionais próprios e diversos, e ações políticas aderentes à resolução

---

<sup>6</sup> Tradução nossa.

de seus problemas. Deste modo, gerando uma racionalidade associativa, de reciprocidade, e *reprodutiva*, em que a solidariedade e a noção de cooperação (em oposição ao individualismo) são estruturantes desse modo de fazer (VÁZQUES, 2017; QUIJANO, 2007).

Trata-se de um conhecimento acumulado, expresso em um acervo de reflexões e experiências institucionais, que se desenvolveram tanto em experiências de caráter socialista quanto como alternativa às dinâmicas de exclusão do capitalismo no campo. Também permite a vivência cotidiana de outras racionalidades produtivas, que privilegiam a reprodução social e o ser humano, em detrimento da apropriação privada dos lucros. Essas estratégias passam a organizar a forma social da vida e da cultura desses grupos, mediando novas aprendizagens, formas de conhecimento e novos vínculos.

Um importante fato a ser destacado é sua potencialidade para constituir uma racionalidade alternativa (FURTADO, 2008) que irradia das práticas concretas, construindo formas de conhecimento, aprendizagens, ações e reflexões que estimulem novas relações entre o homem e a natureza. Nesse sentido, a experiência proporciona o desenvolvimento de uma aprendizagem técnica e possibilita um tipo de formação profissional adequadas às lógicas organizativas dos grupos populares e dos movimentos sociais.

MARTINS (2019), em seu livro acerca dos processos produtivos agroecológicos desenvolvidos pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra destaca que as experiências populares promovem inovações, e ao conceber a dimensão participativa e o controle dos processos produtivos, também geram uma nova ética política, construindo escolhas alternativas ao sentido empreendedor tão difundido pela economia hegemônica. Gestão, produção de conhecimentos e valores de cooperação são instituídos para que as relações de produção ocorram. O autor destaca que, graças a adesão de um conjunto de famílias camponesas, e frente à crise do modelo do agronegócio, a produção se constitui, ao mesmo tempo, em um processo coletivo de resistência ativa, trabalho, conhecimento e novas aprendizagens.

No caso da articulação aqui relatada, por um lado, há um trabalho de organização da produção, e por outro, há um trabalho de organização da comunicação, da distribuição e do consumo realizados de maneira associada e cooperada. De modo que no caso analisado, é possível observar uma articulação da totalidade do processo de produção, distribuição, escoamento e comercialização dos alimentos agroecológicos tornado possível por estratégias de cooperação e reciprocidade.

## **COMUNICAÇÃO E TRABALHO: A BRIGADA DE COMUNICAÇÃO POPULAR DO MPA NA ÉPOCA DA COVID-19**

Na época do isolamento social, o trabalho do SAAP concentrou-se no espaço Raízes do Brasil, localizado no bairro de Santa Tereza, capital do Rio de Janeiro. O espaço, que abraçava outros serviços como restaurante e hospedagem, converteu-se em Centro de Abastecimento Alimentar Popular, passando a atuar exclusivamente na estruturação da logística, organização e distribuição dos alimentos. Atualmente, sua estrutura de trabalho divide-se nas seguintes brigadas: brigada de abastecimento externo (sistematização, finanças e comunicação), e de abastecimento interno (montagem de cestas, logística, estocagem e armazenamento).

Desde o início da pandemia da Covid-19, as formas de consumo, comercialização e escoamento tiveram que ser alteradas, pela restrição da circulação de pessoas e mercadorias e pela diminuição das feiras livres – fato que aumentou a demanda pelo escoamento dos alimentos produzidos pelas famílias camponesas. Para atender essa demanda, foi organizado um conjunto de estratégias de trabalho e brigadas de atuação.

Especificamente na região metropolitana, o escoamento se manteve por meio através da Feira Camponesa, que ocorre sábados e quartas-feiras e por meio da comercialização de Cestas Camponesas. Em outras cidades como Mangaratiba, Quatis, Petrópolis e Silva Jardim, o isolamento social produziu a demanda por entregas de cestas de comercialização e, com isso, foram montados grupos de consumo para o escoamento da produção.

Nessas cidades, a comercialização ocorre por grupos de consumo no *Whatsapp* que agrupam os cestantes, neologismo criado pelo movimento para conceituar os consumidores que participam e compra no SAAP, e as famílias camponesas. O procedimento é simples e conhecido. É divulgada a lista de alimentos disponíveis, há uma pessoa responsável pela logística que organiza o recebimento dos pedidos e faz o repasse da demanda para as famílias camponesas.

Já na região metropolitana, encontra-se a experiência mais consolidada. Ela é organizada através dos Núcleos Territoriais de Consumo, que somam 21 localidades, agrupando cerca de 65 bairros nas zonas sul, centro, e zona norte no Rio de Janeiro, e nas cidades de Paquetá e Niterói. Já foram comercializadas aproximadamente 170 toneladas de alimentos agroecológicos, dentre os quais 78 toneladas são alimentos frescos, hortaliças, frutas, e outros itens *in natura* oriundos do campesinato fluminense. O sistema contabiliza 8.940 pedidos de cestas camponesas, contados a partir do dia 21 de março. A compra é realizada por um sistema informacional próprio, que foi compartilhado com o MPA pela Rede Ecológica, e funciona através do acesso pelo site [www.cestacamponesa.com.br](http://www.cestacamponesa.com.br).

Os grupos são organizados por meio de aplicativo de *Whatsapp*. Cada núcleo possui um coordenador ou coordenadora, que é um cestante responsável por



organizar a comunicação e a informação nos Núcleos Territoriais, informando horário de chegada das cestas, tirando dúvidas, fazendo o controle de qualidade dos alimentos recebidos, dentre outras demandas comunicacionais. O SAAP possui, na região metropolitana, 3.754 cestantes consumidores cadastrados. A média de cestas comercializadas mensalmente é de 1000 unidades. Durante a pandemia, foram incorporados cerca de 10 novos cestantes diariamente.

Além das estratégias de comercialização, também destacam-se a criação de grupos de consumo de famílias em situação de insegurança alimentar, através da campanha do Mutirão contra a Fome. Em territórios como Rocinha e Mangueira e outras 10 comunidades periféricas do Rio de Janeiro foram montados Comitês Populares dos Alimentos, em articulação outros movimentos sociais e lideranças comunitárias, núcleos que organizam a distribuição de alimentos nesses territórios. Além disso, a campanha já somou a doação de 11.326 cestas de alimentos agroecológicos, garantindo ainda o escoamento de cerca de 92 toneladas de comida.

Diante das exigências com o crescimento da demanda na época do isolamento social, o Coletivo de Comunicação constituiu a Brigada de Comunicação Popular para auxiliar nas demandas comunicacionais do SAAP.

A brigada articulou um conjunto de comunicadores que se dispuseram a participar da iniciativa de maneira voluntária, que funcionou entre março e julho de 2020, aglutinando cerca de 15 profissionais de áreas diversas (produtores de conteúdo, editores de áudio e vídeo, jornalistas, fotógrafos, dentre outros). Os brigadistas aderiram ao projeto voluntariamente, fato que permitiu ampliar as ações sem aumentar os custos totais. Apesar disso, pelo mesmo motivo, a tendência é que essas experiências sejam esporádicas e ocorram em curtos períodos de tempo, apresentando desafios de continuidade.

A organização do trabalho da brigada foi assim realizada: os/as brigadistas se vincularam a um grupo de *Whatsapp*, onde foram socializadas as demandas, bem como os conteúdos, informes, e materiais de áudio, vídeo e texto, que seriam utilizados como dados e matéria-prima para produção de conteúdo que originam as experiências comunicativas.

Tratou-se de uma proposta político-organizativa de frente de massas do MPA/RJ, que foi operacionalizada pelo Coletivo de Comunicação. Os resultados indicam que, além de auxiliar no escoamento dos alimentos, a brigada também se constituiu como espaço de formação profissional para atuação no campo da agroecologia, pois ajudou a desenvolver saberes e conhecimentos técnicos na área da comunicação.

O trabalho técnico-profissional foi dividido nos seguintes Grupos de Trabalho (GTs): GT de Produção de conteúdo [Site]; GT de Produção de conteúdo [Redes Sociais e grupos de whatsapp]; GT Artes Gráficas; GT Vídeo e edição de vídeos; GT

Territórios; GT Revisão de Conteúdo e Assessoria de Imprensa; GT Distribuição. Cada brigadista esteve vinculado a um GT e ficou responsável por desenvolver uma experiência comunicativa específica.

A montagem da equipe da brigada se deu através da divulgação da peça comunicativa abaixo (Figura 2), publicada nas redes sociais do movimento e também enviada aos contatos pessoais das pessoas que participam do movimento.

**Figura 2** - Panfleto Digital - Chamada realizada para composição de brigadistas para atuação na Brigada de Comunicação do MPA.



**Fonte:** MPA.

Também foi realizada uma parceria com o projeto de extensão Comunicação e Conscientização realizado pelo Departamento de Letras e Comunicação da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), através do curso de jornalismo, e que possibilitou incorporar duas alunas extensionistas ao grupo da brigada.

Em razão da época da pandemia da Covid19, as experiências comunicativas se dividiram em três campanhas, que foram deliberadas pela Coordenação Nacional do MPA como linhas políticas a serem desenvolvidas pelos estados. Para responder a cada campanha geral, foram criadas experiências comunicativas particulares, abaixo identificadas.

As experiências comunicativas são ações incluídas nas rotinas de produção de conteúdo. O objetivo é produzir para divulgar para um público externo, e também configurar o próprio processo de produção seja um processo instrutivo para os e as comunicadoras que atuam. Essa perspectiva, vincula-se a ideia de comunicação como mediação social e da comunicação popular como aquela que transforma

as perspectivas de pensamento e ação (FREIRE, 1983; PERUZZO, 1998). Nesse sentido, a comunicação objetivou combinar as estratégias de divulgação para a comercialização, com a demanda por mobilização social através da divulgação das pautas da agroecologia camponesa.

Abaixo seguem descritas as campanhas realizadas:

**Campanha 1** - “*Fique em Casa, Seguiremos Produzindo seu Alimento!*”. Esta campanha foi impulsionada pela Via Campesina. O objetivo consistiu em demonstrar o papel da produção familiar camponesa e agroecológica no momento da crise, garantindo comida saudável na mesa da população brasileira. Para realizá-la, devolvemos as seguintes experiências comunicativas:

a) **Deu na Roça Tem Na Cesta**. Consistiu na divulgação do alimento da estação que precisava ser escoado pelas compras do Sistema de Abastecimento Popular de alimentos, através das Cestas Camponesas. Incluía ainda informações sobre história e cultura do Alimento. A divisão do trabalho entre os brigadistas ficou assim dividada: um designer no GT de Produção Gráfica e um produtor de conteúdo do GT Produção de Conteúdo. O público prioritário eram os consumidores que estão nos grupos de whatsapp dos Núcleos Territoriais das Cestas Camponesas (Figura 3);

**Figura 3** - Panfleto digital “Deu na Roça, Tem na Cesta” divulgando a produção do limão galego, produzido pelo Seu Ismael (Coletivo Terra/ Assentamento da Reforma Agrária Terra Prometida – Duque de Caxias (RJ).



Fonte: MPA.

b) Comer é um Ato Político. Cozinhar é um Ato Revolucionário. Divulgação do preparo de uma receita com itens que constam na lista de compras do Sistema de

Abastecimento Popular de alimentos. Para organizar essa experiência, o trabalho foi assim dividido: 1 *designer no GT de Produção Gráfica* e 1 produtor de conteúdo do GT Produção de Conteúdo. O público prioritário eram os e as cestantes-consumidoras que estão nos grupos de whatsapp dos Núcleos Territoriais das Cestas Camponesas e e seguidores das Redes Sociais.

c) O que é Agroecologia camponesa? Produção de conteúdo para postagens semanais, com enfoque na afirmação da agroecologia como sistema de abastecimento alimentar viável, curadoria de notícias com conteúdo político e informativo, e outros temas como cultura e território, denúncia de ações do agronegócio. Temas que tiveram como objetivo difundir a perspectiva holística da agroecologia, bem como visibilizar o campesinato, sujeito político implicado no processo de produção. Para organizar essa experiência, o trabalho foi assim dividido: um *designer no GT de Produção Gráfica* e um produtor de conteúdo do GT Produção de Conteúdo. O público prioritário eram os seguidores das redes sociais (Figura 4).

**Figura 4** - Panfleto digital publicado nas redes sociais, difundindo a perspectiva integrada da agroecologia camponesa, que envolve produção alimentar diversificada, como a pesca.



Fonte: MPA.

**Campanha 2:** Mutirão contra a Fome. O objetivo foi divulgar a solidariedade camponesa e entre os movimentos sociais, no período da crise, enfatizando a campanha de arrecadação financeira Mutirão contra a Fome, desenvolvida pelo movimento. Foram divulgadas a distribuição de cestas camponesas para comunidades em vulnerabilidade social, informes com número da conta para depósitos, estímulo as relações de solidariedade de classe e divulgação da proposta

organizativa dos Comitês Populares do Alimento, metodologia de trabalho da campanha.

### EXPERIÊNCIA COMUNICATIVA:

a) *Postagens Solidariedade de Classe*. Divulgação com fotos e dados sobre os alimentos doados pela campanha, apresentação de imagens de plantio e colheita, menção das instituições que doaram. O trabalho foi desenvolvido por um designer do GT Artes Gráficas e por uma jornalista do GT de Produção de Conteúdo. O público prioritário eram os seguidores de redes sociais; contatos das organizações que doaram; potenciais doadores; organizações políticas e outras possíveis alianças institucionais (Figura 5).

**Figura 5-** Panfleto digital de balanço do Mutirão Contra a Fome no período de Abril a Junho de 2020.



Fonte: MPA.

b) **Organização dos Comitês Populares do Alimento** através de comunicação interpessoal em encontros presenciais para a doação dos alimentos e em grupos de *Whatsapp* formado por famílias que recebem os itens. Nos grupos, são trocadas mensagens sobre organização das entregas, troca de receitas e troca de informação sobre o uso de alimentos frescos e não tão comuns na dieta alimentar dos grupos que recebem. Os Comitês têm os objetivos de consolidar o vínculo entre o MPA e as famílias urbanas, consolidando o elo do campo e da cidade através do alimento.

Esse foi um conjunto de experiências comunicativas que buscaram destacar a importância da organização do trabalho da comunicação nos processos produtivos da agroecologia camponesa. Assim construindo estratégias para que o alimento

chegue até a mesa das famílias urbanas. Essas estratégias envolveram o escoamento para a comercialização e o escoamento para a doação.

Entende-se que a ação antagoniza com a lógica do agronegócio, tanto no campo quanto na cidade, pois constitui formas de produção e alimentação distintas das determinadas pelo sistema agroalimentar hegemônico.

## CONCLUSÕES

Por meio do fortalecimento de vínculos entre as Unidades de Produção Camponesa e os consumidores da cidade, e relações de comunicação e organização do trabalho, ancorados em premissas da economia popular, - como reciprocidade, ajuda mútua e cooperação, - tem sido possível escoar alimentos das famílias camponesas, e organizar comercialização e ações de solidariedade para enfrentar os desafios da Covid-19.

Assim sendo, este trabalho buscou sintetizar as formas organizativas desenvolvidas nas relações de reciprocidades e solidariedade, próprias das economias populares organizadas pelas classes trabalhadoras, no interior do Movimento dos Pequenos Agricultores. Pelo exposto, pode-se observar que, graças às estratégias de reciprocidade, foi possível estruturar um trabalho que possibilitou o aumento da capacidade de comunicação, abastecimento e escoamento de alimentos agroecológicos.

Além disso, tratou-se de sistematizar as estratégias de comunicação em experiências agroecológicas. Ainda que organizada em pequena escala, permite não apenas concretizar a produção e distribuição alimentar das Unidades de Produção Camponesas vinculadas ao MPA, como também permite desenvolver aprendizagens e conhecimentos próprios de comunicação orientados para uma economia popular do sistema agroalimentar.

## REFERÊNCIAS

ALTIERI, M. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. 4º ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 120 p. 2004.

ALTIERI, M. **Agroecologia: Bases científicas para uma agricultura sustentável**. 3º ed. São Paulo, Rio de Janeiro: Editora Expressão Popular, AS-PTA, 2012.

BOZA, Eider. VINHA, Janaina. **Mercado popular de alimentos: território da agricultura camponesa e da luta pela soberania alimentar no município de São Gabriel da Palha (ES)**. Boletim Goiano de Geografia, v. 40, 2020

CHISTOFFOLI, Pedro; AZERÊDO, Raoni. A relação cooperação – autogestão. Aspectos históricos de uma difícil e necessária construção dialética. In: MAZIN, Angelo; NOVAES, Henrique; PIRES, João; LOPES, Joice. (org). **QUESTÃO AGRÁRIA, COOPERAÇÃO E AGROECOLOGIA**. Ed. Outras Expressões, São Paulo, 2016.

FREIRE, Paulo. **Comunicação ou extensão**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983

FURTADO, Celso. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. Ed. definitiva. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

MARTINS, Adalberto. **A produção ecológica do arroz e a Reforma Agrária Popular**. São Paulo: Ed. Expressão Popular, 2019

NÚÑEZ, Orlando. **La economía popular, asociativa y autogestionaria**. In: **CORAGGIO, L. (org)**. LA ECONOMÍA SOCIAL DESDE LA PERIFERIA. CONTRIBUCIONES LATINOAMERICANAS, Ed. Altamira, Buenos Aires, 2007

PERUZZO, Cecília. **Comunicação nos Movimentos Populares**. São Paulo, Ed. Vozes, 1998

QUIJANO, Aníbal. **¿Sistemas alternativos de producción?** In: **CORAGGIO, L. (org)**. LA ECONOMÍA SOCIAL DESDE LA PERIFERIA. CONTRIBUCIONES LATINOAMERICANAS, Ed. Altamira, Buenos Aires, 2007

PLANO **Camponês por Soberania Alimentar e Poder Popular. MOVIMENTO dos Pequenos Agricultores (MPA)**. São Paulo, Outras Expressões, 2019.

VÁSQUEZ, Gonzalo. **Antecedentes de la Noción de Economía Popular: La Perspectiva Coraggiana**. DOSSIER. CdS, Nº 6, DICIEMBRE/2017