

**A DINÂMICA DOS MERCADOS EM ASSENTAMENTOS DA REFORMA
AGRÁRIA DA METADE SUL DO RIO GRANDE DO SUL**
**MARKET DYNAMICS IN AGRARIAN REFORM SETTLEMENTS IN THE SOUTHERN
HALF OF RIO GRANDE DO SUL**

Autor(es). Jonas Anderson Simões das Neves. Universidade Federal do Pampa – Campus Dom Pedrito. jonasneves@unipampa.edu.br
José Guilherme Franco Gonzaga. Universidade Federal do Pampa – Campus Dom Pedrito. josegonzaga@unipampa.edu.br

Grupo de Trabalho (GT 5): Agricultura Familiar e Relações de Gênero no Meio Rural.

Resumo

A Reforma Agrária constitui uma política necessária e não efetivada adequadamente no Brasil, destacadamente por entraves como lentidão nos processos burocráticos, falta de infraestrutura, terras esgotadas, assistência técnica insuficiente, dificuldades de acesso ao crédito, entre outros gargalos ainda pouco estudados, tais como a precariedade de acesso aos mercados. Neste cenário, se definiu como objetivo deste trabalho analisar as dinâmicas de funcionamento dos mercados em assentamentos de reforma agrária, utilizando-se como base analítica a tipologia dos mercados. Os resultados indicam um cenário de fragilidade nas formas de reprodução social dos assentados, com produção pouco diversificada e acesso restrito a canais de comercialização. A título de considerações finais, verifica-se que os mercados têm sido fundamentais as estratégias de reprodução social dos assentados, de forma que seriam necessárias políticas públicas específicas para qualificação de sua inserção nos mesmos.

Palavras-chave: Mercados; Comercialização; Assentados; Reforma Agrária; Autonomia

Abstract

A Agrarian Reform is a necessary policy that has not been adequately implemented in Brazil, particularly due to obstacles such as slow bureaucratic processes, lack of infrastructure, depleted land, insufficient technical assistance, difficulties in accessing credit, and other bottlenecks that have not yet been studied, such as precarious access to markets. In this scenario, the objective of this study was to analyze the dynamics of market functioning in agrarian reform settlements, using market typology as an analytical basis. The results indicate a scenario of fragility in the forms of social reproduction of settlers, with little diversified production and restricted access to marketing channels. As final considerations, it is clear that markets have been fundamental to the social reproduction strategies of settlers, so that specific public policies would be necessary to qualify their insertion in them.

Key words: Markets; Commercialization; Settlers; Agrarian Reform; Autonomy

1. Introdução

Ainda que estejamos próximos de completar 60 anos do 1º Plano Nacional de Reforma Agrária, bem como que depois dele outros dois planos já tenham sido lançados com esse objetivo, as iniciativas do estado brasileiro para colocar em prática essa política pública são ainda bastante frágeis. Neste sentido, diversas pesquisas tem apontado fatores como falta de infraestrutura, terras esgotadas, assistência técnica insuficiente, lentidão nos processos burocráticos e dificuldades de acesso a crédito como responsáveis pela insuficiência da Reforma Agrária no Brasil (Sauer, 2019; Leite et. al., 2020; Delgado, 2021). Para além destes fatores, que dificultam a autonomia financeira dos assentados, há outros gargalos a explorar, dentre os quais as dificuldades de acesso aos mercados, o que muitas vezes os torna dependentes de canais de comercialização menos vantajosos. (Gomes, Souza, 2021)

A construção social de mercados sempre foi uma condição indispensável para a organização das sociedades humanas, dado que os mercados tanto colaboraram para garantir a existência de espaços de troca e de circulação de produtos quanto atuaram como espaços privilegiados de organização da vida social e econômica, neste sentido, ao mesmo tempo em

que contribuíram para as transformações das sociedades em que estavam inseridos, os mercados também foram por elas transformados (Braudel, 1998). Ao analisar essas dinâmicas, Granovetter (1985) compreende que os mercados atuam como instituições sociais que resultam das interações presentes nas sociedades em que estão enraizados, de forma que compreender seus mecanismos de funcionamento é condição para entender as sociedades nas quais estão imersos, da mesma forma em que compreender as dinâmicas destas sociedades é condição para entender seu funcionamento.

Ao analisar os processos de construção dos mercados na agricultura familiar, Schneider (2016) elaborou uma tipologia que os permite classificar em quatro diferentes tipos. De acordo com o autor, os mercados de proximidade são aqueles em que predominam as trocas interpessoais, mobilizadas via relações de parentesco, interconhecimento e reciprocidade. Nestes mercados, mais do que o lucro, estão em jogo aspectos valorativos e a qualidade dos bens trocados. Já nos mercados locais e territoriais as trocas são monetizadas e orientadas pela oferta e demanda, ou seja, os agentes passam a produzir para vender ou trocar para ganhar. Nestes mercados passam a existir intermediários, os locais de atuação e canais de comercialização deixam de estar circunscritos à esfera local, há uma desterritorialização dos mercados, ainda que possam conservar indicativos de seus territórios de procedência. Os mercados convencionais se caracterizam por uma relação entre oferta e demanda comandada por poderosos agentes privados, podem dispensar um *locus* físico, com distribuição nacional e global, por isso mesmo de difícil regulação. Envolvem riscos e incertezas, trabalham com contratos, direitos de propriedade e regras administrativas complexas, de modo que os agricultores tendem a ocupar posições com alto grau de dependência e vulnerabilidade. Os mercados públicos e institucionais têm como principal agente o Estado, órgão público ou organização não governamental, caracterizam-se pelo controle formal e alto grau de regulamentação. Via de regra, são resultado de uma construção social e política, com mecanismos de governança abertos e democráticos, criados para atender demandas de grupos específicos da sociedade.

Neste cenário, se definiu como objetivo para este trabalho compreender as dinâmicas de funcionamento dos mercados em três assentamentos da reforma agrária inseridos no território da Rede Integrada de Desenvolvimento (RIDE) Metade Sul do Rio Grande do Sul, utilizando-se como referencial analítico a tipologia dos mercados. (Schneider, 2016)

2. Metodologia

Para realização desta pesquisa foram selecionados (amostra por conveniência) três assentamentos de reforma agrária presentes nos territórios que compõe a RIDE Metade Sul (Soares, Sassi, 2019), localizados nos municípios de Canguçu, Dom Pedrito e Piratini. De acordo com dados do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), originalmente foram assentadas 71 famílias no Assentamento Renascer, em Canguçu; 39 famílias no Assentamento Upacaray, em Dom Pedrito e 50 famílias no Assentamento Conquista da Liberdade, em Piratini. Todavia, após levantamento de informações junto aos assentamentos identificamos que atualmente vivem 92 famílias no primeiro assentamento, 30 famílias no segundo e 50 no terceiro, respectivamente. Neste cenário, foram aplicados 87 questionários junto aos assentados, 40 dos quais no Assentamento Renascer; 28 no Assentamento Upacaray, e 19 no Assentamento Conquista da Liberdade, de forma que em termos estatísticos a pesquisa apresenta grau de confiança de 95%, com uma margem de erro de 8%.

3. Resultados

Enquanto perfil dos assentados, 73,5% dos agricultores que se declaram responsáveis pelo lote são homens, 86% brancos e 66,1% que não completaram o ensino fundamental. A maioria dos assentados produz exclusivamente em suas terras (43,1%), sendo significativo o

percentual de agricultores que produzem em parceria (39,6%). Predominam ainda lotes titulados (57,1%), com áreas entre 10 e 20 hectares (68,9%) e com apenas 2 membros familiares (81,6%), informação preocupante, tanto no que diz respeito a disponibilidade de mão de obra quanto em relação a possibilidades de sucessão.

Também representativo da vulnerabilidade dos sistemas produtivos existentes nos assentamentos estudados são a indisponibilidade de acesso a assistência técnica, inacessível para 63,2% dos entrevistados e recebida eventualmente por 21,8%; bem como a falta de acesso a políticas públicas, realidade de 95,4% da amostra. Em se tratando de acesso à renda, 47,9% têm as atividades desenvolvidas no lote como principal fonte, 24,8% dependem principalmente de aposentadorias ou pensões, 11% têm nos benefícios sociais sua principal renda, 7,7% obtêm rendas principalmente de atividades externas a propriedade familiar, 6% possuem rendas de suas agroindústrias e 2,6% do arrendamento de terras.

Ao analisar a produção nestes assentamentos, destacam-se a soja (24,4%); a pecuária de corte (17,4%); a pecuária de leite (8,7%); o milho (6,1%) e o processamento de derivados de leite (6,1%). Segmentando essa produção, observa-se que a maioria dos assentados que têm a soja como principal produto são de Canguçu (78,6%); já a pecuária de corte é predominante em Dom Pedrito (65%); assim como a pecuária de leite, que também é predominante em Dom Pedrito (50%); no caso do milho se divide entre Dom Pedrito (42,9%) e Canguçu (42,9%); o processamento de derivados de leite é predominante em Dom Pedrito (57,1%).

Ao total, 39,1% dos assentados comercializam principalmente a intermediários/atravessadores; 20,7% têm nas cooperativas e agroindústrias seu principal canal de comercialização; 12,6% vendem principalmente a empresas privadas; 11,5% têm a comercialização de porta em porta como canal principal; 6,9% vendem predominantemente em feiras; 2,3% comercializam preferencialmente em fruteiras e mercearias; 4,6% vendem na propriedade e 2,3% utilizam mercados institucionais como principal canal de comercialização.

Ao analisar os canais acessados na relação com os produtos, identifica-se que os intermediários/atravessadores predominam na comercialização do gado de corte (80%) e da soja (53,6%); as cooperativas são o principal canal para comercialização do leite (90%); já os derivados do leite são comercializados predominantemente em feiras (42,6%) e a domicílio (28,6%); enquanto o milho se divide entre porta em porta, intermediários/atravessadores e na propriedade (28,6%, em cada canal).

Considerando a tipologia dos mercados (Schneider, 2016), 54% dos assentados comercializam em mercados convencionais; 22,3% em mercados de proximidade; 20,7% em mercados territoriais e apenas 2,3% em mercados institucionais. Ao segmentar o acesso aos tipos de mercado conforme os produtos, identifica-se que 82,1% dos produtores de soja comercializam em mercados convencionais e que 17,9% utilizam mercados territoriais. O gado de corte é comercializado em mercados convencionais por 90% dos produtores, enquanto 10% utilizam mercados de proximidade. O leite *in natura* é comercializado por 90% dos produtores em mercados territoriais e por 10% em mercados institucionais. Já entre os processados de leite, 85,7% comercializam em mercados de proximidade e 14,3% em mercados territoriais. O milho se divide entre os mercados de proximidade (57,1%) e os mercados convencionais (42,9%).

Ao analisar os dados a partir de um recorte por sexo, verifica-se que os homens predominam quando se trata da comercialização nas unidades familiares, padrão que reproduz formas tradicionais de organização em que a desigualdade de gênero permanece presente. Já quando se analisam os dados referentes aos canais é possível verificar que os homens predominam nos mercados convencionais, institucionais e territoriais, enquanto as mulheres são maioria no acesso aos mercados de proximidade, destacadamente por sua presença na comercialização do milho e dos processados de leite em feiras e de porta-em-porta.

Ao analisar os dados referentes a diversidade de canais de comercialização na relação com os tipos de mercado acessados, verifica-se que quando os mercados convencionais

constituem o principal canal, em 27,6% são exclusivos; em 36,2% são 2 canais acessados, em 23,4%, 3 canais e em 12,8%, 4 ou mais canais. No caso de assentados que têm mercados de proximidade como canal principal de comercialização, 40% o tem como canal exclusivo, 45% utilizam 2 canais, 5% utilizam 3 canais e 5% fazem uso de 4 ou mais canais. Já quando o canal principal é formado por mercados territoriais, 27,8% acessam apenas 1 canal, 44,4% acessam 2 canais, 5,6% acessam 3 canais e 22,2% acessam 4 ou mais canais. No caso dos mercados institucionais, todos acessam 4 ou mais canais.

A maioria dos assentados que participaram da pesquisa possuem canais diversificados (54%), enquanto 29,9% possuem canais exclusivos e 16,1% canais superdiversificados. Dentre os produtores de bovinos de corte, 90% acessam mercados convencionais e 20% mercados de proximidade. No caso dos produtores de soja, 82,1% utilizam mercados convencionais e 17,9% utilizam mercados territoriais. Entre os produtores de leite, 90% acessam mercados territoriais e 10% mercados institucionais. Entre os produtores de milho, 42,8% acessam mercados convencionais e 57,2% acessam mercados de proximidade.

4. Considerações finais.

De um modo geral, os resultados encontrados indicam um cenário de fragilidades presente nos assentamentos de reforma agrária pesquisados, que se reconfiguraram significativamente desde sua criação, especialmente pela dinâmica de ocupação dos lotes e pelo próprio avanço do agronegócio sobre suas áreas, como é reveladora a presença da soja. Ademais, verificam-se dificuldades relativas à falta de assistência técnica e de acesso a políticas públicas, as quais se soma o número reduzido de moradores nos lotes. Por outro lado, revelaram os dados que apesar deste cenário de dificuldades, os assentamentos ainda se constituem em territórios de produção devidamente inseridos aos mercados, que são a principal forma de renda e estratégia de reprodução social dos assentados, mesmo que a partir de uma inserção em condição de subordinação e dependência. Neste cenário, acredita-se que caso a política de assentamentos esteja associada a assistência técnica qualificada e a políticas públicas robustas de apoio a produção e a comercialização, que seja possível uma inserção mais qualificada dos agricultores aos mercados, que possuem potencial de promover uma maior autonomia e qualificação dos meios de vida nos assentamentos de reforma agrária.

5. Referências

- BRAUDEL, Fernando. **Civilização Material, Economia e Capitalismo séculos XV -XVIII: o jogo das trocas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- DELGADO, G. C. A questão agrária no Brasil: impasses e perspectivas. **Revista Brasileira de Estudos Rurais**, v. 12, n. 1, p. 45-63, 2021.
- GOMES, A. R.; SOUZA, M. F. Acesso a mercados e os desafios da agricultura familiar em assentamentos rurais. **Estudos em Economia e Sociedade**, v. 10, n. 1, p. 78-95, 2021.
- GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.
- LEITE, S. P.; COSTA, L. C.; SILVA, R. A infraestrutura nos assentamentos da reforma agrária: um balanço crítico. **Estudos Sociais e Agrários**, v. 25, n. 3, p. 101-119, 2020.
- SAUER, S. A regularização fundiária e seus impactos na reforma agrária no Brasil. **Agricultura, Sociedade e Desenvolvimento**, v. 16, n. 4, p. 122-139, 2019.
- SCHNEIDER, S. MARQUES, F.C., CONTERATO, M.A. Introdução. In. MARQUES, F.C., CONTERATO, M.A., SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2016. p. 11-18
- SOARES, P. R. R.; SASSI, L. O. A RIDE Metade Sul do Rio Grande do Sul e as escalas do planejamento regional. **Boletim Geográfico do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, n. 34, p. 124-134, jul./dez. 2019.