

# MERCADOS TERRITORIAIS DA BIOECONOMIA MARANHENSE: o caso do Armazém do Campo do MST em São Luís/MA

## TERRITORIAL MARKETS OF THE BIOECONOMY OF MARANHÃO: the case of the MST's Armazém do Campo in São Luís/MA

Abel Cassol\*

### Introdução

A necessidade de transformação dos sistemas alimentares tem sido um argumento recorrente nas pesquisas interdisciplinares que tratam do tema. As evidências atuais mostram que o modo como produzimos, distribuímos e consumimos nossos alimentos têm impactado de maneira sensível os recursos naturais e os ecossistemas, contribuindo decisivamente para alterações no clima e na biodiversidade (IPCC, 2023; SEEG, 2023; Zurek; Hebink; Selomane, 2022).

Dentre as diversas estratégias implementadas para a alteração desse cenário encontram-se aquelas relacionadas à bioeconomia e aos mercados alimentares. Enquanto a primeira pretende o desenvolvimento de

processos, práticas e ações que valorizem economicamente os recursos territoriais ecossistêmicos, ao mesmo tempo em que se mantenha a preservação ambiental e o respeito aos modos de vida tradicionais e seus conhecimentos (Brondízio *et al.*, 2021), as análises dos mercados alimentares têm ganhado evidência ao demonstrarem a capacidade da construção de canais de comercialização para a sustentabilidade econômica, social e ambiental de agricultores familiares e povos e comunidades tradicionais (Schneider; Cassol, 2023).

O objetivo deste artigo reside em uma aproximação analítica entre essas duas dimensões estratégicas do desenvolvimento territorial sustentável. Os modelos de desenvolvimento baseados na bioeconomia

\* Universidade Federal do Maranhão (UFMA), São Luís, MA, Brasil. E-mail: [abel.cassol@ufma.br](mailto:abel.cassol@ufma.br).  
ORCID:<https://orcid.org/0000-0003-4297-9408>.

necessitam, por um lado, da construção de canais e de mercados que tragam maior autonomia, resiliência e poder às comunidades locais, sobretudo para gerar renda através da comercialização de produtos das florestas, do extrativismo e das socioeconomias territoriais – um desafio ainda a ser superado. Por outro lado, as análises dos mercados da agricultura familiar, que têm incorporado gradualmente as questões climáticas relacionadas aos processos de comercialização, ainda necessitam, de fato, incorporar as formas como os povos e comunidades tradicionais relacionam-se com os mercados e como estes espaços podem ser mais bem construídos para organizar a venda dos produtos das sociobiodiversidades.

Portanto, o artigo é uma primeira tentativa de conectar os debates sobre bioeconomia – em especial a sua vertente que reconhece e valoriza os aspectos sociais e culturais dos territórios, cunhada como sociobioeconomia – com os mercados alimentares. O texto dedica-se, sobretudo, em explorar as potencialidades da construção de mercados alimentares territoriais, enquanto espaços de oferta de alimentos da sociobiodiversidade, para o desenvolvimento sustentável.

Para isso, é analisado o caso da construção da loja do Armazém do Campo de São Luís, resultado das estratégias de comercialização contemporâneas do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra. O argumento defendido é que esse mercado pode ser considerado um mercado territorial, posto que é construído por meio de redes de atores e organizações locais que estabelecem regras e normas compartilhadas para comercializar os alimentos da reforma agrária maranhense. Essas normas e regras contribuem para a transição agroecológica e para o acesso a alimentos saudáveis por

preços justos, o que pode contribuir para a sustentabilidade dos assentamentos.

A análise é resultado de pesquisa realizada no âmbito do projeto “Ativismos alimentares e politização da alimentação: uma análise comparada das interações entre movimentos sociais, mercados e políticas públicas nas regiões metropolitanas brasileiras”, financiado pelo CNPq e composto por pesquisadores de diferentes universidades nacionais. No âmbito da pesquisa, um estudo comparativo das lojas do Armazém do Campo encontra-se em andamento, sendo aqui recortadas para análise evidências do caso ludovicense, coletadas entre os anos de 2023 e 2024.

A metodologia contou com consulta documental no site do MST nacional, abrangendo relatórios, artigos e reportagens publicadas; e com a realização de entrevistas em profundidade com o gestor coordenador da loja em São Luís, com o responsável pela logística do mercado e com alguns assentados em visita às regiões produtivas. Para isso, utilizou-se de roteiros semiestruturados de questões. Notadamente, foram analisados elementos sobre o histórico da experiência no Maranhão, a gestão e o funcionamento da loja e as relações do MST com outros movimentos sociais buscando compreender ações e práticas de activismos alimentares da experiência. No entanto, as dinâmicas da loja permitem que a analisem como um mercado territorial.

O artigo divide-se em quatro seções para além desta introdução. Na seção 01, são analisadas as origens do debate sobre bioeconomia, destacando-se a polissemia dos usos desse termo e o modo como ele tem sido apropriado para a região amazônica. Na segunda seção é apresentado o debate sobre mercados alimentares e agricultura familiar, o qual tem se consolidado

como uma das principais estratégias para o desenvolvimento rural contemporâneo, sobretudo com a construção de mercados territoriais. A seção busca demonstrar as potencialidades das conexões entre o debate da bioeconomia e os mercados deste tipo. A seção 3 apresenta o processo de surgimento do Armazém do Campo em São Luís, destacando seus modos de funcionamento e as relações com os produtos do território, seguido por uma classificação desse mercado como territorial. Por fim, a última seção é reservada a algumas considerações finais.

### 1. A bioeconomia como modelo de desenvolvimento para a Amazônia

As origens do termo “bioeconomia” remontam aos anos de 1970, quando o economista romeno Georgescu-Roegen (1977) propôs uma síntese entre a abordagem neoclássica da economia e a biofísica, o que resultou na referida alcunha. De maneira geral, o autor argumentou que o sistema econômico teria relação direta com os ecossistemas, sendo a economia, portanto, um ambiente aberto às trocas com o ambiente ecológico, tendo a natureza um papel central para a estabilidade e a durabilidade dos processos econômicos (Cechin; Veiga, 2010).

Após essa inovação teórica, mesmo que tardiamente, o termo ganhou projeção nos debates internacionais, especialmente a partir dos anos 2000. Sobretudo o impulso dado à bioeconomia relaciona-se à emergência do debate ambiental, que passa a destacar a necessidade de diminuição dos efeitos nocivos que envolvem os processos produtivos globais. Assim, os processos econômicos foram gradativamente orientados para um uso crescente dos biorrecursos renováveis e dos processos biológicos conectados às atividades econômicas, ten-

do como ideal a sustentabilidade (Horlings; Marsden, 2011).

Dessa forma, diferentes organismos internacionais imputaram à bioeconomia a capacidade de liderar um novo projeto de desenvolvimento e crescimento econômico com bases sustentáveis. Em relatório publicado em 2009, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) definiu bioeconomia como “aquela parte das atividades econômicas que capturam valor a partir de processos biológicos e biorrecursos para produzir saúde, crescimento e desenvolvimento sustentável” (OCDE, 2009, p. 20).

Da mesma forma, a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação apropria-se do termo relacionando-o de maneira mais direta ao debate climático, afirmando que a bioeconomia se refere à “produção, utilização, conservação e regeneração de recursos biológicos”, inclusive aqueles relacionados aos conhecimentos capazes de reverberar em “soluções sustentáveis em todos os setores econômicos” (FAO, 2021, p. 4).

No caso brasileiro, uma primeira apropriação e utilização desse termo é encontrada em documento do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI, 2018), que atribui à bioeconomia aquelas atividades baseadas no uso sustentável e inovador de recursos biológicos renováveis e capazes de gerar desenvolvimento sustentável e bem-estar.

Apesar do uso recente, é possível afirmar que a noção de bioeconomia encontra-se em disputa na atualidade (Abramovay *et al.*, 2021). A diversidade de definições imputadas a esse termo – e seus significados e ações derivadas – a tem transformado em um conceito “polissêmico” (Costa *et al.*, 2022). Essa generalização de usos e sentidos tem implicado distintas formas de apropria-

ção e modelos de desenvolvimento associados a tal noção.

Por um lado, boa parte das definições e usos da bioeconomia assentam-se fortemente em inovações técnicas, relacionadas ao âmbito da produção alimentar, destacando-se elementos tecnológicos para melhor aproveitamento e uso dos recursos naturais e biológicos, tais como o desenvolvimento da biotecnologia e a ampliação dos bioinsumos (OCDE, 2009). Nesta vertente, todavia, a bioeconomia é tomada como um modelo geral de desenvolvimento, que pode ser empregado em distintas dimensões econômicas e cadeias produtivas (da agricultura à indústria passando por inovações em serviços, produtos e tecnologias) para garantir processos sustentáveis (Horlings; Marsden, 2011).

Entretanto, com a ampliação do debate e a generalização dos seus usos, diferentes organizações da sociedade civil e movimentos sociais gradativamente têm mobilizado esse termo, de forma distinta. Partindo de uma crítica à noção focada nas tecnologias e, portanto, nos produtos (*commodities*), tem-se afirmado que a noção usual de bioeconomia desconsidera os impactos das atividades econômicas sobre os atores sociais, ao mesmo tempo que invisibiliza as diversidades territoriais. Nesse sentido, bioeconomia passou a ser definida como sinônimo de sociobioeconomia (Uma agenda..., 2021). A diferença em relação aos organismos internacionais e estatais, é que, neste caso, as atividades econômicas são pensadas diretamente a partir dos contextos locais e territoriais, reconhecendo-se o papel central das atividades tradicionais (extrativismo, pesca, agricultura familiar, artesanato, etc.) para o desenvolvimento sustentável.

Desta forma, a bioeconomia é referida como um ecossistema funcional de “redes complexas de empresas e atividades econô-

micas” (Horlings; Marsden, 2011, p. 148), atreladas a dinâmicas territoriais e a atividades diversificadas. Enquanto a primeira definição opera em níveis econômicos globais e corporativos dos sistemas alimentares, a segunda teria uma dimensão mais regional e territorial, portanto mais condizente com processos de desenvolvimento rural, ao apoiar-se em redes agroalimentares sustentáveis no uso multifuncional da terra, em princípios agroecológicos e em novas relações de produção e consumo (Horlings; Marsden, 2011).

É nesse segundo sentido que entendemos a noção de bioeconomia para pensar processos de desenvolvimento territorial sustentável na Amazônia. Nesta região, as ações focadas em ecossistemas de serviços partem das evidências de que o seu padrão de crescimento econômico, difundido nas últimas décadas, “desestimulou o fortalecimento da economia regional, não elevou o padrão de vida da população e trouxe danos ambientais que comprometem a própria produção agropecuária” (Abramovay, 2019, p. 19). Este cenário faz emergir processos de desenvolvimento baseados nas “economias do conhecimento da natureza” (Abramovay, 2019) capazes de equalizar ecossistemas, comunidades tradicionais e bem-estar social e econômico, resultando em uma sociobioeconomia da “floresta em pé”.

Assim sendo, a sociobioeconomia volta-se para análises da sustentabilidade que extrapolam a dimensão econômica, integrando elementos sociais e culturais ao debate tecnológico e direcionando os esforços analíticos para a diversidade de dinâmicas e interações entre as populações, os recursos naturais e seus territórios (Brondízio *et al.*, 2021; Londres *et al.*, 2023). Mais do que um foco nos produtos, a sociobioeconomia é um processo que, apesar de fazer uso eco-

nômico dos recursos naturais e biológicos, também problematiza o papel e o lugar das comunidades e povos tradicionais no desenvolvimento territorial (Abramovay *et al.*, 2021).

Nesse sentido, é possível definir socio-bioeconomia como uma proposta de “rearticulação do desenvolvimento através da valorização da biodiversidade e dos conhecimentos locais, mas também dando atenção às novas tecnologias e arranjos de mercado” (Brondízio *et al.*, 2021, p. 04). No contexto amazônico, os processos de uso dos recursos naturais, nessa perspectiva, são direcionados para as diferentes experiências locais, assentadas na produção familiar, mas que também são capazes de inovações e ganhos econômicos.

A transição para sistemas alimentares sustentáveis e justos, portanto, está diretamente associada à valorização dos recursos da sociobiodiversidade. Conforme atestam diferentes pesquisas, sistemas alimentares assentados na sociobioeconomia são capazes de ampliar o acesso à renda dos agricultores, contribuem para a preservação dos biomas e para a restauração ambiental ao reconhecer o papel das comunidades tradicionais nesse processo (Reyes-García *et al.*, 2018), auxiliam na mitigação das mudanças climáticas (Anderson; Bruil, 2021), e ainda fortalecem as capacidades das comunidades locais, a partir dos usos e manejos diversificados dos produtos da sociobiodiversidade, resistem aos projetos de expansão agrope-

cuária, criando empregos e fortalecendo o patrimônio ambiental, cultural e científico para as gerações futuras (Brondízio; Tourneau, 2016).

Desta forma, no contexto amazônico, as conexões entre sociobioeconomia e modelos de sistemas alimentares resultam em um terceiro modelo de desenvolvimento assentado em estratégias locais, com foco territorial, que visam reconhecer conhecimentos e modos de vida de comunidades tradicionais (ribeirinhos, quilombolas, indígenas, pescadores artesanais) (Brondízio *et al.*, 2021)<sup>1</sup>. Baseado em iniciativas locais (*place-based*) promotoras da diversificação da relação com os mercados, na construção de atividades multiespecializadas e em parcerias multiníveis, os modelos de desenvolvimento da sociobioeconomia têm permitido a efetivação de conexões e redes (locais, nacionais e globais) capazes de retirar da invisibilidade atores territoriais e seus modos de vida (Brondízio *et al.*, 2021).

Esse contexto coloca no centro do debate das transições sustentáveis na Amazônia dois elementos essenciais: a construção social de mercados para os produtos da sociobiodiversidade e o desenvolvimento de mecanismos de governança coletivos, capazes de geri-los de forma horizontal, valorizando práticas, conhecimentos e processos locais. Analiticamente, isto permite conectar o debate sobre os usos econômicos dos produtos com aquele dos mercados alimentares, tema que também tem se consolidado

1 De acordo com os autores, três modelos de desenvolvimento caracterizam as ações e transformações da região amazônica nos últimos 50 anos que, apesar de suas periodicidades e incidências distintas, mantêm-se em disputa: 1) Modelo desenvolvimentista estatal, predominante nos anos 1960 e voltado para o “povoamento” e exploração dos recursos naturais; 2) Modelo de mercado controlado por grandes corporações, implementado nos anos 1990 e voltado para a integração dos produtos da floresta ao mercado exterior (“ambientalismo de mercado”); 3) Modelo da sociobiodiversidade, surgido nos anos 2000 e baseado na promoção de iniciativas sustentáveis locais e territoriais (Brondízio *et al.*, 2021).

na agenda de pesquisas sobre agricultura familiar e sistemas alimentares sustentáveis nos últimos anos.

## 2. Os mercados alimentares da agricultura familiar

A análise dos mercados alimentares da agricultura familiar vem recebendo bastante atenção nos últimos anos. É possível atribuir esse interesse dos estudos rurais nas formas de comercialização a três processos interligados, os quais têm indicado transformações importantes dos sistemas alimentares e do papel desempenhado pela agricultura familiar no desenvolvimento territorial sustentável.

O primeiro deles refere-se à mudança na interpretação dos efeitos dos processos estruturais de mercantilização na agricultura. Se até a metade do século XX o avanço das relações de mercado sobre a reprodução social dos camponeses era visto como essencialmente negativo, a partir dos anos 1980 diversos estudos passaram a demonstrar que, a depender dos padrões de interação estabelecidos pelos camponeses com os mercados, a mercantilização pode acarretar benefícios para as formas familiares de produção (Ploeg, 2008). O pilar por trás dessa interpretação encontra-se no reconhecimento da agência dos agricultores familiares e, portanto, nas suas capacidades de construir estratégias de reprodução social relativamente autônomas (Marsden; Lamine; Schneider, 2020).

O segundo processo refere-se à influência que a sociologia econômica tem produzido nas análises sobre os mercados alimentares. No caso brasileiro, essa conexão entre sociologia rural e sociologia econômica remonta ao início dos anos 2000, quando diferentes pesquisadores passaram

a utilizar o conceito de construção social dos mercados para analisar as novas dinâmicas de comercialização de alimentos dos agricultores familiares no país (Abramovay, 2004; Wilkinson, 2008; Schneider, 2016). Resumidamente, esse conceito entende que os mercados não são apenas resultados de relações de oferta e demanda, mas espaços de interação social, sendo que tais interações não apenas se caracterizam por relações tangíveis e materiais como também por elementos culturais e cognitivos (Cassol; Deggerone; Schneider, 2024).

Ou seja, os mercados são relações de troca socialmente construídos na medida em que seu funcionamento e estabilidade dependem da equalização de interesses individuais, assim como de regras e normas coletivamente compartilhadas, o que implica olhar para as ações econômicas como relacionadas às dimensões sociais, culturais, políticas e cognitivas (Cassol; Schneider, 2022).

Finalmente, o terceiro processo que posiciona os mercados como centrais para as análises sobre a transição dos sistemas alimentares em direção à sustentabilidade, refere-se ao papel crescente exercido pelos consumidores. Cada vez mais interessados e preocupados com questões de qualidade, com os processos de produção e com a origem dos alimentos, os consumidores têm assumido diferentes repertórios de ativismos alimentares, resultando em críticas éticas e estéticas dos sistemas alimentares e na consolidação de novas dinâmicas de relações entre produção e consumo (Portillo, 2020; Barbosa, 2016).

Esses três processos interconectados repercutem em uma assertiva de que a construção social de mercados é essencial para o alcance do desenvolvimento sustentável de comunidades e territórios rurais. Diversos motivos podem ser elencados: o fato

de que maior inserção dos agricultores familiares nos mercados, em diversas partes do mundo, resultam em maior acesso aos alimentos, garantindo segurança alimentar e diversidade nutricional dos territórios (Blondeau; Korzenszky, 2022; FAO, 2019); a valorização crescente de espaços que, além de ofertarem alimentos frescos, também promovem oportunidades de trabalho e renda adequadas (Marsden; Lamine; Schneider, 2020); os estímulos dos mercados para a inclusão produtiva, especialmente de mulheres e jovens rurais (Ploeg; Ye; Schneider, 2022; FAO, 2014); além da contribuição dos mercados para a preservação ambiental, na medida em que a oferta de alimentos saudáveis implica, muitas vezes, na transição de sistemas produtivos (Schneider; Casol, 2023).

Essas possibilidades se conectam às distintas estratégias de reprodução social das famílias agricultoras. Como demonstram diferentes estudos, as relações com os mercados e o acesso a canais de comercialização pelos agricultores familiares são bastante diversificados. Isso está relacionado a dois indicadores principais: maior ou menor interação da família com os mercados e o destino dado à produção dos alimentos (Schneider, 2016).

Quando a família estabelece que a produção será orientada (quase) exclusivamente para um determinado produto, e que este terá como destino intencional a comercialização, é um dos modos dessa interação com os mercados. Neste caso, a família poderá escolher interagir com um mercado específico e de maneira homogênea. Exemplos dessa forma de interação mercantil encontram-se naquelas famílias produtoras em sistema de integração com grandes empresas, ou aquelas que comercializam *commodities* exclusivamente com cooperativas co-

merciais ou agentes econômicos privados.

Na região amazônica, exemplos dessas dinâmicas podem ser relacionadas à intensificação da produção de alguns alimentos, tais como o açaí e a palma, que têm se tornado *commodities* gerando impactos importantes sobre os ecossistemas, os modos de vida locais e a segurança alimentar das comunidades, provavelmente levando a interações homogêneas dos agricultores familiares com os mercados (Damiani *et al.*, 2020; Santos; Porro, 2024).

De outra forma, a família pode orientar sua reprodução social para um sistema produtivo diversificado, no qual alguns produtos (ou o excedente) terão como destino a comercialização, enquanto outros produtos serão para autoconsumo. Nestes casos, a família poderá se relacionar com diversos canais de comercialização, e na medida em que isso seja necessário mantendo uma interação mais diversa e heterogênea com os mercados.

No contexto amazônico, essas dinâmicas são encontradas em diferentes experiências de comercialização de produtos da socio-bioeconomia do território, e podem ser consideradas o modelo costumeiro de relação dos agricultores familiares e comunidades tradicionais com os mercados (Brondizio *et al.*, 2021; Carneiro, 2022).

O primeiro conjunto de exemplos tem sido tratado na literatura especializada como expressão de heteronomia ou vulnerabilidade dos agricultores familiares. Em razão da sujeição a apenas um ou poucos canais de comercialização e em virtude da amplitude da relação de mercado estabelecida, decorrente da baixa diversidade do sistema produtivo, a família estaria em uma condição de vulnerabilidade. Esta vulnerabilidade se expressaria seja em relação às dificuldades de enfrentar transformações externas (queda do preço do produto, di-

minuição da quantidade adquirida pelo comprador, etc.), seja em relação a tribulações internas do estabelecimento (quebra de safra decorrente de eventos climáticos ou pragas, adoecimento de trabalhador, etc.). Da mesma forma, a orientação comercial dos destinos da produção pode impactar a segurança alimentar da família, aumentando a sua dependência ou vulnerabilidade de fontes externas de alimento, que terão de ser buscadas nos mercados.

Diferentemente, o segundo conjunto de exemplos tem sido interpretado como um caso de autonomia ou resiliência da agricultura familiar frente os mercados. A estratégia diversificada na produção, integrada a uma orientação de abastecimento das necessidades familiares como prioridade e comercialização apenas do excedente (ou de alguns dos produtos), indicaria maior capacidade da família escolher para quem vender ou planejar qual o melhor momento para isso. Essa diversificação das possibilidades de escolha e autonomia comercial garantiriam resiliência no enfrentamento a surpresas negativas às quais a agricultura está sujeita, sejam elas internas ou externas ao estabelecimento rural.

A base teórica de sustentação dos exemplos hipotéticos acima apresentados assenta-se sob a assertiva de que “quanto maior a diversidade de mercados com os quais os agricultores interagem e se inserem, maiores serão as suas condições de manutenção e reprodução dos seus meios de vida” (Cassol; Deggerone; Schneider, 2024, p. 17). Pelo contrário, menores serão as condições de reprodução social dos agricultores familiares quanto mais homogêneas e padronizadas suas interações com os mercados.

Deste entendimento teórico, nos últimos anos inúmeras pesquisas têm investigado a relação dos agricultores familiares

brasileiros com diferentes tipos de mercados, problematizando as possibilidades de desenvolvimento territorial sustentável que resultam dos processos dinâmicos de comercialização de alimentos (Deggerone, 2021; Salvate, 2021; Almeida, 2022; Farias, 2021; Souza, 2024).

De acordo com Schneider (2016), são quatro os tipos de mercados alimentares acessados pelos agricultores familiares brasileiros, os quais diferenciam-se pelas relações de trocas que são institucionalizadas (ver Figura 1). Cada mercado é constituído por diferentes alcances espaciais (local, territorial, multiespacial ou sem local definido), possui distintas formas de trocas e modelos de negócio (solidária e interpessoal, diversificada, concorrencial, licitatória) e diferentes formas de regulação (confiança, reputação, contratos, contratos públicos). Finalmente, para cada mercado, diferentes canais de comercialização são construídos, como forma de materializar as relações de mercado (Cassol; Deggerone; Schneider, 2024).

Abaixo, sinteticamente, são detalhados cada um dos mercados acessados pela agricultura familiar.

**1 - Mercados de proximidade:** são aqueles em que redes sociais de interação e negócio são predominantes. Seu escopo é local, assim como sua escala. As trocas são mediadas por relações de domesticidade e em valores de confiança decorrentes da proximidade entre compradores e vendedores. Seus canais de comercialização são as feiras locais, a entrega de cestas a consumidores, vendas no estabelecimento ou em domicílio, dentre outros.

**2 - Mercados convencionais:** espaços de comercialização nos quais predominam relações baseadas na impessoalidade, que são sustentadas pela existência de contratos formais. Seu escopo é amplo, sem lo-

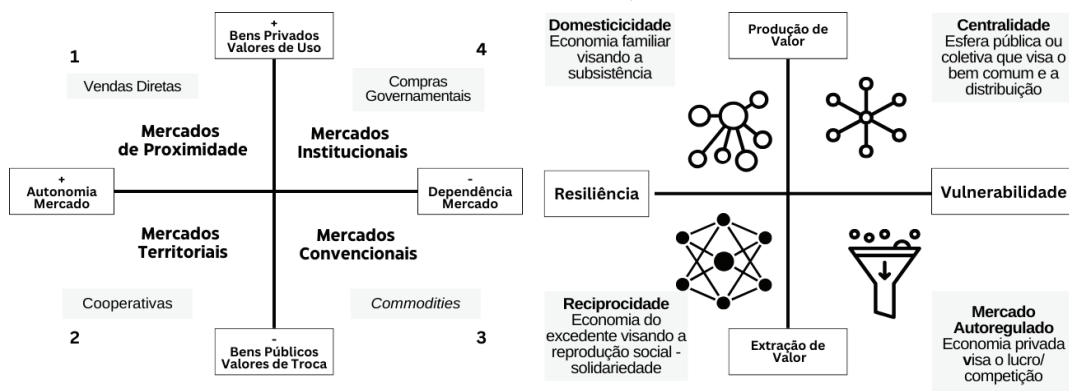
cal definido, sendo as relações de negócio mediadas pela competição. Exemplos de canais de comercialização convencionais acessados pelos agricultores familiares são os supermercados, empresas privadas atacadistas, agroindústrias privadas de grande porte, integradoras, entre outros.

3 – Mercados institucionais: são baseados em relações comerciais centralizadas, sustentados por normas e regras públicas formais (contratos, licitações), e têm como características a multiespacialidade. Exemplos de canais de mercados institucionais são os programas públicos de compras, tais como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), ou programas regionais de compras públicas tais como o Programa de Compras da Agricultura Familiar

e Economia Solidária (PROCAF), do estado do Maranhão.

4 – Mercados territoriais: estes mercados são caracterizados por um escopo regional, nos quais normas e regras coletivas são mobilizadas para estruturar redes de negócio territoriais e diversificadas. Tais regras permitem a expansão espacial das interações e dos fluxos de produtos, geralmente resultado de relações de cooperação e reciprocidade econômicas, baseadas em valores de reputação, procedência e confiança. Exemplos de canais desses mercados são cooperativas de pequeno porte, feiras agroecológicas ou feiras regionais, lojas especializadas em produtos da agricultura familiar e redes de venda de associações de agricultores.

Figura 1 – Tipos de mercados alimentares e suas diferentes relações de trocas



Fonte: Schneider (2023, p. 34).

O argumento defendido neste artigo é o de que os mercados de tipo territorial podem ser mecanismos centrais para o desenvolvimento das economias amazônicas. Pelas suas características, os estímulos para a sua construção podem gerar aumento da escala produtiva e das rendas dos agricultores, resultando em processos de desenvolvimento

territorial por meio da valorização econômica dos produtos das florestas e da sociobiodiversidade. Ou seja, os mercados de tipo territorial são aqueles com maiores potencialidades de conexão com a sociobioeconomia, pois permitem um maior fluxo dos alimentos nos territórios ao mesmo tempo em que estimulam a ação coletiva dos ato-

res, o que pode gerar visibilidade e reconhecimento das agriculturas tradicionais.

A seguir, será apresentada uma análise teórica dos mercados territoriais, buscando-se defini-los e conectá-los à sociobioeconomia. Posteriormente, analisa-se o caso do Armazém do Campo do MST, em São Luís, como forma de demonstrar a sua potencialidade para o fortalecimento da sociobioeconomia na região através do acesso a alimentos da reforma agrária maranhense.

## 2.1 As potencialidades da integração entre mercados territoriais e sociobioeconomia: algumas reflexões iniciais

Os mercados alimentares territoriais são uma abordagem teórica contemporânea de análise da construção social dos mecanismos de comercialização dos agricultores familiares. Fazem parte de uma agenda de pesquisa ampla e recente, que tem ganhado espaço nas discussões sobre a mercantilização da vida social e seus impactos para a reprodução desta categoria social (Hebink; Ploeg; Schneider, 2014; Ploeg, 2016; Ploeg; Ye; Schneider, 2022; Cassol, Deggerone; Schneider, 2024). Nos últimos anos, inclusive, a abordagem tem sido incorporada por diferentes organismos internacionais como forma de estimular políticas e ações que fortaleçam processos de desenvolvimento rural territorial por meio da construção de mercados (CFS, 2016; FAO, 2021; Ipes-Food, 2024).

Teoricamente, o conceito de mercados territoriais é resultado da conexão entre três tradições de pensamento. A primeira delas é a sociologia do campesinato e o resgate da contribuição de Shanin (1973), atualizada por Ploeg (2016), nos seus debates com a economia política agrária (Bernstein, 1986) e com as abordagens dos regimes alimen-

tares (Friedman; McMichel, 1989). Mesmo com diferenças importantes, as três abordagens coincidem na interpretação da centralidade da mercantilização para a reprodução social dos camponeses.

A segunda tradição de pensamento é a sociologia econômica, sobretudo a abordagem de Polanyi (2012) e seu conceito de imersão (*embeddedness*) social da economia. De acordo com o autor, os mercados funcionam porque são resultados de instituições sociais (normas e regras) que conferem características históricas distintas aos processos de troca e intercâmbio, o que implica reconhecer a multiplicidade de ações econômicas.

Finalmente, o conceito de mercados territoriais deriva da tradição teórica da Nova Economia Institucional, sobretudo do diálogo com os trabalhos de Ostrom (1999). Esta autora demonstra que situações de escassez (acesso à água, conservação ambiental, etc.) são estrategicamente resolvidas pelos agentes por meio da cooperação, produzindo-se governanças coletivas que evitam o conflito e o oportunismo. Nesse sentido, a governança coletiva atribui a alguns ativos territoriais a condição de recurso comum (*common pool resource*), os quais não podem ser apropriados privadamente. No caso dos mercados territoriais, estes recursos comuns são as regras e normas construídas pelos agentes para comercializar seus produtos (Ploeg, 2016).

Os mercados territoriais, portanto, podem ser interpretados como “transações econômicas e comerciais que envolvem os agricultores familiares a partir de processos socialmente construídos por meio da criação de instituições sociais (regras formais e informais) que são responsáveis por ordenar as transações entre os atores participantes” (Cassol; Deggerone; Schneider, 2024, p. 11).

As instituições podem ser entendidas como dispositivos de poder que regulam a governança nesses mercados.

Desta forma, mercados territoriais pressupõem a existência de processos de territorialização que são materializados quando recursos de determinado espaço (território) são transformados em ativos, sendo esta transformação operada pelos agentes por meio da institucionalização de práticas, normas e regras historicamente negociadas (Schneider; Almeida; Salvate, 2022).

Ou seja, as interações econômicas dos agentes em determinados territórios se realizam por meio da construção de instituições sociais que ordenam as formas de trocar e intercambiar. Essas instituições são normas e regras formais (leis, contratos, regulamentos), mas também informais (valores culturais, hábitos e costumes). Desta maneira, os produtos finais das interações entre os agentes no espaço, são bens ou serviços resultantes não apenas de processos econômicos e com fins mercantis ou comerciais, mas especialmente realizados por meio de “aspectos culturais, simbólicos, ou seja, de relações de poder” (Schneider; Almeida; Salvate, 2022, p. 240).

A perspectiva dos mercados territoriais destaca as disputas de poder que envolvem o uso e a mobilização dos recursos nos mercados. Seu objetivo é compreender os processos de construção dos mercados e os acordos, regras e disputas envolvidos na sua reprodução. A ação coletiva é analisada como uma dimensão territorial mobilizada para transformar recursos do espaço em produtos econômicos, com fins comerciais, porém sem reduzir-se à dimensão econômica, resultando em mecanismos de governança plurais e heterogêneos.

A governança dos mercados alimentares, de acordo com Ploeg, Ye e Schneider

(2022) refere-se, diversamente, a: 1) elementos de singularidade dos alimentos e produtos (orgânico, agroecológico, da roça, da agricultura familiar, da sociobiodiversidade); 2) redes de circulação dos alimentos e negócios (economia solidária, redes de agroecologia, grupos de consumo); 3) demarcação dos atores considerados hábeis ou com maior poder; 4) aceitação coletiva das regras legítimas que ordenam os mercados e, finalmente; 5) lugar (posição) ocupada pelos mercados territoriais no que se refere aos demais mercados e/ou ao contexto social e econômico mais amplo (Ploeg; Ye; Schneider, 2022).

Um elemento inovador da abordagem é o destaque atribuído ao fato de que esses espaços são construídos e reproduzidos em relação aos mercados globais, e não em oposição ou à revelia destes (Ploeg, 2016). Isto é, os mercados territoriais atuam nos interstícios dos sistemas alimentares a partir da criação de processos e práticas de comercialização que podem induzir estes sistemas à sustentabilidade. Por isso, os mercados territoriais são espaços de resistência e reação ao modelo convencional de produção e consumo, sendo construídos e geridos pela valorização dos recursos e atributos compartilhados territorialmente pelos agentes.

Dessa forma, é possível conectar o debate sobre mercados alimentares territoriais com a sociobioeconomia, pois esses espaços podem ser essenciais para a manutenção dos modos de vida e dos conhecimentos tradicionais (territoriais) por meio da valorização econômica dos recursos ecossistêmicos. Ou seja, os mercados territoriais podem fortalecer os empreendimentos baseados na sociobioeconomia da Amazônia, posto que são capazes de articular processos de governança coletiva que envolvem diferentes atores e organizações territoriais, ao mesmo

tempo em que permitem uma ampliação das redes de produção, comercialização e consumo locais para o nível territorial (Niederle; Wesz Junior, 2018).

Apesar de direcionada aos processos de comercialização, a abordagem dos mercados territoriais não reduz a análise dos mecanismos de intercâmbio e troca de bens e mercadorias ao espaço físico do mercado (e muito menos à interação entre vendedores e compradores). Conforme citado acima, os mercados territoriais envolvem processos e práticas de distintividade dos alimentos, criação de redes de negócio e fluxos de mercadorias baseadas em normas e regras coletivas que podem resultar em novos modelos de sistemas alimentares que sejam mais sustentáveis e conectados aos territórios.

Essas possibilidades podem contribuir na superação de alguns entraves das experiências locais da sociobioeconomia, muitas vezes limitadas devido a: baixa remuneração dos preços dos produtos comercializados pelas comunidades; alta concentração de valor nos elos finais da cadeia produtiva; dificuldades de acessar os consumidores; ou ainda a falta de reconhecimento das tecnologias sociais mobilizadas na transformação dos biorrecursos em ativos. São, portanto, fatores que têm obstruído a expansão ou mesmo a sobrevivência de projetos comunitários e/ou privados e impedido que a sociobioeconomia prospere (Antunes, 2024; Brondízio *et al.*, 2021).

Nesse sentido, o estímulo ao desenvolvimento de mercados territoriais na Amazônia poderá fortalecer aspectos centrais, tais como: a) gestão territorial comunitária que envolva não apenas a valorização do manejo tradicional dos produtos, mas que também fortaleça serviços ambientais e ecossistêmicos; b) agregação de valor dos produtos

(alimentos, artesanatos, turismo, etc.) com ampliação das vendas diretas das comunidades aos consumidores, diminuindo o número de atravessadores ou construindo espaços territoriais de comercialização (loja, feiras, etc.) que sejam geridos coletivamente por meio de associações, cooperativas ou por parceiros estratégicos, ampliando as redes de relações e negócios; c) melhoria dos processos de processamento e beneficiamento dos produtos sem descaracterizar as dinâmicas locais e artesanais de produção, o que pode ser reconhecido por certificações; e d) ampliar e diversificar o acesso aos canais de comercialização, articulando as vendas em mercados de proximidade e institucionais com os mercados territoriais.

De uma ou outra forma, a experiência da loja do Armazém do Campo, vinculada ao MST do Maranhão, é um exemplo dos benefícios gerados pela conexão entre mercados territoriais e sociobioeconomia para a região Amazônica, tema tratado a seguir.

### 3. O mercado territorial do Armazém do Campo de São Luís/MA: breve histórico

Os processos de orientação política e as estratégias de luta do MST passaram, gradualmente, por uma “reorientação” nas últimas décadas. Se nos anos de 1990 os debates internos do movimento estiveram atrelados mais fortemente aos aspectos produtivos, os últimos anos têm demonstrado um direcionamento das estratégias para ações de diversificação da comercialização e do abastecimento alimentar (Borsatto; Carmo, 2013). Essa reorientação tem sido projetada a partir do termo Agroecologia, o que tem resultado na defesa de um modelo de desenvolvimento com foco territorial e diversificado, sobretudo por meio da produção e oferta de alimentos saudáveis.

Portanto, mesmo que o movimento não utilize a noção de sociobioeconomia ou suas diferentes vertentes (socioeconomia, bioeconomia), é possível afirmar que suas ações têm, gradativamente, incorporado a defesa da sociobiodiversidade e a preservação ambiental na produção de alimentos através da disseminação dos sistemas e valores agroecológicos. Essa reorientação produtiva tem sido conectada à defesa de temas em torno da segurança e da soberania alimentar e nutricional por meio da oferta de alimentos saudáveis, tornando-se pilares da ação política do movimento (Souza, 2024).

A partir de 2003, com a criação do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) (Lei nº 10.696) e a reformulação do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), em 2009 (Lei nº 11.947), o MST passou a relacionar-se diretamente com os mercados, identificando nessas interações a possibilidade de desenvolvimento econômico e expansão dos seus valores políticos através da comercialização de alimentos. O foco na produção de variedades regionais/locais, demandadas por tais mercados institucionais, estimulou a adesão aos processos de diversificação produtiva nos assentamentos (grãos, leite, tubérculos, olerícolas, fruticultura, etc.), aumentando a confiança dos assentados em produzir alimentos e, ao mesmo tempo, diversificando suas dietas alimentares. Da mesma forma, a participação nos programas de comercialização estimulou a expansão das redes de comercialização acessadas (venda direta, ampliação das feiras, entregas em casa, etc.), o que ampliou a inserção mercantil das famílias

melhorando a renda e consolidando sistemas produtivos com foco em alimentos (Modenese; Sant’ana, 2019; Vinha; Schiavinato, 2015).

Esse processo de ampliação da interação com os mercados originou inúmeras estratégias de comercialização nacional do MST, sendo a criação das lojas do Armazém do Campo um dos seus principais resultados. O primeiro Armazém foi criado na cidade de São Paulo, em 2016, no escopo da realização da I Feira Nacional da Reforma Agrária, ocorrida naquela cidade. Após a fundação dessa primeira loja, o MST definiu uma estratégia nacional de criação dos Armazéns do Campo em diversas capitais nacionais. Assim, a construção dos mercados do Armazém conectou os setores de produção e comercialização do movimento – atualmente complementadas por uma forte participação do setor de comunicação –, que passaram a discutir estratégias de aprimoramento da comercialização no meio urbano, sobretudo nas capitais brasileiras<sup>2</sup>.

Em São Luís, a loja foi inaugurada em 2019 – a primeira da região Nordeste do país. A criação da loja na capital maranhense se deu no escopo da implementação de um espaço cultural, fundado pelo movimento em 2018, denominado “Solar Cultural da Terra Maria Firmina dos Reis”<sup>3</sup>. Esse elemento cultural, expressivo do território ludovicense, aparece como fomentador de um “novo diálogo” do MST com a cidade, do qual a loja do Armazém será um dos elementos. O Solar está localizado no centro histórico de São Luís, em um casarão colonial adquirido pelo movimento em 2004.

2 Atualmente, são 33 lojas do Armazém do Campo, presentes em 15 estados brasileiros, mobilizando em torno de 160 cooperativas, 190 associações e 120 agroindústrias de médio e pequeno porte de diversos assentamentos no país. (Conheça..., s/d).

3 Maria Firmina dos Reis foi uma escritora e ativista negra maranhense, considerada autora do primeiro romance abolicionista do país, *Úrsula*, de 1859.

Reformado e adaptado, em 2018 ele deu origem às iniciativas do Solar, que em 2019 passou a receber a loja do Armazém.

Desde o final de 2024, a loja do Armazém de São Luís conta com local próprio, tendo sido desmembrada do espaço do Solar Cultural da Terra, ocupando um novo casarão colonial, também no centro histórico da cidade. O principal motivo dessa separação residiu em dar maior visibilidade aos produtos da reforma agrária, anteriormente ofertados em uma sala localizada “nos fundos” do Solar.

O espaço atual da loja conta com a venda de produtos da reforma agrária (alimentos e roupas) produzidos no Maranhão e em todo território nacional, com café e livraria. Dentre os principais alimentos comercializados estão produtos da sociobiodiversidade maranhense, tais como farinhas de puba, fécula de tapioca, produtos do babaçu (mesocarpo, óleo, azeite, sabonetes e sabão), tiquira, polpas e geleias produzidas com frutas do território, tais como bacuri, cajá, caju, cupuaçu, murici, dentre outros. Eventualmente, são realizados almoços e feiras da reforma agrária aos sábados, momentos nos quais a loja oferta hortifrúteis aos consumidores, artesanato de redes de economia solidária e comida a preços populares – atividades que são acompanhadas de atrações musicais regionais. Além disso, há um projeto de transformar o espaço em um restaurante popular, ofertando aos trabalhadores do centro histórico uma opção de alimentação regional preparada a partir dos produtos dos assentamentos maranhenses.

Essa diversidade de funções se expressa desde as origens da loja, sendo que a comercialização de alimentos, mesmo sendo importante para a sua concretização, não é sua única tarefa. De acordo com o coordenador do Armazém de São Luís, dois foram

os objetivos principais da inauguração deste mercado: de um lado, a loja permitiu a expansão das redes comerciais de oferta de alimentos dos assentamentos maranhenses. Sua concretização, contribuiu para fortalecer a autonomia das famílias, pois o Armazém é organizado, em quase todas as suas etapas, pelo próprio movimento. Inclusive, a visibilidade dos produtos gerada pela loja, tem estimulado o desenvolvimento de polos produtivos em diferentes regiões do estado, contribuindo para a inclusão produtiva dos assentados, conforme discutido adiante. De outro lado, a criação de um espaço de comercialização de alimentos no centro da cidade teve como propósito difundir os valores da reforma agrária, da justiça social e da defesa das populações do campo para os habitantes urbanos, muitos talvez pouco conectados ao rural e à luta do movimento.

O alcance desses dois objetivos tem permitido ao MST do Maranhão concretizar redes de relações e interações com diversos outros movimentos sociais ligados à agricultura familiar no estado, tais como aqueles da Economia Solidária, da agroecologia e das populações e povos tradicionais. Portanto, a partir da criação do Armazém, o MST desenvolve diversas ações públicas que fortalecem pautas alimentares na cidade de São Luís através da territorialização da oferta de alimentos saudáveis e outras estratégias.

Apesar desses aspectos positivos, a pesquisa também verificou algumas dificuldades encontradas pelo movimento para a gestão da loja do Armazém. O principal deles diz respeito às habilidades e conhecimentos administrativos necessários à organização dos fluxos de caixa, controle de estoques, logística de abastecimento, marketing e organização dos produtos. Há, ainda, o fato de que a loja necessita gerar lucro para se manter, o que, muitas vezes, é visto

como contrário aos valores e ideologias do movimento, já que seus membros defendem que “o alimento não deve ser tratado como uma mercadoria”.

Contudo, essas dificuldades administrativas têm sido resolvidas por meio de estratégias coletivas, especialmente através da definição de instituições sociais que orientam os fluxos de alimentos que abastecem a loja, remuneram de modo justo os assentados e, finalmente, tornam visíveis os valores do movimento aos habitantes da cidade. Sendo assim, é possível perceber que as mudanças estruturais na organização estratégica do movimento nas últimas décadas (voltadas à agroecologia, à agricultura familiar e ao abastecimento alimentar saudável) é colocada em prática a partir de diferentes ações, permitindo a reprodução social e econômica da loja do Armazém e possibilitando um mercado seguro para os produtos da sociobiodiversidade maranhense.

### **3.1 O Armazém do Campo de São Luís como mercado territorial: estratégias de governança e valorização dos produtos da sociobiodiversidade**

Conforme visto, a emergência da loja do Armazém do Campo em São Luís decorre de um longo processo de debates e ações políticas do MST. A consolidação dos assentamentos e a melhoria de vida resultante dos processos produtivos foram direcionando o movimento aos mercados alimentares, os quais passaram a ser interpretados como elementos essenciais para a divulgação dos valores de justiça social e reforma agrária dos seus dirigentes.

O Armazém pode, assim, ser interpretado como um mercado territorial, na medida em que possui algumas das características elencadas por Ploeg, Ye e Schneider (2022).

Em primeiro lugar, a distintividade dos produtos ofertados na loja se dá pela sua relação com a reforma agrária e a agroecologia. De acordo com Ploeg (2016), a distintividade dos produtos nos mercados territoriais pode ser atribuída a elementos como o preço, seja ele mais barato ou mais caro; a qualidade do alimento, que é socialmente definida; ou ainda a elementos de organização social do tempo e do espaço, que permitem a oferta de produtos frescos e de origem local, o que tem relação direta com a disponibilidade de venda. No caso da loja do Armazém em São Luís, o elemento do preço é um dos temas problemáticos da experiência.

Um dos principais objetivos do mercado é ofertar alimentos com qualidade, para a classe trabalhadora, a preços justos. Todavia, as dificuldades de logística para abastecer São Luís e a necessidade de ganho financeiro para a manutenção da loja, não têm permitido, ainda, uma popularização dos valores dos produtos.

Frente a essa dificuldade, duas estratégias têm sido colocadas em prática pelo MST no estado, sendo que ambas apontam para uma territorialização de ações para superação desse problema de logística: a primeira, já existente, refere-se a instalação de um novo sistema computacional que permite controle dos estoques de cada Armazém, suas vendas e a circulação dos produtos que podem ser acessadas de modo nacional. Através desse sistema, os Armazéns podem identificar quais lojas possuem estoque de determinado produto, tornando mais eficientes a reposição de estoques e a logística de toda a rede (*e.g.* a compra de arroz orgânico do RS, pela loja do MA, do estoque do Armazém de Belém).

A segunda estratégia, ainda a ser implementada, é a criação de uma rede nacional de Armazéns do Campo que seja compos-

ta por lojas em todas as capitais estaduais nas quais há representação do movimento. Essa rede poderá estabelecer rotas regionais de circulação de produtos entre as capitais mais próximas, facilitando o fluxo de mercadorias entre as lojas e, possivelmente, barateando o preço final dos alimentos comercializados (e.g. saindo um caminhão de produtos de Belo Horizonte, passando por Fortaleza, Teresina, São Luís e chegando em Belém e retornado ao destino inicial levando produtos de todas essas lojas).

Conforme demonstram Ploeg, Ye e Schneider (2022), a constituição de uma rede de abastecimento desse tipo permite a separação das dimensões da circulação e da comercialização dos produtos, e são estratégias centrais dos mercados alimentares territoriais. Enquanto a circulação envolve elementos como armazenamento, transporte, estocagem, empacotamento; a comercialização refere-se aos ganhos financeiros e ao lucro, necessários a cada uma das transações que precisam de investimento ao longo da cadeia de abastecimento. Ademais, esse processo tornaria a logística dos Armazéns coletiva, permitindo a diluição dos custos que atualmente são assumidos individualmente por cada loja.

Outro elemento da distintividade dos produtos da loja do Armazém em São Luís refere-se à qualidade atribuída aos alimentos. Atributos de saudabilidade atrelados à produção agroecológica e sem agrotóxicos – materializadas em alguns alimentos com certificações de orgânicos –, e o fato de terem sido produzidos por assentados da reforma agrária, são recorrentemente presentes nas justificações de consumo dos compradores. A oferta de alimentos típicos das dietas alimentares maranhenses, tais como farinhas, galinhas e ovos caipiras, tiquira e produtos derivados do babaçu é bastante valorizada,

sendo estes os produtos mais vendidos pela loja e os quais compõem uma construção social da qualidade dos alimentos ofertados.

Em segundo lugar, o mercado territorial do Armazém do Campo articula diferentes redes que não se reduzem a circulação de alimentos, mas a ações políticas territorializadas que unem o movimento a diversas experiências que envolvem a defesa da agricultura familiar e do meio ambiente, a oferta de alimentos saudáveis e a crítica ao agronegócio. É possível citar, por exemplo, a parceira do MST com o Movimento Interstadual das Quebradeiras de Coco Babaçu (MIQCB) e com a Associação em Áreas de Assentamento no Estado do Maranhão (ASSEMA) – organizações que promovem o agroextrativismo sustentável, tendo seus produtos derivados do babaçu ofertados nas prateleiras da loja. Nesse sentido, o mercado do Armazém contribui para a expansão das redes de comercialização dos produtos tradicionais do estado, ampliando a oferta aos consumidores e fortalecendo lutas coletivas em torno de temas comuns a diversos movimentos sociais.

Porém, as redes de relações não se limitam a aspectos comerciais. Desde a emergência da pandemia da Covid-19, ficou claro para a população brasileira que o MST realiza diferentes ações de solidariedade, as quais envolvem a doação de alimentos a pessoas em situação de vulnerabilidade. Em São Luís, estas ações ocorrem por meio do Armazém, sendo realizadas reuniões e ações do MST em conjunto com o Coletivo Mãos Solidárias. Além da doação de alimentos, o coletivo tem organizado a Jornada de Alfabetização de Jovens e Adultos das Periferias, destinada a melhorar a escrita e a leitura de pessoas com mais de 15 anos no estado, sendo a estrutura do Armazém utilizada para as aulas.

Finalmente, o Armazém é espaço de discussão política que tem resultado no pioneirismo do MST estadual no Programa Cozinhas Solidárias<sup>4</sup>, que tem sido colocado em prática em parceria com sindicatos, movimentos de economia solidária e o poder público. Estes exemplos demonstram a capacidade de territorialização de redes de ações políticas e de abastecimento alimentar colocadas em movimento pelo mercado territorial do Armazém do Campo, elemento definidor desse tipo de mercado.

O terceiro elemento compositivo da governança nos mercados territoriais são os atores, hábeis responsáveis pelo seu funcionamento. No caso do Armazém, integrantes do setor de comercialização do MST se reúnem com certa periodicidade para discutir a experiência da loja, e esse procedimento é realizado tanto em nível nacional quanto estadual. A gestão da loja em São Luís conta com um coordenador geral, um coordenador de logística, (responsável pela formação e controle do estoque), um coordenador financeiro e uma pessoa responsável por realizar as vendas na loja e relacionar-se com os consumidores. Recentemente, um membro do setor de comunicação do movimento passou a integrar a equipe do Armazém, com o foco de melhorar a divulgação da loja nos meios de comunicação (principalmente as redes sociais). São esses atores que estão à frente dos processos de construção de normas e regras que orientam a participação no mercado, cabendo a eles desenvolver estratégias que mantenham o Armazém existindo, remunerando os assentados, valorizando os produtos da reforma agrária e fortalecendo os valores do movimento à população urbana.

Em quarto lugar, os mercados territoriais caracterizam-se por um conjunto de normas e regras coletivamente negociadas responsáveis por ordenar os processos de intercâmbio. Apesar do poder exercido pelos atores hábeis, as regras legítimas de ordenamento do mercado do Armazém são coletivamente discutidas, sendo este, inclusive, um dos valores centrais do movimento ao longo de sua história.

Assim, por exemplo, a necessidade de baratear os alimentos ofertados na loja – acima exemplificada – é recorrentemente pautada em reuniões coletivas do movimento no estado, onde são negociadas estratégias. Um dos argumentos mobilizados é a ideia de que não é possível operar essa popularização pagando menor valor aos assentados (práticas reconhecidas como comuns em outros mercados, como as grandes redes de supermercados) os quais, no entanto, têm dificuldades em precificar sua produção. Por isso, ampliar a rede nacional de Armazéns e investir em sistemas computacionais eficientes são mais condizentes com aquilo que o movimento defende. A construção de normas e regras coletivas também pode ser identificada nos regimes de trabalho nos assentamentos, nas trocas de diárias por produtos, nos rateios das entregas da produção às cooperativas, ou ainda na divisão fundiária. Valores de solidariedade e reciprocidade são centrais nesse processo.

Finalmente, o quinto elemento característico dos mercados alimentares territoriais refere-se às relações que mantêm com os demais mercados e o contexto social e econômico mais amplo da sociedade. No caso do Armazém do Campo de São Luís, a pesquisa demonstrou que ele é “mais um”

4 Instituído pela Lei nº 14.628/2023 e regulamentado pelo Decreto nº 11.937/2024, o Programa visa fornecer alimentação gratuita e de qualidade à população, sobretudo aquela em situação de vulnerabilidade e risco social.

canal de comercialização dos produtos da reforma agrária. De acordo com os entrevistados, há muita clareza de que a loja compõe uma estratégia mais ampla de acesso aos mercados que incluem feiras, mercados institucionais, cozinhas solidárias e vendas por cooperativas. A relação do Armazém com as feiras é bastante interessante: de acordo com o coordenador da loja, as feiras geram recursos financeiros maiores que o Armazém, pois o volume de vendas é maior. Porém, grande parte dos consumidores da loja conhecem a experiência por meio da compra nas feiras, quando trocam informações com os feirantes e ficam sabendo da existência desse mercado. Ou seja, há uma complementariedade entre mercados de proximidade (feiras) e mercados territoriais (Armazém) nas estratégias do movimento.

Em relação aos mercados convencionais, o Armazém pode ser considerado um ponto central de conexão entre diferentes processos alternativos de comercialização que atuam para resistir ao monopólio dos supermercados, ofertando alimentos tradicionais das regiões maranhenses e fortalecendo, assim, processos de transição dos sistemas alimentares (ou de resistência ao agronegócio).

Estas características que conformam os modos de funcionamento do Armazém do Campo de São Luís têm resultado em benefícios produtivos e organizativos do movimento no estado, o que pode indicar a transição acima mencionada. Um desses elementos é a inclusão produtiva gerada pela criação da loja, fortalecendo a transição agroecológica. Os entrevistados afirmaram estar em andamento, em diferentes regiões, o desenvolvimento de polos de produção e agroindústrias com o objetivo de potencializar as características produtivas e comerciais dos territórios. Assim, na região

Tocantina (município de Açailândia) em virtude da produção pecuária bastante presente, o movimento tem se articulado para desenvolver uma cadeia produtiva leiteira através da melhoria da agroindustrialização para a produção de queijos. Nos assentamentos dos municípios de Itapecuru-Mirim e Nina Rodrigues, localizados na microrregião de Itapecuru e com vocação produtiva fruticultora, o movimento tem investido em processos de agroindustrialização de doces e geleias de frutas nativas (bacuri, murici, buriti, etc.) e de melhoria da produção de farinha. Em outras regiões, tais como a região de Pindaré, onde há produção diversificada de gêneros alimentícios entre os assentados, processos de assistência técnica estão sendo desenvolvidos para ampliar a produção e orientá-la à agroecologia.

Secundariamente, as evidências da pesquisa demonstram que os processos de construção social de mercados, ao ampliar as interações dos assentados (e do movimento como um todo) com os consumidores, têm resultado na melhoria de embalagens dos produtos e em cuidados com a maturação e o momento de colheita de determinados produtos. Exemplo disso é a fala de um dos entrevistados, segundo o qual “a venda nos mercados nos ensinou o ponto de colher a rúcula. Se demora demais, ela fica muito amarga, e assim o consumidor não gosta”.

Esse mesmo interlocutor afirmou de forma categórica que “o que estrutura a produção é o mercado”. Neste sentido, a experiência do Armazém do Campo pode ser um exemplo de como os atores dos territórios têm se mobilizado para organizar as cadeias de produtos da sociobiodiversidade através da construção de mercados territoriais capazes de gerar valorização financeira por meio da articulação de redes sociais de negócio que, no médio prazo e com o apoio

público, poderiam resultar em usos mais eficientes e sustentáveis dos recursos naturais na região.

### Considerações finais

A proposta deste artigo foi realizar uma conexão entre dois elementos centrais dos debates contemporâneos sobre desenvolvimento territorial sustentável. De um lado, o texto explora a discussão sobre sociobioeconomia e suas capacidades para a geração de novos processos e práticas de uso sustentável dos recursos naturais por meio da valorização econômica dos produtos da sociobiodiversidade amazônica. Contudo, o artigo destaca que essa valorização econômica depende do fortalecimento de redes de cooperação locais entre os atores, que tenham sido construídas sobre os conhecimentos e normas sociais e culturais compartilhadas nos territórios.

Ou seja, a bioeconomia, enquanto um modelo inovador de desenvolvimento para os territórios da Amazônia, necessita incorporar nas suas ações as dimensões sociais e culturais para que seus resultados econômicos e ambientais sejam, de fato, conjugados com a melhoria das condições de vida das populações locais mediante a manutenção dos seus modos de vida. Em outras palavras, é necessário que os processos de desenvolvimento sustentável partam da diversidade de iniciativas já existentes nos territórios, as quais tenham mantido, ao longo do tempo, a preservação dos ecossistemas e dos conhecimentos regionais, apesar de ainda invisíveis (Brondízio *et al.*, 2021).

De outro lado, este trabalho discute o papel dos mercados alimentares, sobretudo aqueles territoriais, para o desenvolvimento das agriculturas familiares. Especificamente, a análise buscou demonstrar como

os mercados territoriais são potenciais mecanismos de comercialização para os produtos da sociobiodiversidade amazônica, fortalecendo redes territoriais através da construção desses espaços e, assim, resultando no fortalecimento das iniciativas da sociobioeconomia.

Além de poderem gerar maior renda aos agricultores familiares e, neste sentido, superar um dos entraves dos negócios ecossistêmicos, os mercados territoriais resultam de processos de cooperação entre os agentes territoriais baseados em normas e regras formais e informais, o que pode ampliar as redes de negócio e de comercialização direcionando as atividades econômicas regionais para economias de escopo. O resultado disso pode ser não apenas uma diversificação produtiva – característica histórica da agricultura familiar amazônica – mas também uma diversificação de canais e de mercados, ampliando a resiliência e a agência das comunidades.

Esta contribuição teórica foi seguida de uma análise empírica do mercado do Armazém do Campo em São Luís. Construída e gerida pelo MST, a loja do Armazém é um exemplo de mercado territorial por meio do qual os produtos da sociobiodiversidade maranhense circulam dos territórios rurais para a cidade. Conforme demonstrado, a consolidação desse mercado somente foi possível mediante um processo histórico de reorientação das ações políticas e organizativas do movimento, que gradualmente passou a incorporar nas suas práticas a alimentação e a agroecologia. Os resultados desse processo são a consolidação de redes de atores e organizações territoriais que têm fortalecido as economias regionais, tendo como foco a comercialização de alimentos.

Nesse sentido, o caso analisado demonstra a centralidade das instituições sociais,

enquanto regras e normas formais e informais, para o fortalecimento e reconhecimento dos agricultores familiares e dos produtos da sociobiodiversidade por meio da construção de espaços de comercialização. São essas instituições que conferem distintividade aos produtos, ampliam as possibilidades de ganhos financeiros, estimulam a criação de parcerias cooperativas e, enfim, permitem a sobrevivência desses espaços. Portanto, os mercados territoriais conferem resiliência aos agricultores e atores territoriais, permitindo com que possam reproduzir seus meios e modos de vida.

O Armazém não é apenas um mercado no sentido econômico da troca e intercâmbio de bens e produtos. Ele é um espaço diverso para o qual convergem diferentes ações e atores territoriais, ampliando o seu escopo por meio de ações produtivas (transição agroecológica), redes de solidariedade (cozinhas solidárias, doação de alimentos) e ações educativas (projetos de alfabetização). O ponto de conexão dessa diversidade é a oferta de alimentos saudáveis e tradicionais dos territórios maranhenses, o que tem fortalecido o reconhecimento da necessidade da reforma agrária não apenas no estado, mas no país.

Portanto, os mercados territoriais podem ser uma estratégia de dar um passo adiante nas diversas tentativas de ações e projetos com foco na sociobiodiversidade, que vêm sendo colocados em prática na região amazônica brasileira. A busca da sustentabilidade atrelada ao reconhecimento dos modos de vida das populações locais, neste sentido, poderá receber impulso decisivo com o estímulo à construção desses mercados.

## Referências

- ABRAMOVAY, R. Entre deus e o diabo: mercados e interação humana em Ciências Sociais. *Tempo Social: Revista de Sociologia da USP*, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 35-64, 2004.
- ABRAMOVAY, R. *et al.* The new bioeconomy in the Amazon: opportunities and challenges for health, standing forests and flowing rivers. *Amazon Assessment Report 2021*, Nova York, cap. 30, p. 1-47, 2021.
- ABRAMOVAY, R. *Amazônia: por uma economia do conhecimento da natureza*. São Paulo: Elefante, 2019.
- ALMEIDA, N. *A dimensão territorial dos mercados imersos: um estudo de caso sobre a manga Ubá (MG)*. 2022. 153 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.
- ANDERSON, C; BRUIL, J. Shifting Funding to Agroecology for People. *Climate and Nature*. Washington/DC, ActionAid USA, nov. 2021.
- ANTUNES, Cl. A grande disputa da bioeconomia. *Sumaúma*, Rio de Janeiro, 10 de junho de 2024. Disponível em: <https://sumauma.com/a-grande-disputa-da-bioeconomia/>. Acesso em: 17 nov. 2024.
- BARBOSA, L. A ética e a estética na alimentação contemporânea. In: CRUZ, F. T; MATTE, A.; SCHNEIDER, S. (orgs.). *Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2016. p. 95-124.
- BERNSTEIN, H. Capitalism and petty commodity production. *Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice*, n. 20, p. 11-28, 1986.
- BLONDEAU, S. KORZENSZKY, A. Agricultura familiar: nota de orientación jurídica 8. FAO - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Roma, mar. 2022. Disponível em: DOI: <https://doi.org/10.4060/cb8227es>.
- BORSATTO, R.; CARMO, M. A construção do discurso agroecológico no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). *Revista de Economia e Sociologia Rural*, Brasília, v. 51, n. 4, p.

645-660, 2013.

BRONDÍZIO, E. *et al.* Making place-based sustainability initiatives visible in the Brazilian Amazon. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, n. 49, p. 66-78, 2021.

BRONDIZIO, E. S.; TOURNEAU, F.-M. L. Environmental governance for all. *Science (New York, N.Y.: Online)*, v. 352, p. 1272-1273, 2016.

CARNEIRO, J. *Inserção camponesa na cadeia produtiva do leite na microrregião de Imperatriz/MA: entre a autonomia e a subordinação.* 2022. 241 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2022.

CASSOL, A.; DEGGERONE, Z.; SCHNEIDER, S. Sociologia dos mercados alimentares: revisão e contribuições teóricas e metodológicas recentes. *Redes (St. Cruz Sul, Online)*, v. 29, p. 1-32, 2024.

CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. A imersão social da economia em mercados alimentares brasileiros: uma abordagem institucionalista. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, Brasília, v. 60, n. 2, e233766, 2022.

CECHIN, A.; VEIGA, J. E. A economia ecológica e evolucionária de Georgescu-Roegen. *Revista de Economia Política*, São Paulo, v. 30, n. 3 (119), p. 438454, jul.-set./2010. <https://doi.org/10.1590/S0101-31572010000300005>

CFS. Committee On World Food Security. Connecting smallholders to markets. Rome, FAO, Disponível em : <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/54ec3a0a-656f-4a71-b30b-b749cb925784/content>, 2016. Acesso em: 23 fev. 2026.

CONHEÇA nossas lojas. *Armazém do Campo*. Disponível em: <https://armazemdocampo.com.br/>. Acesso em: 15 dez. 2024.

COSTA, F. *et al.* Uma bioeconomia inovadora para a Amazônia: conceitos, limites e tendências para uma definição apropriada ao bioma floresta tropical. Texto para discussão. WRI Brasil, São Paulo, p. 1-21, 2022. Disponível em: <https://www.wribrasil.org.br/publicacoes/uma-bioeconomia-inovadora-para-amazonia-conceitos-limites-e-tendencias-para-uma>. Acesso em: 12 set. 2024.

DAMIANI, S; GUIMARÃES, S. M; MONTALVÃO, M.

T.; PASSOS, C. J. “Ficou só Chão e Céu”: Dendeicultura e impactos socioambientais sobre território Tembé na Amazônia. *Ambiente & Sociedade*. São Paulo, v. 23, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1809-4422asoc20190049r2vu2020L6AO>.

DEGGERONE, Z. A. *Caracterização dos mercados agroalimentares no Alto Uruguai-RS: um estudo sobre o processo de mercantilização da agricultura familiar em Aratiba-RS.* 2021. 266 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

FAO. Food and Agriculture Organization. Aspirational Principles and Criteria for a Sustainable Bioeconomy. Rome, 2021. Disponível em: <https://www.fao.org/3/cb3706en/cb3706en.pdf>. Acesso em: 14 out. 2024.

FAO. Food and Agriculture Organization. Agricultura e segurança alimentar no Brasil. Brasília: FAO/Incrá, 2019. Disponível em: <http://www.fao.org/brasil/fao-no-brasil/brasil-em-resumo/pt/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

FAO. Food and Agriculture Organization. Gender in agriculture: closing the knowledge gap. Rome, FAO, 2014. Disponível em: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/cb5b4916-5836-4e37-a1f5-58be3415875f/content>. Acesso em: 23 fev. 2026.

FARIAS, J. L. S. *Um estudo sobre as estratégias de comercialização dos agricultores familiares produtores de pequenos ruminantes no Sertão dos Inhamuns/CE.* 2023. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

FRIEDMANN, H.; McMICHAEL, P. Agriculture and the State System: the rise and decline of national agricultures, 1870 to the present. *Sociologia ruralis*, Porto, v. 29, n. 2, p. 93-117, 1989.

GEORGESCU-ROEGEN, N. Inequality, limits and growth from a bioeconomic viewpoint. *Review of Social Economy*, London, v. 35, n. 3, p. 361-375, 1977.

HEBINK, P.; PLOEG, J. D.; SCHNEIDER, S. (Eds.). *Rural development and the construction of new markets*. Haia: Routledge, 2014.

HORLINGS, I; MARSDEN, T. Rumo ao desenvol-

- vimento espacial sustentável? Explorando as implicações da nova bioeconomia no setor agroalimentar e na inovação regional. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 13, n. 27, p. 142-178, maio/ago. 2011.
- IPCC. Intergovernmental Panel of Climate Change. Summary for Policymakers. *Climate Change 2023: Synthesis Report*. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Core Writing Team, H. Lee and J. Romero (eds.)]. IPCC, Geneva, Switzerland, p. 1-34, 2023. DOI: 10.59327/IPCC/AR6-9789291691647.001.
- IPES-FOOD. Food from somewhere: building food security and resilience through territorial markets. 2024. Disponível em: <https://ipes-food.org/report/food-from-somewhere/>. Acesso em 31 jul. 2024.
- LONDRES, M. *et al.* Place-based solutions for global social-ecological dilemmas: An analysis of locally grounded, diversified, and cross-scalar initiatives in the Amazon. *Global Environmental Change* v. 82, set. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2023.102718>.
- MARSDEN, T., LAMINE, C., SCHNEIDER, S. A research agenda for global rural development. Cheltenham and Northampton, USA: Elgar Research Agendas. 2020.
- MCTI. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. Plano de Ação e Ciência, Tecnologia e Inovação em Bioeconomia. Brasília: CGEE, 2018. Disponível em: [https://antigo.mctic.gov.br/mctic/export/sites/institucional/ciencia/SEPED/Arquivos/PlanosDeAcao/PACTI\\_BIOECONOMIA\\_web.pdf](https://antigo.mctic.gov.br/mctic/export/sites/institucional/ciencia/SEPED/Arquivos/PlanosDeAcao/PACTI_BIOECONOMIA_web.pdf). Acesso em: 14 out. 2024.
- MODENESE, V. S.; SANT'ANA, A. L. Diversificação produtiva e de comercialização de agricultores familiares assentados de Mirandópolis (SP): contribuições do Programa de Aquisição de Alimentos. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, Brasília, v. 57, n. 4, p. 636-655, dez. 2019. DOI: <https://revistasober.org/article/doi/10.1590/1806-9479.2019.185555>
- NIEDERLE, P., WESZ JUNIOR., V. As novas ordens alimentares. Porto Alegre, Ed. da UFRGS. 2018.
- OCDE. Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico. *The Bioeconomy to 2030: designing a policy agenda*. Paris: OCDE, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264056886-en>.
- OSTROM, E. Coping with tragedies of the commons. *Annual review of political science*, Indiana, v. 2, n. 1, p. 493-535, 1999. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.2.1.493>.
- PLOEG, J. D. Mercados aninhados recém-criados: uma introdução teórica. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (orgs.). *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2016. p. 21-52.
- PLOEG, J. D. Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2008.
- PLOEG, J. D. VAN DER.; YE, J.; SCHNEIDER, S. Reading markets politically: On the transformativity and relevance of peasant markets. *Journal of Peasant Studies*. 2022. Doi:10.1080/03066150.2021.2020258.
- POLANYI, K. *A Grande Transformação: as origens de nossa época*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- PORTILHO, F. Ativismo alimentar e consumo político: duas gerações de ativismo alimentar no Brasil. *Redes* (St. Cruz Sul, Online), v. 25, n. 2, p. 411-432, maio-agosto, 2020. DOI: <https://doi.org/10.17058/redes.v25i2.15088>.
- REYES-GARCÍA, V. *et al.* The contributions of Indigenous Peoples and Local Communities to ecological restoration. *Restoration Ecology*, 2018. DOI: <http://doi.org/10.1111/rec.12894>.
- SALVATE, N. *Mercados imersos: uma nova abordagem sobre a construção social dos mercados*. 2019. 232 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.
- SANTOS, A. C.; PORRO, R. Empobrecimento florístico da Amazônia: impactos da demanda do açaí para a biodiversidade brasileira. *Nova Revista Amazônica*, Belém, v. 12, n. 3, dez. 2024. <http://dx.doi.org/10.18542/nra.v12i3.17629>.
- SCHNEIDER, S. *Estrutura e funcionamento dos mercados*. Apresentação de Power Point em Reunião de Grupo de Pesquisa. 2023.

- SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. *In*: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (orgs.) *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2016. p. 93-140.
- SCHNEIDER, S.; CASSOL, A. Fostering new rural-urban relationships through markets, and the key role of governance. *In*: SCHNEIDER, S., PREISS, P.V, MARSDEN, T. (Ed.) *Food and Agriculture in Urbanized Societies: Research in Rural Sociology and Development*, v. 26, Bingley, UK: Emerald, 2023. p. 83-105.
- SCHNEIDER, S; CASSOL, A. Food and markets: the contribution of economic sociology. *In*: DUNCAN, J.; CAROLAN, M.; WISKERKE, H. (Eds.) *The Routledge handbook of sustainable and regenerative food systems*, Routledge, UK, 2021. p. 171-187.
- SCHNEIDER, S; ALMEIDA, N; SALVATE, N. A dimensão territorial dos mercados imersos: o caso da manga Ubá em Minas Gerais. *In*: VALENCIA-PERAFÁN, Mireya E. *et al.* (orgs.). *Desenvolvimento territorial, sistemas agroalimentares e agricultura familiar*. 2. ed. (E-book), São Leopoldo, RS: Oikos, p. 232-255, 2022.
- SEEG. Estimativa de gases de efeito estufa dos sistemas alimentares no Brasil. Out. 2023. Disponível em: <https://www.oc.eco.br/wp-content/uploads/2023/10/SEEG-Sistemas-Alimentares.pdf>.
- SHANIN, T. The nature and logic of the peasant economy: a generalization. *Journal of Peasant Studies*, v. 1, n. 1, p. 63-80, 1973. DOI: <https://doi.org/10.1080/03066157308437872>
- SOUZA, A. A construção da autonomia por meios das relações com os mercados: um estudo sobre as estratégias de comercialização em assentamento da reforma agrária. 2024. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2024.
- UMA AGENDA pelo Desenvolvimento da Amazônia, 2021. *Uma Concertação pela Amazônia* Disponível em: <https://concertacaoamazonia.com.br/estudos/uma-agenda-pelo-desenvolvimento-da-amazonia/>. Acesso em: 23 jan. 2024.
- VINHA, J. F. S.; SCHIAVINATTO, M. Soberania alimentar e territórios camponeses: uma análise do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). *Revista Nera*, Pres. Prudente, SP, n. 26, p. 183-203, jun. 2015. DOI:10.47946/rnera.v0i26.3576.
- WILKINSON, J. Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2008. Série Estudos Rurais.
- ZUREK, M; HEBINCK, A.; SELOMANE, O. Climate change and the urgency to transform food systems. *Science*, v. 376, n. 6600, p. 1416-1421, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.abo2364>.

## RESUMO

A necessidade de transformação dos sistemas alimentares tem sido um argumento recorrente nas pesquisas interdisciplinares que tratam do tema. Dentre as diversas estratégias implementadas para a alteração deste cenário encontram-se aquelas relacionadas à bioeconomia e aos mercados alimentares. O objetivo deste artigo reside em uma aproximação analítica entre estas duas dimensões estratégicas do desenvolvimento territorial sustentável. A análise explora as potencialidades da construção de mercados alimentares territoriais, enquanto espaços de oferta de alimentos da sociobiodiversidade, para o desenvolvimento sustentável. Para isso, é analisado o caso da construção da loja do Armazém do Campo de São Luís/MA, resultado das estratégias de comercialização contemporâneas do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra. O argumento defendido é que esse mercado pode ser considerado um mercado territorial posto que é construído por meio de redes de atores e organizações locais que estabelecem regras e normas compartilhadas para comercializar os alimentos da reforma agrária maranhense. A metodologia contou com consulta documental no site do MST nacional, abrangendo relatórios, artigos e reportagens publicadas, e a realização de entrevistas em profundidade com os gestores do Armazém. Os resultados demonstram que os mercados territoriais podem ser uma estratégia potencializadora para os projetos da sociobioeconomia, resultando no fortalecimento da sustentabilidade na região.

## PALAVRAS-CHAVE

Mercados territoriais. Bioeconomia. Armazém do Campo. MST.

## ABSTRACT

The need to transform food systems has been a recurring argument in interdisciplinary research on this topic. Among the various innovative strategies for changing this scenario, we find those related to the bioeconomy and food markets. The objective of this article lies in an analytical approach between these two strategic dimensions of sustainable territorial development. The analysis explores the potential for building territorial food markets as spaces for offering food from sociobiodiversity for sustainable development. To this end, the case of the construction of the Armazém do Campo store in São Luís/MA is analyzed, resulting from the contemporary marketing strategies of the Landless Workers' Movement. The argument defended is that this market can be considered a territorial market built through networks of local actors and organizations that establish shared rules and norms for marketing food from the Maranhão agrarian reform. The methodology relies on documentary consultation on the national MST website, including published reports, articles and reports, and in-depth interviews with the managers of the Armazém. The results demonstrate that territorial markets can be a potentializing strategy for socio-bioeconomy projects, resulting in the strengthening of sustainability in the region.

## KEYWORDS

Territorial markets. Bioeconomy. Armazém do Campo. MST.

Recebido em: 24/04/2025

Aprovado em: 29/08/2025