

# MERCADOS TERRITORIAIS NO SEMIÁRIDO BRASILEIRO

trajetórias, efeitos  
e desafios



# **MERCADOS TERRITORIAIS NO SEMIÁRIDO BRASILEIRO**

**trajetórias, efeitos  
e desafios**

**Autoria:** Helena Lopes, Sílvio Isoppo Porto, Denis Monteiro, Luciano Silveira, Paulo Petersen e Sílvio Gomes de Almeida.

**Projeto gráfico, capa e diagramação:** Angola Comunicação

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Mercados territoriais no semiárido brasileiro :  
trajetórias, efeitos e desafios / Helena  
Lopes...[et al.]. -- Rio de Janeiro, RJ : AS-PTA  
Agricultura Familiar e Agroecologia, 2022.

Outros autores: Sílvio Isoppo Porto, Denis  
Monteiro, Luciano Silveira, Paulo Petersen e Sílvio  
Gomes de Almeida.

ISBN 978-65-89039-12-9

1. Agricultura familiar 2. Desenvolvimento rural -  
Aspectos econômicos 3. Desenvolvimento rural -  
Aspectos sociais 4. Economia solidária I. Lopes,  
Helena. II. Porto, Sílvio Isoppo. III. Monteiro,  
Denis. IV. Silveira, Luciano. V. Petersen, Paulo.  
VI. Almeida, Sílvio Gomes de.

22-114481

CDD-330

**Índices para catálogo sistemático:**

1. Mercados territoriais : Economia solidária 330

Eliete Marques da Silva - Bibliotecária - CRB-8/9380

## A Rede Ater Nordeste de Agroecologia

A Rede Ater Nordeste de Agroecologia é uma articulação de organizações não governamentais atuantes em 06 estados do Nordeste brasileiro, todas integradas à Articulação Semiárido Brasileiro (ASA) e à Articulação Nacional de Agroecologia (ANA). Foi criada em 2003 com o objetivo de favorecer intercâmbios e processos de aprendizagem mútua entre entidades prestadoras de serviços públicos de assistência técnica e extensão rural orientados pela perspectiva agroecológica. Constituiu-se também como espaço organizativo orientado a coordenar a participação das organizações em espaços oficiais de governança de políticas públicas para a agricultura familiar, notadamente as políticas de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER).

Esta publicação corresponde a um dos produtos do *Projeto Gestão do Conhecimento em Redes Territoriais de Agroecologia no Semiárido Brasileiro*, executado pela Rede Ater-NE no bojo do Programa AKSAAM - *Adaptando Conhecimento para a Agricultura Sustentável e o Acesso a Mercados*, iniciativa financiada pelo FIDA - Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola. Ela foi elaborada sob coordenação e responsabilidade da AS-PTA a partir da análise de experiências de construção e gestão de mercados territoriais sistematizadas pelas organizações integrantes da Rede Ater-NE em seus respectivos territórios de atuação.

As sistematizações foram realizadas a partir de entrevistas semiestruturadas conduzidas no formato de rodas de conversa pelos/as seguintes profissionais vinculados às organizações:

**AS-PTA Agricultura Familiar e Agroecologia**

Sofia Isbelo, Adriana Galvão Freire e Priscila Viana

**Centro de Assessoria e Apoio aos Trabalhadores e Instituições Não-Governamentais Alternativas (CAATINGA)**

Kátia Rejane Lopes e Giovanne Xenofonte

**Centro de Estudos do Trabalho e de Assessoria ao Trabalhador e à Trabalhadora (CETRA)**

Amanda Sampaio, Miguel Cela, Neila Santos, Breno Veríssimo, Sérgio Veríssimo, Regilane Alves, Gleyciane Teles

**Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá**

Darliton Silva, Juliana Peixoto e Raimundo Bertino

**Centro Dom José Brandão de Castro (CDJBC)**

Maria Milena Ferreira Lima

**Diaconia**

Risoneide Bezerra, Hesteólvia Vasconcelos, Maria Djaneide de Lima, Acsa Tamires de Lima

**Esplar - Centro de Pesquisa e Assessoria**

Aline Moura, Ana Cristina de Lima, Ana Carla de Sousa, Rogaciano Oliveira

**Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável e Solidário da Região Sisaleira (Fundação APAEB)**

Ana Naara Silva

**Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada (IRPAA)**

Álvaro Luiz, Gisele Ramos, Adriana Nascimento, Judenilton dos Santos Souza

**Movimento de Organização Comunitária (MOC)**

Alan Suzarte, Pedro Genir e Tailana Matos

## **Programa de Aplicação de Tecnologias Apropriadas (PATAC)**

Simone Benevides e Verônica Barbosa

## **Serviço de Assessoria a Organizações Populares Rurais (SASOP)**

Luciana Rios, Victor Maciel Oliveira, Márcia Muniz, Carlos Eduardo Souza Leite, Antonio Cruz, Nicassio da Silva, Fernando de Andrade

Os estudos sobre a economia dos agroecossistemas conduzidos pelas organizações da Rede Ater-NE com o emprego do método Lume foram monitorados e assessorados por Cinara Del Arco, Paulo Sérgio Ferreira Neto e Liliam Telles.

### **Autoria:**

Helena Lopes - Doutoranda no Programa de Pós-graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CPDA/UFRRJ)

Sílvio Isoppo Porto - Professor da Licenciatura em Educação do Campo, Coordenador do Núcleo de Educação do Campo, Territorialidades e Agroecologia (Nucampo), da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)

Denis Monteiro – Assessor Técnico AS-PTA

Luciano Silveira – Assessor Técnico AS-PTA

Paulo Petersen - Coordenador Executivo AS-PTA

Sílvio Gomes de Almeida - Coordenador Executivo AS-PTA

# Sumário

---

Resumo 8

---

**1. Introdução** 11

---

**2. O que são e como se organizam os mercados territoriais?** 20

---

**3. O contexto e a metodologia das sistematizações** 29

---

**4. Análise dos mercados territoriais sistematizados** 38

4.1– Ação coletiva e incidência política 40

4.2– Práticas e valores associados 50

4.3– Economia dos mercados territoriais e seus efeitos não econômicos 62

---

**5. Considerações finais** 80

---

**Referências** 91

---

**Notas** 96

# Resumo

Mercados territoriais são instituições econômicas de caráter coletivo fundamentadas nos princípios da economia solidária. Diante do crescente controle exercido por grandes empresas oligopolistas sobre os circuitos de comercialização de alimentos, os mercados territoriais configuram-se como respostas ativas da agricultura familiar com o objetivo de assegurar a venda de sua produção diversificada em condições justas de troca. Como construções sociais coletivas autogestionárias imersas em realidades socioecológicas específicas, os mercados territoriais distinguem-se dos mercados convencionais essencialmente pelo destacado papel em sua regulação e funcionamento exercido pelas famílias produtoras em suas associações e pelos segmentos familiares e institucionais na esfera do consumo. Em contraste com os mercados convencionais, organizados segundo normas, práticas e valores estabelecidos por grandes empresas do ramo da distribuição, os mercados territoriais são estruturados e geridos para atender às expectativas econômicas e não econômicas dos sujeitos diretamente envolvidos nas esferas da produção e do consumo dos alimentos. Essa distinção implica uma significativa alteração nas relações de poder, bem como na arquitetura dos sistemas alimentares, influenciando decisivamente os estilos de produção e de consumo, a repartição do valor entre os agentes econômicos nos circuitos comerciais, o grau de autonomia em relação às perspectivas de desenvolvimento local, em particular quanto às possibilidades para a participação ativa de famílias socialmente vulneráveis, de mulheres agricultoras e da juventude rural como agentes econômicos e como sujeitos políticos da construção dos territórios.

Esta publicação apresenta a análise de onze experiências de

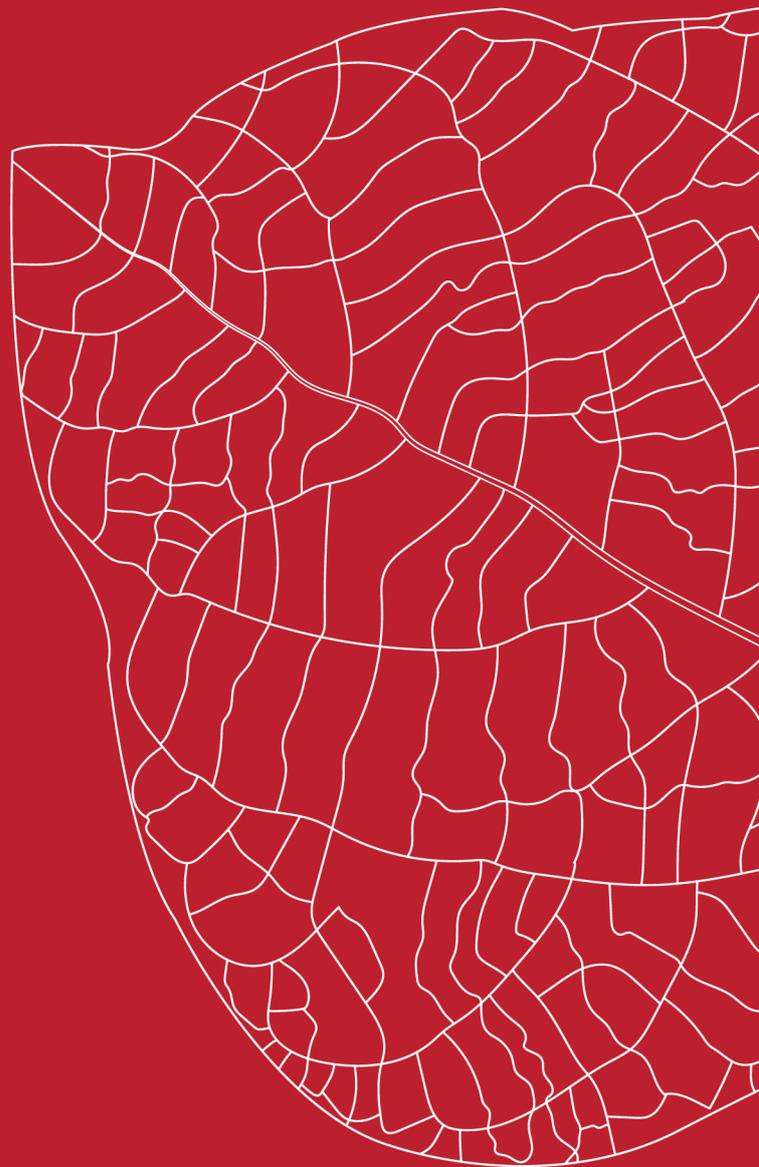
construção e gestão de mercados territoriais no Semiárido brasileiro. Todas elas são iniciativas assessoradas por organizações vinculadas à Rede Ater-NE de Agroecologia. Essas experiências foram sistematizadas no âmbito do projeto *Agroecologia e Território de Saberes*, financiado pelo Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola (FIDA) por meio do projeto AKSAAM, programa realizado no semiárido brasileiro com o objetivo de promover a “gestão do conhecimento por meio da sistematização, análise, adaptação e comparação de experiências de erradicação da pobreza e desenvolvimento local”. Os mercados contemplados no estudo são compreendidos como dispositivos de ação coletiva que estabelecem vínculos de relacionamento direto e estável entre famílias produtoras e consumidoras dos alimentos. Por essa razão, desempenham um papel essencial na configuração de redes territoriais de inovação sociotécnica baseadas na valorização das dotações sociais e bioculturais dos territórios por meio do paradigma agroecológico.



Feira Agroecológica e Solidária de Itapipoca/CE. Foto: Cacheado Braga/Acervo CETRA

O presente texto está estruturado em cinco partes. Na Introdução, é discutida a emergência dos mercados territoriais como fenômeno social relativamente recente em resposta ao crescente domínio de corporações empresariais sobre a esfera da distribuição dos alimentos. Numa segunda parte, são apresentados os contrastes centrais que distinguem os mercados territoriais dos mercados convencionais, seguindo-se a apresentação da metodologia de execução do estudo. Na quarta seção, são ressaltados os principais ensinamentos da sistematização dos mercados territoriais segundo três eixos de análise: ação coletiva e incidência política; práticas e valores associados, economia dos mercados territoriais e seus efeitos não econômicos. Nas Considerações finais, são discutidos o potencial e as condições institucionais necessárias para que os mercados territoriais sejam assumidos como circuitos preferenciais para a comercialização da produção da agricultura familiar e como dispositivos indispensáveis de uma estratégia pública de abastecimento alimentar que assegure o cumprimento do direito humano à alimentação saudável e adequada para toda a população.

# Introdução



**1.**

A liberalização dos mercados agrícolas sob a égide dos acordos internacionais da Organização Mundial do Comércio (OMC) provocou, no curso das últimas três décadas, profundas e abrangentes transformações nos sistemas alimentares. Novos circuitos financeiros, novas tecnologias industriais de produção e transformação, novas logísticas para transporte e distribuição e novos padrões alimentares foram estabelecidos, reconfigurando de forma coordenada a produção, o processamento, a distribuição e o consumo alimentar.

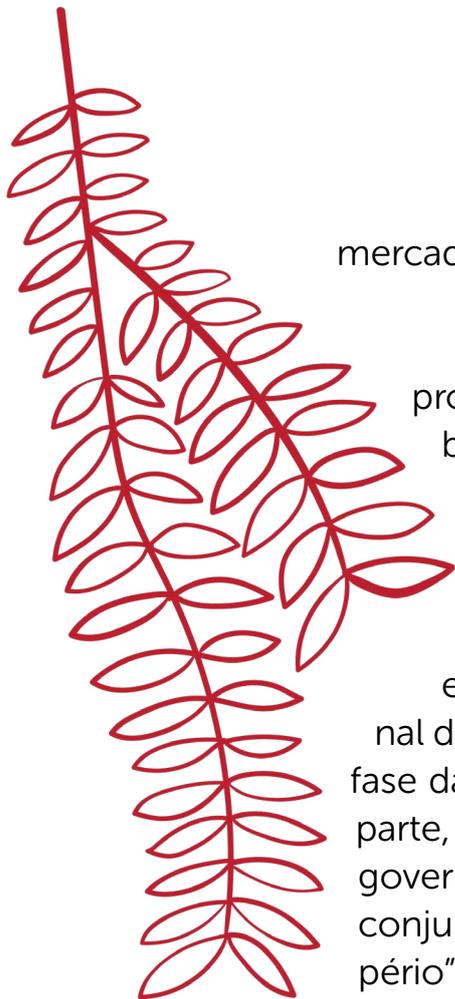
Em que pesem tais mudanças, mais de 80% dos alimentos consumidos pela população mundial seguem sendo produzidos nos países nos quais o consumo é realizado. Em outras palavras, menos de 20% do volume total de alimentos produzidos atravessam fronteiras internacionais. Do ponto de vista estritamente biofísico, isso significa que o incremento da internacionalização dos fluxos comerciais de alimentos com a “abertura” das economias nacionais se apresenta como um fenômeno apenas marginal. No entanto, a globalização neoliberal também passou a determinar o funcionamento dos mercados nacionais e subnacionais como um princípio organizador dos fluxos econômicos que encadeiam a produção ao consumo dos alimentos. Em termos concretos, a chamada “desregulamentação” dos mercados alimentares nacionais significou que os mesmos passaram a ser regulados pela lógica econômica e pelos parâmetros técnicos definidos pelos e para os mercados globais.

Essas mudanças regulatórias favoreceram a concentração econômica e política nos sistemas alimentares, com a conformação de grandes conglomerados empresariais oligopolistas



que atuam na forma de redes transnacionais globalizadas, influenciando tanto os acordos internacionais de comércio agrícola quanto as políticas públicas de governos nacionais e subnacionais. Ao exercerem crescente controle sobre os fluxos entre a produção e o consumo alimentar, as corporações transnacionais influenciam decisivamente as transformações verificadas em ambos os polos das cadeias alimentares. Do lado da produção, esse controle passou a condicionar a estruturação e a lógica de organização sociotécnica dos agroecossistemas, de forma que os mesmos cumpram com os requisitos técnicos e os parâmetros econômicos necessários para acederem aos mercados. Especialização produtiva, aumento de escala e crescente dependência aos mercados de insumos e serviços são algumas das tendências observadas no polo da produção agrícola e pecuária. Do lado do consumo, o controle é exercido por intermédio da indução a novos padrões alimentares, seja pela propaganda massiva voltada à promoção da alimentação industrializada (ou ultraprocessada), seja pela crescente concentração dos canais para aquisição de alimentos, em muitas situações com a formação de verdadeiros “desertos alimentares”.<sup>1</sup>

Embora avance em ritmos variados entre as diferentes regiões e países, o processo de concentração corporativa nos mercados de alimentos é global e segue em curso. Também no interior dos países verifica-se um alastramento desigual do fenômeno. No Brasil, ele se intensificou a partir dos anos 2000, consolidando-se primeiramente nas regiões Sul e Sudeste, expandindo-se em seguida para o Nordeste e o Centro-Oeste para, finalmente, chegar ao Norte. Sua irradiação parte das capitais e centros urbanos de maior dimensão, onde são encontrados os mercados consumidores de maior relevância e melhores facilidades logísticas. Posteriormente, segue em direção às cidades médias, onde atualmente já podem ser encontradas as grandes redes de super-



mercados e os chamados atacarejos.<sup>2</sup>

Ao exercerem crescente poder na regulação dos fluxos da produção ao consumo de alimentos, as corporações se estabelecem como verdadeiros “impérios alimentares”, segundo conceituação proposta por Ploeg (2008). Os impérios se materializam numa conquista contínua, apropriando-se de espaços locais antes relativamente autônomos e autogovernados e os reúne para assegurar o controle e a exploração dos seus recursos. Ecoando a elaboração original de Hardt e Negri (2002), o autor diz que “a essência da atual fase da globalização é que ela introduz, literalmente por toda a parte, um conjunto de normas e parâmetros generalizados que governam todas e quaisquer práticas locais e específicas. Esse conjunto de normas generalizadas representa o núcleo do império” (PLOEG, 2008 p. 255).

O controle imperial sobre os fluxos de intermediação entre a produção e o consumo de alimentos afasta produtores dos consumidores, seja do ponto de vista físico, distância geográfica, seja do ponto de vista sociocultural. São assim desarticuladas as relações de mútua influência estabelecidas entre quem produz e quem consome os alimentos, historicamente responsáveis pela heterogênesse das agriculturas do mundo, dando lugar a trajetórias uniformizadoras de produção e de consumo alimentar.

Os novos mecanismos de controle sobre os fluxos econômicos nos mercados alimentares têm por objetivo último a apropriação e centralização do valor agregado gerado nas diferentes etapas das cadeias de produção. Ao comprometerem os mecanismos locais/nacionais de regulação, essas novas formas de controle geram efeitos econômicos e sociais degenerativos tanto do lado do consumo quanto da produção. No primeiro caso, concorrem para bloquear a efetivação do direito à alimentação saudável e adequada, com as parcelas socialmente mais vulnerá-

veis da população mundial sendo progressivamente submetidas à fome e à desnutrição ou à má alimentação resultante do consumo de ultraprocessados.

Do lado da produção, impõem um roteiro sociotécnico que acaba por acentuar a histórica marginalização da agricultura familiar, responsável pela parcela majoritária do volume de alimentos produzidos. Em muitas e cada vez mais frequentes situações, tal roteiro pressiona famílias e comunidades rurais a abandonar suas terras para dar lugar a explorações econômicas alinhadas aos requerimentos institucionais e padrões técnico-produtivos impostos pelos impérios alimentares através das políticas dos Estados nacionais. Por meio desse mecanismo de expropriação territorial, vastas extensões antes dedicadas à produção de alimentos passaram a ser dedicadas à produção de matéria prima para a indústria. No Brasil, estima-se que apenas 45% das calorias oriundas da produção agrícola sejam destinadas diretamente ao consumo humano (esse valor é de 27% nos EUA) (ETC Group, s.d.).<sup>3</sup>

Efeitos negativos do controle corporativo sobre a alimentação são igualmente identificados nas dimensões ambiental (degradação de solos, contaminação da água, perda de biodiversidade), climática (alta emissão de gases de efeito estufa e aumento da vulnerabilidade dos sistemas alimentares às mudanças no clima), sanitária (aumento das doenças crônicas não transmissíveis pela má ou sub alimentação e aumento dos riscos de novas pandemias), cultural (perda de saberes e práticas de produção e consumo alimentar) e política (concentração de poder por conglomerados empresariais em detrimento da soberania alimentar dos povos).

Reações críticas ao [regime alimentar corporativo](#) (Mc MICHAEL, 2006) vêm se tornando cada vez mais amplas e contundentes. As profundas e irreconciliáveis divergências relacionadas às alternativas para enfrentamento conjugado da crise alimentar e da

crise climática foram explicitadas na recente [Cúpula das Nações Unidas sobre Alimentação](#) - Nova York, setembro de 2021. Organizações da sociedade civil e movimentos sociais denunciaram a “captura corporativa” da agenda da Cúpula, limitada a debater inovações tecnológicas e novos ajustes nos marcos institucionais com vistas a aprofundar a ordem neoliberal que regula os fluxos econômico-ecológicos nos sistemas alimentares hegemônicos. No lugar das chamadas “falsas soluções” de caráter tecnocrático, os movimentos defendem alternativas efetivamente transformadoras na governança da agricultura e do abastecimento alimentar. Essas alternativas passam, necessariamente, pela eliminação do poder das corporações privadas sobre a regulação dos sistemas alimentares para que os mesmos sejam reestruturados com o objetivo de cumprir suas múltiplas funções públicas, a começar pela democratização do acesso à alimentação saudável e adequada.

A promoção da agricultura familiar é considerada um dos elementos chaves nessa reestruturação dos sistemas alimentares. Por ser portadora de uma racionalidade econômica peculiar (PLOEG, 2015), tende a priorizar a produção diversificada de alimentos, obtendo elevados níveis de eficiência técnica no uso dos fatores de produção (terra, trabalho e capital), desde que disponha de condições adequadas para a reprodução de seus meios e modos de vida. No entanto, um dos maiores interrogantes que surgem nos debates político-institucionais relacionados ao desenvolvimento rural e à promoção da segurança alimentar e nutricional refere-se às formas de articulação da agricultura familiar aos mercados de alimentos.

A noção de “acesso aos mercados” prevaleceu por muito tempo nesses debates, levando intuitivamente à ideia de que os mercados são elementos dados da realidade e que estão disponíveis para serem ocupados por aqueles que estejam habilitados para tal. Para tanto, as políticas públicas deveriam se orientar a



Produção diversificada de alimentos caracteriza a agricultura familiar. Ivoneide Nunes, agricultora do semiárido paraibano, mostra com orgulho alimentos produzidos com água armazenada na cisterna. Foto: Arquivo PATAC

fomentar o desenvolvimento de capacidades profissionais nas organizações da agricultura familiar, visando à sua inserção competitiva nos mercados. Essa noção, alinhada à perspectiva econômica liberal, compreende o mercado como um ente abstrato e impessoal com capacidade de se autorregular segundo leis universais descritas pela Economia neoclássica.

O engajamento da agricultura familiar nos mercados não significa necessariamente sua subordinação à lógica do capital, como interpretam analistas marxistas clássicos da questão agrária. Pelo contrário, esse engajamento pode reforçar a agricultura camponesa, isto é, seu *modus operandi* não-capitalista de organização social do trabalho. Trata-se de definir, em síntese, se o processo de trabalho nos agroecossistemas é tutelado e estruturalmente dependente das trocas nos mercados ou, ao revés, se os mercados são organizados para remunerar o trabalho dos produtores de alimentos que os abastecem.

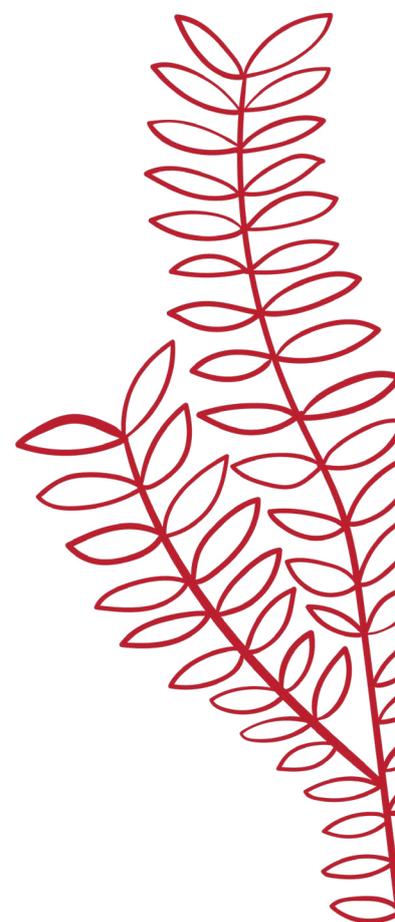


Como já bem estabelecido na sociologia econômica, os mercados devem ser compreendidos como instituições sociais formadas pelos processos de interação social, econômica e cultural. A forma de organização dos circuitos mercantis e a capacidade diferencial de apropriação do valor agregado entre os agentes econômicos envolvidos nos sistemas alimentares sobredeterminam a organização da produção, bem como os estilos de consumo. Nesse sentido, os mercados colocam-se como elementos estruturais centrais na configuração sociotécnica e na economia política dos sistemas alimentares. Portanto, o foco do debate político-institucional não deve seguir centrado sobre as estratégias de acesso da agricultura familiar aos mercados alimentares, tal como estão hegemonicamente configurados. Como construções sociomateriais sujeitas a relações de poder entre os diferentes agentes que neles interferem e atuam, os mercados devem ser compreendidos pela lente da racionalidade econômica que os organiza para que sejam promovidos arranjos mercantis coerentes com a lógica de reprodução econômica da agricultura familiar.

Um dos caminhos mais promissores na busca de soluções político-institucionais adequadas para a promoção da articulação da agricultura familiar aos mercados é a sistematização de práticas construídas pela própria agricultura familiar. Experiências nessa direção proliferam em todo o mundo como resposta ativa ao crescente controle corporativo sobre a governança dos sistemas alimentares. Embora protagonizadas pela agricultura familiar e suas organizações locais, essas iniciativas contam, em muitas situações, com a participação efetiva de consumidores. Em que pese a heterogeneidade em seus formatos, dimensões, abrangência social e níveis de formalização, essas experiências apontam caminhos singulares que contrastam em vários sentidos com a forma de estruturação dos mercados dominantes.

Este texto apresenta a análise de um conjunto de onze siste-

matizações de iniciativas de construção de circuitos alternativos de comercialização da produção pela agricultura familiar no Semiárido brasileiro. Todas são assessoradas por organizações vinculadas à [Rede Ater-NE de Agroecologia](#)<sup>4</sup> e se inserem em trajetórias de inovação sociotécnica impulsionadas na região a partir da incidência de políticas públicas implementadas pelos governos federal, estaduais e municipais em parceria com organizações da sociedade civil. Os mercados aqui analisados são compreendidos, portanto, no bojo de um processo histórico recente voltado à promoção da agricultura familiar camponesa como base social e econômica de padrões alternativos de desenvolvimento rural e dos sistemas alimentares.



# O que são e como se organizam os mercados territoriais?



# 2.

Uma literatura acadêmica vasta e em rápida expansão vem sendo composta sobre a temática da inserção da agricultura familiar nos mercados.<sup>5</sup> A ênfase dessa produção científica está centrada na diversidade dos circuitos mercantis, sobretudo nas novas configurações ativamente construídas no sentido de favorecer uma inserção economicamente vantajosa por meio da eliminação ou substancial redução dos agentes intermediários entre a produção e o consumo dos alimentos. Mercados locais, circuitos curtos de comercialização, vendas diretas, mercados alternativos, mercados de proximidade, mercados do produtor, Comunidade que Sustenta Agricultura (CSA), mercados enraizados e muitas outras designações vêm sendo atribuídas a esses novos formatos de venda por parte da agricultura familiar. Independente da denominação, todos os formatos guardam em comum um elemento central: o contraste em relação aos mercados convencionais, ou seja, com os circuitos comerciais dominantes, regulados por relações impessoais, pelos quais circulam mercadorias padronizadas, sem quaisquer identificações de origem social, cultural, geográfica ou relacionada ao processo de produção.



Graciolina, agricultora familiar de Pilão Arcado/BA, conquistou seu espaço no mercado do produtor do município para ofertar verduras produzidas sem agrotóxicos. Foto: Tovinho Regis



As análises realizadas pelos que vêm estudando esses mercados ressaltam um aspecto central para a discussão proposta neste texto: esses novos mercados são construções coletivas protagonizadas pela agricultura familiar em busca de alternativas para a venda da produção em condições adequadas de troca, diante do crescente controle exercido por grandes empresas sobre os circuitos de comercialização de alimentos. Nesse sentido, entendemos esses mercados como “dispositivos de ação coletiva” (DACs), ou seja, arranjos sociotécnicos fundamentados em relações de cooperação entre os beneficiários diretos desses mercados, sejam eles os produtores, os consumidores ou ambos.

Como arranjos cooperativos, fundados em relações de reciprocidade, esses mercados integram-se como elos de redes sociotécnicas de abrangência territorial. Essas redes territorializadas articulam coerentemente inovações materiais e imateriais relacionadas à configuração dos sistemas alimentares, envolvendo as esferas da produção, da transformação, da circulação e do consumo. Nesse sentido, abrangem desde a conversão de bens ecológicos em alimentos por meio do processo de trabalho realizado no âmbito dos agroecossistemas até a circulação desses alimentos em direção ao consumo final, por meio de fluxos de autoconsumo, de trocas por reciprocidade (não monetarizadas) ou de comercialização.

A noção de “mercados territoriais” deriva exatamente dessa imbricação sociotécnica em sistemas econômico-ecológicos enraizados nos ecossistemas e em relações sociais de proximidade. Não se trata apenas da proximidade física entre quem produz e quem consome os alimentos. Embora essa seja também uma característica intrínseca na configuração desses mercados, não é este o aspecto principal que os demarca em relação aos mercados convencionais. O elemento peculiar que de fato singulariza os mercados territoriais são as relações de poder estabelecidas

na regulação de suas dinâmicas de funcionamento. Em muitas situações, a circulação da produção pode alcançar longas distâncias físicas, correspondendo ao que Renting (2003) denominou de “circuitos curtos estendidos”. Nessas situações, os produtos chegam a consumidores fisicamente distantes, mas próximos em termos sociais, já que o fluxo de trocas ocorre sem a presença de agentes intermediários (atravessadores). Portanto, são as relações sociais diretas (ou de grande proximidade) e sob controle entre os agentes econômicos estabelecidos nos polos da produção e do consumo o aspecto definidor dos mercados territoriais.

Nos mercados territoriais, produtores e consumidores assumem o protagonismo da governança. Definem as regras, a política de preços, os mecanismos de controle e transparência. Constroem a imagem pública, associada a valores e qualidades específicas que distinguem os produtos, os processos de produção e os próprios mercados em relação aos padrões convencionais; fazem a gestão das infraestruturas materiais; regulam conflitos internos; relacionam-se com os poderes públicos etc. Já nos mercados convencionais, o controle é assumido pelos agentes de intermediação. Como antes exposto, com a globalização neoliberal, esses intermediários vêm assumindo a forma de grandes conglomerados empresariais oligopolistas com capacidade de impor um conjunto de regras e parâmetros para as transações econômicas entre a produção e o consumo. Os mercados convencionais não eliminam a produção, a comercialização e o consumo local, mas os subordinam aos interesses econômicos das grandes empresas, sempre ligados ao retorno financeiro em curto prazo.

Nesse sentido, os mercados territoriais devem ser compreendidos como expressões de economias contra-hegemônicas (ou “economias de oposição” – Panhke, 2015) na regulação dos sistemas alimentares. Como sugere o economista Guilherme Delgado (2021), são “economias com mercados” e não “economias de

mercados”. Isso significa dizer que não é a lógica do capital que organiza o trabalho realizado e as relações de troca estabelecidas nos mercados territoriais. Embora imersos na economia capitalista, esses mercados são regulados por um conjunto amplo de valores relacionados a variados objetivos sociais, sejam eles econômicos ou não.

Esse caráter peculiar dos mercados territoriais, por isso também denominados de aninhados ou imersos, implica que os mesmos são influenciados, mas não governados pelas relações econômicas dominantes estabelecidas nos mercados capitalistas. É exatamente nesse aspecto particular que os mercados territoriais ganham relevância como dispositivos econômicos coerentes com a lógica de organização do trabalho na agricultura familiar camponesa.



Foi Chayanov, ainda no início do século 20, quem mais a fundo analisou as especificidades da economia das unidades de produção camponesas (Chayanov, 1966). Ao descrever um conjunto de princípios organizadores do funcionamento econômico das unidades camponesas, ele demonstrou como e em que condições as mesmas são condicionadas pelo contexto do capitalismo agrário, sempre resguardando grande autonomia em relação às regras de funcionamento dos mercados capitalistas. Essa perspectiva chayanoviana de análise das economias camponesas no contexto do capitalismo está no cerne do método [Lume para análise econômico-ecológica de agroecossistemas](#), abordagem teórico-metodológica empregada para a realização dos estudos da economia das unidades familiares vinculadas aos mercados territoriais analisados neste texto.

O mesmo Chayanov destacou a importância da ação cooperativa entre as famílias agricultoras para que economias não capitalistas pudessem ser reproduzidas de forma autônoma na esfera

da circulação da produção (Chayanov, 2017). Segundo sua análise, realizada em meio aos renhidos debates relacionados ao futuro do campesinato russo após a revolução soviética, a ação coletiva orientada à comercialização da produção oriunda de variadas unidades familiares seria a melhor solução econômica frente ao impasse entre duas perspectivas polares de organização econômica dos sistemas alimentares: a da livre iniciativa capitalista, então combatida, e a da coletivização estatal, que acabou prevalecendo. Para deixar evidente sua posição, Chayanov enfatizava que o sucesso de um empreendimento associativo, deveria ser aferido pela remuneração do trabalho de seus membros associados e não pelos lucros obtidos pelo próprio empreendimento.

Passado mais de um século, mas seguindo a mesma linha de análise explorada por Chayanov, devemos compreender os mercados territoriais como arranjos econômicos peculiares na economia de mercado. Por um lado, não são regulados pela lógica liberal, segundo a qual “mãos invisíveis” agem em busca de equilíbrios utilitaristas maximizadores em função de supostas leis gerais de funcionamento dos mercados. Por outro, também não são regulados por mãos visíveis e fortes do intervencionismo estatal. Tal como definido por Shanin (1990), são mercados regulados por “economias expolares”. Não são privados, nem públicos. Devem ser entendidos, portanto, como recursos de uso comum (Polman, 2010), cujo processo de autogestão proporciona benefícios para os usuários, sejam eles produtores ou consumidores, ao mesmo tempo que os protege das pressões exercidas pelos impérios alimentares.

Tomando em conta essas peculiaridades na conformação e gestão desses mercados, a análise dos mesmos só faz sentido





O Empório Kaeteh, empreendimento gerido pelas famílias agricultoras do território do Araripe pernambucano, acolhe grande diversidade e oferta alimentos sem agrotóxicos a preços acessíveis. Foto: Katia Rejane

se compreendida no contexto territorial no qual são construídos. Do ponto de vista analítico, eles devem ser entendidos como respostas ativamente construídas pelos atores locais frente às crescentes dificuldades impostas à agricultura familiar para a venda de sua produção diversificada, muitas vezes em quantidades restritas e em padrões de qualidade destoantes daqueles exigidos pelos agentes de intermediação nos mercados convencionais. As dificuldades são impostas também do lado dos consumidores, sobretudo os de mais baixo poder aquisitivo, que encontram crescentes restrições para acessar alimentos saudáveis a preços compatíveis com suas disponibilidades financeiras. Desse ponto de vista, os mercados territoriais funcionam como pontes entre agentes econômicos até então desconectados no território.<sup>6</sup>

Mas essas pontes não costumam surgir pela ação espontânea dos atores envolvidos. Sua construção, na maior parte das vezes, depende da presença de processos catalisadores mediados por atores e recursos externos. Nesse ponto particular, as políticas públicas e os serviços de assessoria técnica cumprem papéis

centrais na constituição e posterior desenvolvimento e articulação desses dispositivos de ação coletiva. Além disso, uma vez criados, esses mesmos dispositivos geram efeitos reversos sobre ambos os lados da ponte. Do lado da produção, estimulam a intensificação de produção diversificada e de qualidade, de forma a assegurar a oferta específica demandada pelos consumidores individuais e institucionais. O lado do consumo, por sua vez, é continuamente enriquecido com oferta de um número crescente de produtos in natura e processados, com reflexos positivos sobre a segurança alimentar e nutricional e sobre as culturas alimentares nos territórios concernidos.



Alimentos saudáveis ofertados na Feira Agroecológica de Riachão do Jacuípe/BA.  
Foto: Alan Suzarte/Acervo MOC

Em síntese, ao se constituírem como dispositivos autogestionários, os mercados territoriais se diferenciam dos mercados convencionais não só nas suas dinâmicas de funcionamento e nas infraestruturas materiais empregadas, mas também pelos mecanismos de distribuição do valor agregado, nos diferenciais dos preços recebidos pelos produtores e pagos pelos consumidores.

Destaca-se ainda que os novos padrões de transação econômica estabelecidos por meio desses mercados podem gerar efeitos positivos sobre dimensões não econômicas do desenvolvimento: sobre a integridade ecológica dos agroecossistemas, sobre a segurança alimentar e nutricional, sobre a saúde coletiva, sobre a cultura (alimentar e agrícola), sobre as relações de poder estabelecidas entre os agentes econômicos. Nesse último quesito, cabe sublinhar as potencialidades positivas que a democratização das relações de poder nos mercados de alimentos encerra para o enfrentamento das desigualdades de gênero estabelecidas pela cultura patriarcal e o protagonismo assumido pelas mulheres na construção dos mercados territoriais. De forma equivalente, esses mercados colocam-se como espaços para a criação de oportunidades para a inserção econômica da juventude camponesa.



Grupo de mulheres da comunidade Riacho dos Cavalos, município de Tauá/CE.  
Foto: Aline Moura/Acervo ESPLAR

# O contexto e a metodologia das sistematizações



# 3.

A análise proposta neste texto está orientada pelas características peculiares dos mercados territoriais apresentados na seção anterior e que os distinguem dos mercados convencionais.<sup>7</sup> Os mercados sistematizados na iniciativa articulada pela Rede Ater-NE são aqui compreendidos como construções integradas a trajetórias de inovação sociotécnica impulsionadas por redes territoriais de agroecologia no Semiárido brasileiro. Embora muitas dessas redes tenham se originado nas últimas décadas do século passado, somente a partir dos anos 2000 foram desencadeados processos transformativos nos sistemas alimentares, que acabaram por se desdobrar na emergência dos mercados aqui sistematizados. O dinamismo verificado nas trajetórias de inovação nessa região nas últimas duas décadas deve ser atribuído à incidência de um conjunto articulado de novas políticas públicas voltadas para a agricultura familiar, sendo algumas implementadas em âmbito nacional e outras especificamente para o Semiárido brasileiro.

Dentre as últimas, destacam-se os programas voltados à promoção de segurança hídrica em comunidades rurais da agricultura familiar por meio do fomento a processos de autoconstrução de infraestruturas para captação e armazenamento de água das chuvas.<sup>8</sup> A implantação de tecnologias sociais por meio desses programas possibilitou uma melhoria substancial nos processos descentralizados e autônomos de gestão das águas de chuva por parte das famílias e comunidades rurais, exercendo um efeito disparador nas trajetórias de inovação sociotécnica. Esse fenômeno foi verificado com auxílio do método Lume em pesquisa conduzida em parceria da Articulação Semiárido Brasileiro (ASA) com o Instituto Nacional do Semiárido (Insa), segundo a qual “ao incidirem sobre a principal restrição ecológica dos agroecossistemas do Semiárido - a deficiência hídrica - os programas da ASA contribuíram para ampliar as margens de manobra para que as famílias agricultoras desenvolvessem novas estratégias técnico-econômicas por meio da recombinação dos recursos sociomateriais localmente disponíveis” (PETERSEN et al, 2021 p. 78).



Cisternas calçadão, de enxurrada e barreiros-trincheira construídos no âmbito do Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2) viabilizaram o aumento e diversificação da produção de alimentos saudáveis no semiárido (CE). Foto: Aline Moura

Embora os desdobramentos das trajetórias de inovação no semiárido variem muito de território a território, a construção de mercados territoriais figura como um dos elementos mais recorrentes. O aumento e a estabilização da produção de excedentes potencialmente comercializáveis, verificada após a implantação dos programas de fomento às infraestruturas hídricas foi o impulso necessário para que as referidas trajetórias de inovação passassem a se orientar para a busca de alternativas de venda capazes de absorver a diversidade produtiva inerente aos agroecossistemas da agricultura familiar na região.

Levando em conta esse processo descentralizado de surgimento dos mercados territoriais no semiárido brasileiro no curso das últimas décadas, as iniciativas aqui sistematizadas devem ser compreendidas como “estudos de caso” imersos em um universo amplo, diversificado e em franca expansão. Mesmo nos territórios de atuação das organizações da Rede Ater-NE, outras iniciativas podem ser identificadas, sendo frequentemente articuladas aos casos sistematizados.



Os estudos foram conduzidos segundo os princípios da sistematização de experiências. Sendo uma prática central para os processos de construção do conhecimento adotados no campo agroecológico, a sistematização corresponde a uma reconstrução ordenada das experiências (HOLLIDAY, 2006) e tem como objetivo lançar luzes nas trajetórias percorridas pelos atores com o objetivo de extrair ensinamentos para posterior enriquecimento das próprias experiências ou de outras motivadas pelos mesmos objetivos. Não se trata, portanto, de mera descrição de fatos vivenciados, mas do esforço analítico de compreender o seu encadeamento no tempo e no espaço. Dessa forma, além de apreender o caminho percorrido, a sistematização deve apontar para os processos vindouros (CORDERO e CARRILO, 2017).

Os aprendizados obtidos contribuirão para o aprimoramento da atuação das organizações da rede em suas ações de assessoria a famílias e organizações da agricultura familiar envolvidas na construção e no desenvolvimento de mercados territoriais. Contribuirão igualmente para inspirar o desenho de políticas públicas, bem como para processos de incidência junto a entes públicos cujas ações podem ser determinantes no sentido de favorecer ou, ao contrário, de bloquear a constituição desses mercados no Semiárido brasileiro.

Foram sistematizadas onze experiências de construção e gestão de mercados territoriais, cada qual associada a uma das redes territoriais de agroecologia nas quais integram-se as organizações da Rede Ater-NE. Os mercados sistematizados estão organizados em diferentes formatos: feiras, pontos fixos de comercialização, venda comunitária e compras públicas de alimentos. O mapa apresentado a seguir (Figura 02), localiza e apresenta sinteticamente as experiências.

Os mercados foram analisados a partir da perspectiva dos atores neles envolvidos, identificando-se as práticas e valores responsáveis pela organização desses dispositivos de ação coletiva. Dessa forma, o foco da sistematização procurou abranger os mercados territoriais como um *continuum* do processo de trabalho realizado no âmbito dos agroecossistemas. As esferas de produção e de circulação dos alimentos integram-se organicamente com base em uma racionalidade econômica que privilegia práticas cooperativas com o objetivo de ampliar a autonomia nas estratégias de reprodução social e econômica das famílias agricultoras envolvidas.

A sistematização foi organizada por meio de ciclos pedagógicos que presumiram o envolvimento ativo dos atores protagonistas das experiências. A primeira atividade, comum a todas as organizações, correspondeu a uma oficina que teve o objetivo de refletir sobre o caráter peculiar dos mercados territoriais, especialmente quando contrastados com os mercados convencionais. O passo seguinte foi a seleção dos mercados que seriam sistematizados. Para tal seleção, sugeriu-se a escolha de mercados em que estavam integradas famílias agricultoras cujas unidades de produção haviam sido previamente estudadas segundo o método Lume. Essa vinculação entre a sistematização dos mercados e os estudos dos agroecossistemas foi proposta com o objetivo de permitir a análise das relações de mútua influência entre a gestão familiar das unidades de produção e a gestão interfamiliar cooperativa dos mercados territoriais. A diversidade de formatos dos circuitos de comercialização foi outro aspecto definido no processo de seleção dos mercados sistematizados. Essa diversidade foi assegurada por meio de acordos estabelecidos entre as organizações da Rede Ater-NE.



A segunda oficina foi dedicada à definição das estratégias metodológicas e de cronograma para sistematização das experiências. Acordou-se nessa oportunidade que a sistematização deveria ser realizada a partir de entrevistas semiestruturadas no formato de rodas de conversa, que poderiam combinar distintos instrumentos metodológicos para levantamento e organização da informação, tais como: linhas do tempo, observação participante (visitas aos mercados e às propriedades, registros fotográficos etc). Participaram dessas rodas de conversa agricultores e agricultoras integrados aos respectivos mercados, consumidores/as, gestores públicos e técnicos/as vinculados/as às organizações de assessoria (ONGs), que compõem a Rede Ater-NE.

Como eixos analíticos orientadores da análise transversal dos mercados sistematizados, foram elencados três campos de atenção: *trajetórias e histórias da construção social dos mercados; participação social e inovações; valores e princípios*.

Após a realização das onze rodas de conversas, foram organizadas quatro oficinas com grupos menores, oportunizando momentos para intercâmbio e aprofundamento de análises entre as entidades e outros grupos e coletivos territoriais da Rede Ater-Ne. Realizadas virtualmente, essas atividades foram fundamentais no ciclo das sistematizações. Por um lado, possibilitaram o intercâmbio de experiências entre as entidades da rede, em várias situações envolvendo também lideranças da agricultura familiar atuantes nas experiências. Por outro, possibilitaram identificar elementos comuns e especificidades das trajetórias de construção dos mercados nos distintos territórios. Além de terem se constituído em momentos fecundos para restituição



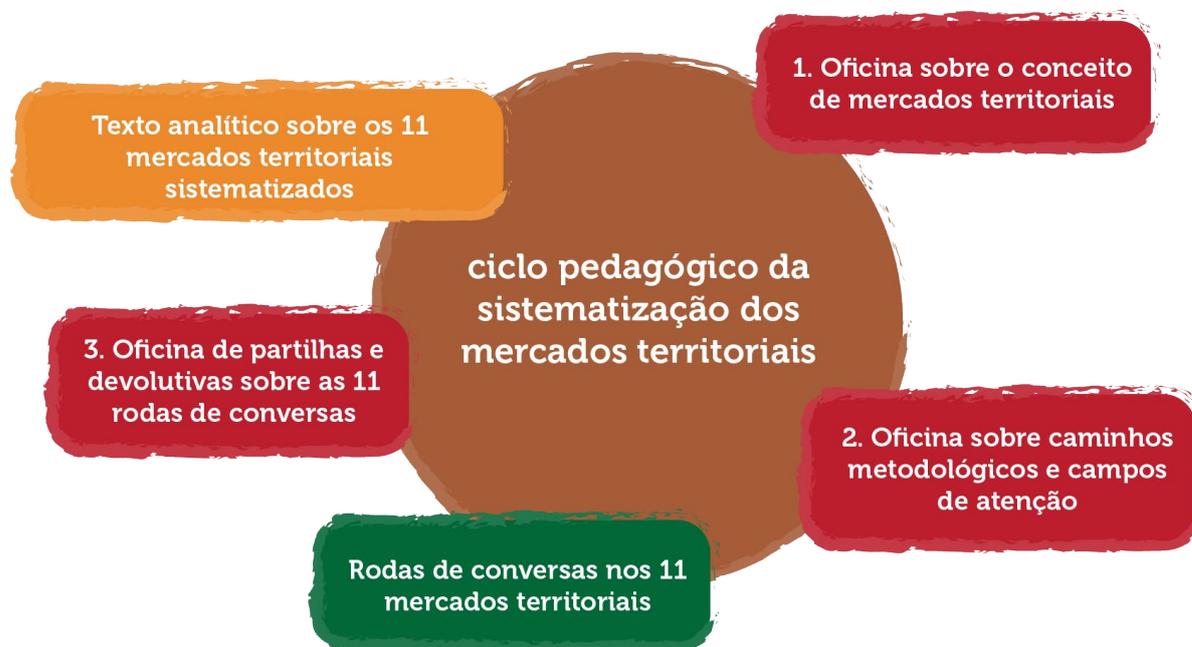


Roda de conversa da sistematização da experiência de mercado territorial em Pilão Arcado/BA. Foto: Tovinho Regis/Acervo SASOP

das conclusões das rodas de conversa e para o contraste entre as experiências construídas em diferentes contextos, essas oficinas permitiram identificar elementos centrais do conjunto sistematizado para subsidiar a análise apresentada nas seções seguintes deste documento.

Além de subsidiar diretamente a produção deste documento analítico, esse ciclo de sistematização resultou também na produção de peças de comunicação voltadas a divulgar a existência, as especificidades e a relevância dos mercados territoriais.<sup>8</sup>

**Figura 01:** Ciclo pedagógico da sistematização de mercados territoriais.



## Figura 02: Mercados territoriais e ações em rede

**Mercado comunitário:** desde o ano de 2007 as famílias agricultoras têm conseguido **comercializar o excedente da produção na vizinhança, combinando, também, trocas e doações**. O Esplar - Centro de Assessoria e Pesquisa atua junto ao grupo de mulheres organizado na comunidade fomentando práticas e reflexões sobre economia.

**Empório Kaeteh:** em funcionamento desde 2015 e sob a responsabilidade do Centro de Agricultores Agroecológicos do Araripe (Copagro). Foi criada pela ação articulada entre agricultores/as familiares e a Organização Não Governamental Caatinga enquanto **estratégia de diversificação da comercialização**.

**Programa de Aquisição de Alimentos em Pilão Arcado:** no ano de 2021 foi a primeira vez que **as/os agricultoras/es do município comercializaram ao PAA**. A participação foi possível devido ao acúmulo e mobilização da juventude da Associação de Técnicos em Agropecuária e Apoiadores da Agricultura Familiar no Estado da Bahia (ATAF) e do Serviço de Assessoria a Organizações Populares Rurais (SASOP).

**Central da Caatinga:** criada em 2017 é fruto da caminhada e articulação coletiva na **Rede Sabor Natural do Sertão (RSNS)**, envolvendo o Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada (IRPAA), a Cooper-cuc e associações da agricultura familiar, como Associação dos Apicultores de Santo Sé (AAPSSÉ).

**Laticínio da Cabra:** criado em 2010 pela parceria entre as famílias de **caprinocultoras/es no Território do Sisal** e a Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável e Solidário da Região Sisaleira (Fundação APAEB).

**Feira Agroecológica e Economia Solidária de Riachão de Jacuípe:** é majoritariamente constituída por mulheres. Na sua trajetória combina ações de **diversificação da produção das mulheres e fortalecimento de sua organização social e política**. O Movimento de Organização Comunitário (MOC) é uma das parcerias importantes deste mercado territorial.

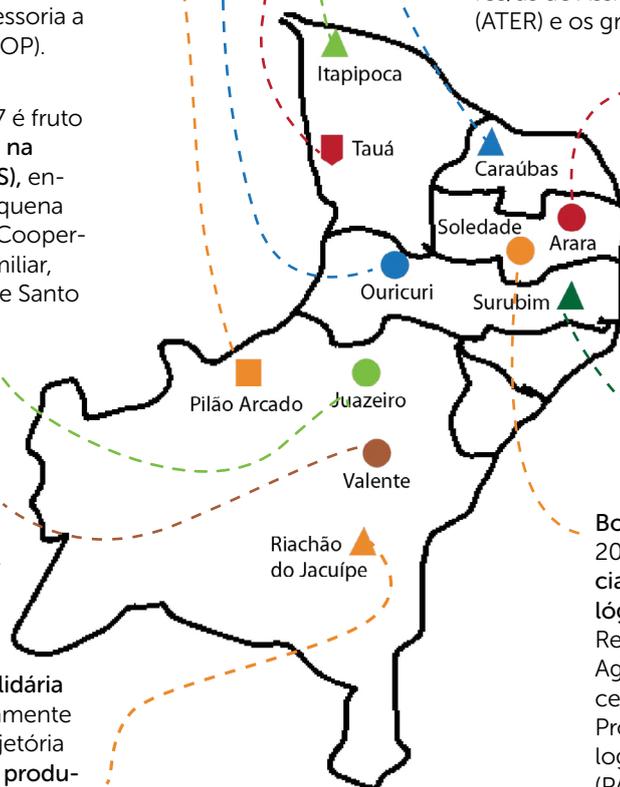
**Feira Agroecológica e Solidária de Itapipoca:** em parceria com o Centro de Estudos do Trabalho e de Assessoria ao Trabalhador e à Trabalhadora (CETRA) foi a primeira feira agroecológica do estado do Ceará. Os processos de aprendizados e produção de conhecimento levaram à constituição de várias outras feiras e a formação da **Rede de Feiras Agroecológicas e Solidárias do Ceará**.

**Feira Agroecológica de Caraúbas** Tem garantido que a **produção das mulheres agricultoras ocupe o espaço público**, fomentando, também, novos significados ao trabalho delas. A entidade Diaconia tem atuado conjuntamente às famílias na constituição desse mercado.

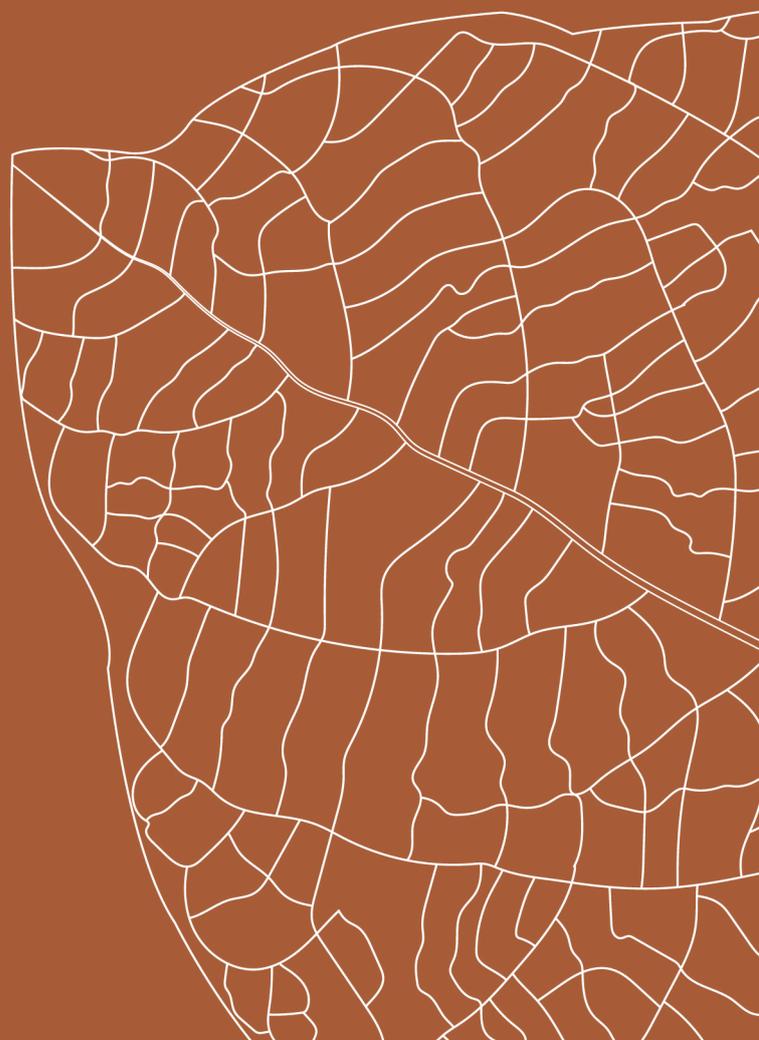
**Quitanda de Arara:** em funcionamento desde 2019, a Bodega integra a **Rede de Quitandas do território do Polo da Borborema**. A trajetória envolve ações coletivas mobilizadas pela parceria entre os Sindicatos de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais (STTRs), a AS-PTA Agricultura Familiar e Agroecologia, os prestadores/as de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) e os grupos da agricultura familiar.

**Feira de Surubim:** criada em 2017 enquanto parte da celebração do Dia Mundial do Meio Ambiente é assessorada pelo Centro Sabiá e parte das dinâmicas em rede organizadas no território pela **Rede Espaço Agroecológico**, combinando produção agroecológica e estratégias de gestão coletiva.

**Bodega agroecológica:** criada em 2008 como estratégia de **comercialização da produção agroecológica das mulheres** do Coletivo Regional das Organizações da Agricultura familiar, através da parceria e caminhada coletiva com o Programa de Aplicação de Tecnologia Apropriada às Comunidades (PATAC).



# **Análise dos mercados territoriais sistematizados**



# **4.**

Ao abordar os mercados sistematizados pelas organizações da Rede Ater-NE em sua diversidade, o objetivo da análise apresentada nesta seção é identificar padrões de recorrência dos processos constitutivos e dos efeitos dos mesmos sobre variadas questões de interesse público, notadamente o enfrentamento de várias faces da pobreza rural e a promoção do direito humano à alimentação e nutrição saudável e adequada. A partir da identificação desses padrões de recorrência, procura-se assinalar desafios a serem superados e potencialidades a serem desenvolvidas a partir da ação do Estado para que os mercados territoriais assumam crescente importância enquanto mecanismo de intermediação entre a produção da agricultura familiar camponesa e o consumo popular.

Esses padrões estão aqui apresentados e discutidos a partir de três eixos de análise: 1) *Ação coletiva e incidência política*. Com esse recorte analítico, busca-se assinalar a importância da interação sinérgica entre os processos autogestionários em âmbito local e a ação pública do Estado na constituição e gestão dos mercados territoriais; 2) *Práticas e valores*. Nesse tópico, estão destacadas as formas peculiares de organização social dos mercados territoriais, bem como os objetivos perseguidos pelos sujeitos neles envolvidos, explicitando o contraste substancial em relação às práticas e valores que estruturam os mercados convencionais; 3) *Economia dos mercados territoriais e seus efeitos não econômicos*. Esse eixo analítico enfoca a relevância dos mercados territoriais na geração de renda e trabalho para a agricultura familiar, considerando em particular a criação de oportunidades para a inserção econômica de mulheres agricultoras e jovens, bem como a abertura de perspectivas para o ingresso das mesmas em trajetórias emancipatórias em relação à cultura patriarcal. Enfoca também o acesso a alimentos saudáveis e diversificados para crescentes parcelas da população. Destaca, em particular, o papel que a combinação dos efeitos econômicos e



não econômicos gerados pelos mercados territoriais desempenha para o fortalecimento de dinâmicas de desenvolvimento rural promotoras da sustentabilidade e da resiliência socioecológica.

#### **4.1– Ação coletiva e incidência política**

##### *Papel das organizações sociais e do Estado*

As organizações de base da agricultura familiar camponesa, as redes, os movimentos sociais e as organizações de assessoria (Organizações Não Governamentais - ONGs), têm atuado de forma ativa na construção e execução de programas e políticas públicas. São exemplos o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), o Programa Um Milhão de Cisternas (P1MC), o Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2), a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Pnapo) e, a partir dela, o Programa Ecoforte de Agroecologia e a Política de Assistência Técnica e Extensão Rural com viés agroecológico. Diversas organizações da sociedade civil também incidiram junto a agentes públicos para o aprimoramento de outros programas e políticas, como foi o caso do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), Habitação Rural e ajustes nas normas de vigilância sanitária. Apesar da ativa participação no debate público que antecedeu a instituição dessas medidas, nem sempre as orientações adotadas corresponderam às expectativas das organizações.

Independentemente do maior ou menor engajamento na elaboração dessas políticas públicas, as famílias agricultoras e suas organizações de representação têm revelado grande sabedoria na forma como delas se apropriam. A política pública nunca foi por elas percebida como um instrumento cristalizado e um fim em si mesmo, mas como uma ferramenta utilizada para alavancar novas estratégias ou potencializar as que estão em curso. Como se perceberá na sequência, há uma grande interrelação

entre as políticas acessadas pelas famílias envolvidas nas experiências sistematizadas e as dinâmicas de construção dos mercados territoriais.

Resumidamente, podemos destacar: o Programa Ecoforte, no apoio às Quitandas Agroecológicas, no território da Borborema, na Paraíba, e à Central da Caatinga, no Sertão do São Francisco, na Bahia); o PNAE, na aquisição de alimentos das famílias agricultoras vinculadas à Coopagro e ao Empório Kaeteh (no Sertão do Araripe, em Pernambuco) e das agricultoras que atuam no mercado comunitário no Sertão dos Inhamuns, no Ceará. Por sua vez, as tecnologias sociais de captação e armazenamento de água das chuvas (P1MC e P1+2), implementadas pela Articulação do Semiárido Brasileiro (ASA), foram incorporadas pelas famílias que participam das experiências dos mercados territoriais sistematizadas, a exemplo das que comercializaram sua produção de alimentos para o PAA, em Pilão Arcado, no Sertão do São Francisco, na Bahia.



Quitanda Agroecológica do território da Borborema/PB. Na região existe uma rede de quitandas que contou com apoio do Programa Ecoforte. Foto: Sofia Isbelo/Acervo AS-PTA

As famílias agricultoras reunidas na Bodega, nos territórios do Cariri, Seridó e Curimataú, na Paraíba, mobilizaram diferentes apoios para a efetivação da experiência. Com os recursos oriundos da Coordenadoria Ecumênica de Serviço (CESE) e do Instituto Marista, realizaram cursos de formação e o desenvolvimento da identidade visual dos produtos que estão comercializando. O governo estadual apoiou a instalação da Casa de Economia Solidária – Ecosol; a gestão municipal de Soledade custeou o aluguel do espaço que abriga a Bodega e a Ecosol. Por fim, as feiras agroecológicas e de economia solidária dos municípios de Riachão do Jacuípe (na região metropolitana de Feira de Santana, na Bahia), de Tauá (no Sertão dos Inhamuns, no Ceará) e Surubim (no agreste pernambucano) também receberam apoio de programas públicos estaduais.

As organizações de assessoria (ONGs) têm cumprido papel relevante como mediadoras nos processos para a construção das experiências de mercados territoriais. Em relação às políticas públicas, contribuem para que as famílias agricultoras se apropriem dos mecanismos de funcionamento e das potencialidades dos diferentes instrumentos públicos disponíveis, visando o seu acesso para o fortalecimento de suas estratégias de produção e comercialização. Além disso, as organizações de assessoria estimulam a incidência política por parte das organizações de base e de suas redes, visando a ocupar espaços institucionais de participação popular, a exemplo dos conselhos estaduais, municipais ou mesmo federal, além de outros espaços de debate político e controle social relacionados aos temas de interesse da agricultura familiar camponesa.





A Feira Agroecológica de Surubim/PE é resultado de diversas políticas públicas que incentivaram a produção de alimentos e de intensa articulação das organizações com os governos. Foto: Darliton Silva/Acervo CENTRO SABIÁ

### *Inação ou ações restritivas do Estado ao desenvolvimento dos mercados territoriais*

Entre 2003 e 2014, período considerado favorável à instituição de políticas públicas de apoio à agricultura familiar camponesa, algumas políticas de caráter geral não avançaram, a exemplo das questões tributárias, sanitárias, regulação dos agrotóxicos e transgênicos. O tratamento dado pelo Estado a esses temas vem dificultando a construção de mercados territoriais, além de impedir muitas vezes o ingresso de organizações de economia familiar no mercado formal de alimentos.

O debate da questão tributária não se resume à expectativa de que seja implementado tratamento diferenciado à agricultura familiar, embora socialmente se justifique, sobretudo em relação aos espaços de comercialização direta por meio das famílias agricultoras ou de suas organizações. Basta lembrar que o Estado brasileiro concede renúncia fiscal às exportações de commo-

dities e outros produtos desde 1996, quando foi instituída a Lei Kandir, além de renúncia fiscal aos agrotóxicos. Seria importante criar um regime fiscal simplificado e apropriado às dinâmicas de comercialização e à realidade da agricultura familiar camponesa, dotado de mecanismos de fácil apropriação, operacionalização e escrituração contábil, tanto por organizações da agricultura familiar quanto pelas próprias famílias. Isso contribuiria para retirar da informalidade milhões de famílias agricultoras e milhares de organizações de economia familiar.

Quanto à vigilância sanitária, possivelmente a questão mais relevante se refere à comercialização de alimentos de origem animal, sucos, bebidas e polpas de frutas. A regulamentação e fiscalização desses produtos são prerrogativas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), que opera voltado ao atendimento dos interesses das grandes indústrias e processadoras de alimentos. A legislação atual e os procedimentos exigidos pelo Mapa à agricultura familiar camponesa promovem a exclusão de milhões de famílias agricultoras dos mercados formais de alimentos, ao mesmo tempo em que não exercem controle adequado aos produtores que utilizam agrotóxicos e cultivam lavouras com sementes transgênicas.

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) tem divulgado dados sobre alimentos comercializados com resíduos de agrotóxicos acima do permitido pela legislação nacional. Cabe lembrar que em alguns casos os parâmetros de resíduos de agrotóxicos no Brasil são mais elevados que em outros países, a exemplo do glifosato na União Europeia (MORAES, 2019). Além disso, têm sido registrados resíduos de agrotóxicos em determinados alimentos, sem a devida aprovação para esse fim (JARDIM; ANDRADE; QUEIROZ, 2009). Muitos produtores fazem aplicações de forma indiscriminada em seus cultivos e não se vê nenhuma reação da fiscalização do Mapa para coibir essa prática. Por fim, o monitoramento de transgenia em sementes de variedades de

milho crioulo, oriundas dos processos de seleção e manejo das comunidades agricultoras, tem identificado sérios problemas de contaminação das variedades tradicionais por variedades transgênicas (AMÂNCIO, 2022). Da mesma forma, não há providências por parte dos órgãos governamentais – sobretudo do Mapa – para proteger o direito das agricultoras e agricultores de seguirem manejando suas sementes tradicionais de milho, sem que corram riscos de contaminação.

Os órgãos oficiais de controle exigem que os alimentos orgânicos ou agroecológicos sejam certificados, impondo um processo complexo de acompanhamento pelas famílias agricultoras. Mesmo nos processos de certificação participativa não é simples cumprir essas exigências. Ressalta-se que o Mapa exerce seu papel de fiscalização, com checagens sistemáticas sobre o cumprimento dos procedimentos pelas famílias, contrastando com sua frouxa ou inexistente atuação fiscalizatória em relação à circulação de alimentos convencionais, produzidos com agrotóxicos e sementes transgênicas.

### *Desafios ao fortalecimento dos mercados territoriais*

Três grandes temas, que podem ser considerados desafiantes, merecem atenção particular nos aprendizados e no debate sobre as experiências de construção dos mercados territoriais: a questão sanitária; os aspectos formais (tributários e contábeis) para o funcionamento desses mercados, em especial os espaços fixos; e a certificação orgânica.

Com relação à legislação sanitária, sabemos que os parâmetros estabelecidos, sobretudo para a comercialização de produtos de origem animal, sucos e polpas, não são adequados à realidade da maior parte da agricultura familiar camponesa. São enormes os



desafios nesse campo. Parte deles pode ser resolvida a partir da ação dos municípios por meio da institucionalização dos Serviços de Inspeção Municipal (SIM). Essa é uma ação importante, mas de caráter restrito, podendo ser potencializada a partir da formação de consórcios intermunicipais, ampliando a comercialização para a área de abrangência dos municípios que integram o consórcio. Portanto, faz-se necessário que o Estado brasileiro promova adequações nesses sistemas, privilegiando a qualidade dos alimentos, em detrimento da concepção que superdimensiona a infraestrutura. Enquanto estratégia político-institucional, destaca-se a transferência das atribuições do Mapa para a Anvisa. Desse modo, a agência assumiria a responsabilidade pela definição das normas para a comercialização de alimentos para o mercado interno em todo o território brasileiro, tanto os de origem vegetal quanto animal, sucos, bebidas e polpas. Além disso, entende-se como fundamental a criação de uma legislação específica para a produção artesanal da agricultura familiar camponesa, a exemplo da Resolução de Diretoria Colegiada (RDC) nº 49 (Brasil, 2013).<sup>10</sup>

Com relação ao funcionamento dos espaços fixos, em geral, essas lojas dispõem de autorização legal para funcionamento expedida pela autoridade municipal (alvará de funcionamento). Todavia, isso é insuficiente, considerando que a comercialização de vários alimentos, sobretudo os produtos processados, torna necessário o recolhimento de impostos (estaduais e federais), além das exigências sanitárias. Fato é que, dada a dinâmica de funcionamento desses espaços, sua natureza jurídica e a origem de parte dos produtos processados (sem vínculo com algum dos sistemas de vigilância sanitária), essa condição pode colocar em risco a vigência futura dessas iniciativas nos mercados territoriais. Enquanto pequenos, esses espaços tendem a ser tolerados pelo poder público ou, até mesmo, por empresas que atuam nesse ramo de alimentos, a exemplo dos supermercados e atacarejos. Mas à medida que forem crescendo podem despertar a atenção de agentes privados, podendo levar a algum tipo de denúncia ou

mesmo ocorrer uma ação de fiscalização por iniciativa de organismos estatais, o que poderia - dependendo do contexto em que isso venha a ocorrer - inviabilizar a continuidade da comercialização devido à inadequação legal.

Vale destacar também as restrições colocadas às formas de organização da agricultura familiar devido ao balizamento de normativas a partir de arranjos e concepções verticalizadas. No processo de estruturação do Empório Kaeteh, em Ouricuri, no estado de Pernambuco, os agricultores e agricultoras tentaram organizar, em 2003, uma cooperativa de abrangência territorial. Apesar do ânimo dos/as envolvidos/as, as exigências associadas à formalização das cooperativas como, por exemplo, os altos custos contábeis, acabaram impedindo sua efetivação. A constituição de uma associação de agricultores e agricultoras foi a alternativa encontrada para garantir a continuidade do engajamento coletivo no tema dos mercados. Essa associação é hoje responsável pelo abastecimento do Empório e de outros circuitos territoriais como as feiras agroecológicas, lançando luzes sobre estratégias criativas de ressignificação de políticas públicas que, ao invés de fortalecerem a agricultura familiar, impõem barreiras ao seu desenvolvimento.

Como todas as experiências aqui relatadas integram o campo agroecológico, torna-se importante destacar que os critérios de confiabilidade não deveriam ser mediados ou afirmados a partir dos processos de certificação, mesmo que por meio do Sistema Participativo de Garantia (SPG). Mais importante que o selo orgânico ou agroecológico é a relação de confiança que se estabelece entre quem produz e quem consome, sem a necessidade da chancela do Estado. A maior parte da produção oriunda da agricultura familiar camponesa, pela própria lógica da gestão de suas economias e das estratégias técnicas, está inserida em distintas trajetórias e graus de transição agroecológica. Essa inserção pode ser identificada nas estratégias técnicas e nos manejos

agrícolas, em que pese as famílias camponesas no semiárido brasileiro frequentemente não se identificarem explicitamente como “agricultoras/es agroecológicos”, sobretudo por não terem tido oportunidades de participar de processos que permitam se apropriar desse debate e reflexões sobre a agroecologia.

Segundo o Censo Agropecuário 2017 (IBGE, 2019), os sistemas de produção da maior parte dos estabelecimentos vinculados à agricultura familiar não utilizam agrotóxicos e fertilizantes. São milhões de famílias que se enquadram nessa condição, sendo possível, assim, considerar que parte expressiva dessas famílias se encontram em processo de transição agroecológica, mesmo sem assim se identificarem. Por outro lado, em que pese não utilizarem agroquímicos, muitas dessas famílias fazem uso de sementes transgênicas no cultivo do milho ou têm suas lavouras expostas à contaminação, em decorrência do avanço da produção de milho transgênico em larga escala. Essa situação aponta, de um lado, para a necessidade de políticas públicas de fomento e proteção das sementes tradicionais e variedades de milho e, de outro, para os impactos negativos da difusão das variedades transgênicas pelos mercados convencionais e os desafios resultantes colocados à transição agroecológica e às experiências agroecológicas em curso.

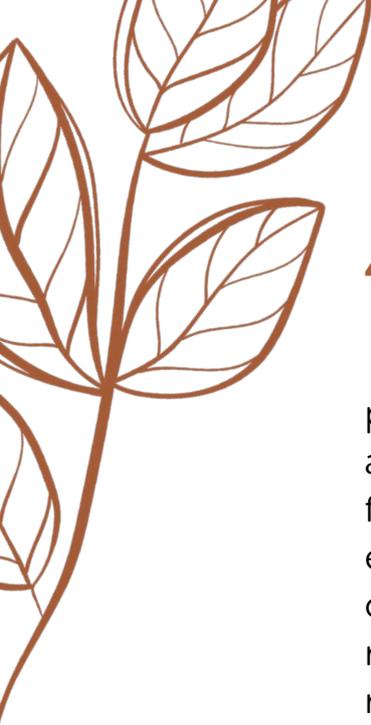
Da mesma forma que as estruturas emergentes dos mercados territoriais vão sendo construídas e cumprem papel positivo na reconfiguração de sistemas agroalimentares descentralizados e autogeridos, não devemos minimizar as feiras livres e convencionais, assim como os pequenos mercados, como canais fortemente capilarizados de abastecimento alimentar. Cabe, no entanto, não confundir esse tipo de organização dos mercados territoriais com as grandes redes de supermercados e atacarejos. Estes, juntamente com a indústria de alimentos, são responsáveis pela desestruturação dos mercados tradicionais locais, das economias e dos hábitos alimentares regionais e, em consequên-

cia, pela padronização dos modos de produção, abastecimento e consumo.

Ao contrário, os mercados territoriais se caracterizam pela diversidade das estruturas e das formas de gestão que os organizam, bem como pela natureza biodiversa dos alimentos que ofertam ao público consumidor, seja no meio rural ou urbano. No caso das experiências sistematizadas, mesmo em um contexto de restrição hídrica, como no Semiárido, foram identificados, nos mercados territoriais, a depender da experiência, até 70 tipos de alimentos ofertados ao longo do ano. Essa diversidade possibilita a estabilidade técnica e econômica dos agroecossistemas, ao mesmo tempo em que a comercialização da diversidade produtiva fortalece a segurança, os hábitos e as culturas alimentares regionais e o acesso à alimentação saudável. Do ponto de vista social e político, a agrobiodiversidade na produção e nos mercados territoriais viabilizam renda para as famílias agricultoras, contribuindo também para a justiça de gênero e a autonomia financeira das mulheres agricultoras, além de fortalecer a participação delas e da juventude rural nos espaços de tomada compartilhada de decisão.



Doraci mostra o queijo coalho feito em sua propriedade. Tradição cultural do território, é comercializado em mercados territoriais do agreste pernambucano. Foto: Darliton Silva/ Acervo CENTRO SABIÁ



## 4.2 – Práticas e valores associados

Nas práticas cotidianas da construção conjugada de suas experiências produtivas e dos mercados territoriais, agricultoras e agricultores familiares combinam, nos termos de Santos (2006), fazeres e saberes exercitados desde as unidades produtivas até os espaços de venda, troca e doação. A realização das feiras agroecológicas, os pontos fixos de comercialização, a venda na comunidade e as compras públicas são expressões de práticas que conectam e nutrem múltiplas relações de complementaridade e de cooperação entre experiências tanto no âmbito produtivo como na esfera dos mercados e da organização social e política dos territórios. Esse princípio relacional constitutivo das práticas que organizam os mercados territoriais possibilita que se articulem, em um mesmo processo, a construção política dos sujeitos coletivos e as dimensões mercantil e econômica da produção, trazendo à tona valores e sentidos que orientam essas práticas.

Em uma sala cedida pela Igreja Católica local, reformada em mutirão pelos/as agricultores/as, valendo-se do fundo da feira agroecológica já existente, foi estabelecida a Quitanda Agroecológica do município de Arara, no território da Borborema, na Paraíba. Os alimentos são entregues para a venda, em consignação, pelos agricultores e agricultoras, às segundas, terças e sextas-feiras. Toda sexta-feira, dia da feira, os/as feirantes, também fornecedores/as da Quitanda, aproveitam sua presença na cidade para receber o pagamento semanal pela venda de seus produtos e para ofertar ali possíveis excedentes. Durante a feira, a Quitanda permanece fechada, a fim de evitar concorrência entre os dois espaços de comercialização.

As estratégias de funcionamento da Quitanda baseiam-se no compartilhamento de responsabilidades por meio da constituição de comissões e reuniões mensais para avaliação e nivelamento de informações, orientadas pela transparência e pela confiança.

Já para as/os consumidoras/es, conhecer a origem dos alimentos que estão comprando é um fator que motiva a frequentar a feira e também a Quitanda. A precificação dos alimentos acompanha a dos mercados convencionais de Arara, a fim de garantir alimentos saudáveis a preços populares e acesso ampliado à população local. O entendimento coletivo é que o alimento de qualidade, saudável, livre de transgenias e agrotóxicos, é um direito e não deve, portanto, ser limitado a um nicho de mercado (restrito a quem pode pagar mais caro por um alimento orgânico). Os alimentos e produtos da Quitanda, assim como da feira, circulam também entre as famílias agricultoras. As vendas, trocas e doações entre os/as agricultores/as, compreendidas como “ajuda mútua”, permitem que as famílias tenham acesso a maior diversidade de alimentos para consumo próprio, reforçando a segurança alimentar e nutricional, seja por meio da compra ou de relações de reciprocidade possibilitadas pela participação nos mercados.

A presença de relações monetizadas e não monetizadas nos mercados territoriais demarca uma das características diferenciadoras fundamentais das lógicas de funcionamento desses mercados frente aos mercados convencionais. Tanto as práticas sociais como a apreensão analítica de seus processos de construção são incompatíveis com a concepção dos mercados como espaços sociais regulados por relações mercantilizadas e concorrenciais. Ao contrário, as experiências concretas sinalizam que a chave mestra de sua construção e de sua vitalidade reside na cooperação e na convergência de interesses entre seus protagonistas, agricultores e agricultoras.

Nessa ótica, a Feira Agroecológica e Solidária de Itaipoca, no Ceará, evidencia que os mercados territoriais funcionam também como plataformas de conexão entre diferentes circuitos mercantis e como fontes inspiradoras para a criação de novas experiências. A Feira se identifica como “solidária”, porque, além das relações de compra e



venda de bens alimentares, é pautada pelo cuidado mútuo entre os agricultores e agricultoras, seja na troca das “sobras” de produtos ao final da feira, seja no compartilhamento de conhecimentos e ensinamentos acumulados pelas experiências. Reconhecida como a primeira feira agroecológica do Ceará, a Feira de Itapipoca tornou-se referência de aprendizados para a estruturação de novas feiras. A densificação desse processo interativo de aprendizados resultou na criação da Rede de Feiras Agroecológicas e Solidárias do Ceará, que articula e apoia as dinâmicas de gestão das feiras pelos agricultores e agricultoras por meio de reuniões, intercâmbios e visitas a quintais produtivos, cultivos e criações.



A Feira de Itapipoca/CE é a experiência mais antiga da Rede de Feiras Agroecológicas e Solidárias do Ceará. Foto: Cacheado Braga/Acervo CETRA

A compreensão dos mercados territoriais como instituições fomentadoras de iniciativas de caráter coletivo, nos conduzem também à Central da Caatinga, na Bahia. A Central é identificada como parte da realização do sonho de fazer convergir para um ponto fixo de comercialização volumes cada vez maiores da diversificada produção da agricultura familiar camponesa, envol-

vendo grupos, cooperativas e associações integrantes da Rede Sabor Natural do Sertão (RSNS).

A participação em mercados mais estruturados e coletivamente geridos foi, durante muito tempo, uma condição distante da realidade dos agricultores e agricultoras familiares do território do Sertão do São do Francisco. Essa condição deveu-se, sobretudo, à falta de apoio das políticas públicas, à inexistência de assistência técnica qualificada, à insuficiência de capacidades organizativas instaladas e do acesso a informações. Esse contexto foi sendo progressivamente revertido por meio de parcerias, sobretudo com as organizações de assessoria da sociedade civil (ONGs). A partir daí, foram iniciados ciclos formativos, como a realização de cursos e intercâmbios. Estes se voltaram à gestão coletiva de mercados, planejamento e beneficiamento da produção, precificação dos produtos, remuneração justa do trabalho dos agricultores e agricultoras envolvidos, estratégias de comercialização, criação de marcas e rótulos para a comercialização.

O progressivo fortalecimento da ação em rede e o conhecimento mútuo favorecido pelas atividades formativas estimularam agricultores e agricultoras para a criação da marca Sabor Natural do Sertão, o aprimoramento da estrutura das feiras e a constituição de novas capacidades para participação nos mercados institucionais. Os resultados positivos alcançados pelos arranjos econômicos e de organização coletiva, combinados ao amadurecimento da experiência na gestão dos mercados, possibilitaram a criação da Central da Caatinga pelo coletivo de agricultores e agricultoras envolvido. Resultante de ações em rede, o ponto fixo segue fomentando o fortalecimento das ações coletivas.

Como modo de funcionamento, a Central recebe os produtos de coletivos da agricultura familiar: grupos informalmente organizados, associações e cooperativas. A participação extensiva a coletivos não formalizados de fornecedores estimula o crescente

adensamento e diversificação das dinâmicas de comercialização. Ao mesmo tempo, o recebimento de produtos a partir de coletivos fomenta conexões de complementaridade e de aprendizado entre os grupos participantes. Esse padrão de organização e funcionamento tem conferido ainda à Central e aos grupos aderentes crescente capacidade mediadora e de gestão sobre os ciclos técnicos e econômicos que articulam as produções dos agroecossistemas à esfera do consumo, o que se traduz, no final da linha, em autonomia e otimização das rendas das famílias agricultoras.



A Central da Caatinga valorizou e incentivou a produção de mel das comunidades tradicionais do Sertão do São Francisco/BA. Foto: IRPAA

Na Feira de Surubim, em Pernambuco, a relação entre produção e comercialização carrega também como princípio a promoção da autonomia das famílias agricultoras. Para elas, a busca da autonomia não significa uma ação individualizada. Ao contrário, é um objetivo coletivo, que pressupõe a criação de vínculos por meio do compartilhamento de responsabilidades entre feirantes e a construção de relações de mútua confiança entre eles/as. O

sistema de governança da Feira envolve, principalmente, um regimento interno, aprovado em Assembleia, combinado com uma coordenação eleita a cada dois anos e a realização de reuniões mensais de avaliação. Este arranjo de funcionamento foi estendido à gestão municipal por meio da assinatura de uma carta de compromisso com as famílias agricultoras, na qual o município assume o compromisso de fornecer serviços básicos durante o funcionamento dessa Feira.

O envolvimento com a gestão municipal, além da garantia de autorizações para uso do espaço público e fornecimento de serviços ao funcionamento dessa Feira, reafirma também o sentido público dos mercados territoriais. No caso da Feira de Surubim, por exemplo, os/as feirantes assumiram para si a atribuição da limpeza da rua tanto antes, quanto após o encerramento da feira, em um gesto pedagógico e simbólico de entendimento de que a feira não é simplesmente um mercado realizado na rua, mas um momento de integração entre a agricultura familiar, a população urbana e a paisagem das cidades.

Por isso mesmo, para os feirantes da Feira de Surubim, é fundamental que esse mercado territorial seja um espaço agradável e prazeroso, as pessoas possam partilhar, além de alimentos saudáveis, afetos e amizades.

Os agricultores e agricultoras que constroem os mercados territoriais estabelecem constantes relações de diálogo entre si nos espaços de comercialização. Seja nas feiras, nas quitandas ou nos mercados institucionais, as trocas de saberes fortalecem o aprendizado comum, objetivando, não a replicação de forma indiscriminada das experiências acumuladas, mas a tradução a cada realidade daquilo que se apreende e é adaptado de forma criativa.

No caso da contratação do PAA executado em Pilão Arca-

do, na Bahia, a participação no mercado institucional tornou-se possível graças aos acúmulos prévios relacionados ao exercício de ações em redes de reciprocidade no território. O prazo exíguo então disponível para a organização de informações para responder aos requerimentos logísticos e burocráticos foi cumprido por meio de uma intensa mobilização, que envolveu organizações de assessoria, associações comunitárias e grupos locais. Essa capacidade de organização interativa é fruto das práticas coletivas que vêm sendo exercitadas pelas comunidades e organizações ao longo de anos. Essas práticas são evidências de fortes conexões existentes entre os sujeitos do território, capazes de reorientar suas iniciativas cotidianas em referência à entrada de novos dispositivos e demandas, como é o caso dos processos de estruturação produtiva e a ampliação do volume e diversidade de alimentos ofertados pelas famílias, potencializados pela participação no mercado institucional.



Diversidade de alimentos ofertados pela agricultura familiar de Pilão Arcado/BA para o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). Foto: Clara Stihel para o data-labe

No Laticínio da Cabra, na Bahia, a constituição do mercado territorial envolveu a valorização do leite de cabra, produto com o qual os agricultores e agricultoras já trabalhavam, sendo destinado, porém, apenas à alimentação das famílias. Apesar de a caprinocultura ser uma das atividades integrantes da paisagem do Semiárido, os/as agricultores/as participantes dessa experiência comercializavam exclusivamente a carne. A estratégia de criação do laticínio foi orientada, então, para viabilizar o processamento e a comercialização do leite de cabra, com isso ampliando e intensificando a economia da caprinocultura no território. Os derivados de leite têm sido comercializados em diferentes municípios do estado da Bahia, sendo o leite pasteurizado entregue ao PAA Leite. De forma complementar, o laticínio incorporou a assistência técnica como parte de suas ações, passando a manejar a caprinocultura por meio da adoção de práticas agroecológicas, voltadas, sobretudo, à alimentação dos caprinos.



Laticínio DACABRA incentiva a produção e o consumo de leite de cabra na Bahia. Fotos: Ana Naara/Acervo FUNDAÇÃO APAEB



No Empório Kaeteh, em Pernambuco, o mercado territorial tem também contribuído à diversificação dos arranjos locais, combinando fortalecimento e novos enredamentos. À estratégia de criação do ponto fixo precedeu a organização do Centro de Agricultores Agroecológicos do Araripe (Copagro), dedicado à participação em múltiplos circuitos mercantis, fortalecendo assim a sinergia que os mercados territoriais congregam, se tornando o polo responsável pela gestão do Empório. Da criação do Centro, em 2003, até a inauguração do Empório, dedicou-se um ano de trabalho coletivo. Ao longo dessa trajetória, o Empório propiciou um ambiente estimulador para o aumento da participação das mulheres e de jovens nos mercados territoriais, promovendo, simultaneamente, o fortalecimento de suas capacidades de comercialização e maior atuação nas instâncias da agricultura familiar no território. As mulheres estão presentes na coordenação das feiras, do Empório e da Rede Agroecológica do Araripe.

O envolvimento e a participação das mulheres agricultoras nas redes, nas organizações e nos mercados territoriais, carregam um componente de aprendizado e também de alerta sobre as relações econômicas, sociais e de enfrentamento das desigualdades. A compreensão de que os mercados são construídos de forma integrada à sociedade, e não como instâncias autorreguladas, tem sido frequentemente debatida (POLANYI, 2000; BECKERT, 2007). Contudo, nem sempre é ponderado que a sociedade é também o lugar em que se (re)produzem as injustiças sociais. Nesses termos, o que o engajamento das mulheres nesses mercados territoriais tem apontado é a necessidade de colocar em questão também as sujeições enraizadas na sociedade, especialmente as de gênero (FRASER, 2011).

As agricultoras da Bodega Agroecológica, na Paraíba, têm trabalhado sob essa ótica. A constituição do próprio ponto fixo ancora-se no empoderamento das mulheres. Ainda em 2008, a partir do Coletivo Regional, elas realizaram uma visita à Casa da



Mulher do Nordeste, em Afogados da Ingazeira, no estado de Pernambuco. O objetivo era conhecer experiências de novos mercados, especialmente organizados sem a presença dos chamados “atravessadores”. As agricultoras da Bodega lembram como essa visita foi inspiradora e que, logo ao retornarem, iniciaram as mobilizações para a constituição de um espaço para comercializar a produção agroecológica das mulheres. No mesmo ano foi inaugurada a Bodega Agroecológica.

No caso da Bodega Agroecológica, os intercâmbios e aprendizados, além da criação do ponto fixo de comercialização, serviram de inspiração para a abertura de diálogos feministas. O Grupo de Trabalho (GT) de “Acesso a Mercados” é a principal instância de articulação da Bodega. As mulheres representam cerca de 95% das integrantes do GT, tendo uma postura crítica, problematizando a construção social dos mercados e tensionando a reprodução de relações patriarcais no interior desses espaços. Enquanto estratégia, elas criaram um grupo específico de mulheres no qual discutem os temas da comercialização e dos mercados de forma articulada com as relações de gênero, a violência doméstica e o feminismo, constituindo também um canal próprio de denúncias e assistência às mulheres vítimas da violência de gênero. Para além da comercialização, a Bodega tem se tornado um espaço de questionamento das injustiças de gênero reproduzidas nas comunidades e, muitas vezes nos lares, alertando que, embora enraizados socialmente, mesmo nas famílias e organizações que estão articuladas às experiências dos mercados territoriais e da agroecologia, também se reproduzem valores e relações de poder próprios do patriarcado.

Com esse entendimento, as mulheres seguem protagonizando e construindo valores emancipatórios ao mesmo tempo em que participam proativamente dos mercados territoriais. Na escala comunitária, as agricultoras da comunidade Riacho dos Cavalos, no Ceará, comercializam sua produção na vizinhança,

combinando as vendas, trocas e doações de alimentos. Os/as consumidores/as são em grande parte vizinhos (ou conhecidos) e parentes, o que explica o forte componente de afetividade que marca as relações neste mercado. Trata-se de uma economia do cuidado que combina solidariedade e geração de renda. Segundo uma agricultora envolvida “quando eu ofereço o leite e a pessoa não pode pagar na hora, ela fica de pagar depois. Ou então eu faço doação. Nunca me faltou nada por causa disso”. Ao contrário da escassez, o que as agricultoras identificam a partir da combinação entre comercialização, doação e troca na comunidade é, também, um sistema no qual há reciprocidade ou, nas palavras delas, “é dando que se recebe”.

Enquanto estratégia de participação em diferentes circuitos mercantis, as agricultoras de Riacho dos Cavalos criaram um grupo informal para fornecimento ao mercado institucional (para alimentação escolar), no qual uma agricultora se cadastra e comercializa em seu nome, mas os alimentos são provenientes da produção de várias delas e o resultado financeiro é dividido em função da produção entregue nas escolas. Na Feira Agroecológica e da Economia Solidária de Riachão de Jacuípe, na Bahia, majoritariamente gerida por mulheres, elas traçaram plano semelhante. Quando a feira iniciou a produção era ainda incipiente, mas isso não podia ser motivo de desânimo. As barracas continham, então, produtos de duas ou três agricultoras

*“(...) passamos a dar sustentação para outras companheiras, quando uma não tinha mercadoria suficiente, todas se juntavam e motivavam umas às outras, e nós nunca deixamos ficar sem nada nas barracas” (Joanalice de Santana Santos, Agricultora da comunidade de Mandassaia I).*

O que se evidencia é que as práticas nos mercados territoriais têm permitido ocupar o espaço público, dando visibilidade à produção das mulheres agricultoras, que por muito tempo esteve (e,

em muitos casos, ainda está) relegada a uma mera obrigação doméstica. Na Feira Agroecológica de Caraúbas, no Rio Grande do Norte, as agricultoras destacam que a participação no mercado territorial possibilitou a atribuição de novos significados ao trabalho delas. Como explicam, havia uma descrença por parte das famílias, incluindo os maridos, e, também, os filhos homens, de que a produção oriunda das hortas e quintais pudessem gerar renda. Essa função econômica era atribuída exclusivamente ao subsistema do roçado, historicamente manejado pelos homens. A partir do envolvimento das mulheres na Feira, essas percepções têm se modificado, sobretudo pelo impacto na renda gerada por meio da comercialização, do aumento da produção e da diversificação produtiva das hortas e dos quintais manejados pelas mulheres. Em alguns casos, a receita das mulheres chega a ser 1/3 superior, quando comparada à renda originada nos roçados, o que fez com que os homens também passassem a valorizar a feira.



Vanusa Vieira prepara com cuidado a enorme diversidade comercializada semanalmente por ela e sua família na Feira Agroecológica de Caraúbas/RN. Foto: Thamires



Essa nova percepção pelas famílias e, sobretudo, pelas próprias agricultoras, tem permitido o contínuo envolvimento de um número crescente delas na luta por ampliar sua autonomia e no enfrentamento do machismo. O engajamento das mulheres na Feira de Caraúbas tem sido ainda inspirador para a juventude do território, que tem aprendido com elas a possibilidade e os caminhos da geração de renda por meio da participação nos mercados territoriais e nas redes sociais nas quais elas se ancoram.

O reconhecimento de que a conquista dos mercados territoriais pelas mulheres interpõe, ao mesmo tempo, barreiras à sua plena participação, bem como a constatação da sobrecarga de trabalho resultante da intensificação das atividades das agricultoras na esfera da comercialização, colocam em destaque o contrassenso de pensar e construir mercados enraizados na sociedade. Isso, sem colocar em questão a própria sociedade e as injustiças que nela se (re)produzem. Os mercados territoriais, tanto do ponto de vista da proposição teórica, quanto das múltiplas experiências concretas que neles se desenvolvem, têm aberto a agenda de debates sobre essa questão, ao serem permeáveis às dimensões políticas implicadas em sua própria construção. Ao terem como fundamento de sua construção práticas e valores engendrados cotidianamente pelas agricultoras e agricultores e suas instâncias organizativas, os sujeitos coletivos desses mercados constroem e asseguram sua vitalidade, reconhecendo, inclusive, que muito ainda está por ser feito.

### **4.3 – Economia dos mercados territoriais e seus efeitos não econômicos**

As experiências da agricultura familiar camponesa sistematizadas e apresentadas neste trabalho são expressivas de um modo recorrente de construção de mercados territoriais. As estratégias que orientam essa construção estão voltadas para a ocupação de

espaços econômicos localizados em uma grande multiplicidade de municípios e estruturados sob diferentes formas de gestão. Os dados colhidos em todas as etapas da sistematização evidenciam que a ação coletiva e os interesses convergentes entre os sujeitos envolvidos constitui o princípio organizador dos processos de formação e de funcionamento dessas experiências. Ao mesmo tempo, sobressai do estudo que a ação autoregulada é entendida pelos agricultores e agricultoras participantes dessas experiências como condição para a construção combinada de autonomias nos planos produtivo, econômico e político. Há ainda uma otimização sinérgica qualificada pelo trabalho das famílias agricultoras e da coletividade em todas as etapas e esferas do processo econômico, desde a produção à comercialização e à esfera do consumo dos alimentos produzidos, seja individual, seja coletivamente.



Essa sistematização evidencia que esse conjunto de experiências, à primeira vista, podem transmitir a impressão de serem pequenas e de caráter muito localizado. Mas, ao contrário, essas experiências estão capilarizadas, constituídas em redes territoriais, promovendo, novas institucionalidades, além de contribuir para a estruturação e a regulação de mercados de proximidade. Essas iniciativas se conectam e buscam complementaridades entre si, ao mesmo tempo em que alcançam crescentes escalas, não exclusivamente pelo crescimento endógeno, mas também como subsistemas de novas economias dinamizadoras de sistemas alimentares emergentes nos territórios.

São inúmeras as experiências similares pelo Brasil, incluindo capitais dos estados e cidades pequenas e médias. Nesse rol de experiências estão as feiras ("livres", "de produtores", "agroecológicas" e outras); os espaços fixos de comercialização, que em cada território ganham uma identidade (a Bodega, a Central da Caatinga, o Empório e a Quitanda); a venda comunitária de alimentos

e outros produtos (realizadas por famílias individualmente ou em grupos informais); os mercados institucionais ou compras públicas (PAA e PNAE); e as cestas de alimentos agroecológicos e artesanais entregues por meio de *delivery* (que foram incrementadas a partir do primeiro ano da pandemia).

Essas experiências desenvolvidas em pequena escala demonstram alto grau de complexidade nas dinâmicas de funcionamento desses mercados, tecendo diferentes arranjos organizativos. Em um primeiro nível da sucessão complexa de operações funcionais, esses arranjos se expressam na gestão do processo produtivo, na qual cada família agricultora maneja os agroecossistemas, para, em seguida, organizar as produções para a comercialização. Do ponto de vista logístico, o transporte das produções aos locais de venda pode ser realizado por cada família ou organizado em pequenos grupos, seguindo a lógica da proximidade (vizinhança) ou da localização em uma mesma rota a ser percorrida até o ponto de venda. Por fim, o último nível das operações funcionais remete à organização dos espaços e das dinâmicas de comercialização, segundo as especificidades e a natureza dos mercados. Cada experiência expressa sua identidade a partir de elementos próprios da agricultura familiar camponesa e do contexto territorial no qual está inserida, além da trajetória das organizações que dão sua identidade a cada coletivo.

Ao mesmo tempo, há elementos que transbordam a especificidade dos territórios e que estão presentes de forma recorrente na organização econômica e nas experiências da agricultura camponesa, tais como: a gestão coletiva; a produção em pequena escala e diversificada; a relação direta com consumidores(as); e os preços compatíveis com o mercado local. Mesmo nesses elementos comuns, a heterogeneidade é marca característica do conjunto. Isso denota a capacidade das organizações locais para criar ou adaptar processos apropriados a cada realidade, implantando dinâmicas próprias de gestão. Mesmo considerando a

escassez de recursos, essas organizações são protagonistas de inovações, tanto na produção quanto na comercialização.

### *A coprodução entre agroecossistemas diversificados e mercados territoriais*

No Semiárido, a agricultura familiar coloca em prática estratégias de formação de estoques de recursos para atravessar os períodos sazonais de estiagem. Essa é uma das linhas centrais do princípio da convivência com o semiárido (PETERSEN et al, 2002). As práticas de estocagem estão relacionadas, sobretudo, à alimentação para os animais, à guarda de sementes (nativas ou adaptadas) para a próxima safra, às reservas de água para diferentes consumos, às reservas de biomassa para fertilização dos solos e ao armazenamento de grãos para garantir a alimentação da própria família.



A produção própria de forragens é uma das principais estratégias para garantir a produção pecuária no semiárido. Animais vendidos nos mercados territoriais são fonte importante de renda para agricultura familiar e promovem segurança alimentar para as populações urbanas. Foto: Tovinho Regis/Acervo SASOP



A disponibilidade de água durante o período de estiagem permite a intensificação das produções do agroecossistema, incluindo notadamente as espécies forrageiras e a manutenção dos animais, que constituem um importante ativo no contexto da economia da agricultura camponesa nessa região. Os dados agregados dos estudos de caso das economias de sete agroecossistemas vinculados aos mercados territoriais sistematizados apontam que, em 2020, – período de análise – a composição monetária média dos ativos em estoque, incluindo os animais vivos (caprinos ovinos e bovinos) somaram R\$ 9,6 mil. Considerando que os estoques constituem uma reserva que pode ser mobilizada total ou parcialmente pela venda para cobertura de despesas familiares ou de custos produtivos imprevistos, esse valor anual médio dos ativos é notavelmente elevado: ele representa 53% da renda monetária das famílias e 76% dos custos produtivos no período. Nos anos de ocorrência de chuvas suficientes, a tendência é que haja um bom desempenho produtivo dos agroecossistemas e maior estabilidade econômica para as famílias agricultoras, o que permite o aumento e a valorização econômica das criações.

A feira de Surubim, município do agreste pernambucano, é um bom exemplo de como as práticas de intensificação produtiva se expressam nos territórios. Ao longo do ano, as sete famílias agricultoras que participam desse espaço de comercialização semanal ofertam cerca de 70 tipos de alimento diferentes. Essa diversidade também se expressa nas outras feiras sistematizadas neste estudo. No caso da feira do município de Itapipoca, no Ceará, a diversidade é ainda mais marcante, possivelmente em decorrência das características do entorno desse município, situado em área de transição biogeográfica, na confluência entre a serra (parte alta), o sertão e o litoral. Essa condição, associada aos modos de vida da agricultura camponesa da região, contribui para a conformação de expressiva heterogeneidade de agroecossistemas, refletindo na riqueza de sabores e na diversidade alimentar encontrada na feira.

A comercialização dos alimentos nas feiras ou em outros espaços de comercialização direta, na sua grande maioria, oferta alimentos frescos, in natura, minimamente processados ou recém preparados. Alguns são armazenados por mais tempo, sendo processados na safra e comercializados em outros períodos do ano, a exemplo de sucos, polpas de frutas, doces, conservas e mel. Existem também alguns fitoterápicos, que possuem durabilidade maior, além dos produtos de higiene pessoal e limpeza. Por serem produzidos em pequena escala e de forma artesanal, esses produtos não contêm conservantes prejudiciais à saúde. Essas características distinguem claramente os mercados territoriais dos convencionais. Nestes, a maior parte dos produtos ofertados é de origem industrial, muitos dos quais produtos ultraprocessados (alimentos reconstituídos), que contêm muito sódio, corantes e aditivos químicos que dão gosto e aroma artificial, sendo esses alimentos associados à ocorrência de doenças crônicas.

### ***Espaços de governança***

Os mercados territoriais se organizam por meio de mecanismos de gestão coletiva. A gestão das feiras, comparada a dos pontos fixos, tende a ser mais simplificada, além de menos onerosa, inclusive porque não depende da manutenção de espaço físico permanente para a venda e para o armazenamento dos estoques. Tanto as feiras quanto os espaços fixos possuem coordenações responsáveis pela gestão. Essas coordenações são, em geral, eleitas pelos participantes para mandatos pré-estabelecidos. Além de reuniões periódicas de avaliação, a própria dinâmica de funcionamento semanal das feiras estimula a interação permanente entre as famílias agricultoras. Dessa forma, caso seja necessário promover ajustes, os processos decisórios caracterizam-se por serem participativos e tempestivos. Em relação às despesas financeiras, os custos tendem a ser relativamente baixos, à exceção da renovação das barracas. Na feira de Surubim, a participação das mulheres é superior à dos homens. Além disso, a coordenação

vem sendo exercida por um jovem agricultor, contribuindo para a inclusão econômica da juventude e para a renovação geracional nas esferas de comercialização e de produção.

Nos pontos fixos, o papel da coordenação tende a ser ainda mais relevante. A dinâmica de funcionamento é mais complexa, exigindo maior rapidez e agilidade nas tomadas de decisão, sobretudo em relação ao dia a dia da comercialização. Nesse caso, de certa forma, as famílias agricultoras atuam mais como fornecedoras ou consumidoras, aproveitando para complementar suas necessidades com alimentos ou produtos de que não dispõem em suas unidades produtivas ou comunidades. Tal situação se expressa na Quitanda de Arara, no Território da Borborema, como também na Bodega, município de Soledade, região do Cariri e Seridó, ambas no estado da Paraíba e no Empório Kaeteh, em Pernambuco.

A escolha dos/as responsáveis pela gestão e funcionamento cotidiano da comercialização na Quitanda de Arara mereceu uma reflexão particular dos participantes do empreendimento. Acostumadas a comercializar diretamente nas feiras, as famílias agricultoras não acompanham o dia a dia da comercialização nesse novo espaço, ficando esse papel a cargo de quem está na gestão. O diferencial, neste caso, foi a participação ativa da juventude na gestão do ponto fixo, o que foi decisivo para a abertura e funcionamento da Quitanda. Como a juventude já estava envolvida na dinâmica da feira, essa experiência pôde ser valorizada ao assumirem a frente da gestão da Quitanda.



## ***Formação de preços***

Outro elemento relevante é a dinâmica de formação de preços. Tanto na feira quanto nos pontos fixos ela ocorre de forma coletiva ou, no mínimo, passa por um processo de construção de consensos sobre a referência do preço de comercialização. Nos espaços fixos, as famílias agricultoras contribuem com uma taxa sobre o valor comercializado para custear as despesas fixas de manutenção. Segundo uma das agricultoras responsáveis pela coordenação da Bodega, em Soledade, Paraíba, a contribuição (taxa administrativa) acordada foi de 10% sobre o valor que as famílias têm a receber pelas vendas. Ainda segundo a mesma fonte, esse percentual é pequeno em relação ao ganho que as mulheres agricultoras têm ao comercializarem os alimentos e outros produtos por meio da Bodega. Além de receberem um preço justo, comparado aos preços pagos no mercado convencional, elas contam com a garantia de colocação de suas produções, condição que, frequentemente, não têm asseguradas em outros circuitos de comercialização. Dessa forma, os mercados territoriais asseguram melhores condições para que as famílias agricultoras comercializem os seus excedentes de produção.

Os procedimentos estabelecidos no Empório Kaeteh, situado em Ouricuri, Pernambuco, foram distintos. Inicialmente, as famílias agricultoras deixavam os alimentos e produtos para comercialização em consignação, uma prática usual nos espaços fixos de comercialização da agricultura camponesa. O pagamento era realizado a cada 15 dias, considerando os alimentos e produtos comercializados. Caso houvesse perdas, as próprias famílias agricultoras arcavam com os custos. Atualmente, decorridos mais de 15 anos de experiência, o processo de gestão avançou e o pagamento passou a ser realizado no ato da entrega ou, no máximo, na semana seguinte, aproveitando o dia em que as famílias agricultoras vão à cidade comercializar na feira agroecológica. As perdas, quando ocorrem, passaram a ser cobertas financeira-

mente por um fundo de reserva constituído com a contribuição dos agricultores e agricultoras.

No Laticínio da Cabra, situado no município de Valente, no Território do Sisal, Bahia, a dinâmica de formação dos preços é distinta. As famílias agricultoras recebem R\$ 2,50 por litro de leite in natura. Por sua vez, o preço de venda ao atacado do litro de leite pasteurizado é de R\$ 5,48, mas esse valor leva em consideração o preço de compra in natura (pago às famílias agricultoras) e os custos de processamento e distribuição. A maior parte do leite pasteurizado comercializado no atacado (20% do total) se destina à região metropolitana de Salvador, implicando também alto custo de distribuição. A definição do preço do leite a ser pago pelas famílias agricultoras e o preço de venda no atacado é realizada pela equipe gestora do Laticínio, sendo apresentada na Assembleia anual a planilha de custos. Apesar de as famílias não incidirem diretamente na definição do preço, há uma relação de confiança estabelecida entre quem produz e a equipe gestora do laticínio.



Maria de Jesus entrega o leite para sua vizinha e cliente. O mercado comunitário de Riacho dos Cavalos, em Tauá/CE, gera renda para as agricultoras e promove segurança alimentar e nutricional para moradores da comunidade.  
Foto: Aline Moura/Acervo ESPLAR.

Por se tratar de uma iniciativa associativa local, essa relação difere daquelas impostas por empresas ou mesmo grandes cooperativas, nas quais, frequentemente, predomina o distanciamento entre os(as) associados(as) e a direção da organização. Em que pese o preço de venda do litro de leite de cabra pasteurizado entregue ao PAA ser 37% menor que o valor de venda no atacado, 80% do leite pasteurizado era comercializado ao programa. Mesmo com esse diferencial de preço, os agricultores e agricultoras consideram vantajosa a venda no PAA em função do volume comercializado e do baixo custo logístico envolvido na distribuição, pois entregam na cidade de Valente ou em municípios do Território do Sisal.

Após o processamento, o leite é comercializado sob diferentes formas (pasteurizado, queijo coalho, iogurte e doce de leite). O maior desafio enfrentado tem sido a venda, sobretudo em função dos preços do leite de cabra no varejo, em comparação ao preço do leite de vaca (cerca de R\$ 3,00/litro à época). O leite de cabra e seus derivados são bem mais caros, ainda mais considerando a realidade socioeconômica da maior parte da população do Território do Sisal. Por isso, o principal mercado territorial é o das compras públicas (PAA Leite), programa gerido pelo governo do estado da Bahia, a partir de recursos repassados pelo governo federal.

### ***Compras públicas de alimentos***

Dentre as experiências sistematizadas, em Pilão Arcado, Bahia, as famílias agricultoras comercializaram sua produção por intermédio do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), que possibilitava a aquisição de alimentos da agricultura familiar para a doação a pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional. Por se tratar de compras públicas, os preços de compra ficam a cargo do órgão executor (Conab ou estados), sendo uma decisão centralizada dificultando, muitas vezes, a definição de um

preço referencial compatível com o mercado local, diferente, por exemplo, do PNAE em que o valor é definido por cada município.

Mesmo com esses problemas relacionados ao preço e apesar de as famílias agricultoras do município de Pilão Arcado não terem acessado anteriormente o PAA, o resultado revelou-se surpreendente, tanto pela capacidade de resposta na oferta (volume e diversidade de produção) quanto pelo número de pessoas atendidas com a distribuição dos alimentos. Além disso, o valor destinado ao município pelo PAA foi de apenas R\$ 112 mil reais. Tendo sido executado entre maio e setembro de 2021, o programa possibilitou a compra da produção de 39 famílias agricultoras, que forneceram 131 mil quilos de alimentos para cerca de 1.000 famílias em situação de insegurança alimentar e nutricional. Estima-se que cada cesta de alimentos tenha sido composta com 33 quilos, possibilitando o acesso a um volume expressivo de alimentos saudáveis, produzidos em sistemas agroecológicos e adequados aos hábitos alimentares regionais.

As dificuldades enfrentadas, acentuadas pelo ano de seca, não impediram a participação no PAA das famílias agricultoras de Pilão Arcado, a começar pelo enfrentamento de certa descrença dos gestores municipais em relação à capacidade de reposta dessas famílias agricultoras à demanda pública por alimentos. Essa iniciativa evidencia que a eventual baixa disponibilidade de excedentes de alimentos na agricultura familiar decorre, em boa medida, da falta de estímulos e oportunidades para a intensificação da produção e da comercialização de alimentos. Por isso, o PAA representa uma política de fomento à produção, sendo geradora de oportunidades, sobretudo em territórios em que há forte presença de famílias agricultoras e, ao mesmo tempo, apresentam dificuldades de comercialização da produção de alimentos.

## ***Custos logísticos***

Quando a estruturação das feiras é comparada à dos pontos fixos, em geral, os desafios para a abertura e manutenção destes últimos mostram-se bem maiores. Cumprida a etapa da localização e adequação do espaço físico para a venda dos produtos, os desafios passam a ser a manutenção, em função dos custos fixos incorridos (luz, água, pessoal, impostos, aluguel, dentre outros). Como referência geral, os preços pagos às famílias agricultoras devem corresponder, no mínimo, aos mesmos praticados nas feiras, ao mesmo tempo em que os preços de venda devem ser compatíveis com os valores praticados no mercado convencional. Essas características são recorrentes nas experiências dos mercados aqui sistematizadas. E elas independem da qualidade diferenciada dos alimentos comercializados, permitindo que esses espaços se tornem, dentro do possível, referência para a aquisição de alimentos saudáveis, incluindo consumidores de baixa renda.

Outro elemento evidenciado nas sistematizações se refere à inviabilidade do pagamento de aluguel do espaço físico para a estruturação do ponto fixo. Segundo uma das lideranças, “a conta não fecha”. Para arcar com os custos de aluguel, seria necessário ampliar a contribuição das famílias agricultoras, reduzindo o valor líquido a ser repassado, o que poderia gerar desinteresse dessas famílias em seguir comercializando por meio desses espaços fixos devido ao alto custo de transação e consequente redução das expectativas de renda. Por essa razão, os espaços ocupados pelos pontos fixos em geral são cedidos por alguma organização ou instituição parceira. Nessas condições, o desafio colocado é o de assegurar que a localização do espaço seja compatível com a



estruturação de um ponto para comercialização de alimentos e produtos da agricultura camponesa, sobretudo em relação ao acesso e a circulação do público consumidor.

O Empório Kaethe, por exemplo, funciona em um espaço cedido pela ONG Caatinga. O local de funcionamento da Quitanda de Arara foi cedido originalmente pela Igreja Católica. Diferentemente de Ouricuri, município onde se localiza o espaço Kaethe, que conta com população estimada em 70 mil habitantes, Arara - onde está localizada a Quitanda - é um pequeno município rural, pouco urbanizado, com população total estimada em 14 mil habitantes (IBGE, 2022). Com esse perfil demográfico, a situação em Ouricuri é bem mais complexa. Além de ser um município de médio porte, é polo econômico relevante na região do sertão pernambucano, contando com forte concorrência de redes de supermercados e, mais recentemente, dos "atacarejos", o que exige uma localização estratégica do ponto fixo de comercialização.

O principal custo de manutenção das feiras é o de transporte. Na feira de Surubim, em Pernambuco, as famílias agricultoras que participam da feira residem em municípios vizinhos, o que aumenta a distância até a feira, implicando em elevados custos de deslocamento, mesmo para as famílias que dispõem de veículo próprio. Para as famílias agricultoras que dependem de transporte de terceiros, o custo é ainda mais alto, fator que pode, no médio prazo, inviabilizar a ida para a feira. Essa restrição tende a se acentuar em contextos como o atual, marcado pela elevação frequente dos preços dos combustíveis. Essa preocupação foi também assinalada pelas famílias agricultoras que participam da feira do município de Riachão do Jacuípe, na região metropolitana de Feira de Santana, Bahia.

### ***Sinergia entre os mercados***

As relações entre as experiências de comercialização nos

mercados territoriais, contrariamente aos mercados convencionais, não são marcadas pela concorrência, mas por laços de complementaridade mútua, independente dos formatos em que se estruturam: feiras, pontos fixos, compras públicas (PAA e PNAE) ou vendas comunitárias. Os relatos sobre as experiências apontam para a existência de fortes relações entre as feiras e os espaços fixos. Em geral, as organizações que constituíram os espaços fixos para comercialização se valeram dos aprendizados produzidos anteriormente nas feiras, como é o caso da Quitanda de Arara, do Empório Kaeteh e da Bodega de Soledade. As famílias que comercializam nos espaços fixos seguem vendendo nas feiras. A participação nos dois espaços de comercialização permite, inclusive, reduzir os custos com transporte dos alimentos e produtos até os pontos de venda. Assim, no dia em que se deslocam para a feira, as famílias aproveitam para transportar a produção que entregam semanalmente nos pontos fixos. Da mesma forma, famílias agricultoras da feira de Caraúbas, Rio Grande do Norte, fornecem para o PAA, assim como o grupo informal de mulheres da comunidade de Riacho dos Cavalos que entrega parte de sua produção para o PNAE.

No caso da Central da Caatinga, os processos de construção dos mercados articulam uma série de organizações formais e informais, chegando a comercializar cerca de 400 itens. Para dar vazão a essa diversidade de alimentos e produtos oriundos das organizações e grupos que formam a rede, a Central combina múltiplos canais de comercialização. Ela mantém um espaço fixo, o Armazém, em Juazeiro, onde pratica a venda direta; utiliza-se da estratégia de venda online (loja virtual); participa do mercado institucional (PAA, PNAE e para o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia – IFBA), participa de feiras eventuais; e organiza a venda para pequenas lojas e supermercados.



Inaugurado em 2022, o Armazém da Caatinga é gerido pela Central da Caatinga, um arranjo de base territorial que articula a produção da agricultura familiar camponesa oriunda de vários municípios do semiárido da Bahia.

Com o início da pandemia, as feiras foram temporariamente interrompidas, levando muitas famílias agricultoras a reduzir a produção. Mas logo passaram a restabelecer as vendas por meio virtual, utilizando as redes sociais no celular para registro da clientela e recebimento dos pedidos. Após a reabertura das feiras, esse sistema de venda virtual vem sendo mantido por muitas famílias.

Esse conjunto de práticas orientadas à diversificação dos circuitos de comercialização, à otimização das relações sinérgicas entre os mesmos, passando pelo estabelecimento de nexos funcionais que envolvem a produção, o consumo, as estratégias de redução dos custos de transação e o aumento da produtividade do trabalho visando ao incremento das rendas da agricultura familiar, constitui um pilar fundamental das relações sociotécnicas nas quais se apoia a construção dos mercados territoriais.

## ***Autoconsumo e geração de rendas monetárias***

Com o emprego do método Lume, foi possível estimar o incremento dos níveis de renda alcançados pelas famílias agricultoras após o ingresso das mesmas nos mercados territoriais. Os dados produzidos a partir dos estudos realizados possibilitaram estimar a relevância dos mercados territoriais para a formação das rendas familiares. A inserção nos mercados territoriais significou para a economia das famílias estudadas o incremento de 178% na renda agrícola monetária média, ou seja, a multiplicação por aproximadamente três vezes, evoluindo de R\$ 6,5 mil para R\$ 18,1 mil.

Cabe ressaltar, no entanto, que a renda agrícola não resulta apenas da produção vendida, já que também assume uma expressão não-monetária na forma de produção autoconsumida ou doada por meio de relações de reciprocidade. Embora não vendida (valor de troca), a produção destinada ao autoconsumo (valor de uso) é intensificada pela participação das famílias agricultoras nos mercados territoriais. Por essa razão, o aumento e a diversificação da produção com vistas à comercialização acabam exercendo importante papel sobre o incremento da segurança alimentar e a qualidade da dieta das famílias.

O aumento das produções amplia igualmente a economia de reciprocidade característica nas comunidades rurais. Trocas e doações de alimentos entre famílias e produções destinadas a parentes residentes em áreas urbanas foram práticas intensificadas após a inserção das famílias nos mercados territoriais. A renda agrícola não monetária média das famílias correspondia a R\$ 13,3 mil em 2020 (correspondente a 12 Salários Mínimos à época), sendo 76% referente ao autoconsumo e 24% às doações. O levantamento, realizado nos estudos com o método Lume, evidenciou que famílias comercializaram em média 18,7 produtos nos mercados territoriais. Segundo estimativa das famílias entre-

vistadas, na ausência desses mercados, a diversidade de produtos vendidos seria de apenas 12,4 produtos.

É importante sublinhar que os resultados econômicos identificados nos estudos de caso seriam mais significativos não fosse a coincidência do período de levantamento de dados com os efeitos conjugados da pandemia do Coronavírus e a desastrosa política regressiva do governo federal nas áreas do emprego e renda, além da expressiva inflação de alimentos. De um lado, o distanciamento social e a drástica redução da capacidade aquisitiva da população; de outro, a redução e o desmonte dos programas públicos de compra e de fomento à produção de alimentos pela agricultura familiar (PAA, PNAE e Programas de cisternas), de forma combinada, incidiram fortemente na desorganização dos circuitos de abastecimento dos mercados territoriais, com efeitos negativos sobre o potencial produtivo das famílias agricultoras e importantes perdas nas rendas familiares e redução da capacidade de compra das famílias de baixa renda.

É nesse sentido que os resultados sistematizados sobre a execução do PAA no município de Pilão Arcado, onde 39 famílias acessaram pela primeira vez o programa, expressam a importância desse formato de política pública para a formação e estabilização da renda. Ao mesmo tempo, tais resultados aportam evidências do impacto desestabilizador que a descontinuidade do acesso a esses programas induz sobre as economias das famílias agricultoras. Cada família recebeu em média R\$ 2.872, representando, à época, 2,6 Salários Mínimos de renda extra. Levando em conta que Pilão Arcado figura entre os municípios com elevados índices de pobreza e insegurança alimentar e nutricional da Bahia, esses dados evidenciam a relevância dos mercados territoriais na superação conjugada de desafios sociais, econômicos, ecológicos e sanitários no mundo rural do Semiárido brasileiro.

Para além dos efeitos sobre as condições da vida material das famílias agricultoras, as novas economias em construção nos mercados territoriais influenciam igualmente a dimensão político-pedagógica, ao conferirem visibilidade social aos papéis e aos lugares centrais ocupados pelas mulheres na gestão dos agroecossistemas e na comercialização das produções, bem como nas relações familiares e comunitárias. Essa nova representação coletivamente assumida relacionada ao papel das mulheres agricultoras como gestoras econômicas se expressa com grande relevância e força simbólica na ocupação autônoma de espaços de trabalho e produção nos agroecossistemas, ressaltando suas contribuições frequentemente majoritárias à formação das rendas familiares. Dentre os casos mais expressivos evidenciados no processo de sistematização, sobressai o exemplo sistematizado em Itapipoca, no Ceará, onde a mulher agricultora, por meio do manejo do quintal produtivo diversificado, gerou, em 2020, nos mercados territoriais, renda da produção vegetal e a criação animal no valor de R\$ 29 mil, correspondente a 26 Salários Mínimos. O número torna-se particularmente significativo quando contrastado com as rendas auferidas a partir do trabalho do marido, de R\$ 22 mil, e pelo filho jovem agricultor, de R\$ 16 mil. Esses diferenciais de renda, que se repetem em várias situações captadas pelas sistematizações, se traduzem em empoderamento, autoconfiança, autoestima e em novas autonomias exercitadas pelas mulheres na vida da economia familiar e associativa.



# Considerações finais



5.

A sistematização de experiências de construção e gestão de mercados territoriais no Semiárido brasileiro conduzida por organizações integradas à Rede Ater-NE de Agroecologia ressalta um conjunto de ensinamentos de grande relevância para o futuro aprimoramento das mesmas. Ao mesmo tempo, os aprendizados são inspiradores de políticas públicas voltadas à multiplicação de iniciativas similares. Nesta seção conclusiva, destacamos os aprendizados centrais e discutimos brevemente o papel do Estado no reconhecimento e promoção dos mercados territoriais como circuitos preferenciais para a comercialização da produção da agricultura familiar na região. Mais que isso, como dispositivos indispensáveis de uma estratégia pública de abastecimento alimentar que assegure o cumprimento do direito humano à alimentação saudável e adequada para toda a população.

Cabe preliminarmente uma discussão relacionada exatamente à capacidade de os mercados territoriais assumirem papel de relevo em uma estratégia de promoção da segurança alimentar e nutricional da população. A questão de fundo a ser respondida é: “apesar das inquestionáveis virtudes para os sujeitos diretamente envolvidos, sejam eles fornecedores, consumidores ou pequenos intermediários, terão os mercados territoriais a capacidade de abastecer sociedades altamente urbanizadas e em crescimento como a brasileira?”

Essa questão é particularmente relevante quando considerada a diminuta dimensão desses mercados, sempre que comparados aos mercados convencionais, seja nos volumes de produção transacionados, seja no número de produtores e consumidores envolvidos. Não seriam eles insignificantes frente ao desafio de abastecer toda a população? Não seriam muito incipientes e débeis para exercerem concorrência com os grandes mercados já estabelecidos e em franca expansão?

Questões como essas emergem necessariamente do atual

debate relacionado ao desafio de transformar os sistemas alimentares segundo a perspectiva agroecológica. Em última instância, trata-se de responder ao desafio colocado pelo II Simpósio Internacional de Agroecologia organizado pela FAO, em 2018, em Roma: "Aumento da escala da agroecologia como contribuição ao alcance dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)"

Como dispositivos responsáveis pela distribuição da produção diversificada dos agroecossistemas manejados segundo os fundamentos da agroecologia, os mercados territoriais podem ser compreendidos, para além de suas funções estritamente econômicas, como novos espaços para o relacionamento direto (face a face) entre atores sociais dos territórios. Os mercados alimentares tradicionais vêm sendo (e em muitas situações já foram) desarticulados em função do crescente controle de grandes corporações empresariais sobre os circuitos de abastecimento alimentar. Portanto, além de alterar radicalmente a lógica de circulação das mercadorias e de distribuição do valor entre os agentes econômicos envolvidos, os mercados convencionais desarticulam mecanismos tradicionais de sociabilidade dos territórios.

Tal processo de desagregação dos mercados tradicionais é notório no semiárido brasileiro, região em que as feiras livres e outros mercados de pequeno porte ainda respondem pelo escoamento comercial de parcela expressiva da produção oriunda da agricultura familiar (seja por venda direta ou pela intermediação de pequenos comerciantes locais) e pelo abastecimento alimentar de parcelas ponderáveis da população. Mas esse cenário vem se alterando rapidamente com o avanço de redes de supermercados, atacarejos e outras modalidades de comercialização controlada por grandes empresas, reproduzindo na região trajetórias já vivenciadas em outras regiões do país e do mundo responsáveis pela ruptura das relações diretas entre produção e consumo.

Diante desse contexto, a construção de mercados territoriais,

tal como os aqui sistematizados, deve ser entendida como um contramovimento em relação ao processo avassalador de controle monopolista das grandes corporações sobre a agricultura e a alimentação. Com o objetivo de acumular capital, a lógica de ação dessas empresas se orienta no sentido de criar e ampliar continuamente uma estrutura hierárquica geradora de múltiplas dependências sobre os processos de produção e de consumo de alimentos. Os mercados territoriais, por sua vez, evoluem articulando-se uns aos outros, formando redes horizontais fomentadoras de complementariedades e sinergias entre sujeitos que buscam se viabilizar economicamente de forma relativamente autônoma frente aos circuitos de reprodução e acumulação de capital.

Esse contraste entre os padrões de desenvolvimento dos dois tipos de mercado implica necessariamente trajetórias contrastantes de aumento de escala. Os mercados territoriais não são estruturados para se expandirem indefinidamente e não se desenvolvem com o objetivo de substituir os mercados convencionais. Eles são organizados em iniciativas locais, territorialmente enraizadas dos pontos de vista sociocultural e ecológico. A lógica econômica que comanda a reprodução da grande diversidade dos mercados territoriais se fundamenta no objetivo de compatibilizar simultaneamente a otimização de capacidades de produção e o atendimento à demanda local por alimentos. Assim, contrariamente à lógica monopolista, o aumento das escalas e a capacidade crescente de abastecimento nos mercados territoriais responde a um padrão de agregação descentralizada de empreendimentos locais, tanto individuais como coletivos. Portanto, longe de ser uma fragilidade, a reduzida escala de abrangência de cada mercado territorial singular é uma virtude necessária para que funcione como uma instituição geradora de novos padrões nas trocas econômicas envolvidas na circulação de alimentos e valores associados. Nesse sentido, cada mercado territorial deve ser entendido como um polo dinamizador de novas economias.

Nessas novas economias, aumento de escala significa o adensamento e a articulação sinérgica entre os mercados territoriais. Embora esse adensamento se faça essencialmente no âmbito do território, pode também vincular mercados de dois ou mais territórios por meio de circuitos regulados por normas definidas entre os sujeitos envolvidos. Embora autônomos entre si, esses mercados se fortalecem ao estabelecerem relações de mútua dependência com outros mercados estruturados e geridos segundo princípios e valores equivalentes. A ampliação da escala de abrangência dos mercados territoriais ocorre, portanto, pelo efeito de sinergia e cooperação e não pela fagocitose dos mais débeis pelos mais fortes em um ambiente econômico moldado pela ética da competição. Exemplos de articulação sinérgica foram identificados em várias das sistematizações realizadas.

Colocada essa reflexão inicial relacionada ao padrão de ampliação de escala de abrangência dos mercados territoriais, cabe agora orientar a discussão para o significado potencial para a sociedade dos mercados assessorados pelas organizações da Rede Ater-NE. Vistos isoladamente, esses mercados podem ser interpretados como iniciativas admiráveis de resistência ao poder opressor dos mercados convencionais sobre as práticas de produção e consumo alimentar. Vistos em conjunto, e é esse o sentido das sistematizações realizadas, eles revelam-se não só como expressões de valorosa resistência, mas também como sinalizadores de potencialidades latentes a serem desenvolvidas por meio da ação política.

A dimensão política dos mercados é ressaltada na análise pelo fato de os mesmos expressarem relações de poder entre os agentes econômicos envolvidos. Os mercados convencionais, moldados segundo o regime agroalimentar neoliberal, funcionam como elos entre a economia real, onde são realizadas as trocas entre sujeitos concretos, e a economia abstrata, ou seja,

os circuitos de acumulação de capital financeiro que drenam, subordinam e deformam a economia real. Ao drenarem o valor produzido para fora dos territórios, os mercados convencionais geram ciclos viciosos de empobrecimento dos produtores e destruição de postos de trabalho nas esferas da produção e da distribuição de alimentos. Já os mercados territoriais funcionam como elos que proporcionam o relacionamento direto entre os sujeitos, fortalecendo a economia real com base em práticas e valores orientados à geração de benefícios usufruídos localmente. Nesse sentido, funcionam como dispositivos democratizadores da economia. A possibilidade de ampliação de escala dos mercados territoriais está ligada, portanto, ao fortalecimento das dinâmicas de ação coletiva no âmbito dos territórios. Isso implica a necessidade de reorientação das políticas públicas para a agricultura e a alimentação, predominantemente concebidas a partir da perspectiva econômica liberal, francamente favorável ao fortalecimento continuado dos mercados convencionais monopolistas (regulados por grandes corporações empresariais), em detrimento dos circuitos tradicionais descentralizados de comercialização (regulados diretamente por produtores e consumidores).

Como respostas ao processo de desregulamentação dos mercados segundo a lógica neoliberal, os mercados territoriais podem ser vistos como mecanismos contra-hegemônicos na governança dos sistemas alimentares. Sendo sustentados por infraestruturas sociomateriais específicas, eles valorizam atributos bioculturais peculiares aos territórios inscritos nas mercadorias. Dessa forma, criam atalhos aos circuitos convencionais para a venda da produção agrícola e para a compra de alimentos, viabilizando a conexão entre a produção, o processamento, a distribuição e o consumo de forma relativamente autônoma em relação aos circuitos controlados pelas corporações alimentares. Além disso, cada iniciativa é inspiradora da criação de outras, às quais vão se conectando sinergicamente para a conformação de redes alternativas de abastecimento alimentar.

Essa multiplicação de iniciativas no âmbito dos territórios tem sido descrita como um processo de “escalamento horizontal” (*scaling out*, em inglês). Várias das sistematizações aqui descritas e analisadas revelam a existência de um padrão recorrente de desenvolvimento das experiências que combina dois fatores complementares e, de certa forma, superpostos: a presença de uma organização de assessoria orientada pela perspectiva agroecológica; a mobilização de recursos públicos para apoiar a criação de condições materiais e imateriais necessárias para a instalação e o desenvolvimento dos empreendimentos. Ambos os fatores exercem um papel catalizador na construção de “pontes” entre recursos sociais e materiais pré-existentes, mas desconectados entre si, o que a literatura da sociologia econômica denomina de “lacuna estrutural” (BURT, 1992).

O enfoque agroecológico que orienta as trajetórias de inovação sociotécnica empregado pelas organizações de assessoria integradas à Rede Ater-NE está orientado exatamente para superar essas lacunas estruturais ao estabelecer conexões entre os recursos ecológicos e sociais presentes nos territórios, mas imobilizados, tornados obsoletos e desconectados entre si pelas tendências dominantes de desenvolvimento rural. Visto por esse prisma, os mercados territoriais funcionam como conectores de recursos endógenos invisibilizados e desvalorizados nos mercados convencionais e nas trajetórias hegemônicas de desenvolvimento.

Essa perspectiva para a análise do significado e do potencial das iniciativas de construção e gestão de mercados territoriais contrasta com a perspectiva econômica dominante. Esta última tende a interpretar essas experiências como “mercados de nicho”, ou seja, como circuitos mercantis que se diferenciam unicamente pelas qualidades peculiares das mercadorias comercializadas. Sendo iniciativas de nicho, por definição, a questão do aumento

de escala não estaria colocada. Nesse caso, a vocação das mesmas seria a de se consolidar como experiências socialmente confinadas em benefício de segmentos minoritários da população.

Essa é, sem dúvida, uma razão importante de permanecerem os mercados territoriais sem o devido reconhecimento como dispositivos a serem apoiados por políticas públicas de abastecimento alimentar. Nessas condições, é o abastecimento alimentar em larga escala, viabilizado pelo encadeamento entre a produção em grandes estabelecimentos especializados, o processamento em grandes indústrias e a distribuição em redes empresariais do varejo - supermercados e atacarejos, que encontra guarida nas políticas do Estado, se impondo como circuitos quase exclusivos na intermediação entre a produção e o consumo. Portanto, nota-se também na esfera da distribuição o mesmo viés técnico-econômico reducionista empregado para desacreditar o potencial dos sistemas de produção de base agroecológica e de processamento artesanal geridos pela agricultura familiar como fundamento de uma estratégia pública sólida para assegurar o abastecimento alimentar da população

A produção de base agroecológica implica um estilo de apropriação dos bens ecológicos (a começar pela terra) contrastante ao orientado pelos fundamentos da economia do agronegócio. Neste último caso, o trabalho é organizado com o objetivo de maximizar a rentabilidade do capital investido. Para tanto, o agroecossistema é estruturado de forma a viabilizar a produção em escala de um ou poucos gêneros destinados à venda. Já na produção de base agroecológica, o objetivo econômico é a obtenção de maiores níveis de renda do trabalho. Agroecossistemas manejados segundo princípios agroecológicos são estruturados em múltiplos subsistemas dedicados à produção vegetal e animal, privilegiando a contribuição das funções ecológicas da biodiversidade ao aumento da eficiência do uso dos fatores de produção, notadamente terra e trabalho. Os estudos conduzidos

pelas organizações da Rede Ater-NE com base no método Lume revelaram como o emprego de princípios agroecológicos no manejo dos agroecossistemas conduziu à intensificação produtiva, ou seja, ao aumento da renda obtida por unidade de área cultivada e por unidade de trabalho familiar investida.

Considerando o papel dos mercados territoriais na conexão sinérgica entre a produção realizada em agroecossistemas manejados segundo princípios agroecológicos e o consumo democratizado de alimentos saudáveis e adequados, variados benefícios coletivos de grande relevância são gerados, além da dinamização das economias locais. Destacam-se, dentre eles: a conservação da agrobiodiversidade; a manutenção da fertilidade dos solos; o baixo ou nulo emprego de agroquímicos, notadamente de agrotóxicos; promoção de agroecossistemas mais resilientes aos extremos climáticos e menos emissores de gases de efeito estufa e a promoção da saúde humana e ambiental.

Esse conjunto de efeitos emergentes positivos indicam a importância decisiva do apoio do Estado para que os mercados territoriais sejam promovidos não só como instituições reguladoras de transações econômicas nos sistemas agroalimentares, mas também como indutores de dinâmicas de desenvolvimento territorial capazes de integrar as dimensões social, ecológica, climática e sanitária em círculos virtuosos promotores da resiliência socioecológica e da emancipação econômica das parcelas socialmente mais vulneráveis da população rural.

Desse ponto de vista, os mercados territoriais são coerentes com a perspectiva política de que os alimentos não podem ser concebidos como simples mercadorias, mas como bens vitais a serem assegurados como um direito social, aliás, como consagrado na Constituição Federal. São por demais conhecidas as restrições ao acesso da parcela mais empobrecida da população à alimentação saudável e adequada. Elas envolvem a dificuldade de

acesso físico, pela limitada ou inexistente oferta local de alimentos de qualidade, e a insuficiência de renda para aquisição desses alimentos. Os mercados territoriais contribuem decisivamente a superar ambos os bloqueios de acesso, seja pelo estímulo à produção local, seja pela oferta dessa produção a preços mais acessíveis, sem que isso comprometa os níveis de remuneração do trabalho da agricultura familiar.

Por seus efeitos multidimensionais, que extrapolam a função estritamente econômica, os mercados territoriais devem ser apoiados a partir de uma perspectiva intersetorial capaz de articular os vários segmentos do Estado, rompendo com o viés produtivista de curto prazo do agronegócio que segue condicionando o desenho de políticas e programas públicos para a agricultura e a alimentação. Em razão do protagonismo da sociedade civil na construção dos mercados territoriais, em particular das organizações da agricultura familiar, eles devem ser apoiados também com base numa perspectiva participativa de gestão pública. Tal perspectiva deve ser orientada ao reconhecimento e ao fortalecimento das capacidades coletivas na autogestão de circuitos de distribuição de alimentos saudáveis, produzidos em sistemas biodiversificados que asseguram as funções ecológicas e capacidades regenerativas dos ecossistemas agrícolas. Ressalta-se nesse aspecto a importância do apoio a iniciativas individuais e coletivas das mulheres agricultoras em função do papel proeminente que exercem na construção dos mercados territoriais. Salienta-se igualmente os variados papéis da juventude rural a serem valorizados no desenvolvimento e manutenção de arranjos mercantis capazes de gerar trabalho e renda na conexão entre os espaços rurais e urbanos.

O fortalecimento de processos de governança democrática dos sistemas alimentares implica também a necessidade de uma abordagem multiescalar para a concepção, implementação e controle social das políticas voltadas ao apoio aos mercados terri-

toriais. Frente ao domínio das cadeias de valor verticalizadas pelas corporações empresariais que drenam dos territórios o valor nelas gerado, o Estado deve atuar no sentido de fortalecer arranjos sociotécnicos de base territorial. Para tanto, torna-se imprescindível combinar a alocação de recursos públicos não reembolsáveis para investimentos em infraestruturas com programas públicos de assessoramento técnico e ações de formação voltadas a apoiar iniciativas econômicas coletivas e autogestionárias.

Para concluir, importa assinalar que os múltiplos benefícios socioecológicos associados ao desenvolvimento de redes horizontais de distribuição de alimentos não ocorrerão a partir do mal denominado livre mercado. Somente com a ação decisiva do Estado, serão criados espaços para que essas redes se estabeleçam e se consolidem em detrimento das cadeias de valor impostas verticalmente sobre os territórios por corporações empresariais. Sob o mantra da desregulamentação dos mercados, o ideário neoliberal legitima o apoio público incondicional aos impérios alimentares, estruturas hierárquicas geradoras de múltiplos elos de dependência econômica e política a interesses privados. Cabe ao Estado democrático e de direitos defender a soberania popular ao apoiar e estimular a livre associação da cidadania para que ela assuma a corresponsabilidade na promoção e na efetivação dos interesses públicos, a começar pelo direito humano à alimentação saudável e adequada.

# Referências



AMÂNCIO, Adriana. *Pesquisa aponta contaminação alarmante do milho crioulo por transgênicos no Semiárido*. Recife: Articulação do Semiárido Brasileiro (ASA), 2022. Disponível em: <https://racismoambiental.net.br/2022/04/25/pesquisa-aponta-contaminacao-alarante-do-milho-crioulo-por-transgenicos-no-semiarido/>. Acesso em: 01 jun. 2022.

BECKERT, Jens. *The great transformation of embeddedness*. Karl Polanyi and the New Economic Sociology. Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung. Vol. 07/1. 2007.

BRASIL. *Mapeamento dos desertos alimentares no Brasil*. Brasília, 2018 (Estudo Técnico, CAISAN).

BURT, R. *Structural holes; the social structure of the competition*. Cambridge, Harvard University, 1992.

CHAYANOV, A. *On the theory of non-capitalist economic systems*. In: THORNER, Daniel; KERBLAY, Basile; SMITH, R.E.F (ed.). *A.V. Chayanov on The theory of peasant economy*. Homewood: The American Economic Association, 1966.

CHAYANOV, A. *A teoria das cooperativas camponesas*. Porto Alegre, UFRGS/PGDR, 2017.

CORDERO, D. B.; CARRILLO, A. T. *La sistematización como investigación interpretativa crítica*. Bogotá: Editorial El Burro/Corporación Síntesis, 2017.

DELGADO, G. *Rumo ao mundo de Francisco; economia, humanismo e ecologia em tempos de crise*. Brasília, Afipea-Sindical, 2021.

FAO/CSM. *Connecting smallholders to markets: an analytical guide*. 2019.

FRASER, Nancy. *Mercantilização, proteção social e emancipação: as ambivalências do feminismo na crise do capitalismo*. Revista Direito GV, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 617-634, jul./dez. 2011.

IBGE. *Censo Agropecuário 2017*. Rio de Janeiro: 2019

IBGE, *Censo Demográfico 2022*. Rio de Janeiro: 2022.

JARDIM, I. C. S. F.; ANDRADE, J.A.; QUEIROZ, S. C. N. *Resíduos de agrotóxicos em alimentos: uma preocupação ambiental global – um enfoque às maçãs*. São Paulo: Revista Química Nova, Vol. 32, No. 4, 2009 p. 996-1012. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-40422009000400031>. Acesso em: 01 jun. 2022.

HARDT, M.; NEGRI, A. *Império*. Rio de Janeiro, Record, 2006.

HEBINCK, Paul; PLOEG, J. D. van der; SCHNEIDER, Sergio. The construction of new, nested markets and the role of rural development policies. In: HEBINCK, Paul; PLOEG, J. D. van der; SCHNEIDER, Sergio (Ed.). *Rural development and the construction of new markets*. Oxon: Routledge, 2014. Disponível em: <http://site.ebrary.com/id/11000296>

HOLLIDAY, Oscar Jara. *Para sistematizar experiências*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2006

LAMINE, C., RENTING, H.; Rossi, A.; WISKERKE, J. S. C., BRUNORI, G. Agri-Food systems and territorial development: innovations, new dynamics and changing governance mechanisms. In: DARNHOFER, I., GIBBON, D.; DEDIEU, B. (orgs.), *Farming Systems Research into the 21st Century; The New Dynamic*. Dordrecht: Springer Netherlands, 2012. [https://doi.org/10.1007/978-94-007-4503-2\\_11](https://doi.org/10.1007/978-94-007-4503-2_11).

LÓPEZ GARCIA, D. *Producir alimentos, reproducir comunidad: redes alimentarias alternativas como formas económicas para la transición social y ecológica*. Madrid: Libros en Acción, 2015.

MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (orgs). *Construção de mercados e agricultura familiar; desafios para o desenvolvimento rural*. Porto Alegre: PGDR/UFRGS, 2016.

McMICHAEL, P. Global development and the corporate food regime. In: BUTTEL, F.H.; McMICHAEL, Philip (Ed.). *New Directions in the Sociology of Global Development* (Research in Rural Sociology and Development. Bingley: Emerald Group Publishing Limited, 2006.

MINADEO, R. *Gestão de marketing; fundamentos e aplicações*. São Paulo: Atlas, 2008.

MORAES, Rodrigo Fracalossi de. *Agrotóxicos no Brasil: padrões de uso, política da regulação e prevenção da captura regulatória*. Texto para discussão 2506. Brasília, Rio de Janeiro: Ipea, 2019. Disponível em: [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9371/1/td\\_2506.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9371/1/td_2506.pdf). Acesso em: 01 jun. 2022.

NIEDERLE, P.A. Os agricultores ecologistas nos mercados para alimentos orgânicos: contramovimentos e novos circuitos de comércio". *Sustentabilidade em Debate* 5 (3): 79–97, 2014.

PAHNKE, A. Institutionalizing Economies of Opposition: Explaining and Evaluating the Success of the MST's Cooperatives and Agroecological Repeasantization. *Journal of Peasant Studies* 42(6): 1087–1107. 2015

PETERSEN, P.; SILVEIRA, L.; ALMEIDA, P. Ecosistemas naturais e agroecossistemas tradicionais no agreste da Paraíba; uma analogia socialmente construída e uma oportunidade para a conversão agroecológica. In: SILVEIRA, L.; PETERSEN, P.; SABOURIN, E. (orgs.). *Agricultura Familiar e Agroecologia no Semiárido; avanços a partir do agreste da Paraíba*. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2002.

PETERSEN, P.; SILVEIRA, L.; FERNANDES, G.B.; GOMES DE ALMEIDA, S. Lume; método de análise econômico-ecológica de agroecossistemas. Rio de Janeiro, AS-PTA, 2021.

PEREZ-CASSARINO, J. A construção social de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da Rede Ecovida de agroecologia. Curitiba: UFPR, 2013. <http://www.acervodigital.ufpr.br/handle/1884/27480?show=full>.

PLOEG, J. D. van der. *Camponeses e Impérios Alimentares; lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

PLOEG, J.D van der. *Dez qualidades da agricultura familiar*. Rio de Janeiro, AS-PTA, 2015.

PLOEG, J.D. van der; YE, J.; SCHNEIDER, S. Reading markets politically: on the transformativity and relevance of peasant markets. *Journal of Peasants Studies*, 2022. doi.org/10.1080/03066150.2021.2020258

POLANYI, Karl. *A grande transformação*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2000

POLMAN, N. Nested markets with common pool resources in multifunctional agriculture. In: *Rivista di Economia Agraria*, v. 65, n. 2, p. 295-318. 2010.

RENTING, H. Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development. *Environment and Planning* 35(3):393-411 DOI: 10.1068/a3510

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. In: \_\_\_\_\_. (Org.) *Conhecimento Prudente para uma Vida Decente: um discurso sobre as ciências revisitado*. São Paulo: Cortez, 2006, p. 777-821.

SALVATE, N. *Mercados imersos: uma nova abordagem sobre a construção social dos mercados*. Porto Alegre: PGDR/UFRGS, 2019. (Tese de Doutorado)

SHANIN, T. Expolary Economics: A Political Economy of Margins. In: *Defining Peasants; Essays Concerning Rural Societies, Expolary Economies and Learning from Them in the Contemporary World*, edited by T. Shanin, 85–94. Oxford: Basil Blackwell. 1990.

# Notas

---

1. Deserto alimentar são locais onde o acesso a alimentos in natura ou minimamente processados é escasso ou impossível, obrigando as pessoas a se locomover para outras regiões para obter esses itens, essenciais a uma alimentação saudável. Frequentemente encontram-se em bairros periféricos ou com baixos indicadores sociais (BRASIL, 2018).
2. Atacarejos são novos arranjos para venda que mesclam características do atacado (venda para a revenda) com a do varejo (venda para o consumo final). Segundo Minadeo (2008 p. 297) "o atacarejo é uma invenção nacional para exportação. Apesar de se intitularem atacadistas, essas lojas visam o público formado pelas pessoas físicas".
3. Embora o consumo de calorias seja um indicador insuficiente para aferir a qualidade alimentar de uma dada população, ele mostra grande utilidade para avaliar o destino da produção agrícola de cada país e, em boa medida, a sua base produtiva. O Brasil e os Estados Unidos estão entre os maiores produtores e exportadores mundiais de soja e milho. No entanto, destinam parte expressiva de suas colheitas para a produção de ração animal e agro-energia (biodiesel e álcool).
4. Articulação de 12 ONGs atuantes em seis estados do Nordeste brasileiro, todas integradas à [Articulação Semiárido Brasileiro](#) (ASA) e à [Articulação Nacional de Agroecologia](#) (ANA).
5. Significativo esforço de teorização e análise de experiências empíricas de construção social de mercados pela agricultura familiar vem sendo realizado no curso das últimas duas décadas no Brasil e internacionalmente. Destaca-se aqui alguns trabalhos significativos nesse campo: POLMAN, 2010; HEBINCK et al, 2014; LAMINE et al, 2012; PEREZ-CASSARINO, 2013; NIEDERLE, 2014; PLOEG, 2015; LÓPEZ GARCÍA, 2015; MARQUES; CONTERATO; SCHNEIDER, 2016; FAO/CSM, 2019; SALVATE, 2019; PLOEG; YE; SCHNEIDER, 2022
6. Do ponto de vista conceitual, os mercados convencionais colocam-se na intermediação entre atores do território, gerando "lacunas estruturais" (Burt, 1992), ou seja, a ausência de relações sociais diretas entre os atores. Os mer-

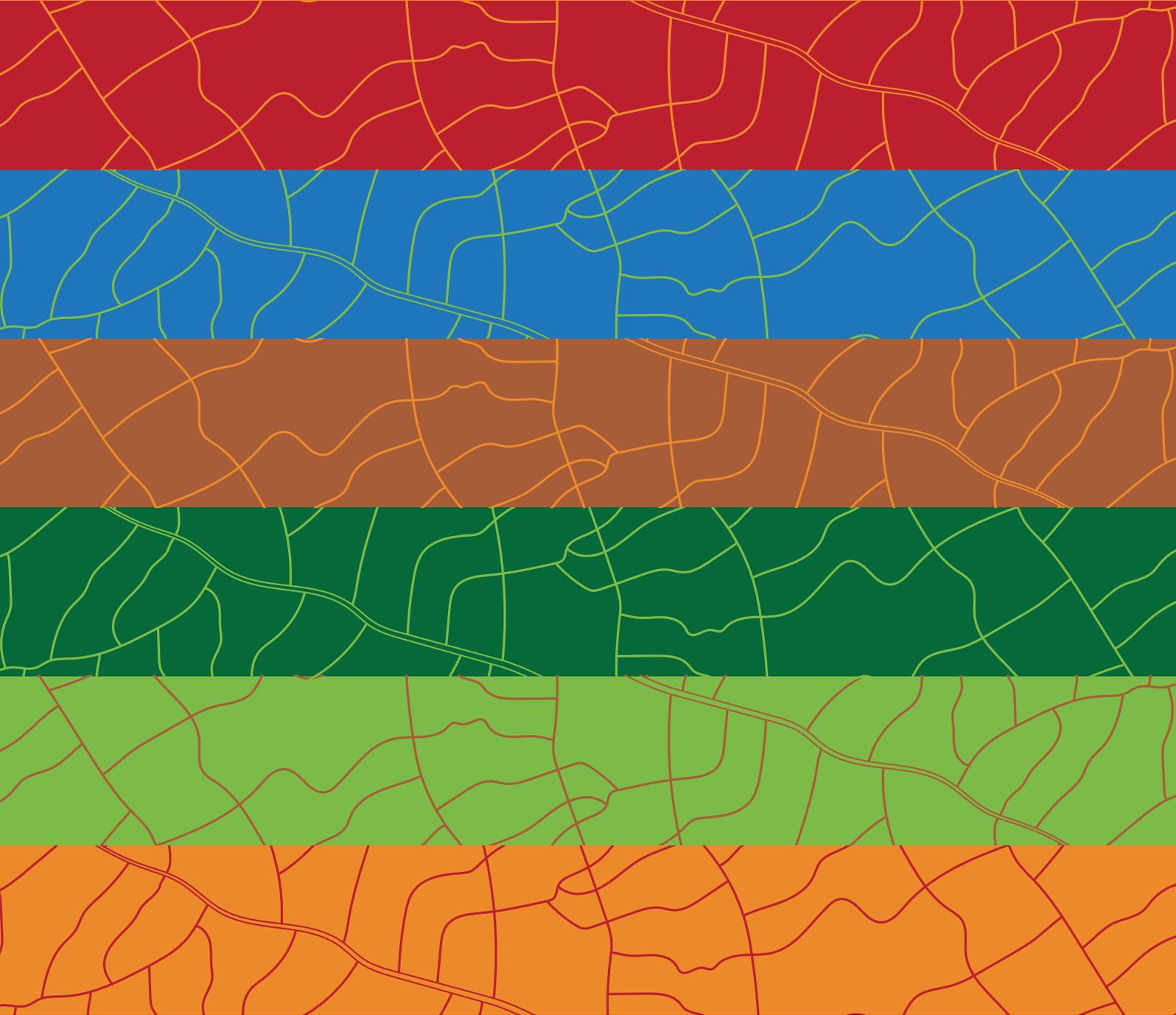
cados territoriais, por sua vez, criam pontes, conectando diretamente os atores do território por meio de fluxos econômicos e não econômicos.

7. A maioria dos estudos sobre comercialização de alimentos pela agricultura familiar é referenciada nos fundamentos da Economia neoclássica, segundo a qual o mercado é representado como um dispositivo abstrato, impessoal e impermeável a quaisquer valores que não sejam os financeiros. Pouca atenção é atribuída ao estudo do funcionamento de mercados no seu contexto, isto é, nas especificidades ecológicas e culturais locais, dos sujeitos envolvidos, nos produtos transacionados, das infraestruturas utilizadas etc.

8. O Programa de Formação e Mobilização para a Convivência com o Semiárido – Um Milhão de Cisternas Rurais (P1MC) destina-se à construção de cisternas para a captação e armazenamento de água para o consumo humano. O Programa Uma Terra e Duas Águas (P1+2) destina-se à implantação de tecnologias voltadas a captar e armazenar água visando à produção de alimentos. Para mais informações sobre os programas, acesse: <http://www.asabrazil.org.br/>

9. As peças de comunicação produzidas a partir das sistematizações realizadas são: 12 podcasts, 12 fotorreportagens e um vídeo-documentário. Os materiais podem ser acessados no blog da Rede Ater-NE de Agroecologia por meio do seguinte link: <https://redatearnordestedeagroecologia.wordpress.com/>

10. Disponível em: [https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2013/rdc0049\\_31\\_10\\_2013.html](https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2013/rdc0049_31_10_2013.html). Acesso em: 06 mar. 22.



ISBN: 978-65-89039-12-9

CAD



9 786589 039129

realização:



financiamento: