

## Artigo

# A construção socioterritorial de mercados: Apontamentos teóricos sobre o potencial protagonismo camponês em mercados de produtos agroecológicos

Márcio Freitas Eduardo

Luciano Zanetti Pessôa Candiotto

59

### Resumo

Partindo do pressuposto de que os mercados são produtos de um processo de construção social (e territorial), este artigo discute como chegamos ao chamado sistema de mercado, como os camponeses foram estabelecendo trocas e se adaptando a este sistema, e a importância de eles serem protagonistas no processo de *construção socioterritorial de mercados*. Apesar de os mercados estarem controlados hegemonicamente sob a égide da acumulação ampliada do capital, acredita-se que seja possível que camponeses, organizados coletivamente, possam criar estratégias benéficas para a comercialização de seus produtos, sobretudo de alimentos. Nesse sentido, por meio da agroecologia, há margem para a estruturação de outras relações com os mercados. Uma breve trajetória das relações de troca é apresentada, seguida de um debate sobre o atual sistema de mercado. Os elementos da concepção de construção socioterritorial de mercados são apresentados, tendo por base o potencial de protagonismo de camponeses que produzem e comercializam produtos agroecológicos. O texto apoia-se em apontamentos teóricos e versa sobre as oportunidades de construção socioterritorial de mercados por meio da agroecologia. Os procedimentos metodológicos utilizados foram revisão bibliográfica e reflexões alicerçadas em pesquisas participativas junto a produtores agroecológicos e suas organizações, situados, sobretudo, no Rio Grande do Sul e no Paraná. Como resultado, são realizadas inferências sobre como os camponeses criam e institucionalizam relações sociais por meio da agroecologia, projetando-as territorialmente em distintas interações com os mercados, e aproveitando possíveis “fissuras do capitalismo”.

**Palavras-chave:** Mercado; Construção Socioterritorial; Protagonismo Camponês; Agroecologia.

## **Markets socio-territorial construction: Theoretical notes on the peasants' potential protagonism in the markets for agroecological products**

### **Abstract**

Based on the assumption that markets are products of a social (and territorial) construction process, this article discusses how we arrived at the so-called market system, how peasants have established exchanges and adapted to this system, and the importance of them being protagonists in the process of *socio-territorial construction of markets*. Although markets are hegemonically controlled under the aegis of capital expanded accumulation, it is believed that peasants, once collectively organised, can create beneficial strategies for marketing their products, especially food products. In this sense, through agroecology there is scope for structuring other relationships with markets. A brief history of exchange relations is presented, followed by a debate on the current, capitalist market system. Elements of the concept of markets' socio-territorial construction are presented, based on the potential role of peasants who produce and trade agroecological products. The text is based on theoretical notes, dealing with the opportunities for the socio-territorial construction of markets through agroecology. The methodological procedures used were a literature review and reflections based on participatory research with agroecological producers and their organisations, mainly located in the states of Rio Grande do Sul and Paraná (Brazil). As a result, inferences are made about how peasants create and institutionalise social relations through agroecology, projecting them territorially in different interactions with markets and taking advantage of possible 'cracks in capitalism'.

60

**Keywords:** Market; Socio-territorial Construction; Peasants' Protagonism; Agroecology.

## **La construcción socioterritorial de mercados: Apuntes teóricos sobre el potencial protagonismo de campesinos en mercados de productos agroecológicos**

### **Resumen**

Partiendo del supuesto de que los mercados son el producto de un proceso de construcción social (y territorial), este artículo discute cómo llegamos al llamado sistema de mercado, cómo los campesinos han establecido intercambios y se han adaptado a este sistema, y la importancia de que sean protagonistas en el proceso de *construcción socioterritorial de mercados*. Aunque los mercados estén hegemoníamente controlados bajo la égida de la acumulación ampliada de capital, se cree que es posible que los campesinos, organizados colectivamente, creen estrategias beneficiosas para comercializar sus productos, especialmente los alimentos. En este sentido, la agroecología ofrece posibilidades para estructurar otras relaciones con los mercados. Se presenta una breve historia de las relaciones de intercambio, seguida de un

debate sobre el sistema de mercado actual. Se presentan elementos del concepto de construcción socioterritorial de los mercados, a partir del papel potencial de los campesinos que producen y comercializan productos agroecológicos. El texto se basa en apuntes teóricos y aborda las oportunidades para la construcción socioterritorial de mercados a través de la agroecología. Los procedimientos metodológicos utilizados fueron revisión bibliográfica y reflexiones basadas en la investigación participante con productores agroecológicos y sus organizaciones, localizados principalmente en Rio Grande do Sul y Paraná. Como resultado, se extraen inferencias sobre cómo los campesinos crean e institucionalizan relaciones sociales a través de la agroecología, proyectándolas territorialmente en diferentes interacciones con los mercados y aprovechando posibles «grietas en el capitalismo».

**Palabras clave:** Mercado; Construcción Socioterritorial; Protagonismo Campesino; Agroecología.

## Introdução

Tem sido cada vez mais comum associar a nossa vida cotidiana às relações econômicas, devido à centralidade e hegemonia global do Modo de Produção Capitalista, caracterizado pelo domínio do “mercado”. Apesar do discurso do desenvolvimento sustentável estar sendo utilizado há cerca de 30 anos, o crescimento econômico continua a ser considerado a mola propulsora do “desenvolvimento”.

Mesmo com diversas críticas e ressalvas à nebulosa ideia de desenvolvimento sustentável, inclusive por geógrafos (Souza, 2006, 2013; Rodrigues, 2011; CandiOTTO; Corrêa, 2004), assim como a teorias que defendem o decrescimento, em virtude de limites planetários (e sociais) (Lang *et al.*, 2024), a humanidade não tem conseguido avançar frente ao enorme desafio de frear a degradação ambiental e, ao mesmo tempo, reduzir as desigualdades sociais. Enquanto a situação só vai piorando, a exacerbação de nossa inércia só vai aumentando!

O fracasso das negociações a respeito da redução na emissão de gases estufa, transição energética, resiliência às consequências de desastres e ao aquecimento global, denota que, mesmo no plano político, existem mais divergências do que coesão. Apesar de a ciência evidenciar a gravidade da situação e a realidade escancarar as consequências de

diversos desastres (socio)ambientais, o debate sobre as causas de nossos maiores problemas tem sido permeado por negacionismos.

Muitos críticos afirmam que o “mercado” se tornou um Deus! Como se o mercado fosse um sujeito, com vida própria e com a capacidade de manipular toda a humanidade. Mas, então, o que é o mercado? Um sujeito ou um produto social? Se o mercado é um produto social, como ele é produzido? Mas ele é um produto dado? Sem margem de manobra? Quem dá as cartas neste processo de construção e de produção do(s) mercado(s)? É possível construir outros mercados, com maior protagonismo popular?

Partindo da ideia de que os mercados são produtos de um processo de construção social (e territorial), procuramos contribuir com esse debate. Além de apresentar o mercado enquanto instituição social e de, brevemente, discutir o atual sistema de mercado, este artigo aborda elementos da concepção de *construção socioterritorial de mercados*, tendo por base o potencial de protagonismo de camponeses que produzem e comercializam produtos agroecológicos.

Assim, o objetivo do artigo é argumentar que, apesar de os mercados serem construídos hegemonicamente sob a égide da acumulação ampliada do capital, por meio da agroecologia há margem para a estruturação de outras relações com os mercados, onde a reconexão ecológica, a maior autonomia relativa camponesa e os princípios da economia solidária podem se fazer presentes. Os mercados são produtos da territorialização das relações sociais de troca, de modo que podem existir “margens de manobra” nas “fissuras do capital” (Holloway, 2013), onde é possível valorizar o protagonismo e a auto-gestão de camponeses – e de outros sujeitos sociais – na construção desses mercados.

Para tanto, como será argumentado, anteriores ao ato da comercialização, várias relações sociais precisam ser institucionalizadas e territorializadas (nas esferas da produção, da certificação agroecológica, da organização coletiva, da cooperação logística etc.), como *conditio sine qua non* para que os camponeses possam galgar protagonismos em suas conexões com os mercados. Compreendemos, ainda, que a recuperação de sentidos mais radicais sobre o processo econômico e a economia substantiva podem

lançar luzes ao entendimento do campesinato como um modo de vida (economicamente) complexo, com condição de agir com certa autonomia, não se limitando apenas a funções exercidas no âmbito da reprodução ampliada do capital. A agroecologia, a flexibilidade camponesa e a organização coletiva são trunfos nesse sentido.

Certamente, gerenciar a produção, a certificação, o processamento, o transporte e a comercialização de alimentos agroecológicos não é uma tarefa fácil. Contudo, ao se lançarem neste desafio, os camponeses, organizados coletivamente, podem ampliar seu protagonismo na etapa de comercialização, que, geralmente, leva a uma apropriação por parte de atravessadores do ganho que deveria ser dos produtores.

Como se trata de um artigo teórico, os procedimentos metodológicos utilizados foram revisão bibliográfica e reflexões que temos feito com base em pesquisas e atividades colaborativas com camponeses que produzem alimentos orgânicos e que atuam na perspectiva da agroecologia. Tais atividades têm permitido a observação participante e o diálogo com esses sujeitos e suas organizações, sobretudo nos estados do Rio Grande do Sul e do Paraná.

O trabalho está estruturado em três seções. Inicialmente, aborda-se as relações econômicas, incluindo suas facetas mercantis, como produtos historicamente construídos. Nesses termos, o que hoje se denomina trivialmente por mercado consistia, antes da era industrial, no *lócus* de interações sociais diversas, referenciadas nos aspectos culturais e econômicos de cada sociedade. Entrementes, sob a égide do capitalismo, essa diversidade de interações envolvendo a troca, a compra, a venda, a partilha e a reciprocidade transformou-se em um sistema de mercado hegemônico, o qual sobrepujou as economias substantivas dos diversos povos e territórios. Na última seção, são realizadas considerações sobre o protagonismo que a agroecologia pode conferir aos camponeses em tempos atuais. Para tanto, consideram-se as práticas de reconexões ecológicas dos camponeses com seus territórios e a institucionalização de relações capazes de elevar a autonomia relativa desses sujeitos frente ao sistema de mercado, em especial, e por intermédio da promoção de estratégias de construção socioterritorial de mercados.

## 1. Apontamentos sobre o atual sistema de mercado

O que denominamos hoje, correntemente e de maneira muito trivial, como economia de mercado, é uma forma moderna e confusamente percebida de relação social delineada através do funcionamento do sistema econômico-social hegemônico. Diz-se mercado, indiscriminadamente, para se referir desde a uma simples venda física de bairro, como para fazer menção a algo abstrato como o universo das finanças e das ações. No entanto, existe pouca semelhança entre o mercado regulador contemporâneo e as relações de comércio intra e entre pessoas e lugares, realizadas desde tempos imemoriais e entranhadas nos tecidos social e cultural dos povos.

A economia de mercado em que se apoia a atual “sociedade econômica” (Heilbroner, 1980), tal qual nos familiarizamos com seus mecanismos, não é a evolução “natural” das relações econômicas do passado, mas o produto de transformações institucionais historicamente bem definidas.

Erroneamente, associa-se o funcionamento da moderna economia de mercado aos elementos mais aparentes das relações econômicas, como a geração de excedente, o comércio, a especulação e a circulação de dinheiro. E a tendência é a construção de uma narrativa que busca nesses elementos formais das relações econômicas a explicação para o ímpeto “natural” dos sujeitos, desde o alvorecer da nossa história, para a busca daquilo que define nosso *status quo* econômico-social contemporâneo: o lucro.

A troca, os mercados locais, o comércio mais longínquo e a circulação de dinheiro existem há milhares de anos, mas o sistema de oferta-demanda-preço, isto é, o “mercado” em sentido moderno, só existe e passa a desempenhar papel de regulação da atividade econômica em tempos mais recentes (Cangiani, 2012). Eis o principal produto da “grande transformação”, intensificada no século XIX, conforme apontado por Polanyi (1980): ao invés de a economia estar enraizada nas relações sociais, como sempre ocorreu, as relações sociais passaram a se enraizar no sistema econômico.

Por mais que a produção, o comércio, o mercado e a economia tenham adquirido uma fisionomia própria com o aprofundamento das relações econômico-sociais capitalistas, estas são dimensões da vida humana, com raízes históricas profundas e arraigadas na cultura e nas cosmovisões dos diferentes povos ao longo do tempo.

## 2. Da economia substantiva ao sistema de mercado

A definição de “economia substantiva” foi proposta por Polanyi (2012), sendo entendida como um processo instituído de interações que servem para satisfazer as necessidades materiais básicas, que são vitais para todo indivíduo e comunidade humana. “O significado substantivo provém da flagrante dependência do homem em relação à natureza e aos seus semelhantes para sobreviver” (p. 63). “Sem uma economia nesse sentido, nenhuma sociedade poderia existir e perdurar” (p. 78).

65

A “economia substantiva” constitui-se em dois níveis complementares: 1) a interação entre os sujeitos e seus meios; 2) a institucionalização desse processo.

O nível de interação sujeitos-meios está associado aos processos de adaptação ativa, que, historicamente, as pessoas foram construindo com seus entornos geográficos e territoriais (conhecimento sobre as dinâmicas do meio físico e biológico, tecnologias sociais de desenvolvimento de bancos de germoplasmas apropriados às condições ambientais, diferentes formas de manejo do solo e de integração pecuária-agricultura-extrativismo, são alguns exemplos). Já a institucionalização dessas interações diz respeito à forma com que os grupos sociais produziram soluções coletivas para viabilizar seus processos econômicos substantivos ao longo do tempo (o respeito ao saber dos anciãos, consolidados em determinadas culturas; a observação atenta e reprodução dos conhecimentos assertivos experienciados pela comunidade quanto ao trabalho com as sementes; às práticas de reciprocidade manifestadas no apoio mútuo e na troca de dias de tra-

balho, são manifestações da institucionalização social de práticas que garantiram a reprodução social de distintos grupos). Os grupos sociais, nesses termos, institucionalizaram distintas formas de interação entre si e com o meio, como condição para a reprodução de seus modos de vida.

Há um equívoco em igualar a economia humana geral (substantiva) à sua forma de mercado. Com a consolidação do sistema econômico moderno, tornou-se quase impossível evitar a conclusão errônea, advertida por Polanyi (2012), de que, tal como o homem “econômico” era o homem “real”, o sistema econômico era “realmente” a sociedade. Um “significado formal” da economia, mais restrito, associado à relação meios-fins e à racionalidade da gestão de recursos escassos, movidos pelo desamparo, pela fome e pelo benefício individual, obscureceu, progressivamente, seu “significado substantivo” e ontológico. Do ponto de vista da “economia formal”, mercado e troca são coextensivos. A vida econômica é redutível a atos de troca, que estão encarnados nos mercados. Por isso, a troca é descrita como a relação econômica, enquanto o mercado é a instituição econômica (Polanyi, 2012).

Através do conceito de *economia substantiva* de Polanyi (2012), é possível compreender a adoção de estratégias para a intensificação das trocas, cujo efeito pretendido visou expandir o acesso a objetos voltados a garantir as condições materiais para a reprodução da vida. Nesse sentido, é possível afirmar que a economia é, sobretudo, produto de relações sociais e da interação com elementos da natureza e objetos técnicos, que compõem o espaço geográfico.

No período histórico em que a economia substantiva predominou, ou seja, entre os primórdios das interações sociais de troca (presentes já nas relações entre grupos pré-colombianos e entre civilizações da Idade Antiga) e a intensificação do capitalismo industrial (século XIX, sobretudo), as relações econômicas não se sobrepunham ao tecido social, mas estavam entranhadas nele, nas relações estabelecidas e institucionalizadas<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Ao longo da história e com diferenças nas distintas regiões, diversos grupos sociais adotaram uma miríade de estratégias para garantir a satisfação de suas necessidades concretas. Essas ações dizem respeito ao enfrentamento do denominado “problema econômico” (Heilbroner, 1980). Imprescindíveis à reprodução dos grupos humanos, tais

O próprio capitalismo, a título de exemplo, não evoluiu como um modo de produção frontalmente radical às instituições do período medieval. A economia capitalista, mesmo na esteira da Idade Moderna, levou séculos para consolidar seu *modus operandi* e, assim, reorientar o conjunto das instituições sociais à lógica da acumulação e de seu sistema de mercado (Dobb, 1983). Um salto relevante no âmbito das relações econômicas se deu com o mercantilismo, iniciado no século XV. Os avanços técnicos na navegação e no conhecimento do planeta em termos de localização permitiram traçar rotas fundamentais para o expansionismo territorial e para a colonização. Conseqüentemente, foi possível ampliar a apropriação de riquezas naturais (rapina ambiental), a subjugação de seres humanos e, posteriormente, as trocas baseadas na especulação, que são marcas das relações comerciais modernas.

O comércio especulativo do mercantilismo (o adquirir barato e vender caro), não provocou mudanças substanciais em muitas facetas de sociedades pretéritas ao capitalismo, ainda arraigadas ao chamado antigo regime, incluindo as formas de produzir e de se relacionar com a terra, consolidadas culturalmente. A economia especulativa mercantilista convivia em paralelo com a economia substantiva das sociedades europeias. O movimento de desconstrução dessa unidade e, portanto, de suas instituições, mostrou-se lento e marcado por conflitos diversos, inclusive intra-burguesia (Dobb, 1983).

Bookchin (1995) também alerta que as economias de mercado existiam antes do capitalismo, coexistindo, inclusive, com o que denominou economias comunais. Todavia, em meados do século XVII, com a Revolução Inglesa de 1640, a aristocracia, a monarquia e a burguesia inglesa estabeleceram um compromisso político, que deu liberdade para a

---

ações foram sendo “institucionalizadas” (Polanyi, 2012) para garantir, justamente, sua manutenção a longo prazo. O uso coletivo da terra, o apoio mútuo nas relações de trabalho, o casamento, a ética da reciprocidade, o poder emanado das crenças religiosas, a valorização do conhecimento dos anciãos, os sistemas de proteção ao artesanato (como procedido junto às corporações de ofício medievais), entre outros, são exemplos de como as pessoas foram criando relações sociais institucionalizadas para poderem acessar condições necessárias à sua própria sobrevivência (terra, recursos comuns, objetos técnicos, trabalho coletivo, saberes consolidados pela tradição etc.). Nesses termos, a dimensão econômica da vida era um meio, e não um fim em si. Exemplos de relações sociais institucionalizadas pela tradição, embora não sejam mais a tônica da sociedade contemporânea, ainda podem ser apreendidos junto ao modo de vida de diversos povos originários, comunidades tradicionais e organizações da agricultura familiar e camponesa presentes no Brasil.

burguesia dirigir a economia. Desta forma, foi o avanço histórico do capitalismo na Inglaterra que deu supremacia à economia capitalista, inicialmente na escala nacional e, posteriormente, na global.

Foi através do avanço do capitalismo no seio da produção, deflagrado a partir do século XVIII, que se estabeleceram as bases para a criação de um sistema de mercado unificado. A eclosão das manufaturas, o fortalecimento da fração de classe da burguesia industrial e as mudanças que se consubstanciaram na própria agricultura (cercamentos, expropriação, *improvement* etc.) (Wood, 2000) foram importantes para este processo. Ao contrário da burguesia mercantil, que não estava disposta a romper com as instituições de sua época e, por consequência, perder seus privilégios, a burguesia industrial, ao se fortalecer e em disputa com o mercantilismo e o antigo regime, provocou alterações profundas, não somente nas formas de produzir, mas no conjunto da sociedade e de suas mediações institucionais. Acelera-se a “grande transformação”! (Polanyi, 2012).

Desta forma, é possível afirmar que a intensificação do sistema econômico e social capitalista, especialmente na esfera da produção, provocou a erosão e a gradual desconexão (social e espacial) das economias substantivas. Este processo, de forma conflitual, pavimentou a via pela qual o capital construiu novos nexos para seu “sistema-mundo” (Wallerstein, 2012). Com a consolidação desse sistema-mundo, concomitantemente, moderno e colonial (Haesbaert; Porto-Gonçalves, 2006), passou a haver uma projeção da dimensão econômica sobre as demais dimensões da existência humana, biológica e ecológica. A economia se desenraiza (Polanyi, 2012) e se torna crescentemente abstrata, à imagem e semelhança do moderno sistema de mercado.

No compasso das mudanças econômicas oriundas da expansão do Modo de Produção Capitalista, uma técnica global adquire contornos cada vez mais claros, se capilariza e impacta na modelagem de uma nova Geografia mundial. O espaço, como um todo, é refuncionalizado em termos de um conjunto de recursos e de condições concretas à acumulação do capital. As relações dos indivíduos e grupos sociais com a natureza e o

espaço geográfico, historicamente mediadas por valores culturais e representações sociais, vão se transformando paulatinamente. Assim, a economia capitalista vai instaurando o *sistema de mercado*, com base em uma *Divisão Internacional e Territorial do Trabalho* (Santos, 1996), sob o controle de bancos, firmas, Estados-Nacionais e agências multilaterais.

No contexto da economia capitalista, há uma complexidade de situações e fases, que não serão discutidas neste artigo. Porém, cabe ressaltar a importância histórica do capitalismo industrial e a ascensão do capitalismo financeiro. Este último, hegemônico desde a década de 1970, é um dos pilares do meio técnico-científico-informacional (Santos, 1996).

O sistema de mercado, conforme Cangiani (2012), “[...] caracteriza-se pelo fato de que, tornando-se a troca a forma de integração prevalente, o mercado se transforma na instituição específica pela qual a economia se organiza socialmente” (p. 12). “A troca, como forma de integração, depende da presença de um sistema de mercado, um modelo institucional que, ao contrário das suposições comuns, não nasce de atos aleatórios de troca” (Polanyi, 2012, p. 86).

Apesar de esta transição ter sido complexa e ter envolvido disputas, conflitos e injustiças, pode-se afirmar que ela se deu a partir da iniciativa da sociedade ou de parte dela (elites político-econômicas). Historicamente, a hierarquia estabelecida entre os seres humanos há cerca de 10 mil anos (Bookchin, 1982) permitiu que fossem estabelecidas relações de exploração social e ambiental. Por sua vez, tais relações são preponderantes para a concentração do poder e da riqueza. Atualmente, o sistema de mercado reflete esta concentração, que permeia a sociedade de classes.

Mas como essas mudanças no contexto da trajetória das relações econômicas afetaram a dinâmica de vida dos camponeses? O que faz dos camponeses sujeitos diferenciados em termos de relações econômicas?

### 3. Transformações ocorridas na economia e na vida camponesa

Os camponeses, em cada tempo e sociedade, sempre vivenciaram a troca e as relações de comércio, a seu modo. Produziram excedentes para garantir a reprodução de seus modos de vida, os quais eram escoados como doação ou escambo, marcados por relações de reciprocidade (Sabourin, 2011). Produziram, igualmente, artigos (alimentos, artesanato, ferramentas etc.) para comercializar em lugares de encontro entre os que ofertavam e os que adquiriam.

Até o século XVIII, ou seja, anterior ao contexto da “grande transformação”, ocorrida no século XIX, nunca antes esses sujeitos dependeram exclusivamente do mercado para sua sobrevivência (Kautsky, 1986), apesar de o mercado sempre se constituir como parte integrante nas sociedades camponesas (Pirenne, 1966). “Não se conheciam sociedades comerciais permanentes antes dos tempos modernos” (Polanyi, 2012, p. 317).

A própria questão agrária está associada à construção da lógica da economia de mercado capitalista, a qual provocou uma erosão da condição de reprodução camponesa, ao transformar a terra e o trabalho em mercadorias. Assim, a economia substantiva deu lugar ao sistema de mercado, que se tornou global a partir da Idade Moderna e, sobretudo, na Idade Contemporânea. Com isso, a natureza e os seres humanos, incluindo os camponeses, passaram a estar cada vez mais sujeitados à lógica da acumulação capitalista, pautada no lucro.

As formas em que as sociedades camponesas institucionalizaram suas relações econômicas estiveram atreladas, historicamente, à necessidade de autoproteção dos grupos frente a ameaças internas e externas. A esse respeito, A. Chayanov (1974 e 2017) dedicou uma extensa obra sobre a racionalidade econômica do campesinato. Ele tomou como base a análise do microcosmo da unidade de produção camponesa para fundamentar uma teoria que torna central as relações de cooperação entre membros de uma família camponesa, entre membros de uma comunidade e, destes, com a terra e a natureza. Ao compreender o camponês como um sujeito social diferenciado, Chayanov categorizou

o campesinato como um sistema econômico não capitalista, dada a complexidade de suas manifestações e a dificuldade em apreendê-las pelos elementos-chave da teoria capitalista. Essa complexidade derivava do fato de que a busca pelo equilíbrio econômico, para os camponeses, estava imbricada, de forma intensa, às demais dimensões de suas territorialidades, sejam elas a cultural, a política ou o que poderíamos chamar de ecológica.

O casamento, as relações intrafamiliares e de parentesco, o compadrio, a religiosidade, a socialização dos conhecimentos e das condições de produção (sementes, animais, um pedaço de terra para plantar, mutirões etc.), códigos de condutas morais, a cooperação, dentre outras, foram instituições, práticas e repertórios culturais que, historicamente, legaram a função de manter em equilíbrio as condições vitais de existência desses sujeitos.

Ainda hoje, tenhamos ou não consciência, em função de sua intangibilidade e enraizamento nas nossas ações diárias, a institucionalização de um importante conjunto de relações econômicas desempenha um papel relevante na organização social, seja no campo ou na cidade. Seria o sistema econômico moderno tão estruturado a ponto de renunciar ao trabalho doméstico e de cuidado não remunerado?

Em municípios do interior do Sul do Brasil, por exemplo, muitos jovens que migraram dos espaços rurais para as cidades dependem do aporte material dos familiares, que permaneceram no campo, para poderem estudar, trabalhar e viabilizar certo equilíbrio econômico. Esse aporte abarca o consumo de alimentos que são produzidos nas unidades camponesas de suas famílias, além de eventuais auxílios financeiros. Em contrapartida, alguns desses jovens retornam periodicamente para seus estabelecimentos para auxiliar no trabalho produtivo (“fazer a safra”).

Com isso, queremos enfatizar que a dimensão econômica da vida, ainda hoje, é mais complexa do que o sistema de mercado, principalmente entre os camponeses. Quando a “economia substantiva” de Polanyi (2012) ou o sentido do “processo econômico” de Heilbroner (1980) atrelam a definição de economia à forma pela qual os bens

essenciais para a vida são providos, faz-se necessário compreender como são construídas as mediações para viabilizar e institucionalizar as trocas.

A flexibilidade camponesa, destacada por Shanin (2008), apresenta-se factível, pois a vida desses sujeitos não se resume a um empreendimento econômico e à obtenção de lucro, como ocorre com uma firma. O aspecto econômico está presente na multidimensionalidade da vida. A qualidade de flexibilidade mostrar-se-á tão mais elevada quanto mais amplas e consistentes forem as interações que esses sujeitos mantêm para reproduzirem sua sobrevivência. E esta reprodução implica que os camponeses, de alguma forma, se conectem à exterioridade. E, no âmbito das trocas, suas relações perpassam os mercados.

Nesse sentido, os mercados acessados pelos camponeses costumam ser aqueles mais próximos, característicos da escala local. Entregas em domicílio e participação em feiras são formas de comercialização onde o agricultor se relaciona diretamente com os consumidores, exercendo o papel de vendedor. Além disso, seu vínculo com cooperativas municipais da agricultura familiar tem permitido o acesso a mercados institucionais locais, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Por outro lado, as vendas para estabelecimentos varejistas, seja através da negociação direta com essas empresas, seja por meio de atravessadores, é outro mercado local historicamente relevante para os camponeses. Estes são exemplos de cadeias curtas.

Ao se vincularem a cooperativas e empresas regionais, nacionais ou internacionais, os camponeses, mesmo que indiretamente, passam a estabelecer relações com mercados mais amplos e complexos, onde eles se tornam apenas uma pequena parte da cadeia. Apesar de cruciais, pelo fato de serem os produtores das mercadorias comercializadas, sua subordinação ao capital é crescente, devido aos contratos e normas rígidas impostos pelas empresas e pelo Estado. Assim, se tornam o “elo fraco” do agronegócio.

Portanto, acreditamos que o protagonismo dos camponeses no acesso e nas negociações com os mercados é fundamental para que eles possam entender as formas de

exploração por parte das empresas e reduzir sua subordinação ao capital. Através de um protagonismo consciente sobre as estratégias de apropriação de seu trabalho, os camponeses podem ser sujeitos ativos na construção de mercados, na escala local, regional, mas, também, em escalas mais amplas. Por isso, entendemos ser válido defender a ideia de uma *construção socioterritorial de mercados* por camponeses, principalmente aqueles organizados coletivamente.

Análises sobre como os camponeses têm estabelecido relações com os mercados são centrais no âmbito do debate sobre subordinação e autonomia. Predominam relações capitalistas ou não capitalistas entre os camponeses? Estabelecer relações capitalistas é um indicador de sua subordinação? É possível estabelecer outros tipos de trocas e relações comerciais? A perspectiva da construção socioterritorial de mercados pode contribuir para fortalecer a autonomia camponesa?

Para responder às questões, faz-se necessário identificar como os camponeses têm se relacionado com os mercados, ou seja, como têm comercializado seus produtos e estabelecido negociações com outros agentes econômicos (Estado, atravessadores, empresas varejistas, consumidores, entre outros). Buscando colaborar para esta tarefa, serão apresentadas reflexões sobre como os camponeses foram estabelecendo sistemas de trocas ao longo do tempo, considerando dois aspectos que marcam a atual situação camponesa com relação à subordinação ao capital: a *desterritorialização* e a *monopolização do território pelo capital* (Oliveira, 2001).

Por fim, o debate sobre a construção socioterritorial de mercados será pautado, com base no potencial de protagonismo de camponeses para tal construção, e na possibilidade de construção de mercados por camponeses que atuam com práticas espaciais pautadas na produção agroecológica, sobretudo por camponeses organizados coletivamente, haja vista que tal organização é fundamental para reduzir sua subordinação e fortalecer processos de autogestão.

#### 4. Relações econômicas estabelecidas por camponeses

Nas regiões interioranas do Sul do Brasil, marcadas pela colonização no século XIX e primeira metade do século XX, os camponeses, denominados de colonos, já haviam se reterritorializado como pequenos produtores mercantis (Feres, 1990; Piran, 2001). Por mais que esses sujeitos reproduziam a lógica da economia substantiva em suas localidades de destino (a comunidade rural) como um fator de vínculo identitário e de reciprocidade, em momentos de vulnerabilidades mais acentuadas, a vinculação com o mercado fazia-se necessária, dado o imperativo de gerar divisas monetárias para garantir a permanência na terra (pagar pela terra, produzir para se tornarem “proprietários” fundiários, comprar o que não produziam etc.).

Mediações comunitárias paralelas à economia de mercado e, posteriormente, ao sistema de mercado não eram algo novo para as famílias de “colonos”. Embora importante, uma parcela significativa do esforço para a reprodução econômica desses sujeitos não dependia exclusivamente do mercado, mas das relações internas e de reciprocidade mantidas entre a família e a comunidade. Com o aprofundamento das conexões com o sistema de mercado, as demais mediações econômicas foram se subalternizando. E o efeito disso traduziu-se em desconexões, desequilíbrios e na inviabilização econômica de diversas famílias camponesas.

As transformações decorrentes do predomínio do sistema de mercado foram contundentes para os camponeses, estendendo-se da dissolução das formas históricas de acesso à terra às alterações nas práticas produtivas para atender à crescente “demanda de mercado”. Uma agricultura mais intensiva e artificializada foi substituindo práticas agrícolas conexas a seus “meios geográficos” (Santos, 1996).

Conforme a lógica do sistema de mercado (oferta-demanda-preços), calcada na especialização produtiva, na competitividade, na artificialização dos agroecossistemas e na *sujeição da renda da terra ao capital* (Martins, 2010), foi avançando nos territórios, o campesinato foi se distanciando das condições que, historicamente, lhe garantiram sua

viabilidade social e econômica. A desterritorialização e a transformação social das práticas desses sujeitos foram as tônicas desse movimento.

A expansão do sistema agroalimentar global, associada a uma “revolução nas relações sociais e de poder por meio da tecnologia verde” (Porto-Gonçalves, 2006), levada a cabo por atores hegemônicos da economia internacional no pós-Segunda Guerra Mundial, intensificou a pressão sobre os territórios da agricultura camponesa e familiar. Essa expansão levou a dois fenômenos simultâneos: 1) a desterritorialização; 2) a monopolização do território pelo capital (Oliveira, 2001).

A desterritorialização é a substituição da agricultura camponesa por uma agricultura voltada exclusivamente à produção de mercadorias. Um processo que traz consigo não apenas mudanças nas práticas produtivas, mas a derrocada de um modo de vida, que se manifestava em territorialidades camponesas, paisagens, mediações ecológicas, racionalidades e instituições sociais diversas. A desterritorialização não se trata de um fenômeno recente. Lênin (1988), ao se referir aos cercamentos ingleses ocorridos entre os séculos XVI e XVIII – eventos que levaram à desterritorialização da agricultura camponesa e à territorialização da agricultura capitalista – chamou esse movimento de “limpeza para o capital”. As casas e estruturas eram destruídas para impossibilitar o retorno dessas famílias à terra. Tal expropriação significava, igualmente, a erosão de um patrimônio cultural secular. O elemento novo na desterritorialização é que se trata de um movimento articulado globalmente, intensificado a partir da década de 1950, e centralizado na comercialização de terras de camponeses por sujeitos diversos. A desterritorialização também tem se dado por meio de projetos públicos ou privados, com forte protagonismo do Estado, como a construção de usinas hidrelétricas.

No Brasil, milhares de camponeses foram desterritorializados a partir da década de 1960, desencadeando o famoso êxodo rural. Atraídos pelas promessas de uma vida melhor nas cidades, deixaram de viver em suas terras e de cultivá-las, para trabalhar em indústrias, na construção civil e em outras funções urbanas. E este processo de desterritorialização continua até hoje.

No fenômeno da monopolização do território pelo capital, com efeito, os agricultores permanecem com suas famílias no território, mas sujeitados a estruturas hierárquicas de controle, possíveis através do sistema de mercado, dos contratos de integração, da técnica global, do capital financeiro e do poder corporativo de grandes empresas do segmento. Um poder formal, marcado pela heteronomia, é a síntese dessa relação que os camponeses mantêm com seus territórios. Apesar disso, diferentemente da desterritorialização, o território permanece como trunfo ao campesinato, como um recurso possível de ser ativado.

No caso da maioria dos camponeses que ainda vivem em suas terras, a monopolização de seus territórios pelo capital faz com que sua autonomia produtiva seja perdida ou enfraquecida por meio da especialização produtiva e da adoção da lógica do agronegócio, que leva à subordinação aos ditames e interesses das empresas (agrícolas, pecuárias, silvícolas etc.). Ademais, o crescente fenômeno de arrendamentos de suas terras para terceiros tem transformado camponeses em meros espectadores de práticas espaciais dos arrendatários. Nessas situações, o território, per se, mesmo considerado como um trunfo, não é o suficiente para que sejam processadas mudanças importantes no contexto do poder heterônomo, caracterizado pela centralidade das relações capitalistas (Souza, 2006).

Todavia, acreditamos que o território, ainda, pode adquirir nova qualidade, quando as relações sociais e de poder, ou seja, quando as territorialidades são reorientadas para um projeto de construção de autonomia, seja, inicialmente, tensionando o Estado para garantir direitos e avanços em políticas públicas (*autonomia em sentido fraco* [Souza, 2006]), mas, principalmente, ampliando o protagonismo, a organização coletiva, a autogestão e a tomada de decisão pelos camponeses, que poderia contribuir para o fortalecimento da *autonomia em sentido forte* (Souza, 2006).

A autonomia em sentido forte é algo difícil de ser alcançado em um mundo constituído por feixes multidimensionais de poder heterônomo. Mas, é possível iniciar os passos rumo a um projeto de autonomia, com conquistas autônomas em sentido fraco, ou

com a ampliação de autonomias relativas, através de avanços nos processos de autogestão, com base na gestão coletiva e comunitária, e *autogoverno nas relações de poder* (Dematteis, 2008). Para isso, o território precisa ser ressignificado em termos de novas territorialidades, espelhando novas sínteses relacionais e reconexões estratégicas para tais fins.

Apesar da hegemonia do sistema de mercado e das relações capitalistas, acredita-se que seja possível explorar as fissuras do capital (Holloway, 2013) para se avançar na construção de estratégias que reduzam a subordinação e fortaleçam o árduo caminho rumo ao *projeto de autonomia* proposto por Castoriadis (Souza, 2006; 2017). Nesse sentido, a construção socioterritorial de mercados, que está relacionada à autogestão camponesa, pode ser uma destas possibilidades.

Como a agroecologia tem sido pautada como uma prática espacial camponesa, que pode contribuir para o fortalecimento de um processo de transformação social e da autonomia (Candiotto, 2020; Reinach; Fabrin, 2020), entendemos ser pertinente discutir a ideia de construção socioterritorial de mercados a partir da agroecologia.

## 5. A construção socioterritorial de mercados

Em Finatto e Eduardo (2021 e 2023) e Eduardo *et al.* (2023a e 2023b), a aproximação entre o conceito de território e a abordagem da construção social de mercados tem sido apreendida enquanto uma concepção, concomitantemente teórica e prática, ou seja, como uma forma de entendimento e de transformação das relações de troca e de distribuição de produtos, tendo por base a ação dos atores da agroecologia no enfrentamento ao sistema agroalimentar e de distribuição hegemônicos.

O conceito de território permite um olhar multiescalar aos processos de construção dos mercados, que abrange desde a unidade de produção ou Núcleo de Vida e Gestão

Familiar (nanoterritório<sup>2</sup>), a formação regional dos Sistemas Territoriais Agroecológicos (SiTAs<sup>3</sup>), os Circuitos Curtos de Comercialização (CCC<sup>4</sup>) e os Circuitos Ampliados de Produção-Circulação-Consumo (CAPCC). Nessa concepção, mercados e territórios (e suas inerentes relações de poder constitutivas) são indissociáveis. Os elementos identitários-culturais dos camponeses, associam-se às condições concretas de produção e de circulação e aos distintos arranjos possíveis de projeção das Redes Agroalimentares Alternativas (RAA<sup>5</sup>).

Em cada contexto territorial e escala de apreensão das interações produção-consumo, há características e desafios específicos a serem considerados. Isso serve tanto para ampliar o entendimento dos atuais mercados para a Agroecologia, como para fomentar arranjos possíveis. Nestes termos, a ideia da construção socioterritorial de mercados é parte de um processo mais amplo e complexo protagonizado pelos atores da agroecologia na transformação do sistema agroalimentar.

A construção socioterritorial de mercados implica, ainda, em um processo no qual grupos sociais do campo e da cidade, entre eles camponeses, organizam-se coletivamente – através de associações, cooperativa ou grupos informais – para definir estratégias de comercialização de seus produtos, negociar com terceiros e reduzir sua subordinação ao capital, por meio de um maior protagonismo com relação às relações de trocas comerciais com outros sujeitos (sobretudo empresas privadas).

Por conseguinte, tal construção pode se dar em mercados diversos, onde os reais produtores buscam, através de um processo de negociação, reduzir o poder de atravessadores e empresas, que sempre atuam objetivando o lucro máximo na venda de merca-

---

<sup>2</sup> O conceito de escala nanoterritorial foi proposto por Souza (2013 e 2016), para se referir a um território muito pequeno, como a moradia e o local de trabalho ou lazer. Em um nanoterritório “as relações de poder remetem a interações face a face entre indivíduos, [...] em situação de copresença.” (SOUZA, 2016, p. 317). Candiotto (2020) associou o nanoterritório a uma unidade de produção camponesa. Como tal unidade não envolve somente a produção, mas, também, a vida da família camponesa, Candiotto tem usado o termo *Núcleo de Vida e Gestão Familiar* (NVGF).

<sup>3</sup> Finatto e Eduardo (2021).

<sup>4</sup> Darolt (2013).

<sup>5</sup> Cassol e Schneider (2015).

dorias. Tais interações de mercado são embasadas por distintas motivações e concepções (cooperação, margem de ganho justa, redução da exploração do trabalho, equidade social, valorização de identidades etc.).

Os sujeitos construtores desses mercados, social e territorialmente, podem ser artesãos, camponeses, artistas, profissionais liberais, entre outros. Eles projetam espacialmente suas relações de poder e forjam dinâmicas territoriais, logísticas e de mercado nas mais variadas escalas, desde a local às escalas mais abrangentes (regional, nacional e até internacional), buscando explorar as possíveis fissuras do capitalismo (Holloway, 2013).

Estes sujeitos, envolvidos na construção socioterritorial de mercados, não possuem uma “*intencionalidade econômica capitalista*, em que o lucro e a acumulação são os objetivos principais, e onde predomina uma lógica de crescimento constante da produção e da empresa”, mas, sim, uma “*intencionalidade econômica básica*, cujo principal objetivo é a sobrevivência da família e sua qualidade de vida” (Candiotto; Meira, 2014, p. 169-170). Por estabelecerem relações com um sistema econômico-social capitalista, buscam obter algum ganho financeiro, porém, um ganho que lhes garanta sua sobrevivência, reprodução social e, quiçá, prosperidade. Não se trata de uma lógica que visa explorar outros sujeitos envolvidos nas relações comerciais, muito menos os consumidores finais.

Considerando que a construção socioterritorial de mercados envolve consciência, organização coletiva e protagonismo popular, refletir sobre como construir mercados que favoreçam o trabalho e os trabalhadores é de suma importância. Para tanto, a consciência individual e coletiva sobre as formas de exploração capitalista e de subordinação de trabalhadores aos interesses das firmas é a primeira etapa do processo. Assim, é fundamental conhecer as estratégias de negociação utilizadas por atravessadores, empresas, Estado e outros sujeitos, bem como as margens de lucro que se obtém dos trabalhadores, através dos preços que se paga ao trabalhador e dos preços cobrados pelos produtos ao consumidor final, entre outros fatores.

Na organização e nos debates coletivos, esta consciência, certamente, será reforçada entre os indivíduos, pois cada um possui suas experiências e percepções sobre como

se dão as relações comerciais que vivenciam. Em seguida, é preciso traçar as estratégias, estabelecer objetivos e ações para atingi-los. E é no contexto da organização coletiva que isso precisa ser feito. Para tanto, os valores da cooperação e da solidariedade devem ser centrais para se estabelecer relações de confiança e compromisso com as causas e os objetivos.

Por fim, o protagonismo popular é o que irá edificar a construção socioterritorial dos mercados. Nas negociações com outros sujeitos, locais e extra locais, sempre existirão impasses e discordâncias. Porém, se houver coesão entre os trabalhadores, o processo de negociação será fortalecido. Mas, como toda construção implica percalços e desafios, a mobilização, o diálogo e a união são aspectos fundamentais.

Sabendo da atual hegemonia do capitalismo, a consciência sobre os limites do protagonismo popular e da autogestão na construção socioterritorial de mercados também é imprescindível. Quanto mais estreitas forem as relações com os consumidores, maiores serão as possibilidades de avanço. Contudo, sobretudo em cadeias mais longas (regionais, nacionais e internacionais), a relação direta produtor-consumidor se torna muito difícil.

A construção socioterritorial dos mercados protagonizada por camponeses se efetiva, principalmente, nas “fissuras” de um sistema econômico-social aparentemente monolítico: o capitalismo. Como os mercados são produtos de relações sociais, e como as relações sociais são mediadas pelo espaço geográfico, a ideia de construção socioterritorial de mercados abarca os sujeitos sociais que atuam, direta e indiretamente, em determinado recorte territorial.

Na relação que os camponeses estabelecem com os mercados, a construção dos mercados começa com a produção social das mediações e das instituições que garantirão viabilidade às próprias inserções de mercado (família, vizinhos, grupo de camponeses, associações, cooperativas, outras instituições de representação camponesa, consumidores etc.). E esse processo contém um forte componente espacial. Nesse sentido, as relações territoriais que atuam no processo de construção socioterritorial de mercados são

multiescalares e dependem de uma *política de escalas* (Souza, 2017) construída pelos sujeitos (camponeses e trabalhadores urbanos) e suas organizações. Especificamente, no contexto dos camponeses, isso está vinculado aos seus territórios individuais e coletivos e às suas territorialidades para além dos territórios gerenciados por eles. A identificação destes territórios e territorialidades está ligada a algum tipo de projeção de relações de poder por parte dos camponeses.

No que diz respeito ao que estamos denominando territórios individuais, cabe relativizar esta ideia. Aqui, nos referimos aos estabelecimentos agropecuários (BRASIL, 2017), e, para além deste conceito centrado na dimensão produtiva, a um *Núcleo de Vida e Gestão Familiar (NVGF)* (Candiotto, 2020). Caso um estabelecimento rural ou NVGF seja de posse ou propriedade de somente um indivíduo, este será literalmente um território individual. Contudo, sabendo que a maior parte dos NVGF são ocupados e gerenciados por uma família, composta por dois indivíduos ou mais, um território individual corresponderia a um território familiar. Portanto,

[...] entende-se que um Núcleo de Vida e Gestão Familiar (NVGF) diz respeito a um recorte do espaço social, ou a um nanoterritório, envolvendo um substrato espacial material (aspectos da natureza e objetos técnicos), relações sociais e imaginários dos sujeitos (família e outras pessoas) que vivenciam esse NVGF. Nele, uma família é responsável por sua gestão e, geralmente, essa família reside ou vive parte de seu tempo de vida e de trabalho. [...] o NVGF seria a principal unidade espacial para se apreender a agroecologia, na escala nanoterritorial. (Candiotto, 2020, p. 64).

O NVGF seria o território do camponês. Nele, a família camponesa possui uma autonomia – mesmo que seja relativa e em sentido fraco – para definir o que produzir, como produzir, como manejar a área, enfim, como viver e reproduzir sua sobrevivência enquanto camponeses. No caso de uma família ser proprietária e ser responsável pela gestão do NVGF, ele será o mais importante território desta família. Diversas territorialidades estarão ali presentes, assim como lugaridades e sentidos de lugar.

Em um NVGF existirão agroecossistemas e ecossistemas caracterizados pelas áreas produtivas (agrícolas, pecuárias e silvícolas) e pelas áreas, total ou relativamente

preservadas (florestas primárias e secundárias, ecossistemas naturais ou áreas pouco alteradas), respectivamente. No NVGF, os membros da família camponesa desenvolvem práticas espaciais nanoterritoriais profundas, relacionadas ao uso de recursos naturais (águas, solos, lenha, matéria orgânica etc.), manejo destes recursos, produção de alimentos e de outros bens agropecuários, beneficiamento e processamento da produção. Em termos de lugaridades, diversas relações afetivas e identitárias se dão no NVGF.

As práticas produtivas no NVGF possuem íntima relação com a soberania alimentar da família (produção e consumo de alimentos) e com a comercialização desta produção. Portanto, a produção interage de forma dialética com a comercialização, sendo parte importante da construção socioterritorial de mercados.

A comercialização, por sua vez, é o elemento mais marcante do processo de construção socioterritorial de mercados. É por meio dela, que os produtos são vendidos e que ocorrem as negociações e trocas com sujeitos locais (empresas, cooperativas e associações, consumidores, espaços de comercialização, como feiras), regionais, nacionais e até internacionais. As formas de trocas são variadas e podem ser estabelecidas diretamente pelo camponês ou de forma coletiva, através de grupos informais ou de instituições, como associações e cooperativas.

Desta forma, o processo de construção socioterritorial de mercados advém da premissa de que, diferentemente da concepção que trata o mercado como um mecanismo abstrato, produto de uma “mão invisível”, os “mercados são espaços sociais concretos, erigidos pelas mãos visíveis de sujeitos sociais reais, portadores de interesses, mas também de valores, crenças e ideais” (Niederle; Perez-Cassarino, 2021, p. 260). Os mercados, prosseguem os autores, são demasiadamente importantes para serem deixados apenas aos economistas, sobretudo aqueles que não enxergam ali nada além de curvas de oferta e de demanda.

O mercado não é uma convenção puramente econômica, que dita as regras de funcionamento das trocas de mercadorias e as transações comerciais em geral. Os mercados, no bom plural, são um fenômeno sociológico que se caracteriza como um processo de interação social que mobiliza atores e agentes que possuem interesses em trocar e intercambiar bens,

produtos e mercadorias. Os mercados existem na medida em que estas interações sociais ocorrem. Portanto, os mercados podem e efetivamente são construídos por indivíduos e grupos sociais, tais como os agricultores familiares (Marques; Conterato; Schneider, 2016, p. 11).

Durante certo tempo, os mercados foram concebidos como um fenômeno exterior à ingerência dos camponeses, como uma faceta da realidade social intrincada ao capitalismo. Os teóricos clássicos da questão agrária concentraram suas análises no desenvolvimento e na crítica aos efeitos oriundos da dinâmica do mercado convencional, sem lançar luzes para a factibilidade de outras mediações mercantis. É comum que ainda haja um constrangimento para se debater o tema do mercado, por parte de entidades de assessoria, extensionistas e pesquisadores do campesinato/agricultura familiar, como se as famílias e organizações, ao estreitarem relações econômicas e com os mercados, estivessem, perigosamente, atravessando uma linha tênue entre uma forma de se portar, “politicamente desejável” e baseada na contra hegemonia, à outra, “corrompida” pelo capital.

Reiteramos nosso entendimento: o mercado e outras instituições econômicas orientam-se por relações sociais diversas, incluindo outras concepções possíveis sobre a geração de valor (políticas, ecológicas, éticas, identitárias etc.), que vão além do cálculo econômico.

Se considerarmos a economia como um conjunto de práticas organizadas em torno de processos de produção, consumo e troca com o propósito de gerar valor segundo certos critérios acerca do que é valioso, então o mercado e outras formas de instituição econômica não serão domínio exclusivo da acumulação de capital, mas sim a expressão de diferentes objetivos e projetos originários de seres humanos operando por si mesmos como sujeitos econômicos [...]. Esses contraprojetos podem ter origem em expressões coletivas de formas alternativas de valor ou de indivíduos autônomos organizando suas vidas e [...] suas práticas econômicas em torno dos seus próprios valores, fabricando assim seus procedimentos particulares de criação de valor (Banet-Waiser; Castells, 2019, p. 17-18).

Como é sabido, o capitalismo não é uma coisa, algo fragmentário, tal como, superficialmente, alguns o associam ao mercado ou ao ganho financeiro. O capitalismo é, ou-

trossim, uma relação social baseada na reprodução ampliada do capital. A questão central é que essa relação social, fundamentada no estímulo a um crescimento sempre em expansão, tende a se territorializar sob a égide de relações sociais e de produção de natureza socialmente exploratória e com repercussões ecológicas destrutivas.

Para se reproduzir, o capitalismo precisa transformar a natureza e o trabalho em mercadorias. Por sua vez, a comercialização das mercadorias se dá por meio do mercado, ou seja, das trocas. Por isso, insiste-se atualmente na necessidade de estarmos atentos aos hábitos de consumo e de pensá-lo, na medida do possível, de uma forma mais consciente, como um ato político.

É comum nos depararmos com campanhas de boicote a marcas ou a produtos de determinados países que não cumprem determinadas agendas (ambientais, de respeito às relações de trabalho etc.). O que isso quer dizer? Que o mercado, ainda que de maneira limitada, congrega um feixe de possibilidades. Portanto, o mercado pode se constituir como um espaço de ativismos capaz, inclusive, de reorientá-lo socialmente. É claro que a capacidade que os sujeitos possuem de impactar o mercado varia de acordo com o nível educacional e de renda dos consumidores distribuídos entre distintos países. Contudo, sabendo que a geração de lucro está vinculada à produção de mercadorias, e que sem consumo não há produção, refletir sobre a capacidade de protagonismo dos consumidores nos mercados é algo plausível.

Do ponto de vista dos camponeses, dos produtores familiares e de suas organizações, a abordagem da construção socioterritorial de mercados tem valorizado o papel destes sujeitos na definição de estratégias de interação com os mercados, ampliando seus escopos de atuação e trazendo à tona elementos que transbordam o simples cálculo econômico, para incorporar questões sociais, valores culturais, segurança ao consumidor e aspectos ecológicos aos produtos e serviços oferecidos.

No caso específico dos produtos orgânicos e agroecológicos, uma miríade de oportunidades e de novas conexões, na direção da construção socioterritorial dos mercados,

tem se apresentado no Brasil, sobretudo, nas duas últimas décadas, não obstante os diversos entraves ecológicos, técnicos, logísticos e políticos.

A demanda por produtos orgânicos tem crescido no Brasil e no mundo, ampliando as possibilidades de construção socioterritorial de mercados com base no protagonismo de camponeses adeptos aos princípios da agroecologia. Esses mercados se apresentam como fundamentais na tentativa de se reduzir a subordinação destes sujeitos à lógica produtivista e economicista do capital. Nesse sentido, o debate sobre a comercialização de produtos agroecológicos é importante para contribuir com a construção social e territorial de mercados com base na agroecologia.

## **6. A construção socioterritorial de mercados na agroecologia**

As práticas e as ideias em prol de uma construção socioterritorial de mercados no âmbito da agroecologia implicam posições que se fundamentam na valorização e na defesa dos bens comuns provenientes da natureza, através da utilização prudente de ecossistemas e recursos naturais, como solos, águas e biodiversidade; da defesa da soberania alimentar e da autonomia camponesa, da valorização de representações sociais e culturais que marcam a vida camponesa, as práticas agroecológicas e a multidimensionalidade da agroecologia.

A luta contra relações de trabalho injustas e degradantes, contra relações de mando e obediência que conduzem a opressões; a busca de preservação de patrimônios culturais associados aos territórios; o resgate de práticas e valores culturais populares, entre outros aspectos, se sobrepõem à lógica simplista atrelada à racionalidade capitalista do cálculo do custo marginal. Racionalidade esta que agrupa como “externalidades” ao processo econômico temas altamente relevantes e diretamente associados à reprodução da vida na biosfera, como é o caso das ações de degradação ambiental e injustiça social.

Uma nova racionalidade, na direção do que Leff (2006) conceituou como “ambiental”, mais conectada aos meios geográficos e às suas bases de recursos ecológicos e cognitivos, torna-se premente. Incluso, uma nova racionalidade sobre o próprio processo econômico e, de maneira mais específica, sobre as formas de interação e de funcionamento dos mercados.

Apesar de o debate conceitual sobre agroecologia não ser objeto deste artigo, é preciso considerar que ela se propõe a ser algo mais amplo que a produção de alimentos orgânicos. CandiOTTO (2020) discute estas questões conceituais, deixando evidente que a agroecologia é muito mais complexa, pois é multidimensional, não estando limitada ao plano produtivo e econômico. Porém, questões como a aproximação entre agricultores e consumidores, relações de comercialização justas e maior disponibilidade de alimentos agroecológicos para o público em geral, não tornando o produto orgânico caro e elitizado, são partes da dimensão econômica da agroecologia.

Ao mostrar que o termo agroecologia tem sido usado por diversas firmas e sujeitos sociais, levando a diferentes interpretações e a disputas ideológicas vinculadas a uma tendência de cooptação do discurso da agroecologia – conforme apontado por Rosset e Altieri (2018) – CandiOTTO (2020) enfatiza a agroecologia como uma prática camponesa e com potencial para contribuir para um processo de transformação social, que valorize o protagonismo e a autonomia desses sujeitos e de suas organizações.

Há quem diga que a mudança agroecológica é algo, deveras, radical. A mudança veementemente radical, porém, esteve atrelada a outro evento, a saber: as sucessivas desconexões ecológicas, culturais e econômicas instauradas em escala global, pela agricultura capitalista, chamada moderna, em detrimento do legado milenar dos povos em prover seus meios de vida em seus territórios.

A agroecologia não propõe uma volta ao passado, mas a construção de mediações que reconectem os agroecossistemas às suas bases de interações ecológicas, que ajustem as tecnologias à diversidade dos meios geográficos e reconstruam os mercados com base em relações personificadas e horizontais. Reconexões que têm criado e proposto

inovações para uma transformação qualitativa da agricultura e da sociedade, imprescindível para o futuro da humanidade.

Se a desconexão promovida pela agricultura convencional hegemônica foi a condição pela qual a produção e o território foram subordinados ao controle externo, a reconexão agroecológica coloca-se como um projeto factível na construção das possibilidades para um agir mais autônomo e em sintonia com o território (base ecológica + conhecimentos + rede de interações + infraestruturas...). Subordinação e autonomia, por óbvio, percorrem objetivos e produzem territorialidades divergentes. Pelo seu caráter não hegemônico, a agroecologia trilha um caminho difícil, com descontinuidades. Porém, com criatividade e resiliência.

De forma geral, a agroecologia, seguindo a perspectiva polanyiana, se tornou expressão “[...] de um amplo “contramovimento” social ao modo como o capitalismo produziu um processo de “desenraizamento” da economia em relação ao conjunto de instituições, valores e crenças que organizam as sociedades” (Niederle; Perez-Cassarino, 2021, p. 259-260). Para estes autores, isso inclui a edificação de novos modelos de produção e de consumo e, conseqüentemente, a construção de mercados nos quais as relações econômicas não se fundamentem no interesse utilitário dos diversos agentes envolvidos.

No campo da agroecologia, a ideia de uma racionalidade camponesa e ambiental dista da racionalidade de uma empresa capitalista, em termos de relações econômicas e com os próprios mercados. No entanto, desafortunadamente, o grau de desarticulação social entre grande parte dos camponeses produtores de alimentos orgânicos/agroecológicos os coloca em posições subordinadas às empresas e ao sistema de mercado. Entendemos que o trabalho dos camponeses, que são os produtores dos alimentos orgânicos/agroecológicos, precisa ser valorizado. E não será por iniciativa de firmas ou de atravessadores que isso ocorrerá.

Conforme já salientado, os mercados são construções sociais e territoriais. As conexões entre os mercados e os aspectos espaciais são múltiplas e compreendem os mo-

mentos da produção, da circulação e do consumo. No caso da agroecologia, há uma vinculação direta entre a produção e as condições ecológicas existentes nos lugares. Eis a relação dialética entre espaço e economia. Eis a Geografia!

Os mercados são diretamente influenciados por essa relação dialética. As distintas sínteses oriundas da tríade espaço, relações sociais, psique (Souza, 2017) territorializam a economia. Assim, surgem várias possibilidades ou limitações que influenciarão nas dinâmicas de produção, processamento, transporte e consumo, levando a um processo de construção socioterritorial de mercados, que se dá desde a escala nanoterritorial até a global. Esta construção é influenciada pelas intencionalidades do Estado, de firmas e de outros sujeitos sociais.

Nos sistemas orgânicos e agroecológicos, o imperativo espacial se apresenta com mais veemência do que nas práticas produtivas convencionais. Nestas, a artificialização reinante em todas as etapas do processo produtivo e pós-produtivo garante certo controle da produção, sua conservação e homogeneização. Com isso, é possível reduzir a dependência das dinâmicas ambientais, obter maiores escalas de produção, armazenar e transportar produtos e matérias primas em longas distâncias, alargando, as opções de mercado, pela padronização ou pelo alcance logístico.

Já na agroecologia, o sistema produtivo está intimamente relacionado às dinâmicas dos ecossistemas e com as características edafoclimáticas, genéticas e “bioculturais” (Toledo; Barrera-Bassols, 2015) locais. O sentido se orienta para a promoção de uma forma de produzir em cooperação com a produtividade da natureza, ao invés de uma produtividade oriunda, simplesmente, da técnica e dos insumos artificiais. Disso decorre a construção de mosaicos agroecossistêmicos, cada qual assimilando potenciais e limitações produtivas. Entender esses limites e respeitá-los talvez seja um dos grandes legados da agroecologia à expansão da nossa consciência sobre o estar no mundo e viver de maneira mais integrada com a natureza.

Os desafios para a construção socioterritorial de mercados no contexto da agroecologia, se apresentam, por exemplo, em tais circunstâncias: 1) Os mosaicos produtivos

implicam, igualmente, em descontinuidades situacionais: locais de oferta – locais de demanda; 2) a ausência de químicos-sintéticos aumenta a perecibilidade e dificulta a padronização dos alimentos, influenciando a ampliação da escala de comercialização e desafiando a organização da logística de transporte; 3) a falta de pesquisas científicas direcionadas à agroecologia, sobretudo no âmbito produtivo e tecnológico, se comparadas às pesquisas voltadas à agricultura convencional; 4) incipiência de recursos financeiros e de políticas públicas que poderiam contemplar melhorias na produção, certificação e comercialização de alimentos agroecológicos; 5) a lógica convencional de mercado pressiona a produção para padrões estéticos e agregação de valor aos produtos, desconsiderando a sazonalidade de determinados alimentos, que é comum na agroecologia. Assim, os mercados para os produtos orgânicos e agroecológicos precisam ser construídos de maneira diferenciada, informando e sensibilizando os consumidores para suas especificidades.

Questões operacionais, relativamente simples na produção convencional, adquirem uma elevada complexidade nos sistemas orgânicos de produção. A fluidez da produção convencional contrasta com o expressivo conjunto de normas e sistemas de controle direcionado aos produtos orgânicos. Enquanto dificilmente conseguimos ter ciência de como foi produzido um produto convencional, os alimentos orgânicos possuem informações detalhadas da “semente até o cliente”. Muitos agricultores agroecológicos, inclusive, trabalham em todos esses âmbitos, da multiplicação das sementes à relação direta com os consumidores. Enquanto, na produção convencional, os sujeitos e empresas atuam, comumente, em posições específicas do processo produtivo (a empresa produz a semente, o agricultor o grão, a cerealista armazena, alguém transporta, outros distribuem/transformam/comercializam etc.).

As normas brasileiras para a produção e a comercialização de orgânicos (sobretudo, a Lei no 10.831, de 23 de dezembro de 2003; o Decreto no 6.323, de 27 de dezembro de 2007; e as diversas Instruções Normativas do Ministério da Agricultura e Pecuária - MAPA), levam a exigências de infraestruturas específicas (produção, processamento,

transporte e disposição nos espaços de comercialização), de mecanismos de certificação e rastreabilidade, entre outras.

Apesar de dificuldades que são específicas da produção e comercialização de alimentos agroecológicos, a abordagem da construção socioterritorial de mercados (nas escalas local e extra local) possui potencial para a análise dos processos de subordinação da agricultura agroecológica à lógica do mercado convencional capitalista e, doravante, para a definição de estratégias para a construção de protagonismos nas relações de comercialização.

Quanto mais próximos os camponeses estiverem dos consumidores finais, melhor para ambos. Por isso, o debate sobre cadeias curtas que permitam a aproximação entre agricultores e consumidores tem destaque no âmbito de mercados para produtos camponeses e na agroecologia (feiras, entregas em domicílio, cestas, CSA<sup>6</sup> etc.). Além disso, o pagamento de percentuais maiores para produtos orgânicos em mercados institucionais, como o PAA e o PNAE, também são elementos importantes para a ampliação e fortalecimento de mercados para camponeses adeptos da agroecologia. Contudo, quando as relações comerciais atingem outras escalas, em mercados regionais e distantes, esta aproximação acaba sendo reduzida, de modo que é crucial que outros sujeitos sociais (individuais e coletivos), guiados por uma lógica pautada no mercado justo e em benefícios para produtores e consumidores, entrem em cena.

Como exemplos da construção socioterritorial de mercados ao nível regional, destacamos a experiência do Circuito Sul de Circulação e Comercialização de Produtos Agroecológicos”, criado por diversas organizações ligadas à Rede Ecovida de Agroecologia<sup>7</sup> e analisado por Eduardo, Klein e Gonçalves (2020); além do trabalho da Associação Regional de Cooperação e Agroecologia Ecoterra, sediada no município de Três Arroios/RS, que

---

<sup>6</sup> Comunidade que Sustenta a Agricultura (Community Supported Agriculture).

<sup>7</sup> <<https://www.ecovida.org.br>>

envolve produção, certificação, beneficiamento, transporte e comercialização de alimentos orgânicos para diversas cidades situadas em estados da região Sul e para a capital paulista<sup>8</sup>.

Por outro lado, nas cidades, existem instituições que têm procurado fazer essa ponte entre agricultores e consumidores, com base em princípios que não estão centrados em uma intencionalidade econômica capitalista. É o caso do Instituto Chão<sup>9</sup>, sediado na cidade de São Paulo, importante parceiro da Ecoterra.

## Considerações finais

Problematizar e desmistificar a ideia de mercado constituiu um dos objetivos deste artigo. A problematização girou em torno de como os mercados foram historicamente construídos, até chegarmos ao atual sistema de mercado no contexto do capitalismo do século XXI, altamente hegemônico e concentrado nas mãos de firmas que se tornaram oligopólios. Porém, nesse percurso, e até hoje, existem outras formas de se construir trocas e mercados, que precisam ser analisadas e aperfeiçoadas<sup>10</sup>. A desmistificação diz respeito à ideia de que o mercado é um sujeito abstrato, desvinculado das intencionalidades dos capitalistas. Ao contrário, argumentamos que o(s) mercado(s) são constructos sociais, comandados pelos agentes hegemônicos do capitalismo, mas com participação de outros sujeitos, entre eles, camponeses.

No contexto da Geografia Agrária, debates e críticas sobre a existência de relações capitalistas envolvendo o campesinato têm sido centrais e causado muita controvérsia. A polarização entre aqueles que fazem “chacota” sobre a insignificância dos camponeses perante o capital (entendendo que a dimensão macroestrutural da economia capitalista

---

<sup>8</sup> A atuação da Associação Ecoterra tem sido analisada pelos autores deste artigo.

<sup>9</sup> <<https://www.institutochao.org/>>

<sup>10</sup> Iniciativas envoltas a economia solidária, economia colaborativa e escambo são exemplos.

oculta qualquer tentativa de protagonismo camponês) e aqueles que minimizam a importância das trocas comerciais para os camponeses (condenando as relações com os mercados e enfatizando a dimensão microestrutural das decisões familiares camponesas na dinâmica econômica das unidades rurais familiares) é algo marcante, que, em nossa opinião, precisa ser superado.

Se as dicotomias e dogmas não são salutares, tal superação implica considerar a coexistência entre o macroestrutural e o microestrutural, a partir de uma perspectiva dialética e dialógica. Foi nesse sentido que procuramos discorrer sobre a relevância das decisões tomadas pelas famílias camponesas, considerando, sobretudo, que a posse da terra e a condição de produzir alimentos – que são fundamentais para a sobrevivência de qualquer ser humano – são elementos que podem reduzir a subordinação e, conseqüentemente, contribuir para avanços teóricos e empíricos em direção à autonomia camponesa.

Entretanto, não é, de forma alguma, plausível deixar de considerar a hegemonia das firmas e corporações transnacionais em uma dinâmica econômica regida pelo capitalismo, assim como de firmas menores associadas a elas. Ao acreditar que seja possível viabilizar e fortalecer o protagonismo de camponeses no contexto da comercialização de seus produtos, sobretudo através de sua organização coletiva, lançamos mão do conceito de construção socioterritorial de mercados, procurando caracterizar este processo e discutir como os camponeses podem ampliar seu protagonismo na estruturação de mercados para seus produtos.

Certamente, qualquer processo de construção de mercados implica estabelecer negociações com firmas e com sujeitos que se orientam pelo principal objetivo das relações capitalistas, que é o lucro crescente. E não devemos ser ingênuos em achar que os camponeses não devem ou não podem obter ganhos financeiros. Ao contrário, acreditamos que a ampliação de seus resultados econômicos é uma forma de valorização de seu trabalho produtivo e de toda a logística que envolve a comercialização (pós-colheita, processamento, transporte, venda etc.).

Se essa ampliação levará as empresas que comercializam o produto junto aos consumidores a aumentarem seus preços, é algo que os camponeses não podem controlar. Mas, ao entender que os camponeses são os principais sujeitos no processo de construção socioterritorial de mercados, queremos enfatizar que eles têm condições de conhecer as estratégias das empresas, todo o processo que envolve a comercialização de seus produtos, e, assim, estabelecer negociações que contribuam para garantir preços justos para seus produtos, reduzindo sua subordinação e exploração.

Apesar das “margens de manobra” terem seus limites, e das fissuras do capital serem poucas e estreitas, a consciência sobre a existência de possibilidades de construção socioterritorial de mercados é algo que deve fazer parte da agenda dos camponeses e de suas organizações coletivas, sobretudo daqueles que atuam sob a perspectiva da agroecologia.

## Agradecimentos

Os autores agradecem aos agricultores agroecológicos da Ecoterra e do Circuito Sul da Rede Ecovida de Agroecologia pela generosidade em compartilharem suas lutas e anseios.

Márcio F. Eduardo agradece ao CNPq e à Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS, campus Erechim/RS), pelo apoio à pesquisa. Um agradecimento especial, também, ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da UNIOESTE, campus Francisco Beltrão/PR, pela receptividade durante a realização do estágio pós-doutoral e, em especial, ao amigo Luciano Z. P. Candiotto, por acompanhar e contribuir com esse momento.

Luciano Z. P. Candiotto agradece ao CNPq pela bolsa de produtividade em pesquisa.

## Referências

- BANET-WEISER, Sarah; CASTELLS, Manuel (orgs.). **Outra economia é possível: Cultura e economia em tempos de crise**. Zahar, Rio de Janeiro, 2019.
- BOOKCHIN, Murray. **The Ecology of Freedom**. Palo Alto, Califórnia: Cheshire Books, 1982.
- BOOKCHIN, Murray. **Refazendo a sociedade**. [S.l.]: Printleaks, 1995. Tradução de Ernesto Kramer.
- BRASIL. **Censo Agropecuário 2017**. Brasília: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2017. Disponível em: <<https://censoagro2017.ibge.gov.br/coleta-censo-agro-2017/estabelecimentos-censo-agro-2017.html>>. Acessado em 11/09/2024.
- CANDIOTTO, Luciano Z. P. Agroecologia: Conceitos, princípios e sua multidimensionalidade. **AMBIENTES: Revista de Geografia e Ecologia Política**, v. 2, n. 2, pp. 25-75, 2020. <https://doi.org/10.48075/amb.v1i2.23619>
- CANDIOTTO, Luciano Z. P.; MEIRA, S. G. Agricultura orgânica: Uma proposta de diferenciação entre estabelecimentos rurais. **Campo-Território**, Uberlândia/MG, v. 9, n. 19, pp. 149-176, 2014.
- CANDIOTTO, Luciano Z. P.; CORREA, Walquíria K. Desenvolvimento Rural Sustentável: Algumas considerações sobre o discurso oficial do Governo Federal. **Geografia**, Rio Claro/SP, v. 29, n. 2, pp. 252-265, 2004.
- CANGIANI, Luiz M. A teoria institucional de Karl Polanyi: A sociedade de mercado e sua economia “desenraizada”. In: Polanyi, K. **A subsistência do homem e ensaios correlatos**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012, pp. 11-44.
- CASSOL, Abel; SCHNEIDER, Sérgio. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. **Lua Nova**, São Paulo, <https://doi.org/10.1590/0102-6445143-177/95>, 2015, pp. 143-177.
- CHAYANOV, Alexander V. **A teoria das cooperativas camponesas**. Revisão e tradução de Regina Vargas. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.
- CHAYANOV, Alexander V. **La organización de la unidad económica campesina**. Buenos Aires: Nueva Vision, 1974.

- DAROLT, Moacir. Circuitos Curtos De Comercialização de Alimentos Ecológicos: Reconectando Produtores e Consumidores. In: NIEDERLE, Paulo; ALMEIDA, Luciano de; VEZZANI, Fabiane M. (orgs.). **Agroecologia: Práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Organizadores. Curitiba: Kairós, 2013, pp. 139-170.
- DEMATTEIS, Giuseppe. Sistema Local Territorial (SLOT): Um instrumento para representar, ler e transformar o território. In: ALVES, A.; CARRIJO, B.; CANDIOTTO, L. (orgs.). **Desenvolvimento territorial e agroecologia**. São Paulo: Expressão Popular, 2008. pp. 33-46.
- DOBB, Maurice. **A evolução do capitalismo**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- EDUARDO, Márcio F., KLEIN, Edson J.; GONÇALVES, Giovani J. A Ecoterra e seu constructo territorial de mercado: As experiências de venda direta como antecedentes do Circuito Sul de circulação e comercialização de produtos agroecológicos, criado no contexto da Rede Ecovida de Agroecologia. **AMBIENTES: Revista de Geografia e Ecologia Política**, v. 2, n. 2, 2020, pp. 144-189.
- EDUARDO, Márcio F.; FINATTO, Roberto A.; KONRAD, Jóice. A construção de redes no mercado de produtos orgânicos: O caso do Circuito Sul de Circulação e Comercialização da Rede Ecovida de Agroecologia. **Terra@ Plural**, v.17, pp. 1-16, 2023a.
- EDUARDO, Márcio F.; EDUARDO, Daiane C. B.; FINATTO, Roberto A. A construção territorial de mercados na Agroecologia: Uma análise sobre o Núcleo Alto Uruguai da Rede Ecovida de Agroecologia. **Revista Mutirão - Folhetim de Geografias Agrárias do Sul**, v. 4, n. 3, 2023b, pp. 130-152
- FERES, João B. **Propriedade da terra, opressão e miséria: O meio rural na história social do Brasil**. Amsterdam, Holanda: CEDLA, 1990.
- FINATTO, Roberto A.; EDUARDO, Márcio F. Sistema Territorial Agroecológico (SiTA): Uma proposta teórico-metodológica para a análise e a construção da agroecologia. **Boletim Goiano de Geografia**, Goiânia, v. 41, n.1, pp.1-22, 2021.
- FINATTO, Roberto A.; EDUARDO, Márcio F. O Desenvolvimento Territorial Produzido e Apreendido por meio dos Sistemas Territoriais Agroecológicos (SiTAS). **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, v.44, n. 145, pp.61-79, 2023.
- HAESBAERT, Rogério; Porto-Gonçalves, Carlos Walter. **A nova des-ordem mundial**. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

HEILBRONER, Robert. **A construção da sociedade econômica**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1980.

KAUTSKY, Karl. **A questão agrária**. São Paulo: Nova Cultural, 1986.

LANG, Miriam *et al.* De los límites planetarios a los límites sociales: Un argumento a favor de la autolimitación definida colectivamente. **AMBIENTES: Revista de Geografía e Ecología Política**, v. 6, n. 1, pp. 259-331, 2024.

LEFF, Enrique. **Racionalidade ambiental: a reapropriação social da natureza**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

LENIN, Vladimir L. **O desenvolvimento do capitalismo na Rússia** (volume I). In: Os economistas. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

MARQUES, Flávia; CONTERATO, Marcelo; SCHNEIDER, Sergio. (org.). **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

MARTINS, José de S. **O cativo da terra**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

NIEDERLE, Paulo; PEREZ-CASSARINO, Julian. Construção Social de Mercados. In: **Dicionário de Agroecologia e Educação**. Alexandre P. Dias *et al.* (orgs.). São Paulo: Expressão Popular; Rio de Janeiro: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, 2021, pp. 259-264.

OLIVEIRA, Ariovaldo U. **Agricultura camponesa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2001.

PIRAN, Nédio. **Agricultura familiar: Lutas e perspectivas no Alto Uruguai**. Erechim, RS: Edifapes, 2001.

PIRENNE, Henri. **História Econômica e Social da Idade Média**. São Paulo: Mestre Jou, 1966.

POLANYI, Karl. **A subsistência do homem e ensaios correlatos**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

POLANYI, Karl. **A grande transformação: As origens de nossa época**. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

PORTO-GONÇALVES, Carlos W. P. **A globalização da natureza e a natureza da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

- REINACH, Mariana H. M. FABRIN, Guilherme A. O potencial emancipatório da agroecologia em questão: Dos riscos de cooptação à construção da autonomia. **AMBIENTES: Revista de Geografia e Ecologia Política**, v.2, n. 2, pp. 76-105, 2020. <https://doi.org/10.48075/amb.v1i2.23619>
- RODRIGUES, Arlete M. A matriz discursiva sobre o “meio ambiente”: Produção do espaço urbano – agentes, escalas, conflitos. In: CARLOS, Ana F. A.; SOUZA, Marcelo L. de; SPOSITO, Maria E. B. (orgs.). **A produção do espaço urbano**. São Paulo: Editora Contexto, 2011, pp. 207-232.
- ROSSET, Peter; ALTIERI, Miguel. **Agroecologia: Ciência e política**. SOCLA, 2018.
- SABOURIN, Eric. **Organizações e sociedades camponesas: Uma leitura através da reciprocidade**. Porto Alegre: Ed UFRGS, Série Estudos Rurais, 2011.
- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- SHANIN, Teodor. Lições camponesas. In: PAULINO, E. T.; FABRINI, J. E. (orgs.). **Campesinato e territórios em disputa**. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008, pp. 23-47.
- SOUZA, Marcelo L. de. **Por uma Geografia libertária**. Rio de Janeiro: Consequência, 2017.
- SOUZA, Marcelo L. de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.
- SOUZA, Marcelo L. de. **A prisão e a ágora: Reflexões sobre a democratização do planejamento e da gestão das cidades**: Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.
- TOLEDO, Víctor M., BARRERA-BASSOLS, Narciso. **A memória biocultural: A importância ecológica das sabedorias tradicionais**. São Paulo: Expressão popular, 2015.
- WALLERSTEIN, Immanuel. Análise dos sistemas-mundo como movimento do saber. In: Vieira, P. A.; Lima Vieira, R.; Filomeno, F. A. (org.). **O Brasil e o capitalismo histórico: Passado e presente na análise dos sistemas-mundo**. São Paulo: Cultura Acadêmica Ed, 2012, pp.17-28.
- WOOD, Ellen M. As origens agrárias do capitalismo. **Crítica Marxista**, São Paulo, v.1, n.10, 2000, pp. 12-29.

**Márcio Freitas Eduardo** é pós-doutor em Geografia pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE, *campus* de Francisco Beltrão), doutor em Geografia pela Universidade Estadual Paulista (FCT-UNESP), *campus* de Presidente Prudente, e professor dos cursos de Graduação em Geografia (Licenciatura e bacharelado) e do curso de Agronomia da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), *campus* de Erechim/RS. **E-mail:** marcio.eduardo@uffs.edu.br.

**Luciano Zanetti Pessoa Candiotto** é pós-doutor em Geografia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), professor do Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), *campus* de Francisco Beltrão, e pesquisador nível 2 do CNPq. **E-mail:** luciano.candiotto@unioeste.br

Artigo enviado em 11/06/2024 e aprovado em 16/10/2024.