

## O ARMAZÉM DO CAMPO COMO TERRITÓRIO DO MST NO ESPAÇO URBANO (2016 a 2022)<sup>1</sup>

**Angela dos Santos Machado**

Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, SP, Brasil

E-mail: [angela.s.machado@unesp.br](mailto:angela.s.machado@unesp.br)

**Victor Hugo Quissi Cordeiro da Silva**

Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, SP, Brasil

E-mail: [victor.quissi@unesp.br](mailto:victor.quissi@unesp.br)

### Resumo

Desde 2016, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) vem se territorializando no espaço urbano por meio da rede Armazém do Campo. Mais do que um espaço de comercialização dos produtos da reforma agrária, o Armazém do Campo se constitui como espaço de socialização política. Neste texto, temos o objetivo de evidenciar o processo de territorialização do Armazém do Campo, discutindo sua importância na luta pela Reforma Agrária Popular e contra o sistema alimentar hegemônico. Esta pesquisa contou com pesquisa bibliográfica e documental, trabalho de campo e entrevistas semiestruturadas. Destacamos como resultado de nossas análises que o Armazém do Campo produz um diálogo permanente entre campo-cidade que resulta, por um lado, na divulgação dos resultados da reforma agrária, e de outro, na possibilidade de os consumidores saberem a origem dos produtos e as relações sociais de produção que originaram as mercadorias, deferentemente, das relações fetichizadas entre campo e cidade produzidas pelo sistema alimentar hegemônico.

**Palavras-chave:** Território; Sistema alimentar, MST; Armazém do Campo; Reforma Agrária.

## THE ARMAZÉM DO CAMPO AS AN MST TERRITORY IN URBAN SPACE (2016 to 2022)

### Abstract

Since 2016, the Landless Rural Workers Movement (MST) has been territorializing in urban space through the Armazém do Campo network. More than just a space for marketing agrarian reform products, Armazém do Campo serves as a space for political socialization. In this text, our goal is to highlight the process of territorialization of Armazém do Campo, discussing its importance in the struggle for Popular Agrarian Reform and against the hegemonic food system. This research relied on bibliographical and documentary research, fieldwork, and semi-structured interviews. Our analysis reveals that Armazém do Campo fosters a continuous dialogue between rural and urban areas, leading, on one hand, to the dissemination of agrarian reform outcomes, and on the other hand, to consumers' ability to trace the origins of products and the social relations of production that gave rise to them, in contrast to the fetishized relations between rural and urban areas perpetuated by the hegemonic food system.

---

<sup>1</sup> O artigo é uma revisão do trabalho publicado entre os Anais da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia de Presidente Prudente-SP (2024). Agradecemos o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa (FAPESP), Processo 2020/14998-7.

*Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

**Key words:** Territory; Food system, MST; Armazém do Campo; Agrarian Reform.

## **EL ARMAZÉM DO CAMPO COMO TERRITÓRIO DEL MST EN EL ESPACIO URBANO (2016 a 2022)**

### **Resumen**

Desde 2016, el Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST) se ha estado territorializando en el espacio urbano a través de la red del Armazém do Campo. Más que solo un espacio para comercializar los productos de la reforma agraria, el Armazém do Campo se constituye como un espacio de socialización política. En este texto, nuestro objetivo es evidenciar el proceso de territorialización del Armazém do Campo, discutiendo su importancia en la lucha por la Reforma Agraria Popular y en contra del sistema alimentario hegemónico. Esta investigación se basó en la investigación bibliográfica y documental, trabajo de campo y entrevistas semiestructuradas. Destacamos como resultado de nuestros análisis que el Armazém do Campo genera un diálogo permanente entre el campo y la ciudad que resulta, por un lado, en la difusión de los resultados de la reforma agraria, y por otro, en la posibilidad de que los consumidores conozcan el origen de los productos y las relaciones sociales de producción que dieron origen a las mercancías, en contraste con las relaciones fetichizadas entre el campo y la ciudad producidas por el sistema alimentario hegemónico.

**Palabras clave:** Territorio; Sistema alimentario, MST; Armazém do Campo; Reforma Agraria.

### **Introdução**

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) tem uma longa trajetória de luta no Brasil, reivindicando, dentre outras pautas, a reforma agrária popular, políticas públicas para a agricultura camponesa, a produção agroecológica de alimentos e a soberania alimentar (MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA, 2013).

A ocupação de terra é uma das estratégias do Movimento para chamar a atenção pública sobre terras improdutivas, que de acordo com a Constituição Federal do Brasil, no artigo 184, devem ser direcionadas para a reforma agrária. No entanto, apenas a letra da lei não é suficiente para que ela seja cumprida, por isso o MST ocupa para pressionar as autoridades públicas para que tomem as medidas cabíveis para cumprir o direito constitucional da reforma agrária no Brasil (BRASIL, 1988).

Para Fernandes (2005) o MST é um movimento socioterritorial já que seu principal objetivo é conquistar a terra e produzir nela territórios camponeses, isto é, territórios de produção de alimentos, auto-organizados e trabalhados pelas famílias sem-terra. A luta pela terra também se faz em uma perspectiva territorial, derrubando as cercas que a delimitam e questionando as formas de uso, ou melhor, desuso dessas propriedades, e estabelecendo

novas territorialidades, isto é, relações sociais que nutrem os territórios (acampamentos e assentamentos).

O MST também está presente nas cidades em protestos; marchas; campanhas de doação de alimentos; ocupações de prédios públicos, tal como do INCRA; nas feiras vendendo alimentos; e mais recentemente, no Armazém do Campo, rede de lojas fruto das lutas do MST.

Nosso objetivo neste texto é discutir especificamente como o MST se territorializa no espaço urbano por meio do Armazém do Campo. Se antes o Movimento se espacializava nas cidades em ações temporárias (marchas, protestos, ocupações de curta duração, feiras etc.), agora o MST tem territórios no espaço urbano que permitem um diálogo permanente entre campo e cidade.

O debate acerca da relação cidade-campo também permeia nossa análise na medida em que buscamos compreender a diferença dessa relação quando produzida por corporações capitalistas e quando produzida pelo MST. Para elucidar tal contraste utilizamos a ideia marxista de fetichização para evidenciar as relações que estão ocultas na produção e circulação das mercadorias capitalistas. Por outro lado, defendemos que as relações cidade-campo produzidas pelo MST, no Armazém do Campo, buscam justamente revelar para a sociedade quais são os resultados da reforma agrária no Brasil, dialogando sobre as condições nas quais as mercadorias são produzidas e chegam até a mesa do consumidor (Machado, 2024).

Nas seções a seguir, primeiramente, apresentamos nossa abordagem teórico-metodológica que consiste em trabalhos de campo, entrevistas semiestruturadas e pesquisa documental. Em seguida, abordamos a questão do alimento como um direito humano, mas que sob o sistema capitalista de produção torna-se um mero bem a ser comercializado para gerar lucros para um pequeno número de grandes corporações que dominam o sistema alimentar mundial. Analisamos o processo de territorialização do Armazém do Campo evidenciando suas dimensões políticas, sociais, culturais e econômicas, buscando contrastá-lo com as formas de produção, circulação e comercialização de mercadorias convencionais.

## **Abordagem teórico-metodológica**

Conduzimos uma pesquisa documental em cadernos de formação, cadernos de cooperação agrícola, cartilhas, declarações e propostas produzidas pelo MST entre 1989 e 2022, a fim de compreender a historicidade das lutas político-econômicas do Movimento.

No ano de 2022, realizamos 16 trabalhos de campo em 9 estados do Brasil, visitando lojas do Armazém do Campo nas regiões Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. O trabalho de campo é uma importante metodologia de trabalho para a geógrafa e o geógrafo, pois permite a produção de novos conhecimentos a partir da observação investigativa e da análise crítica (SILVA, 2011). O trabalho de campo é um momento de articulação entre a teoria e a prática (ALENTEJANO; ROCHA-LEÃO, 2006).

O trabalho de campo foi composto por observação das lojas, registros fotográficos, conversas informais e entrevistas semiestruturadas com trabalhadoras e trabalhadores do Armazém do Campo. Os roteiros de entrevistas foram elaborados previamente, de acordo com Colognese e Melo (1998), com questões abertas, organizadas por eixos temáticos. Os participantes eram livres para abordar outros temas e, durante a entrevista, foram realizadas perguntas que não estavam previstas.

No total, 21 pessoas foram entrevistadas, sendo 14 mulheres e 7 homens. Entrevistamos não apenas representantes do Armazém do Campo, mas também da Cooperativa Terra Livre, da Escola Milton Santos de Agroecologia, da Cooperativa Central dos Assentados de Curitiba, da Cooperativa Central dos Assentados do Ceará, do Escritório de Comercialização Institucional de São Paulo e da Cooperativa Central dos Assentados/as de Minas Gerais (CONCENTRA). Realizamos esse conjunto de entrevistas para compreender os elos das cadeias produtivas do MST, isto é, como ocorre a produção, a distribuição e a comercialização dos produtos.

As entrevistas foram gravadas com o consentimento das pessoas entrevistadas, depois foram transcritas e utilizadas juntamente com as referências bibliográficas na análise da produção de territórios do MST no espaço urbano. Os nomes dos entrevistados foram substituídos por nomes de mártires da luta pela terra, tanto para proteger a identidade dos participantes da pesquisa, como para evidenciar a violência no campo e rememorar das pessoas que perderam suas vidas na luta pela terra no Brasil.

## **Comida: direito humano ou mercadoria?**

A produção de alimentos possui um caráter multidimensional, pois expressa diferentes aspectos da dinâmica social, tais como as identidades culturais, relações de poder e diferentes formas de organização política. No modo de produção capitalista o alimento é posto na condição de mercadoria, portanto, acessível apenas aqueles que possuem um equivalente para a troca (dinheiro). Esta dimensão econômica da produção de alimentos no capitalismo nos ajuda a compreender o cerne da questão da fome ou do elevado número de pessoas que não consomem o mínimo de calorias necessárias para o bom funcionamento do corpo humano (RIBEIRO JUNIOR et al., 2021). Fica evidente o fracasso das teses da Revolução Verde e do fator produtividade como elemento único para acabar com a fome. Mesmo alcançando índices de produção cada vez mais elevados, persiste uma massa de empobrecidos e marginalizados apartados do direito fundamental à alimentação saudável (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA ALIMENTAÇÃO E AGRICULTURA, 2023).

Como observado por Polanyi (2000 [1944]), uma série de inovações institucionais, políticas e ideológicas foram levadas a cabo a fim de criar as condições para a formação de preços de mercado dos produtos agrícolas. As organizações e sistemas de seguridade social herdados do período pré-revolução industrial foram destruídos para que o mercado se impusesse. Essas observações nos ajudam a desnaturalizar a ideia de que apenas pela livre iniciativa e pelas forças do mercado encontraremos um equilíbrio entre oferta e demanda que resolveria o problema da fome. Estes resultados não foram alcançados e a situação de penúria se agravou ainda mais.

O direito à alimentação, ainda que expresso na Constituição Federal do Brasil, no artigo 6º, carece de efetiva realização (BRASIL, 1988). Ainda que as garantias expressas na carta magna não devam ser desprezadas, não podemos confundir o reconhecimento de direitos e garantias com a sua real construção. Diferentes organizações políticas vêm debatendo essa questão e pressionando o Estado para que garanta os direitos fundamentais da população brasileira, com destaque para o MST. Compreendemos a luta pela Reforma Agrária Popular como indissociavelmente ligada ao direito à alimentação, assim como tantos outros direitos e garantias, individuais e coletivos.

A luta política ou, se optarmos por um vocabulário estritamente marxista, a luta de classes é o motor das disputas em torno do direito à alimentação. As políticas públicas, o

*Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

acesso à terra, o financiamento público à produção camponesa etc., apenas se materializam no Estado através da luta e organização da classe que vive do trabalho, seja camponesa, seja operária (THOMAZ JUNIOR, 2012). É com este horizonte teórico-político que se constrói a práxis do MST. Neste sentido, concordamos com Marx e Engels quanto à crítica sobre a racionalidade capitalista que transforma direitos básicos em fonte de lucro.

[A burguesia] reduziu a dignidade pessoal a simples valores de troca e, em lugar das inumeráveis liberdades estatuídas e arduamente conquistadas, erigiu a liberdade *única* e implacável do comércio. Em resumo, substituiu a exploração disfarçada sob ilusões religiosas e políticas pela exploração aberta, cínica, direta e brutal (MARX; ENGELS, 2011 [1848], p. 27-28).

A exploração no sistema capitalista não se dá apenas sob a forma do trabalho assalariado (mais-valia), inclui-se nesse processo, dentre outros, a degradação da natureza. No que se refere à produção de alimentos, o mercado global dos agrotóxicos gera elevados lucros para um reduzido número de corporações que o domina, enquanto os países do Sul Global, por terem regulamentação menos rigorosa, são os mais afetados pela contaminação da natureza e pela intoxicação de pessoas. Muitos agrotóxicos utilizados no Brasil são proibidos na União Europeia, como é o caso do glifosato (BOMBARDI, 2017; FUNDAÇÃO HEINRICH BÖLL, 2023).

O Brasil é o maior importador e consumidor de agrotóxicos do mundo. A bancada ruralista no Congresso Nacional atua fortemente para flexibilizar a Lei dos Agrotóxicos e garantir isenções fiscais para o setor. Isso traz consequências graves para a saúde das pessoas, do solo, dos insetos, das águas e de toda a biodiversidade. A situação agrava-se ainda mais pela prática muito comum de pulverização aérea no Brasil, em que o veneno lançado nas plantações de *commodities* são carregados pelo vento para longe, alcançado povoaamentos, áreas de proteção ambiental e outras plantações (BOMBARDI, 2017; FUNDAÇÃO HEINRICH BÖLL, 2023).

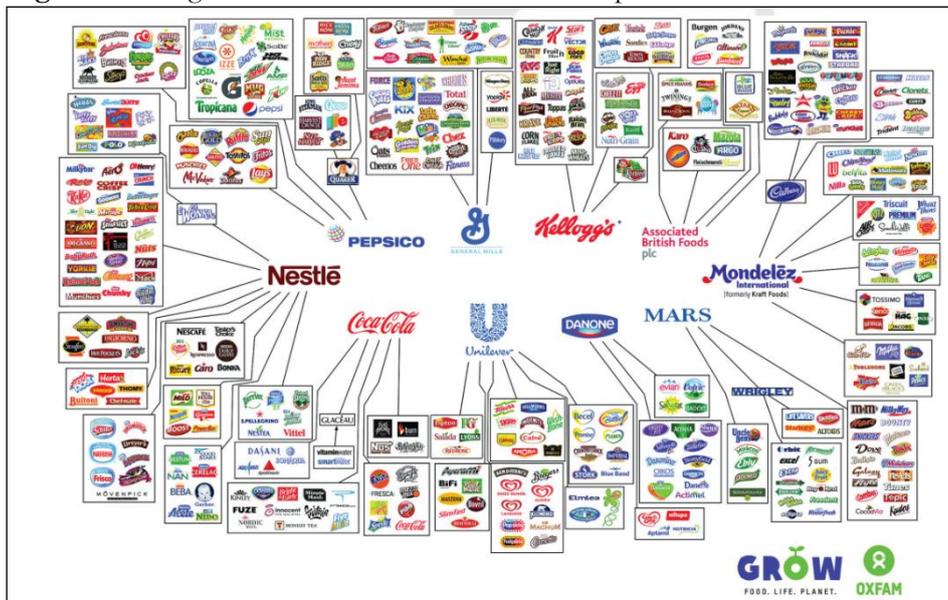
Os elevados lucros não se restringem ao mercado de agrotóxicos, mas todo o sistema alimentar é controlado por um número reduzido de corporações. As lógicas econômicas das empresas, como no exemplo do setor de alimentos, compreendem processos de acumulação, concentração e centralização do capital. A concentração e a centralização econômica compreendem, respectivamente, nas palavras de Sposito e Sposito (2017, p. 469), a “capacidade que as empresas têm de ampliar seus capitais, face as possibilidades de sua reprodução capitalista” e o “resultado da aquisição de uma empresa por outra e/ou da

diminuição do número de empresas que operam num dado ramo ou setor, revelando centralização na decisão e tendência à oligopolização”. As lógicas econômicas descrevem tendências gerais do sistema capitalista, portanto, estão diretamente relacionadas às decisões tomadas por empresas nos mais diferentes setores.

Esses processos ajudam a compreender alterações substanciais no setor de empresas alimentícias, expressas em dinâmicas de fusões e aquisições, expansão territorial e busca por novos mercados, estratégias de fidelização dos clientes e construção de diferentes formatos de lojas direcionadas a distintos perfis de consumidores etc. A figura 1 evidencia como a partir dos processos de acumulação, concentração e centralização de capital, apenas 13 gigantes do setor de alimentos dominam o sistema alimentar mundial. São elas: Nestlé, Coca-Cola, Pepsico, Unilever, General Mills, Danone, Kellogg's, Mars, Associated British Foods, Wrigley, Mondelez, Wonka e Cadbury (FIGURA 1).

É no mínimo preocupante que praticamente toda a população do planeta dependa dessas empresas para se alimentar. Vale ressaltar que os lucros dessas empresas vão para suas filiais em países de capitalismo avançado, enquanto os ingredientes básicos utilizados nesses produtos são, em sua maior parte, produzidos em países economicamente carentes, de forma predatória e exploratória, tal como evidencia a relação entre a indústria do chocolate e a exploração de trabalho infantil análogo à escravidão em países africanos (MENA, 2021).

Figura 01. Infográfico mostrando as dez maiores empresas de alimentos em 2013



Fonte: Oxfam, produzido como parte da campanha "Por Trás das Marcas".

Esse quadro geral representado na Figura 1, ou seja, a alta concentração e centralização do capital é analisado por autores britânicos no livro *Geographies of Food* (Geografias dos Alimentos) em que afirmam que o poder exercido pelos países centrais do capitalismo passou do controle colonial para o poder exercido pelas corporações, formando verdadeiros impérios alimentares (*food empires*).

Este novo tipo de “império alimentar” é dominado por um pequeno número de grandes corporações que controlam a produção, o processamento e o comércio dos produtos primários nos quais o sistema alimentar se baseia, incluindo insumos agrícolas como sementes, maquinaria e fertilizantes, e culturas essenciais como soja, cereais, carne, açúcar e óleos. Eles também dominam a marca e o varejo dos alimentos feitos com esses ingredientes básicos. O poder dessas empresas pode ser visualizado quando olhamos para a estrutura de “ampulheta” do sistema alimentar, em que um pequeno número de empresas controla efetivamente o acesso aos alimentos para bilhões de consumidores e o acesso aos mercados para bilhões de agricultores.<sup>2</sup> (KNEAFSEY et al., 2021, p.14-15).

A formação dos monopólios e oligopólios alimentares tem suas origens no colonialismo. O processo histórico que leva um conjunto de países a figurarem na divisão internacional do trabalho como meros exportadores de *commodities*, persiste nos dias atuais.

Essas potências não só controlaram os movimentos físicos e as transformações de pessoas e ingredientes em todo o mundo, mas também exportaram as suas ideias sobre o que comer e como cultivar para África, América do Sul e Ásia<sup>3</sup>. (KNEAFSEY et al., 2021, p.13).

A partir da análise sobre a formação do sistema alimentar hegemônico, podemos perceber relações multiescalares que vão desde a divisão internacional do trabalho até as formas de produção adotadas em pequenas propriedades agrícolas e os hábitos alimentares da população. Entre as relações que se alteram também podemos incluir aquelas entre a cidade e o campo. A relação campo-cidade ou rural-urbano foi historicamente interpretada a partir de uma leitura hierárquica dos termos desta relação, evidenciando a cidade com o

---

<sup>2</sup> No original: This new type of “food empire” is dominated by a small number of very big corporations which control the production, processing, and trade of the primary commodities on which the food system is based, including agricultural inputs such as seeds, machinery, and fertilizers and key crops such as soya, grains, meat, sugar, and oils. They also dominate the branding and retail of the foods made from these basic ingredients. The power of these firms can be visualized when we look at the “hourglass” structure of the food system, whereby a small number of corporations effectively control access to food for billions of consumers, and access to markets for billions of farmers.

<sup>3</sup> No original: These powers not only controlled the physical movements and transformations of people and ingredients around the globe, but also exported their ideas about what to eat and how to farm to Africa, South America, and Asia.

*Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

polo positivo, desenvolvido e moderno, em contraposição ao campo como polo negativo, caracterizado como atrasado, arcaico e residual (RUA, 2017).

De acordo com Rua (2017), a abordagem clássica da relação campo-cidade é orientada por uma determinada interpretação do marxismo, em que os autores dessa corrente centraram a atenção na cidade e no urbano, compreendido como a base da organização do espaço contemporâneo. O principal representante da abordagem clássica seria Henri Lefebvre, com a tese da urbanização total da sociedade. Por outro lado, em oposição à ideia homogeneizadora da relação urbano-rural, há a compreensão de “novas ruralidades”, proposta que busca enfatizar a diversidade do campo, afirmando que é precipitado “concluir que o processo de expansão da racionalidade urbana resultaria na dissolução do agrário e na tendência à transformação uniformizadora das condições de vida no campo” (CARNEIRO 1998, p. 54).

Em resumo, temos três abordagens sobre a relação campo-cidade: a dicotômica (atrasado *versus* moderno), a de *continuum* (urbanização geral da sociedade e homogeneização dos espaços) e a de permanência das ruralidades (diversidade do campo) (HESPANHOL, 2013). Esta última nos parece a mais pertinente, tendo em vista as particularidades das diferentes formas de viver e/ou produzir no campo, a exemplo da diferença entre o agronegócio que produz de forma predatória, voltado para exportação, e o campesinato que produz alimentos em territórios diversos.

Ploeg (2008, p.289) evidencia que entre as formas de resistência dos camponeses contra os impérios alimentares estão a criação de novas unidades de produção e consumo em terras que estariam improdutivas ou sendo usadas para a produção de *commodities*. A partir de uma série de alternativas criadas pelos camponeses, eles estariam “remando contra a maré” para confrontar o Império como principal modo de ordenamento.

O Armazém do Campo, portanto, pode ser entendido como uma nova fronteira de luta aberta pelo MST que nos motivou a resgatar conceitos importantes da geografia (relação cidade-campo) e da economia política (fetichismo da mercadoria). Dessa maneira, identificamos no fetichismo da mercadoria um caminho interpretativo. Marx (2017 [1867]) inicia a discussão sobre o capital a partir da análise da mercadoria, formando o que podemos chamar de núcleo teórico da teoria marxiana, ou seja, a teoria do valor-trabalho.

O autor tem o mérito de desvendar, a partir de um amplo processo de investigação, como se dá o processo de exploração no modo de produção capitalista. Neste sentido, a

teoria do valor-trabalho e a teoria da mais-valia são interdependentes, pois demonstram a extração de trabalho não pago dos trabalhadores. Tempo de trabalho necessário e tempo de trabalho excedente, valor de uso e valor de troca e etc. são categorias desenvolvidas por Marx para compreender a produção do valor e da exploração no capitalismo. No entanto, evidencia-se também uma concepção de método por parte do autor, ou seja, as categorias criadas e a forma de trabalhá-las revela a dialética materialista de Marx. Ao invés de discutir elementos transcendentais ou metafísicos, o autor busca encontrar no movimento do real as categorias para a sua teoria.

Marx (2017 [1867]) concluiu o capítulo sobre a mercadoria ou sobre a produção do valor e a exploração no capitalismo indicando um dos fatores fundamentais para a manutenção desse sistema, ou seja, o fetichismo da mercadoria. A mercadoria perde o seu caráter social e passa a ser compreendida apenas como uma coisa, portanto, quase como algo natural. O caráter social do trabalho humano é encoberto na relação de troca, ou seja, ao invés da troca entre tempos de trabalho necessário, a compra é vista como o intercâmbio de uma coisa (dinheiro) por outra coisa (mercadoria). Portanto, podemos compreender o fetichismo da mercadoria como uma espécie de máscara ou véu que recobre as mercadorias, impedindo-as de serem vista pelo que elas realmente são – frutos do trabalho humano. Nas palavras de Bottomore (1988, p. 243) fica bastante evidente a funcionalidade do fetichismo da mercadoria para a manutenção e reprodução do modo de produção capitalista.

Vamos a um exemplo real para tornar a explicação didática. Na figura 2, vemos na prateleira de um supermercado convencional, o creme de leite Terra Viva, marca dos produtos da reforma agrária do estado de Santa Catarina, abaixo do creme de leite da *Nestlé* (FIGURA 2).

**Figura 02.** Creme de leite Terra Viva no Supermercado Avenida – Presidente Prudente/SP



**Fonte:** Acervo pessoal de Angela dos Santos Machado, 11 abr. 2023.

Outra grande diferença entre os produtos é que podemos saber a origem do leite da marca Terra Viva: a Cooperativa Regional de Comercialização do Extremo Oeste (COOPEROESTE) e a Cooperativa do Contestado (COOPERCONTESTADO). Sabemos que são fruto da reforma agrária e do trabalho de milhares de famílias assentadas que se organizam de forma cooperada. Mas qual a origem do leite da *Nestlé*? Quais são as relações de trabalho por trás desse produto?

Desse modo, a realidade do trabalho social fica oculta por trás dos valores das mercadorias; assim, também os salários ocultam a exploração já que, embora sejam o equivalente apenas do valor da força de trabalho, parecem ser um equivalente do maior valor que a força de trabalho em ação cria. O que na verdade é social aparece como natural; uma relação que é de exploração parece ser uma relação justa.

Poderíamos nos perguntar então qual a origem do fetichismo da mercadoria, já que indicamos o caráter de método (materialismo-histórico-dialético) e a funcionalidade dessa categoria para a reprodução do capitalismo. A origem do fetichismo da mercadoria se encontra no próprio caráter social da produção de mercadorias, apesar da aparente

*Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

contradição dessa afirmação, em realidade ela expressa a dialética materialista. Na dialética a afirmação e a negação se combinam e se fundem para gerar uma nova coisa, que revela um salto não apenas quantitativo, mas também qualitativo.

[...] os trabalhos privados só atuam efetivamente como elos do trabalho social total por meio das relações que a troca estabelece entre os produtos do trabalho e, por meio destes, também entre os produtores. A estes últimos, as relações sociais entre seus trabalhos privados aparecem como aquilo que elas são, isto é, não como relações diretamente sociais entre pessoas em seus próprios trabalhos, mas como relações reificadas entre pessoas e relações sociais entre coisas (MARX, 2017 [1867], p. 148).

Uma espécie de fetichismo também pode impregnar o pensamento científico, dificultando a compreensão da totalidade social. A análises que buscam separar radicalmente cidade e campo, como unidades territoriais autônomas, podem incorrer na reprodução no nível do pensamento do fetichismo da mercadoria, porque desconsidera as relações sociais de produção, circulação, distribuição e consumo que interligam cidade-campo, como descreveu Marx (2008 [1859]).

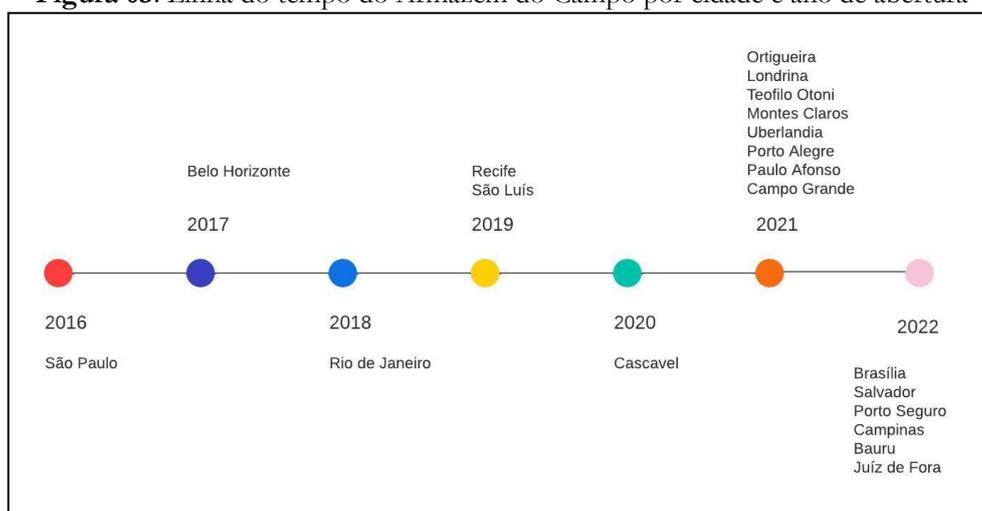
Sendo assim, identificamos dois paradigmas para a leitura dessa relação. A partir dos sistemas alimentares hegemônicos, ligados fundamentalmente ao agronegócio, temos a produção de relações campo-cidade fetichizadas, isto é, caracterizadas pelo encobrimento das relações sociais de exploração que caracterizam esse paradigma. A exploração da força de trabalho, o desmatamento dos biomas brasileiros, o pacote massivo de agrotóxicos, dentre outros elementos, é disfarçado pela troca nas grandes redes de distribuição de alimentos. Por outro lado, o MST vem construindo nas cidades territórios caracterizados por relações cidade-campo não fetichizadas. O trabalho camponês, a produção-comercialização de alimentos livres de veneno e advindos de assentamentos da reforma agrária são trunfos a serem destacados no Armazém do Campo.

O campo e a cidade podem ser compreendidos como uma síntese contraditória entre o global e local (SANTOS, 2006). A ordem global, na qual se incluem os impérios alimentares, busca impor uma única racionalidade. No entanto, a partir do lugar também podem surgir outras razões e emoções, abrindo caminho para a humanização e solidariedade. O Armazém do Campo é o exemplo de uma nova trincheira de luta do MST no espaço urbano, uma nova forma de resistência e de construção territorial na cidade.

### A territorialização do Armazém do Campo no Brasil

O primeiro Armazém do Campo foi inaugurado em 2016 na cidade de São Paulo. Nos anos seguintes novas lojas foram abertas: Belo Horizonte (2017); Rio de Janeiro (2018); Recife e São Luís (2019); Cascavel (2020); Ortigueira, Londrina, Teófilo Otoni, Montes Claros, Uberlândia, Porto Alegre, Paulo Afonso e Campo Grande (2021); Brasília, Salvador, Porto Seguro, Campinas, Bauru e Juiz de Fora (2022) (FIGURA 3).

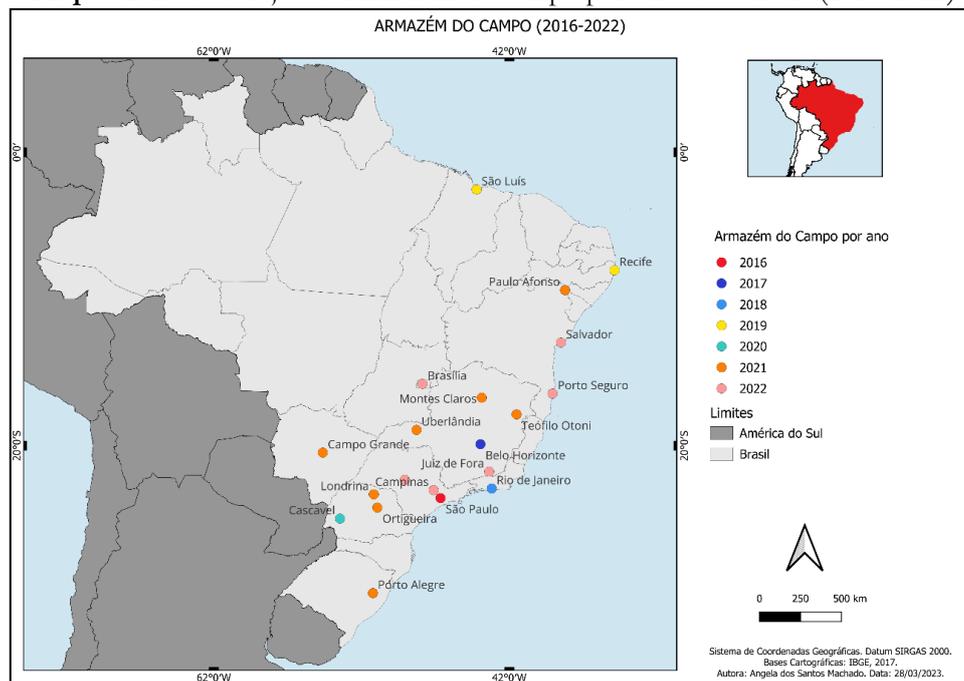
**Figura 03.** Linha do tempo do Armazém do Campo por cidade e ano de abertura



**Fonte:** Trabalho de campo. Elaborado com Lucidchart. Autora: Angela dos Santos Machado.

No mapa 1, podemos observar a espacialização das unidades do Armazém do Campo de acordo com o ano de implementação da loja (MAPA 1).

**Mapa 01.** Rede de lojas do Armazém do campo por ano de abertura (2016-2022)



**Fonte:** Pesquisa de campo. Elaborado com QGIS. Autora: Angela dos Santos Machado.

Podemos perceber que há uma concentração de lojas na região Sudeste, com 9 unidades, seguida pelo Nordeste com 5, o Sul com 4 lojas e o Centro-Oeste com 2 unidades. De todas as lojas abertas entre 2016 e 2022, apenas a unidade de Paulo Afonso, na Bahia, não prosperou por questões de gestão administrativa.

A rede Armazém do Campo é fruto, em primeiro lugar, de uma construção histórica do MST. A análise documental revelou que, desde 1989, o Movimento já demonstrava preocupação com a viabilidade econômica dos assentamentos através do incentivo à cooperação na produção e à criação de mercados alternativos.

O caderno de formação número 17 traz o Plano Nacional do MST, de 1989 a 1993. Nesse plano já se fazia presente a ideia de “luta econômica combinada a uma estratégia revolucionária” (MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA, 1989, p.10).

Conseguir crescimento econômico e político nas áreas conquistadas. Não se trata de reprodução pura e simples na unidade de produção camponesa típica. É necessário criar um novo modelo de produção baseada na utilização de tecnológicas adequadas, e na organização coletiva do trabalhador, que viabilize economicamente os assentados e promova o desenvolvimento social, político e ideológico das famílias assentadas (MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA, 1989, p.13).

Em 1991, no 6º Encontro Nacional do MST, criou-se o Sistema Cooperativista dos Assentados.

Assim, estamos dando um importante passo para superar a produção de subsistência, alcançar a produção de mercado e agroindústria. Da mesma forma, abrem-se as possibilidades dos trabalhadores terem acesso a créditos agrícolas, assistência técnica, condições de planejar a produção e a comercialização e administrar as áreas conquistadas (MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA, 1991, p.03).

A organização do sistema cooperativista surgiu da necessidade de produzir para o mercado, pois este, de acordo com o MST, era o meio de obtenção do capital necessário para melhorar a produção e a qualidade de vida das famílias assentadas. O mercado foi definido pelo MST como “a produção em escala voltada para conseguir ingressos monetários para que a CPA [Cooperativa de Produção dos Assentamentos] possa investir na produção, na luta e na melhoria de vida de seus assentados” (MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA, 1993, p. 51-52).

Em 1997, o caderno de formação número 5, apontou que o SCA era entendido como uma retaguarda do MST, tendo em vista que o Movimento precisava de recursos econômicos e infraestruturas para a luta social e política. Porém, o Movimento não perdeu de vista o objetivo de ser uma forma de resistência ao capitalismo e ressaltou “não ter a ilusão que organizando economicamente os assentamentos conseguiremos nos libertar da exploração capitalista, por isto devemos continuar lutando” (CONFEDERAÇÃO DAS COOPERATIVAS DE REFORMA AGRÁRIA DO BRASIL, 1997, p. 13). Ainda no caderno de formação número 5, o MST apontou a necessidade de criar uma nova concepção de mercado:

Precisamos, através da produção, desenvolver ou criar uma nova concepção ou ideologia de mercado: servir à sociedade e não só explorá-la. Também precisamos influenciar, controlar o espaço geográfico (priorizar a produção a nossa volta), em nível de município, para fazer frente a globalização. Precisamos é formar um mercado alternativo ao mercado capitalista que cria falsas necessidades (ideologia do consumismo) e que beneficia apenas em torno de 1/3 da população. Precisamos criar um mercado popular e solidário, com produtos vinculados a necessidade do povo. (CONFEDERAÇÃO DAS COOPERATIVAS DE REFORMA AGRÁRIA DO BRASIL, 1997, p.17-18).

A criação da rede Armazém do Campo apresenta-se como a concretização de um sonho antigo do MST e fruto do acúmulo de experiências de quase 40 anos de luta pela terra, *Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

pela reforma agrária e por uma nova sociedade. A disputa ideológica também é travada pelo Movimento que percebe a necessidade de uma nova concepção de mercado que seja compatível com as suas pautas. Isto é, um mercado com foco no atendimento das necessidades da sociedade, como comida de boa qualidade, em contraposição aos ultraprocessados vendidos pelos impérios alimentares (PLOEG, 2008).

As entrevistas realizadas revelam que as experiências anteriores de comercialização também foram importantes aprendizados de organização coletiva, a exemplo da loja da reforma agrária que funcionou no mercado público de Porto Alegre por vinte anos. Por outro lado, a Feira Nacional da Reforma Agrária realizada em São Paulo, em 2015, foi um importante indicador de que havia um grande público interessado em adquirir os produtos da reforma agrária de forma permanente.

Vale ressaltar a importância das políticas públicas emancipatórias (FERNANDES et al., 2017), que foram implementadas ou fortalecidas nos governos petistas, entre 2003 e 2016, e que permitiram a organização da produção dos assentamentos e a criação de novas mercadorias e mercados, como ressalta um dos entrevistados:

Então, as agroindústrias que nós temos hoje que fazem o beneficiamento dos produtos que estão aqui no Armazém do Campo, existem graças a uma política pública que foi implementada lá no governo [do PT], não é? Se não tivesse tido essa política nós não tínhamos todos esses produtos que nós temos hoje. Hoje nós estaríamos entregando o nosso produto para o atravessador. Do ponto de vista dos lácteos, tem leite em pó, tem leite UHT, tem doce de leite, tem nata, tem manteiga, tem queijo, não é? A gente não ia ter nada disso. A gente ia estar entregando leite *in natura* para uma lactares, uma JBS, para elas industrializarem, colocarem no mercado. Então seria uma outra situação, não é? (informação verbal)<sup>4</sup>.

Dentre as políticas públicas citadas pelos entrevistados estão: o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) e o Programa de Qualificação dos Assentamentos da Reforma Agrária Funterra – BNDES, criado em 2012 para fomentar a produção agroecológica dos assentamentos do Rio Grande do Sul (NEUHAUS, 2015).

---

<sup>4</sup> Entrevista concedida por Vilmar Bordim, Roseli Celeste Nunes da Silva e Vitalvino Mori. Representantes do Armazém do Campo de Porto Alegre. Entrevista VIII [2022]. Entrevistadora: Angela dos Santos Machado. Armazém do Campo, Porto Alegre, 2022.

*Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

Os entrevistados citam também o Programa Terra Sol (PTS), de agroindustrialização, viabilizado por meio do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) e executado a partir de 2006 com o nome de Projetos de Ação de Fomento à Agroindustrialização, à Comercialização e as Atividades Pluriativas Solidárias (SULZBACHER, 2014).

Entendemos essas políticas públicas como emancipatórias por promoverem crédito, educação, produção, moradia, mercado e indústria para os territórios camponeses (FERNANDES et al., 2017). A partir desse conjunto de políticas públicas, viabilizou-se a organização da produção para atender, sobretudo, o mercado institucional via Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

Com a maior abertura do PNAE para a agricultura familiar, os produtores do Sul do Brasil passaram a comercializar a produção no estado de São Paulo, já que este apresenta a maior demanda por alimentos para a merenda escolar, pois concentra mais de 20% dos estudantes da educação básica do Brasil, seguido por Minas Gerais (9,10%) e Rio de Janeiro (7,39%), estados que também concentram maior volume de comercialização (INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS, 2022).

Em São Paulo, é isso, é o maior mercado consumidor, todo mundo vem para cá e como as cooperativas já vinham por essa logística facilitada, não é? Para você ir para qualquer estado tem que passar por São Paulo. A região Sul porque é onde está a concentração de cooperativas mais estruturadas, com produção em escala (informação verbal)<sup>5</sup>.

A localização estratégica e a alta demanda são, portanto, os principais fatores que levaram à abertura da primeira unidade do Armazém do Campo em São Paulo. Em seguida, iniciou-se um processo de expansão da rede Armazém do Campo com o objetivo de tornar os produtos acessíveis para a classe trabalhadora. Entende-se que com a expansão do Armazém do Campo, o volume das vendas seja maior, garantindo, assim, redução no custo logístico e, portanto, um preço melhor para os produtos.

É claro que a logística vai resolver a questão do preço porque a gente faz milagre para ter produto aqui, não é? Pega na rodoviária, pega no trânsito, pega no caminhão que está vindo. Por isso que a nossa lógica é abrir mais lojas, porque se tem dez lojas em um eixo de cem quilômetros, aí vem o caminhão de leite e distribui nas dez lojas, não é? Aí acho que a gente

---

<sup>5</sup> Entrevista concedida por Dorcelina Folador, coordenadora do escritório de comercialização institucional. **Entrevista I** [2022]. Entrevistadora: Angela dos Santos Machado. Escritório de comercialização institucional, São Paulo, 2022.

*Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

consegue...por exemplo, o nosso leite sempre é mais barato que o da Nestlé, aí a galera quer comparar com o leite da marca [inaudível] que a metade não é leite, sabe? Mas, vai ver o da Nestlé lá, está sete reais, o nosso está cinco. (informação verbal)<sup>6</sup>.

O entrevistado relaciona a logística com a questão do preço, pois um dos maiores desafios para o MST é que os produtos sejam acessíveis para a classe trabalhadora. Sobre os preços dos alimentos, vale ressaltar que não é um problema exclusivo da produção do MST. Desde 2007 há inflação de alimentos no Brasil, isto é, a comida ficou mais cara do que outros bens e serviços. Mas, até 2019 a inflação estava mais ligada a produtos do comércio exterior, como a carne. A partir de 2020, outros alimentos passaram a pressionar mais a inflação como o arroz, o feijão, as frutas, os legumes e as verduras. Esse aumento de preços está relacionado, dentre outros fatores, com a desvalorização do real, o aumento da demanda, a crise sanitária e econômica da Covid-19, o aumento do desemprego e a queda na renda da população (BACCARIN; OLIVEIRA, 2021).

A questão dos preços aparece sempre entrelaçada com a logística, por isso a expansão das lojas é entendida como a via para aumentar a eficiência da distribuição dos produtos e diminuir os custos. Apesar da dificuldade no que se refere à logística, o MST consegue, por vezes, ter o preço melhor do que as grandes marcas, como a Nestlé, como mostra o último relato de entrevista citado no texto e a figura 2.

Quando falamos em expansão do Armazém do Campo, em uma leitura geográfica estamos nos referindo a um processo de territorialização. O território é o espaço apropriado e mediado pelas relações de poder (RAFFESTIN, 1993). Desse modo, quando o MST cria uma rede de lojas está praticando uma ação de territorialização, ou seja, está expandindo seu território. Além dos acampamentos e dos assentamentos que são territórios do Movimento (espaços ocupados ou conquistados) no campo, o Armazém do Campo produz territórios do MST na cidade.

Ao adentrar em uma loja do Armazém do Campo, imediatamente nos deparamos com símbolos de lutas estampados em camisetas e bonés, nos quadros e pinturas nas paredes, nas palavras de ordem e frases que comunicam ideologias, concepções, símbolos do Movimento (seu território imaterial). Esse campo dos significados é o que denominamos

---

<sup>6</sup> Entrevista concedida por Leonir Orback, integrante da equipe gestora do Armazém do Campo. **Entrevista XI** [2022]. Entrevistadoras: Angela dos Santos Machado e Lara Dalperio Buscioli. Armazém do Campo, São Paulo, 2022.

*Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

como territorialidades, isto é, as identidades, símbolos, ideias, relações sociais que promovem o sustento dos territórios.

A figura 3 representa bem a territorialidade do Armazém do Campo, ela mostra uma foto do Armazém do Campo de Londrina, no Paraná, com destaque ao trecho da música “Caminhos Alternativos”, do cantor e compositor Zé Pinto, importante criador de canções do MST, além da pintura na parede que retrata uma mulher camponesa com sua ferramenta de trabalho, pintada de vermelho, cor que remete à luta, e a frase “Da família camponesa para a sua mesa”, além da prateleira com produtos da reforma agrária (FIGURA 4).

A arte e a cultura são importantes elementos de comunicação do MST. Fazer o diálogo com a sociedade sobre a importância da reforma agrária no Brasil é uma das funções mais importantes do Armazém do Campo, pois ele proporciona a aproximação do Movimento com a população urbana. Na verdade, o principal objetivo do Armazém do Campo é fazer a propaganda da reforma agrária, por meio do acesso da população urbana às mercadorias produzidas nos assentamentos.

**Figura 04.** Armazém do Campo de Londrina



**Foto:** Angela dos Santos Machado, 12 set. 2022.

O segundo objetivo do Armazém do Campo é estabelecer parcerias com outros movimentos sociais do campo, como quilombolas e indígenas, além da agricultura familiar não assentada, trazendo seus produtos para a comercialização nas lojas. Além de evidenciar *Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

ações solidárias e parcerias, isso garante produtos locais e frescos, e reflete nos preços dos alimentos.

O terceiro objetivo do Armazém do Campo é dar prioridade aos produtos orgânicos. Então, os consumidores podem encontrar produtos que não são de origem da reforma agrária, nem da agricultura familiar, mas que são orgânicos. Esses produtos são disponibilizados na loja com o intuito de aumentar o leque de opções para os consumidores e fidelizar os clientes.

O quarto objetivo do Armazém do Campo é a promoção de eventos culturais que dialoguem com as temáticas debatidas pelo MST: luta pela terra, reforma agrária, alimentação saudável, agroecologia etc. Os eventos culturais são variados: apresentação musical, gastronomia, batalha de rimas, bloco de carnaval etc. O elemento central nos eventos culturais é a valorização da cultura brasileira, como no samba da democracia e no almoço da resistência, que são eventos com música e comidas típicas brasileiras. Vale ressaltar que a intencionalidade política também está sempre presente nos eventos culturais. Assim, percebemos a multidimensionalidade do território. O Armazém do Campo é, ao mesmo tempo, espaço de comercialização e de relações políticas e culturais. Desse modo, o aspecto econômico é apenas uma das dimensões da rede Armazém do Campo.

Por fim, vale ressaltar que as pessoas, os lugares e as lutas por trás dos produtos não ficam invisibilizados, como acontece nos mercados convencionais. Ao contrário, as trabalhadoras e trabalhadores do Armazém do Campo buscam dialogar com os consumidores, e contar a história dos produtos e das famílias produtoras.

Eu acho que a importância de estar comercializando os nossos produtos é que a gente consegue colocar dentro da sociedade, dentro do mercado, a nossa identidade sem-terra, porque os nossos produtos vão com nossa identidade, então, é você estar lá consumindo um café que tem a bandeira do movimento sem-terra, que tem a identidade da nossa cooperativa. Então, a gente está conseguindo inserir o nosso produto no mercado porque o movimento sem-terra não é só ocupar terra, não é? Porque a gente produz, a gente comercializa e a gente vende nossos produtos de forma orgânica ou em processo de transição agroecológica, porque alguns produtos nossos estão em transição agroecológica, mas a gente consegue inserir no mercado não um produto qualquer, tradicional, mas é um produto que, além de ter a nossa identidade, ele vem com toda a história, todo o processo de como que ele chegou na prateleira (informação verbal).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Entrevista concedida por Margarida Maria Alves, trabalhadora do Armazém do Campo de Porto Seguro. **Entrevista XII** [2022]. Entrevistadora: Angela dos Santos Machado. Armazém do Campo, Porto Seguro, 2022. *Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

Portanto, os consumidores têm acesso aos produtos e ao histórico de lutas dos assentamentos produtores, isto é, os camponeses são visibilizados e valorizados na efetuação da comercialização. Ao contrário da produção fetichizada capitalista. Além disso, o Armazém do Campo busca garantir melhor retorno financeiro para os produtores do que os valores pagos no mercado convencional em que, via de regra, grande parte da renda do produtor é capturada por intermediários que compram o produto *in natura*, processam e comercializam em grandes redes supermercadistas.

### **Considerações finais**

O presente artigo abordou o processo de territorialização do MST no espaço urbano por meio da rede de lojas Armazém do Campo. Nosso objetivo foi discutir como se dá a relação campo-cidade no sistema alimentar hegemônico e, por outro lado, como essa mesma relação vem sendo construída pelo Movimento no Armazém do Campo.

O sistema alimentar hegemônico é dominado por um reduzido número de grandes corporações que submetem bilhões de consumidores e produtores à sua lógica. Os produtos disponíveis nas prateleiras dos grandes supermercados, via de regra, não revelam a origem dos ingredientes, nem as relações de trabalho que estão por trás deles. Além disso, não constam nos rótulos a degradação ambiental causada por queimadas, uso de agrotóxicos, contaminação da água etc.

Por outro lado, no Armazém do Campo, os consumidores têm acesso à informação sobre a origem do produto, o processo de produção e as relações de trabalho que o originou. Mais do que isso, os clientes passam a conhecer o histórico de lutas das famílias assentadas que, muitas vezes, além de produzir alimentos saudáveis, sofrem violências e ameaças em um contexto de conflito no campo.

O Armazém do Campo se constitui como território do MST no espaço urbano, entendendo o conceito de território em sua multidimensionalidade. A dimensão política do território fica evidente na importância do Armazém do Campo como lugar de diálogo com a população urbana sobre questões pertinentes à questão agrária brasileira e a importância da reforma agrária, bem como por aproximar os cidadãos da produção dos assentamentos.

A dimensão econômica do território se assenta no fato de ser uma loja para a comercialização dos produtos da reforma agrária que busca, assim, a autonomia das famílias

assentadas na venda da produção. Por fim, pode-se destacar a dimensão simbólica do Armazém do Campo que demarca a sua posição no campo das disputas entre um sistema alimentar hegemônico e a luta por alternativas mais saudáveis, sustentáveis e autônomas.

A territorialização do MST na cidade indica a construção de uma relação campo-cidade diferente daquela produzida pelos sistemas alimentares hegemônicos, discutidas neste texto a partir da categoria fetichismo da mercadoria. O grande trunfo do Armazém do Campo é destacar as relações de trabalho e produção que deram origem as mercadorias vendidas nas lojas, permitindo que uma ligação direta entre campo e cidade. A aparente trivialidade dessa afirmação se desfaz quando pensamos na maneira hegemônica de produção e comercialização de alimentos, no qual o fetichismo da mercadoria se expressa de maneira clara no encobrimento das relações sociais de exploração que deram origem àquela produção, portanto, o caráter social da divisão entre campo e cidade aparecem como coisas naturais e alienadas.

## Referências

ALENTEJANO, P. R. R.; ROCHA-LEÃO, O. M. Trabalho de Campo: uma ferramenta essencial para os geógrafos ou um instrumento banalizado? **Boletim Paulista de Geografia**, São Paulo, nº 84, p. 51-67, 2006.

BACCARIN, J. G.; OLIVEIRA, J. A. Inflação de Alimentos no Brasil em Período da Pandemia da Covid 19, Continuidade e Mudanças. **Segur.Aliment. Nutr.**, Campinas, v. 28, p. 1-14, 2021.

BOMBARDI, L. M. **Geografia do uso de agrotóxicos no Brasil e conexões com a União Europeia**. São Paulo: USP, 2017.

BOTTOMORE, T. **Dicionário do pensamento marxista**. Zahar: Rio de Janeiro, 1988.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em 24 out. 2023.

CARNEIRO, M. J. Ruralidade: novas identidades em construção. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro. n. 11, p. 53-75. out. 1998.

COLOGNESE, S. A.; MELO, J. L. B. de. A técnica de entrevista na pesquisa social. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 143 – 159, 1998.

CONFEDERAÇÃO DAS COOPERATIVAS DE REFORMA AGRÁRIA DO BRASIL. Sistema Cooperativista dos Assentados. **Caderno de Cooperação Agrícola nº 5**, 1997.

FERNANDES, B. M. Movimentos socioterritoriais e movimentos socioespaciais: contribuição teórica para uma leitura geográfica dos movimentos sociais. **NERA**, Presidente Prudente, n° 6, p. 24-34, 2005.

FERNANDES, B. M. et al. A questão agrária na segunda fase neoliberal no Brasil. **Boletim DATALUTA**, n° 109, Presidente Prudente, 2017.

FUNDAÇÃO HEINRICH BÖLL. **Atlas dos Agrotóxicos**: fatos e dados do uso dessas substâncias na agricultura. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2023.

HESPANHOL, R. A. M. Campo e cidade, rural e urbano no Brasil contemporâneo. **Mercator**, Fortaleza, v. 12, número especial (2)., p. 103-112, set. 2013.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS. **Censo escolar da Educação Básica**, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/censo-escolar/resultados>. Acesso em: 11 abr. 2023.

KNEAFSEY, M. et al. **Geographies of Food**: an introduction. London: Bloomsbury Academic, 2021.

MACHADO, A. dos S. **A formação dos mercados da reforma agrária popular pelo MST no Brasil (2003-2023)**. Orientador: Bernardo Mançano Fernandes. 2024. 246 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2024.

MARX, K. **Contribuição à crítica da economia política**. 2 Ed. – São Paulo: Expressão Popular, 2008 [1859].

\_\_\_\_\_. **O capital**: crítica da economia política (livro I). 2 Ed. – São Paulo: Boitempo, 2017 [1867].

MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do partido comunista**. Porto Alegre: L&PM, 2011 [1848].

MENA, F. Ação nos EUA liga indústria do chocolate à trabalho infantil na África. **Folha de São Paulo**, 22 fev. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2021/02/acao-nos-eua-liga-industria-do-chocolate-a-trabalho-infantil-na-africa.shtml>. Acesso em: 03 jan. 2024.

MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA. Plano Nacional do MST 1989 a 1993. **Caderno de Formação n° 17**, 1989.

\_\_\_\_\_. Declaração do 6° Encontro Nacional do MST. **Declaração de Piracicaba**, 1991.

\_\_\_\_\_. A cooperação agrícola nos assentamentos. **Caderno de Formação n° 20**, 1993.

\_\_\_\_\_. Programa de Reforma Agrária. **Caderno de Formação n° 23**, 1995.

\_\_\_\_\_. **Programa Agrário do MST: lutar, construir reforma agrária popular.** São Paulo, 2013.

NEUHAUS, M. Acompanhamento de projetos do Programa de Qualificação dos Assentamentos de Reforma Agrária FUNTERRA – BNDES. **Especialização** (Gestão Pública). Universidade Federal de Santa Maria, 2015.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA ALIMENTAÇÃO E AGRICULTURA. **El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo: urbanización, transformación de los sistemas agroalimentarios y dietas saludables a lo largo del continuo rural-urbano.** Roma: FAO, 2023.

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

POLANYI, K. **A grande transformação: as origens de nossa época.** [1944]. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder.** São Paulo: Editora Ática, 1993.

RIBEIRO JUNIOR, J. R. S. **Atlas das situações alimentares no Brasil: a disponibilidade domiciliar de alimentos e a fome no Brasil contemporâneo.** Bragança Paulista: Universidade São Francisco, 2021.

RUA, J. A resignificação do rural e as relações cidade-campo: uma contribuição geográfica. **Revista da ANPEGE**, [S. l.], v. 2, n. 02, p. 45–65, 2017.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SILVA, A. C. S. Natureza do trabalho de campo em geografia humana e suas limitações. **Revista do Departamento de Geografia**, nº 1, p. 49-54, 2011.

SPOSITO, M. E. B.; SPOSITO, E. S. Articulação entre múltiplas escalas geográficas: lógicas e estratégias espaciais de empresas. **GEOSP Espaço e Tempo (Online)**, [S. l.], v. 21, n. 2, p. 462-479, 2017. DOI: 10.11606/issn.2179-0892.geosp.2017.131655. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/geosp/article/view/131655>. Acesso em: 7 set. 2023.

SUERTEGARAY, D. M. A. GEOGRAFIA, AMBIENTE E TERRITÓRIO. **Revista da Casa da Geografia de Sobral (RCGS)**, [S. l.], v. 17, n. 3, p. 128–144, 2015. Disponível em: [//rcgs.uvanet.br/index.php/RCGS/article/view/260](http://rcgs.uvanet.br/index.php/RCGS/article/view/260). Acesso em: 22 dez. 2023.

SULZBACHER, A. W. Agroindustrialização em assentamentos rurais: concepções e experiências a partir do MST e da execução do Programa Terra Sol no Rio Grande do Sul. **Boletim Gaúcho de Geografia**, nº 41, vol. 1, 67-93, 2014.

THOMAZ JÚNIOR, A. Degradação e centralidade do trabalho: as contradições da relação capital X trabalho e o movimento territorial de classe. **Revista Pegada**, v. 13, n. 2, 2012.

*Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 46, v. 4 - Vol. Esp. da XXIII Semana de Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, campus de Pres. Prudente, p. 23-47, agosto/2024.*

ISSN: 2176-5774

WEBER, L. Colonialismo químico: por que o Brasil está morrendo pela boca e como o agro tem culpa nisso? **Brasil de Fato**. Acesso em: 16 de outubro de 2023. Disponível em: <https://podcast.brasildefato.com.br/2023/10/colonialismo-quimico-por-que-o-brasil-esta-morrendo-pela-boca-e-como-o-agro-tem-culpa-nisso/>

## **Entrevistas**

Entrevista concedida por Dorcelina Folador, coordenadora do escritório de comercialização institucional. **Entrevista I** [2022]. Entrevistadora: Angela dos Santos Machado. Escritório de comercialização institucional, São Paulo, 2022.

Entrevista concedida por Vilmar Bordim, Roseli Celeste Nunes da Silva e Vitalvino Mori. Representantes do Armazém do Campo de Porto Alegre. **Entrevista VIII** [2022]. Entrevistadora: Angela dos Santos Machado. Armazém do Campo, Porto Alegre, 2022.

Entrevista concedida por Leonir Orback, integrante da equipe gestora do Armazém do Campo. **Entrevista XI** [2022]. Entrevistadoras: Angela dos Santos Machado e Lara Dalperio Buscioli. Armazém do Campo, São Paulo, 2022.

Entrevista concedida por Margarida Maria Alves, trabalhadora do Armazém do Campo de Porto Seguro. **Entrevista XII** [2022]. Entrevistadora: Angela dos Santos Machado. Armazém do Campo, Porto Seguro, 2022.