

Acesso a mercados e lutas por reconhecimento na construção do selo quilombos do Maranhão¹

Access to markets and fights for recognition in the construction of the selo quilombos do Maranhão

 Lucas Moretz-Sohn David Vieira²

 José Marcos Froehlich³

 https://doi.org/10.36920/esa33-2_04

Resumo: Os valores sociopolíticos, identitários, ambientais e territoriais tornaram-se estratégicos atualmente na construção social dos mercados, estimulando a criação de dispositivos de reconhecimento voltados a se comunicar com os consumidores. Porém, ainda são infrequentes estudos empíricos que abordam estes dispositivos considerando os mercados como arenas de “lutas por reconhecimento”. Assim, analisamos a criação do Selo Quilombos do Maranhão (SQM) e suas contribuições para o acesso a mercados e as lutas por reconhecimento. A metodologia da pesquisa foi qualitativa, recorrendo à análise documental, observação direta, entrevistas semiestruturadas e reuniões com grupos focais. Constatamos que a criação do SQM foi menos resultado imediato das lutas e do protagonismo dos grupos beneficiários

¹ Artigo derivado da tese (Vieira, 2023) e financiado pela CAPES.

² Bolsista FAPERJ – Doutor-Empresa Nível 1 (Programa Pesquisador na Empresa), junto à Alqualis Empresa Júnior (vinculada ao Instituto Federal Fluminense campus Bom Jesus do Itabapoana/RJ). Doutor em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria (PPGExR/UFSM). E-mail: lucasmdvieira@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7833396281671626>.

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: jose.marcos@ufsm.br. Lattes: <https://lattes.cnpq.br/2717087872404072>.

do que da intervenção pública do Governo do MA. Ponderamos, no entanto, que a criação deste dispositivo se vinculou à consolidação de uma agenda étnico-racial no Brasil e das políticas públicas dela provenientes. Sendo, portanto, resultante do histórico de lutas por reconhecimento e direitos que vem ressignificando as identidades etnoculturais das comunidades quilombolas no Brasil.

Palavras-chave: Comunidades Quilombolas. Reconhecimento Social. Políticas Públicas. Agenda Étnico-Racial. Dispositivos de Reconhecimento.

Abstract: Socio-political, identity, environmental and territorial values have currently become strategic in the social construction of markets, stimulating the creation of recognition devices aimed at communicating with consumers. However, there are still few empirical studies that approach these devices considering markets as arenas of “fights for recognition”. We therefore analyzed the creation of the Quilombos do Maranhão Label (SQM, acronym in Portuguese) and its contributions to market access and fights for recognition. The research methodology was qualitative, using document analysis, direct observation, semi-structured interviews and focus group meetings. We found that the creation of the SQM was less the immediate result of the fights and protagonism of the beneficiary groups than of public intervention by the Maranhão government. However, we believe that the creation of this mechanism was linked to the consolidation of an ethnic-racial agenda in Brazil and the public policies that stem from it. It is therefore the result of a history of fights for recognition and rights that have given new meaning to the ethnocultural identities of quilombola communities in Brazil.

Keywords: Quilombola Communities. Social Recognition. Public Policies. Ethnic-Racial Agenda. Recognition Devices.

Introdução

As transformações sociopolíticas, tecnoeconômicas e culturais que transcorreram durante a década de 1970 do século XX levaram ao rompimento dos padrões e práticas capitalistas até então vigentes, promovendo a ascensão de um novo modelo de acumulação capitalista. Este, fundamentado em uma maior flexibilidade dos processos, produtos, padrões de consumo, organização do trabalho e dos mercados, e associado a um novo sistema de regulamentação sociopolítica, foi denominado por Harvey (1999) de regime de acumulação flexível. Este novo modelo resultou na emergência de novos setores de produção, modalidades de serviços financeiros e mercados, e, sobretudo, desencadeou uma ascensão de altas taxas de inovação comercial, tecnológica e organizacional para garantir que o sistema fosse capaz de operar em contextos que exigissem rápidas mudanças, adaptando-se às variações cada vez mais frequentes das demandas dos consumidores (Harvey, 1999).

A partir desse cenário, novas experimentações foram estabelecidas na organização industrial e na vida social e política. Destaca-se, neste contexto, a crescente proeminência assumida pelo consumo nas relações econômicas e a promoção de modas transitórias, alterando os meios de geração de necessidades e, inerentes a isso, os processos de mudanças culturais. Conforme Harvey (1999, p. 148): “A estética relativamente estável do modernismo fordista cedeu lugar a todo o fermento, instabilidade e qualidades fugidias de uma estética pós-moderna que celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercantilização de formas culturais”. De acordo com Wilkinson (2008), o fordismo estava relacionado com a qualificação e organização do trabalho para obter uma maior produção; já o contexto da acumulação flexível visou a qualificação dos produtos, promovendo uma verdadeira obsessão pela qualidade.

Apesar dessas mudanças, as disputas por hegemonia nas sociedades do capitalismo avançado continuaram pautadas politicamente, em termos formais, pela democracia eleitoral, com a manutenção da acumulação capitalista por meio da instrumentalização de diferenciais qualitativos capazes de gerar valor e, principalmente, lucros (Boltanski, 2013; Harvey, 1999).

Essa nova fase do capitalismo evoca a ideia de “governar por dispositivos”, evidenciando a forma como procedimentos institucionais, normas e regras estão diretamente relacionados a elementos técnicos; além disso, configuram mundos e mercados, estruturando os espaços (arenas e fóruns) nos quais os atores se relacionam e administram suas ações (Niederle; Radomsky, 2017). E, tal como os demais dispositivos criados nas reconfigurações de modelos de governança global, a indústria agroalimentar também passou a se utilizar de meios para se apropriar dos valores das contraculturas e dos movimentos sociais, frequentemente associados à natureza/tradições/territórios, mesmo quando esses se constituíam a partir de críticas aos valores dominantes (Wilkinson, 2008).

Esses dispositivos remetem à ideia do reconhecimento de determinados produtos por parte de contingentes de consumidores, principalmente com relação à forma e ao local onde são produzidos (Byé; Schmidt, 2002). Assim, acabam inseridos na proliferação de indicadores e classificações de performance internacionais, cuja relação é estabelecida dentro e fora da maquinaria do Estado (Boltanski, 2013; Shore, Wright, 2015). E o Estado geralmente é responsável por controlar moderadamente a fiscalização sobre essas mercadorias, com base em arranjos contratuais operacionalizados por padrões de qualidade (não isento de grandes).

No Brasil, a institucionalização relativamente recente dos selos para produtos da agricultura familiar⁴, de povos indígenas e de comunidades quilombolas⁵, parece apontar que estes sujeitos, reagindo a um longo histórico de injustiças e marginalidade sociais, começam a utilizar os mercados para empreender lutas por reconhecimento, afirmando valores que distinguem suas identidades sociais (Niederle, 2016). Com efeito, estudo recente de Silva (2022) sobre o Selo Quilombos do Brasil apontou que este promoveu sentidos, para além do mero

⁴ São considerados como agricultor(a) familiar e empreendedor(a) familiar rural aquele(a)s que desenvolvem atividades no meio rural, e que devem atender aos seguintes atributos, segundo o artigo terceiro da Lei 11.326, de 24 de julho de 2006: I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais; II - utilize predominantemente mão de obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; III - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo (Redação dada pela Lei nº 12.512, de 2011); IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família (Brasil, 2006).

⁵ Como definição legal de comunidades quilombolas, tem-se: “os grupos étnico-raciais, segundo critério de autoatribuição, com trajetória histórica própria, dotados de relações territoriais específicas, com presunção de ancestralidade negra relacionada com a resistência à opressão histórica sofrida” (Brasil, 2003).

propósito de identificar a origem de um produto, propiciando sentimentos de reconhecimento e visibilização da produção e da existência das comunidades quilombolas entrevistadas. Porém, Silva (2022) não aborda a replicação da política pública que institucionalizou o Selo Quilombos do Brasil em escala estadual, como ocorreu no caso da criação do Selo Quilombos do Maranhão (SQM). E também não discute a noção de reconhecimento a partir da perspectiva proposta por Honneth (2003), deixando em aberto as implicações e disputas normativas e morais relacionadas à compreensão dos mercados como arenas de “lutas por reconhecimento”, conforme destacado por Niederle (2016).

Assim, e em sentido complementar ao trabalho de Silva (2022), este estudo busca analisar em que medida a experiência do Selo Quilombos do Maranhão (SQM) ampliou o sentido de dispositivo de reconhecimento, indo além da mera transação comercial, contribuindo para a estima, o respeito e a garantia dos direitos sociais dos sujeitos quilombolas do Brasil. Consideramos que, no atual contexto brasileiro, políticas públicas voltadas a permitir e ampliar o acesso das comunidades quilombolas aos mercados continuam sendo ações sociopolíticas fundamentais na busca por superar as situações excludentes que a maioria dessas comunidades ainda vivencia. O acesso a mercados, que pode ocorrer de formas muito diversas nas comunidades quilombolas, também pode favorecer as estratégias de lutas pela conquista e garantia dos direitos territoriais quilombolas, promovendo a reprodução das condições socioeconômicas e identitárias destes diversos grupos etno-territoriais no país (Arruti, 2006; Silva; Silva; Reis, 2019).

Para tanto, realizamos pesquisa empírica de caráter qualitativo, com coleta de dados a partir de múltiplas fontes, como entrevistas semiestruturadas, entrevistas abertas, grupos focais, análise documental e observação participante (Gil, 2009). O trabalho de campo foi efetuado nas comunidades quilombolas de Pedrinhas (Itapecuru-Mirim/MA), Cantinho (Barreirinhas/MA), Santo Antônio (Barreirinhas/MA) e Jiquiri (Santa Rita/MA), entre abril e maio de 2022, totalizando nove entrevistas e duas discussões em grupos focais. Também entrevistamos lideranças nacionais e estaduais do movimento social quilombola e representantes governamentais do Estado do Maranhão envolvidos com o tema do SQM.

O artigo está organizado em quatro seções, além desta Introdução. Na próxima seção discutimos a noção de dispositivos de reconhecimento e a abordagem teórica do reconhecimento de Axel Honneth. Na sequência, apresentamos a trajetória da institucionalização dos selos da Agricultura Familiar e dos Quilombos do Brasil. Em seguida, analisamos a experiência da criação e implementação do SQM. Na penúltima seção, abordamos esta experiência do SQM à luz das categorias das lutas por reconhecimento de Honneth. Finalmente, nas considerações finais, são pontuados avanços, entraves, possibilidades e perspectivas que a experiência baseada em dispositivo de reconhecimento voltado a ampliar acesso a mercados, como o SQM, apresenta no fortalecimento da luta histórica por reconhecimento dos sujeitos quilombolas no Brasil.

Reconhecimento: entre dispositivos e lutas

No sistema agroalimentar, a noção de dispositivo de reconhecimento teve um grande impulso a partir das contestações que os movimentos socioambientais dirigiram aos sistemas convencionais de produção, destacando-se neste âmbito particularmente a diferenciação proposta pelos produtos orgânicos (Byé; Schmidt, 2002; Wilkinson, 2008). A consolidação de mercados nacionais e mundiais de produtos orgânicos demandou normativas de conformidade e dispositivos de reconhecimento, geralmente representados pela criação de selos nesse segmento, processo que foi estimulado e até coordenado pelos acordos multilaterais da Organização Mundial do Comércio (OMC), conforme apontado por Radomsky (2015). Além dos selos de produtos orgânicos, a OMC também promoveu outro dispositivo, que são as indicações geográficas. Essas indicações valorizam produtos e práticas vinculados a territórios específicos e foram incorporadas à legislação global do TRIPs (*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*) (Wilkinson; Mascarenhas, 2014). Por fim, existe também o dispositivo de reconhecimento dos produtos do movimento de comércio justo, que visa assegurar a remuneração adequada aos trabalhadores da cadeia agroalimentar/agroindustrial, buscando garantir condições para cobrir custos de produção e a reprodução de grupos sociais vulneráveis no sul global. O selo do comércio justo, criado em 2001 pela FLO (*Fairtrade Labelling*

Organization), em colaboração com organizações representativas mundiais de comércio justo, como a Feira Internacional para Água, Esgoto, Drenagem e Soluções em Recuperação de Resíduos (Ifat), NEWS! e a Associação Europeia de Livre Comércio (Efta), resultou na formação da Fine, que é a junção da primeira letra das siglas das entidades mencionadas anteriormente (Lima Pinto; Froehlich, 2014; Wilkinson, 2008).

No contexto brasileiro, o país aderiu a esses dispositivos globais em diversos produtos agropecuários; no entanto, a regulamentação influenciada pela OMC foi contestada. Isso resultou na proposição de novos dispositivos para produtos orgânicos, visando alterar as posições dominantes nos mercados (Niederle; Radomsky, 2017). Assim, existem diferentes dispositivos e normativas para regulamentar garantias participativas e certificação de terceira parte, denominados Organismos de Avaliação de Conformidade (OAC) (Radomsky, 2015). No caso das indicações geográficas, a legislação brasileira estabelece duas categorias: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO) (Niederle, 2013). Inicialmente, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi) definiu os requisitos para registros, mas, a partir de 2005, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) assumiu a responsabilidade de promover, conduzir, certificar e monitorar os produtos de IGs (Froehlich; Dullius, 2012). Já os esforços do comércio justo no Brasil concentraram-se não apenas na certificação, mas na construção social de uma noção específica para a realidade brasileira, culminando na criação do Sistema de Comércio Justo e Solidário (SCJS) em 2010, reconhecido e promovido pelo Estado (Lima Pinto; Froehlich, 2014).

A importância dos dispositivos de reconhecimento, mediante seus respectivos selos e certificações, por grupos de consumidores interessados em produtos orgânicos, do comércio justo e com identidade territorial, são mecanismos razoavelmente (re)conhecidos, social e academicamente, como representações de qualidade. Mas, segundo Niederle (2016), no âmbito da (re) distribuição econômica, via mercados, o mesmo não ocorre com a ideia de que os mercados podem se constituir em arenas de “lutas por reconhecimento”. Segundo este autor, a questão do reconhecimento, que envolve o engajamento de atores sociais na busca por direitos, justiça e estima social, tem sido pouco

discutida na análise das arenas econômicas e, menos ainda, nos estudos agroalimentares. Cabe mencionar que o termo reconhecimento, como exposto nesse caso, é tomado da abordagem que Axel Honneth⁶ elabora, a partir da filosofia hegeliana, sobre o reconhecimento intersubjetivo, a estima e a afirmação social (Albornoz, 2011; De Oliveira; Da Rosa, 2022). Para Honneth (2008, p. 55-56), Hegel se utiliza da terminologia do reconhecimento para apontar que “no sistema de relação de troca mediado pelo mercado, sujeitos se reconhecem reciprocamente como seres privados e autônomos que estão ativos uns para os outros e, desta forma, mantêm sua vida através de suas contribuições sociais do trabalho”.

Arruti (2006), considerando as reflexões de Honneth (2003), comenta que a condição de possibilidade para a luta por reconhecimento é a constatação por parte de uma coletividade de estar vivenciando uma situação histórica de desrespeito social que impacta cotidianamente nas suas possibilidades de melhorar de vida. O sentido mais básico desta busca por reconhecimento na esfera pública diz respeito a reconhecer um ser humano como pessoa, seu modo de vida, garantindo o valor social de sua identidade, sem valorizá-lo somente por suas realizações ou pelo caráter individual de seu sucesso (Honneth, 2003). Para analisar as lutas por reconhecimento, Honneth (2003) propõe três dimensões: 1) a dedicação emotiva, cujo reconhecimento se dá por relações primárias de amor e amizade, que geram a autoconfiança enquanto capacidade de se entender como indivíduo com necessidades próprias; 2) o respeito cognitivo, cujo reconhecimento se dá pelas relações jurídicas, que propiciam o autorrespeito e o entendimento de pessoas jurídicas a quem se deve a mesma autonomia que aos outros membros da sociedade;⁷ 3) a estima social, cujo reconhecimento se dá por uma comunidade de valores, como a solidariedade, por exemplo, que gera a autoestima, e o entendimento de possuir habilidades e talentos valiosos para a sociedade.

⁶ Honneth é membro da denominada Escola de Frankfurt (*Frankfurter Schule*), termo que designa os(as) célebres teóricos(as) que produziram a abordagem reconhecida como “Teoria Crítica”, cujas análises sociais são críticas das sociedades capitalistas que emergiram no pós-Segunda Guerra Mundial (Fuhmann, 2013).

⁷ “[...] denominamos como ‘autonomia’ uma determinada espécie de autorrelação, que permite confiar em suas próprias necessidades, responsabilizar-se pelas próprias convicções e perceber as próprias habilidades como valiosas; ainda que estas formas de autoestima possam ser articuladas e expostas com o auxílio de bens, elas não podem ser adquiridas e mantidas por esse meio” (Honneth, 2009, p. 353).

Da mesma forma, também existem as três dimensões da falta de reconhecimento, que estão intimamente ligadas às três dimensões da conquista desse reconhecimento, sendo elas: os maus-tratos e violação; a privação de direitos e exclusão; e a degradação e ofensa (Honneth, 2003, 2006). Por fim, para Honneth, somente nas duas últimas dimensões há a possibilidade de a luta adquirir proporções de um conflito social, pois na dimensão emotiva não se consegue, estruturalmente, estabelecer uma tensão social que provoque movimentos sociais (Nobre, 2003). Nesta direção, cabe questionar sobre as possibilidades de ampliação de sentido e de potencialidades da noção de dispositivo de reconhecimento, quando considerada a partir de processos sociopolíticos, históricos e contemporâneos, de construção e ressignificação das identidades socioculturais de sujeitos em suas relações com os mercados, como sugere Nierdele (2016). Além disso, é preciso situar quais outras abordagens subsidiam essa compreensão de que os mercados podem se configurar em arenas de “lutas por reconhecimento”, como abordaremos abaixo.

Wilkinson (2008) destaca a relevância de aprofundar a investigação dos mercados como redes sociais, compreendendo esses espaços como locais onde as trocas acontecem repetidamente entre compradores e vendedores, mediadas por regras formais e informais que regulam as relações entre concorrentes, fornecedores e clientes. Essas operações mercantis ocorrem de acordo com discernimentos e regras locais, guiando a interação e dependendo de governos, leis e conhecimentos mais abrangentes que sustentam a atividade mercantil (Fligstein; Dauter, 2012). Conforme os autores, na interpretação da sociologia econômica,⁸ os atores dos mercados desenvolvem estruturas sociais para intermediar possíveis problemas na troca, competição e produção, tentando lidar simetricamente com pessoas e coisas e revelando, assim, valores subjacentes sob normas e técnicas, como analisados em trabalhos balizados pela teoria das convenções. A teoria das convenções, embora estabeleça a ideia de heterogeneidade, especialmente em ambientes de negociação que direcionam para compromissos e acordos, também pode ser empregada na análise orientada

⁸ A Nova Sociologia Econômica é associada, a partir da década de 1970, às contribuições de Mark Granovetter. O seu trabalho seminal delineou as aspirações desse enfoque, assim como a metodologia adotada: a investigação da dinâmica dos mercados considerados como extensões de redes sociais (Wilkinson, 2008).

para o conflito. Assim, é possível utilizar o mesmo conceito de heterogeneidade para compreender as dinâmicas de conflito nos mercados (Wilkinson, 2008). Portanto, também entendemos que os mercados têm a capacidade de se constituir em arenas de “lutas por reconhecimento”, intensificando as disputas normativas e morais nas quais os atores sociais se envolvem para acessar direitos, garantir justiça e ampliar a estima social (Niederle, 2016).

Esta concepção pode se alinhar à ideia de Honneth (2010), que sugere que os atores adquirem conhecimento a partir de modelos de ordem social, ajudando-os a organizar suas intenções diante de situações consideradas “não naturais”. Utilizando as categorias teórico-morais estabelecidas por Honneth em sua Teoria do Reconhecimento, podemos analisar se o Selo Quilombos do Maranhão foi capaz de favorecer as comunidades quilombolas em suas “lutas por reconhecimento” e no acesso a novos mercados para a comercialização de seus produtos. Essas perspectivas parecem convergir para uma análise das possibilidades de ampliação de sentido e potencialidades da noção de dispositivo de reconhecimento, considerando os processos sociopolíticos, históricos e contemporâneos na construção e ressignificação das identidades socioculturais das comunidades quilombolas em relação aos mercados.

Todavia, ainda que nosso enfoque principal de análise recaia sobre o SQM, é relevante abordar, de maneira prévia e sucinta, a experiência do Selo Quilombos do Brasil (SQB). Esse último é a origem do próprio SQM, proporcionando um contexto necessário para compreendermos mais profundamente as dinâmicas e contextos que envolvem essas certificações baseadas nos pressupostos das identidades socioterritoriais quilombolas.

Agricultura familiar e quilombos do Brasil: a institucionalização dos selos

Visando reconhecer e valorizar os produtos da agricultura familiar brasileira, bem como ampliar o acesso a mercados para produtos oriundos desta categoria social, foi criado o Selo da Identificação da Participação da Agricultura Familiar (Sipaf) pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), por meio da Portaria nº 45 de 28 de julho de 2009 (Groot, 2020). O objetivo da criação do Sipaf foi restabelecer o vínculo social dos alimentos produzidos

pela agricultura familiar, levando em consideração que os alimentos passavam por vários intermediários antes de chegar ao consumidor final, fragilizando assim o vínculo específico com a agricultura familiar (Niederle, 2016). Também buscou incentivar o fortalecimento de identidades locais, o compromisso ambiental e o papel social, cultural, nutricional e econômico da agricultura familiar (Cruz; Marques; Haas, 2020). Também em 2009 foi criado o SQM, pela Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (Seppir), em parceria com o MDA e a Fundação Cultural Palmares (FCP). No caso deste dispositivo, sua elaboração estava mais intimamente vinculada ao reconhecimento das formas de produção dessas comunidades e, de modo mais abrangente, à organização sociocultural característica das comunidades quilombolas. Estas costumam recorrer a estruturas intermediárias (como grupos de parentes, familiares e o próprio povoado) baseadas em redes de solidariedade para enfrentar momentos de necessidade e conflito, garantindo o reforço à coesão comunitária e à identidade etnocultural. Neste sentido, o selo seria a expressão do reconhecimento de um importante patrimônio imaterial brasileiro, propiciando o fortalecimento e divulgação das práticas socioeconômicas e das manifestações culturais vivenciadas nas comunidades quilombolas (Arruti, 2006; Silva; Silva; Reis, 2019).⁹

Porém, embora criado institucionalmente, o SBQ ficou praticamente inoperante até 2012, contando com pouquíssima divulgação e número de acessos dos beneficiários. Assim, por meio da Portaria Interministerial nº 5, de novembro de 2012, o SBQ acabou sendo vinculado ao Sipaf (Barreto, 2018; Silva, 2022). Ainda, de acordo com Niederle (2016), até setembro de 2015, os dados que foram disponibilizados no site do MDA computavam 756 permissões para uso do Sipaf no Brasil, englobando estabelecimentos rurais, cooperativas, associações e empresas. Em contrapartida, os gestores do selo diziam que haviam sido concedidas 1130 permissões. No ano de

⁹ O vínculo histórico dos quilombolas com o longo período de escravidão da população africana e afro-brasileira levou ao reconhecimento tardio dessas comunidades no país (Arruti, 2006; Brasil, 2003). Diferente do que aconteceu com os povos indígenas, cujo reconhecimento na jurisdição brasileira começou em 1910, e, embora com os preconceitos, repressões e limitações de direitos, tal permitiu uma melhor mobilização para a reformulação dos direitos indígenas por ocasião do processo que resultou na Constituição Federal de 1988 (Suchanek, 2012). No que tange às comunidades quilombolas, o artigo que fazia referência a este público na CF 1988 foi aprovado sem muita discussão e com poucas referências, fazendo com que o reconhecimento formal dessas comunidades pelo Estado brasileiro fosse realmente efetivado somente a partir do decreto 4887, de 20 de novembro de 2003 (Arruti, 2008; Brasil, 2003).

2017, o Sipaf já computava 2.740 permissões, o que beneficiou um público de 166.013 produtores familiares, e comercializou 39.279 produtos (Barreto, 2018). No que concerne às comunidades quilombolas que acessaram o Selo Quilombos do Brasil (vinculado ao Sipaf), embora tenha sido informado que, das 76 comunidades quilombolas do Brasil, 7 comunidades quilombolas do Maranhão tinham recebido estes selos em 2017, de acordo com Sead (2017) *apud* Barreto (2018, p. 37), nenhuma destas comunidades conseguiu acessar os selos realmente, como abordaremos na próxima seção.

Outrossim, vale lembrar uma mudança que houve no próprio Selo da Agricultura Familiar, em 2018, por meio da Portaria nº 654, o qual passou a se chamar Selo Nacional da Agricultura Familiar (Senaf). Mantiveram-se as modalidades de identificação associadas ao Sipaf (Mulher, Juventude, Quilombola, Indígena, Sociobiodiversidade e Empresas), ocorrendo mudanças na forma de acessar o Selo, que deixou de ser por envio de documentos à Secretaria da Agricultura Familiar (SAF) do MDA, e passou a ser via solicitação no Site Vitrine da Agricultura Familiar. Além disso, o selo também passou a contar com Código QR e um número de série (Cruz; Marques; Haas, 2020; Silva, 2022). Entretanto, em agosto de 2019, a Portaria nº 654/2018 foi revogada pela Portaria nº 161, do Mapa, que passou a abrigar a Sead, impactando na continuidade da política e de uma garantia institucional direcionada para sua operacionalização.

De acordo com dados do Mapa, o Senaf foi acessado por mais de 7 mil produtos da agricultura familiar no ano de 2020 (Silva, 2022). Porém, segundo a mesma autora, até 2022 somente quatro quilombolas no Brasil conseguiram acessar o Senaf no país. Esse parece não ter sido o caso das comunidades quilombolas da Bahia, onde nenhuma comunidade foi informada da atualização do Sipaf para Senaf Quilombola, acarretando na impossibilidade do acesso a este último (Silva, 2022). Neste sentido, na figura 1, podemos observar a identidade visual do Selo Quilombos do Brasil (emitido junto com o Sipaf); na sequência, a figura 2 nos mostra a identidade visual do Sipaf em uma de suas versões originais e, na figura 3, vemos o Senaf sem uma identidade visual específica para quilombolas¹⁰. Em virtude das comunidades quilombolas do

¹⁰ O estudo de Silva (2022) apresenta mais detalhes e discussões sobre as distinções implicadas nestas diferentes identidades visuais dos selos.

Maranhão não terem conseguido acessar o SQB, o governo do MA instituiu, em 2018, o Selo Quilombos do Maranhão (SQM) com a justificativa de garantir a efetivação de uma política de acesso a mercados para as comunidades quilombolas maranhenses. Na próxima seção, abordaremos justamente como se deu o processo de implementação do SQM.

Figura 1 - Identidade visual do Selo Quilombos do Brasil



Fonte: Brizola (2016).

Figura 2 - Arte do selo Sipaf



Fonte: CI Orgânicos (2018).

Figura 3 - Versões do selo SENAF



Fonte: Instituto I9 de Educação¹¹.

¹¹ Disponível em: <https://www.i9ce.com.br/senaf/>. Acesso em: 10 jan. 2025.

A experiência do Selo Quilombos do Maranhão (SQM)

O Selo Quilombos do Maranhão foi criado no ano de 2018 e a sua efetivação se deu a partir de 2020¹², tendo como objetivo identificar a origem social e territorial dos produtos das comunidades quilombolas, informando e divulgando a presença relevante das comunidades quilombolas na agricultura familiar e na economia do respectivo estado (Maranhão, 2018). A partir de manifestações do governador do Maranhão no ano de 2021, constatamos que a justificativa apresentada para a implementação dessa política mencionava a promoção da autonomia das comunidades quilombolas do estado: “E o selo, por ser uma identificação de origem, articulada à nossa política de valorização das comunidades quilombolas, significa um vetor de comercialização, de busca de autonomia dessas comunidades”¹³.

Embora o destaque evidente dado à dimensão comercial e econômica envolvida na publicidade da política pública de criação do SQM, outros princípios e valores também podem ser elencados, da mesma forma que na criação do SQB, na sustentação das atividades de organização produtiva, modos de vida e processos identitários envolvidos. O dispositivo do selo de reconhecimento para produtos quilombolas visando acesso a mercados permitiria, em primeiro plano, a continuidade das atividades produtivas desenvolvidas nessas comunidades, que costumam recorrer a ações e recursos coletivos, herança que remonta à ancestralidade africana, além da defesa e conservação dos agroecossistemas, da paisagem e da biodiversidade, que são condições básicas para as atividades desenvolvidas nos territórios quilombolas (Silva; Silva; Reis, 2019); segundo, essas atividades frequentemente ocorrem e se fortalecem pelas práticas de ajudas mútuas nas comunidades, que incidem sobre os recursos naturais renováveis, propiciando um conhecimento aprofundado e peculiar que essas comunidades têm desses ecossistemas nos seus territórios (Almeida, 2008); terceiro, derivado dos anteriores, que faz com que o povo quilombola enxergue o seu território como *‘homeland’*, atribuindo-

¹² Para ex-assessora do governador, neste período, surgiram alguns problemas quanto à concepção do tipo de selo que queriam, até sua implementação (questões legais, sanitárias, etc.). Por isso, houve essa demora para sua implementação: surgiu em 2018, mas só começou a ser operacionalizado em 2020.

¹³ Disponível em: <https://www.facebook.com/governodomaranhao/videos/696305751043399/>. Acesso em: 20 out. 2022.

lhe um valor de pertencimento cultural e funcional (Silva; Silva; Reis, 2019); e quarto, já comentado anteriormente, para aquelas comunidades quilombolas que ainda não possuem o território regularizado, o acesso a mercados fomenta a luta dessas comunidades pela conquista de seus territórios e manutenção de suas práticas culturais com menor receio de represálias (ARRUTI, 2006).

Mas o que também justificou a criação do SQM, talvez a justificativa mais relevante para o caso do Maranhão, está diretamente relacionado com a ocorrência do não acesso das comunidades quilombolas daquela unidade da federação ao selo nacional, como nos indicou o Secretário de Igualdade Racial do MA da época, em trecho do seu depoimento que podemos verificar a seguir:

Fizemos uma visita, pegamos esse material, mas nós fizemos alguns pedidos de selo e isso não aconteceu; a gente não conseguiu concretizar o selo nacional aqui. Então, a gente tomou essa decisão de implementar um selo próprio do Maranhão. Se a gente esperasse essa questão nacional ser resolvida, a gente teria perdido muito tempo se a gente não tivesse feito logo. Então, a partir disso, nós resolvemos fazer um corpo de secretarias e convidamos outras secretarias para nos ajudar a fazer o selo.

Essa mesma informação, sobre a articulação do selo no Maranhão, também nos foi apresentada na fala da então gestora de povos e comunidades tradicionais da Secretaria Estadual de Igualdade Racial (Seir): “Primeiro foi feito. Nós catalogamos. Nós fomos para a base, que esse foi o início do selo. Foi idealizado o selo a partir do gabinete, que era a assessora do governador, e a secretaria, e a SEIR, dentro da importância do Maranhão”. Esta fala indica que a criação do selo se deu mais por parte de representantes de governos do que das comunidades quilombolas envolvidas, embora o Secretário de Igualdade Racial nos tenha informado a existência de uma intensa participação das comunidades, principalmente das representações sociais quilombolas (como podemos notar a seguir, em outro momento de sua fala):

Muita participação. Em primeiro lugar, nós nos encontramos sempre no Conselho Estadual de Igualdade Racial; ali nós dialogamos, ali as comunidades vão colocando o que é necessário para o desenvolvimento da política, para a gente poder continuar tocando. [...] Então, é uma parceria constante; a gente está sempre ouvindo as comunidades, tanto através do

conselho como de forma direta, através da participação dessas entidades. Aí, a exemplo da ACONERUQ¹⁴, de todo movimento social, como o CCN¹⁵, a UNEGRO¹⁶, de entidades também que são municipais, a gente tem também várias entidades.

Contudo, a fala do então coordenador do Programa Maranhão Quilombola (PMQ) nos apresentou uma percepção bem diferente: “Foi meio institucional essa discussão. Nós chamamos; quando tinha uma proposta já pronta, nós apresentamos... Nós temos a ACONERUQ. Na época, eu só lembro da ACONERUQ, da presença do Reinaldo”. Apesar da participação subsidiária do movimento, a ex-coordenadora da entidade mencionada nos indicou que se tratou de um ato isolado: “Se alguém do movimento participou, foi isoladamente”. Também a liderança da Coordenação Nacional de Articulação das Comunidades Negras Rurais Quilombolas (Conaq) no Maranhão ressaltou a centralidade da esfera governamental na condução do processo de formulação do SQM: “Que é a mesma coisa daqui, então, aí veio esse selo, e o selo foi discutido entre eles lá, montaram toda uma metodologia e nós tivemos uma vez lá”.

Essa falta de participação das comunidades e entidades quilombolas maranhenses também aconteceu na definição de quais comunidades seriam escolhidas e de quais produtos seriam comercializados por elas. Sendo assim, os critérios adotados pelos gestores governamentais do Selo Quilombos do Maranhão, segundo nos disse o coordenador do Programa Maranhão Quilombola, foram: o reconhecimento das comunidades como quilombolas; a existência de uma organização comunitária ativa e eficiente; e a capacidade de produção justificando a concessão do selo. O secretário de igualdade racial também nos enfatizou a natureza experimental da iniciativa, que buscou inicialmente comunidades que atendessem a esses critérios para, posteriormente, expandir a concessão do selo. Já os(as) representantes entrevistados(as) das comunidades quilombolas, embora também não tivessem participado desse processo, nos mencionaram critérios adicionais que, na visão deles(as), justificaram a escolha de suas comunidades para acessar inicialmente o selo: a referência na questão

¹⁴ Associação das Comunidades Negras Rurais Quilombolas do Maranhão.

¹⁵ Centro de Cultura Negra do Maranhão.

¹⁶ União de Negros e Negras pela Igualdade.

das mulheres rurais e quebradeiras de coco babaçu (comunidade de Pedrinhas Clube de Mães, em Itapecuru-Mirim/MA), bem como a participação em feiras e o reconhecimento municipal na fabricação de farinha de mandioca (comunidade de Jiquiri, em Santa Rita/MA).

A articulação das comunidades quilombolas com a Seir também foi um fator determinante, conforme nos foi evidenciado pelo testemunho de uma agricultora quilombola de Santo Antônio em Barreirinhas, que mencionou a influência positiva da cooperação com a referida Secretaria. Também, a própria concepção da identidade do selo, cuja imagem pode ser vista na figura 4 a seguir, parece ter sido mais uma iniciativa dos responsáveis pela política do que uma demanda direta do público beneficiário, conforme afirmado pelo coordenador do Programa Brasil Quilombola. Essa constatação nos foi confirmada durante as entrevistas nas comunidades, como evidenciado por uma agricultora quilombola de Pedrinhas, Itapecuru-Mirim/MA, quando disse que não foram consultados para a escolha da arte do selo. Da mesma forma, um agricultor quilombola de Jiquiri, Santa Rita/MA, nos confirmou a falta de envolvimento da sua comunidade nessa definição.

Figura 4 - Imagem do Selo Quilombos do Maranhão



Fonte: Maranhão (2022).

Essa falta de envolvimento das comunidades quilombolas maranhenses é reforçada nos dados que nos mostram quais comunidades inicialmente acessaram o SQM, sendo ainda mais alarmante se considerarmos que o Maranhão é o estado que possui a segunda maior população quilombola do

Brasil (Fróes, 2023). Pois, dos 32 municípios com comunidades quilombolas no Maranhão, segundo Fróes (2023), apenas 9 municípios tiveram suas comunidades quilombolas mencionadas no Catálogo do Selo Quilombos do Maranhão em 2019, totalizando 14 comunidades. Essas comunidades são: Santa Maria dos Pretos, Filipa, Oiteiro dos Nogueiras e Pedrinhas Clube de Mães, localizadas em Itapecuru-Mirim; Santa Maria de Guaxenduba e Jacaré dos Pretos, em Icatu; Monte Cristo e Belém, em Codó; Piqui da Rampa, em Vargem Grande; Jiquiri, em Santa Rita; Itamatatua, em Alcântara; e Olho D'água, Deus Bem Sabe e Vera Cruz, em Serrano do Maranhão (Vieira, 2023). De acordo com a então gestora de povos tradicionais do Governo do Estado do Maranhão, até 2020 tinham sido feitos 25 cadastros, em 16 comunidades quilombolas, envolvendo um total de 1307 produtores quilombolas, em 9 municípios (Barreirinhas, Rosário, Itapecuru-Mirim, Vargem Grande, Icatu, Alcântara, Mirinzal, Santa Rita e Serrano do Maranhão) (Consumo [...], 2020).

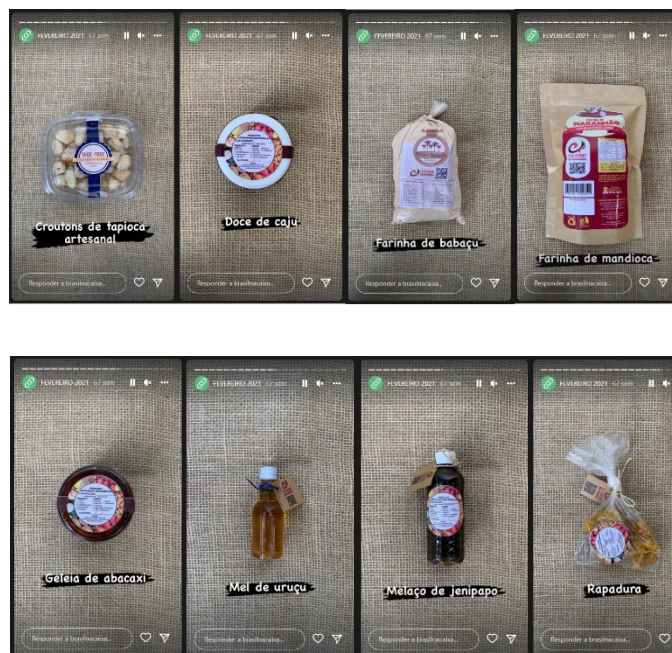
Apesar de o Governo do Maranhão ter citado a comercialização em feiras e o envolvimento do conjunto de comunidades anteriormente mencionadas, o fato mais marcante quanto ao SQM foi a comercialização para uma *startup* de Brasília/DF (Brasil na Caixa)¹⁷, que comercializa produtos da biodiversidade brasileira. Para esta comercialização, somente seis comunidades quilombolas foram selecionadas, sendo elas: Estiva dos Mafras, em Mirinzal/MA; Jiquiri, em Santa Rita/MA; Pedrinhas Clube de Mães, em Itapecuru-Mirim/MA; e Cantinho, Marcelino e Santo Antônio, em Barreirinhas/MA. No comércio com a *startup*, o acordo foi a comercialização de 100 caixas, com 9 produtos quilombolas certificados (Consumo [...], 2020; Vieira, 2023). A seleção dos produtos que seriam comercializados foi feita pela própria *startup*, de acordo com o que nos foi exposto pela gestora de comunidades tradicionais da Seir:

Eles nos procuraram e disseram que eles queriam conhecer, e pediram uma degustação de nossos produtos, uma prova de cada produto. Nós mandamos 13 provas dos produtos. Aí eles disseram quais os produtos que eles gostaram e queriam, aí eles fizeram a seleção, dos 13, eles selecionaram 11.

¹⁷ As comunidades quilombolas, através do governo do Maranhão, venderam seus produtos para a Startup *Brasil na Caixa*, que se constitui em um clube de assinatura e loja online de produtos brasileiros que apoiam a agricultura familiar e promovem a biodiversidade (Lontra, 2021).

Conforme a gestora de povos e comunidades tradicionais da Seir, as cestas dos produtos das comunidades quilombolas, comercializadas em fevereiro de 2021, foram compostas por biscoito de tapioca (*crouton*), mel de abelha sem ferrão, rapadura de buriti, melaço de jenipapo, geleia de abacaxi com pimenta, doce de caju em calda, farinha de mandioca, azeite e farinha de babaçu, além de uma peça artesanal confeccionada com fibra do buriti, que foi o brinde da cesta (Lontra, 2021). É importante salientarmos que a *startup* Brasil na Caixa possuía apenas 7 meses de existência no momento da comercialização dos produtos relacionados ao referido selo. Nesse contexto, contava com apenas 100 assinantes que compravam as caixas com os produtos da sociobiodiversidade brasileira vendidos pela empresa, com uma rotatividade quanto à temática das caixas e dos produtos¹⁸. Na figura 5, podemos visualizar algumas das caixas que foram comercializadas com os produtos quilombolas com o SQM, em fevereiro de 2021, conforme os destaques no perfil do *Instagram* da *startup*.

Figura 5 - Produtos com o Selo Quilombos do Maranhão comercializados nos stories do Instagram da *startup* Brasil na Caixa em fevereiro de 2021



Fonte: Brasil na Caixa¹⁹.

¹⁸ Informações retirada de: <https://www.facebook.com/governodomaranhao/videos/696305751043399/>. Acesso em: 20 out. 2022.

¹⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/brasilnacaixa/>. Acesso em: 27 out. 2022.

O Selo Quilombos do Maranhão na arena de lutas por reconhecimento da identidade quilombola

Embora a iniciativa para a criação do selo tenha surgido principalmente por meio de intervenção governamental, conforme discutido na seção anterior, a justificativa para sua implementação se baseia em aspectos positivos que enaltecem seu estabelecimento. É crucial ressaltar os argumentos pelos quais endossamos essa análise, especialmente no contexto da criação de um mecanismo de reconhecimento de acesso a mercados que também possibilita o engajamento dos sujeitos no processo de reivindicação de reconhecimento de suas identidades socioterritoriais.

Para isso, cabe refletir que os micros e pequenos empreendimentos (MPE) rurais, assim como as comunidades quilombolas, podem deixar de ser apenas fornecedores para atores dominantes nas cadeias agroindustriais, através de uma via autônoma de entrada nos mercados. Visão que se contrapõe à economia neoclássica, que avalia este setor de pequena escala como fadado a não ser competitivo, uma vez que não possuiriam recursos suficientes para investimentos, além de usarem os recursos de que dispõem de modo ineficiente. A economia neoclássica também compreende que os mercados realizam somente uma simples troca de bens e serviços entre atores, sendo estas trocas consideradas como passageiras, com o preço de uma mercadoria determinado pela oferta e demanda. Visão diferente apresenta a Nova Sociologia Econômica, que vê os mercados como uma rede social, cujas trocas são feitas constantemente, guiadas por normas estabelecidas, tanto formais quanto informais, que condicionam as interações entre competidores, fornecedores e clientes (Fligstein; Dauter, 2012; Wilkinson, 2008). É neste sentido que buscaremos discutir a relação dos mercados como arenas de “lutas por reconhecimento”, analisando a experiência do Selo Quilombos do Maranhão a partir das categorias morais de Axel Honneth.

Consideramos que as categorias morais que denotam o reconhecimento social estão mais presentes nas falas dos(as) agentes do governo maranhense entrevistados. Em contrapartida, as(os) representantes das comunidades quilombolas e as lideranças de movimentos sociais quilombolas do Maranhão foram mais enfáticas em apontar as categorias morais que denotam uma

falta de reconhecimento. Com efeito, a criação do selo para os produtos das comunidades quilombolas do Maranhão foi uma iniciativa que partiu dos gestores públicos do estado e não das próprias comunidades quilombolas em seu processo de luta por reconhecimento. A criação do SQM não se deu em razão de um conflito no qual as comunidades quilombolas do Maranhão estavam envolvidas, como é evocado na abordagem da luta por reconhecimento, mas da alegada dificuldade dessas comunidades em acessarem o Selo Quilombos do Brasil. Mesmo assim, ponderamos que a discussão sobre o potencial do selo para a luta por reconhecimento, à luz das categorias morais da Teoria do Reconhecimento de Honneth, é pertinente e importante, pois trata-se de considerar a possibilidade de ampliar seu espectro de sentidos no âmbito da disputa de valores que ele supõe.

No contexto das comunidades quilombolas, é crucial considerarmos a perspectiva do autorreconhecimento, uma vez que o decreto estabelecido para essas comunidades já enfatizava a importância dos grupos étnico-raciais conforme o critério de autoatribuição (Brasil, 2003). Essa perspectiva é fundamental para o escopo de nosso estudo, que busca ampliar a compreensão do dispositivo de reconhecimento e sua interação com a noção de que o acesso aos mercados pode se configurar como uma arena de “lutas por reconhecimento”. Apesar da dedicação emotiva não ser uma categoria central da “luta por reconhecimento”, pudemos constatar que, no contexto empírico da nossa pesquisa, ela manifesta sua importância. Por mais de uma vez nos foi relatado, nas falas das(os) representantes das comunidades quilombolas, que o produto quilombola vende uma história mais do que o próprio produto, e essa história é a própria história dessas comunidades, com base no seu autorreconhecimento. E esse autorreconhecimento mais se consolidou e ampliou a partir da circulação estadual e nacional de produtos quilombolas com este dispositivo de reconhecimento representado pelo Selo Quilombos do Maranhão.

Dentre as categorias morais da “luta por reconhecimento” formuladas por Honneth, a referente à estima social é a que parece mais evidente na experiência do Selo Quilombos do Maranhão. Esta categoria abarca, além da estima social, também a honra e a dignidade, as habilidades e os talentos valiosos que essas comunidades reportam para a sociedade (Honneth, 2003, 2006). Em outras

palavras, trata-se de evidenciar elementos que distinguem o indivíduo dos demais, realçando sua singularidade positiva (Sobottka; Saavedra, 2012). Os atributos vinculados a esta categoria moral são particularmente acionados pelos agentes do Governo Maranhense, como podemos notar no relato do secretário de igualdade racial sobre o intuito da criação do SQM:

À princípio, assim como o selo nacional, nós pensamos em fazer um selo de origem territorial e étnica, um selo que dissesse o seguinte: esse produto é de uma comunidade quilombola do Maranhão, acrescentando que ele traz todos os conhecimentos adquiridos ao longo do tempo pelos ancestrais dessas comunidades e que essas tecnologias incorporadas, produziriam um produto com essa qualidade... Esse é o recado que dá o Selo Quilombos do Maranhão.

A qualificação dos produtos dessas comunidades presume a qualificação do trabalho, das organizações e das pessoas envolvidas em sua produção. Porém, qualificação não é um termo nem um processo unívoco, mas um enunciado que pode ser alvo de disputas por sua significação, apontando para princípios morais distintos. Quando esses princípios morais são integrados às atividades econômicas, eles são utilizados nos mercados como estratégias discursivas que buscam o reconhecimento em diferentes esferas do consumo e da sociedade (Froehlich, 2012; Nierdele, 2016; Wilkinson, 2008).

A outra categoria moral da “luta por reconhecimento” de Honneth diz respeito às relações jurídicas e conquista de direitos. E estas servem também para políticas de acesso a mercados, quando o Estado cumpre papel importante no controle, mesmo que moderado, da fiscalização sobre as mercadorias. Para isso, o Estado deve estabelecer um arranjo contratual operacionalizado por padrões de qualidade, pois mesmo as empresas capitalistas não podem atuar sem um conjunto de normas coletivas que regulam a interação (Fligstein, 2001; Thévenot, 1997). Por essa lógica do aparelho estatal, de acordo com o que foi relatado pelo coordenador do Programa Maranhão Quilombola (em trecho do seu depoimento), buscou-se com o SQM reconhecer institucionalmente a existência de uma produção nas comunidades quilombolas maranhenses, respeitando a identidade e memória delas, bem como possibilitando o acesso a novos mercados:

A produção já existia; a gente vai criar o selo para garantir uma identidade territorial e como uma estratégia de inserção de mercado, dada a dificuldade que esses produtores tinham de colocar seus produtos no mercado, e assim, no mercado privado. Porque o mercado governamental não exige esse tipo de valor agregado para a realização das compras governamentais, mas o mercado privado sim. É venda direta para o consumidor, né? Se tiver valor agregado, o cara vai saber: “Oh, o que é isso aqui? Isso aqui é quilombola, é feito por preto, é quilombola”. É um diferencial do mercado para um determinado produto, além de garantir, assim, a valorização da memória e da identidade. Isso constitui um diferencial de mercado em qualquer produto.

A narrativa deste ator atualiza, de certa forma, a análise proposta por Sansone (2000). Ou seja, historicamente, o consumo tornou-se uma forma poderosa de expressão da própria cidadania e vem adquirindo cada vez mais importância na determinação do status entre os negros no Novo Mundo. Por um lado, o consumo transformou-se atualmente em um instrumento de conquista de direitos civis, e o ato de consumir contribui para o sentir-se cidadão. Por outro lado, sentir-se excluído do consumo pode levar à frustração e a uma percepção aguda da privação. Daí a importância de se garantir renda monetária a produtores quilombolas, possibilitando e ampliando seu acesso a mercados que valorizem sua produção.

Neste âmbito, o consumo pode assumir o efeito de um marcador étnico, bem como uma forma de oposição à opressão. Como anteriormente discutido, a ênfase no consumo se acelerou e recentemente se intensificou. Os interesses por produtos e marcadores de identidades socioculturais e territoriais passaram a integrar e circular em grandes circuitos de mercados com extensão global (Sansone, 2000; Wilkinson, 2008). Portanto, a promoção de políticas de identidade num país como o Brasil, historicamente pouco inclinado à promoção da diversidade étnica, pode também aproveitar a força da globalização para ampliar as oportunidades de inclusão socioprodutiva para as comunidades quilombolas disseminadas pelo seu amplo território. Inclusive, o reconhecimento no estrangeiro pode ter, e frequentemente tem, o efeito de promover posterior (ou maior) sucesso nos mercados nacionais e locais. Porém, a mercantilização requer uma seleção entre os produtos

quilombolas, uma vez que nem todos podem ser globalizados. Neste processo, certas características e certos objetos da identidade quilombola são escolhidos para representá-la como um todo. A seleção é feita segundo as particularidades de cada sistema de relações raciais e as condicionantes conjunturais de natureza política e econômica vigentes em um dado tempo e lugar (Sansone, 2000).

Portanto, temos de considerar que a luta pelo reconhecimento no caso do SQM não está presa só a resultados contábeis ou implementação midiática desta ou daquela ação de política pública do governo de plantão. Vincula-se a uma longa trajetória histórica de colonização eurocêntrica nas Américas, às estratégias de resistências dos povos dominados e escravizados, às dinâmicas sociopolíticas e econômicas conjunturais nacionais e globais, entre outros fatores. A formulação de uma política pública e o êxito em sua implementação dependem, em boa conta, da consistente narrativa que busca lhe dar legitimidade e sustentação política junto aos atores sociais. Assim, tanto na argumentação justificatória de criação do SQM dos representantes do governo do Maranhão, como também na fala de representantes de movimentos sociais e de comunidades quilombolas do MA, aparecem claras alusões a duas categorias-morais da luta pelo reconhecimento (relações jurídicas e estima social), no sentido de Honneth. O depoimento que nos foi compartilhado por um agricultor da comunidade quilombola de Cantinho, no município de Barreirinhas, destacou a importância do selo para o próprio reconhecimento como quilombola, como uma garantia de que o produto fosse comercializado com a identificação de sua origem: “O selo é uma parceria muito importante para que os(as) quilombolas compartilhem informações sobre o próprio reconhecimento. Através do selo, nós somos reconhecidos como quilombolas. Muitas vezes eles (referindo-se aos atravessadores) pegavam nossos produtos e colocavam o selo deles”.

Assim, a criação do selo quilombola parece ter possibilitado aos agricultores(as) quilombolas do Maranhão uma via de saída da situação de privação de direitos e de exclusão — sendo estas as formas de desrespeito da categoria das relações jurídicas da luta pelo reconhecimento (Honneth, 2003). Por outro lado, outras falas de representantes de movimentos sociais

quilombolas e dos(as) próprios(as) agricultores(as) quilombolas dão a entender que o selo não gerou o resultado esperado pelas comunidades quilombolas, apesar de reconhecerem seu potencial, como nos destacou uma liderança da Associação das Comunidades Negras Rurais Quilombolas do Maranhão (Aconeruq) em seu depoimento (trecho a seguir):

Ele é de suma importância, porque o selo daria uma visibilidade na produção das comunidades quilombolas. Demonstraria a qualidade dos produtos quilombolas produzidos nas comunidades. Teriam credibilidade no Estado Brasileiro, em quantidade suficiente até para exportar. Se o governo investisse mesmo, estaria possibilitando o aumento da qualidade de vida nas comunidades.

Um agricultor da comunidade quilombola de Jiquiri, no município de Santa Rita/MA, também reconheceu essa valorização das comunidades nacionalmente, assim como defendeu que essa política deveria ser uma garantia de trabalho e empregabilidade para os(as) agricultores(as). Contudo, esse agricultor nos demonstrou (em trecho do seu depoimento, que está abaixo) sua indignação com relação ao que considerou descaso do Governo do Maranhão:

O selo beneficiaria a comunidade e aumentaria o reconhecimento da comunidade, valorização da comunidade a nível nacional. O selo só está guardado no armário. A comunidade geraria seu próprio emprego com a agroindústria. Esse era o discurso do governo com a comunidade para a implementação da agroindústria na comunidade.

Além do selo estar “engavetado”, na visão desse agricultor, outro problema grave é a falta de regularização sanitária da agroindústria de farinha, que, caso fosse regularizada, poderia aumentar o número de pessoas empregadas na comunidade. O agricultor comentou também que faltou apoio do Governo do Maranhão para a regularização sanitária da agroindústria, alegando que ouviu do Governo que este já tinha feito a sua parte e a comunidade teria que dar continuidade ao processo de obtenção do alvará sanitário. Este mesmo problema de regularização sanitária também nos foi exposto por uma agricultora quilombola da comunidade de Cantinho, no município de Barreirinhas/MA, conforme trecho do seu depoimento a seguir:

Eu avalio que as coisas na comunidade funcionam muito devagar: o governo esteve na comunidade (representado pela SEIR), levaram os produtos para o Programa Brasil na Caixa, mas não retornaram para regularizar os produtos, para que nós mesmos pudéssemos comercializar. O rapaz da vigilância sanitária disse que talvez não daria tempo para regularizar os produtos pela vigilância sanitária.

Estes problemas de regularização sanitária nos foram confirmados pela própria gestora de povos e comunidades tradicionais da Seir, que estava diretamente envolvida na operacionalização do SQM, quando nos relatou (conforme trecho do depoimento a seguir) o equívoco da estratégia que tinha sido adotada:

O que deu pra nós essa venda no Brasil na Caixa? Ela deu pra perceber que o caminho que a gente tomou foi inverso, então, ao invés de nós atacarmos o processo da agroindustrialização, que nós passássemos a questão de trabalhar a logística, a questão sanitária, tá me ouvindo? Todo esse processo a gente não fez. Nosso agricultor não entende muito esse processo da lei, e nosso Estado nunca trabalhou isso.

Para contornar a falta de regularização sanitária dos produtos com o SQM, o Governo do Maranhão optou por transportar em carro oficial os produtos até Brasília/DF, para não correr risco de esses produtos serem barrados em alguma fiscalização nos aeroportos. Conforme o depoimento da gestora de povos e comunidades tradicionais da Seir: “Se não fosse dentro de uma sensibilidade, de uma estratégia com o governador, nós não poderíamos mandar de outra forma, se não fosse no carro do Estado. E foi o carro do Estado que foi levar em Brasília, então essa foi nossa estratégia”. Esta informação também foi corroborada pelo coordenador do PMQ: “Na verdade, para nós acabou sendo uma estratégia de divulgação do selo. Então nós levamos os produtos até eles” (a *startup* Brasil na Caixa, no DF).

Para visibilidade e divulgação de uma ação do PMQ, os atores governamentais e políticos interessados contornaram, de modo pontual, os embaraços da legislação sanitária. Todavia, em âmbito mais geral, essa questão sanitária da produção agroalimentar, recorrente em comunidades quilombolas, não parece ter sido solucionada, tendo sido, inclusive, um embaraço que impossibilitou o acesso a outros mercados, além do local e estadual, para os produtos com

o SQM. Na verdade, há décadas que o tema da legislação e regularização sanitária atinge de modo problemático a produção agroalimentar oriunda da agricultura familiar brasileira, condicionando e restringindo o acesso a mercados e às próprias políticas públicas, como já longamente tratado na literatura a respeito (Estevam; Salvaro; Santos, 2018; Franco; Lima; Avelar, 2021; Wilkinson; Mior, 1999).

Outra questão que nos foi relatada na comunidade de Pedrinhas (que fica no município de Itapecuru-Mirim/MA) por uma agricultora quilombola foi que as comunidades não tinham conhecimento sobre o selo, como expressou em sua fala (em trecho do seu depoimento a seguir):

Vejo com uma expectativa muito positiva ter o reconhecimento da produção quilombola. A SEIR deveria trabalhar mais nas comunidades sobre a importância do selo, assim como a comunidade se apropriar mais dele (o Estado trabalhar melhor essa apropriação do Selo). Avalio que é pouca a quantidade de comunidades que acessaram o selo, e, ainda assim, não houve uma melhor capacitação das comunidades que acessaram para poderem difundir mais o produto e mais comunidades começarem a buscar o acesso.

Essas falas demonstram que as comunidades não se envolveram na implementação da política pública, assim como não possuíam informações suficientes para saber como realmente funciona e qual o resultado da comercialização desses produtos. Tais declarações dos(as) entrevistados(as) aludem ao que Neves (2010) chamou de autoexclusão, ou seja, situações de incertezas que resultam frequentemente em sentimentos de desilusão e desistência por parte daqueles que poderiam se beneficiar de algum recurso oriundo de políticas públicas. Isso acontece quando esses possíveis beneficiários não possuem controle sobre condições objetivas mínimas dessas políticas, tanto em termos materiais quanto na atribuição de significados, adotando estratégias críticas que levam a uma autoexclusão, forma indesejada de participação (Neves, 2010).

Neste sentido, a natureza e o papel desempenhado pelo processo de mediação sociopolítica na formulação e implementação de políticas públicas e projetos de desenvolvimento têm grande relevância (Arruti, 2006; Neves,

2008, 2010). Furtado (2020) mostra que, no Maranhão, as lideranças do movimento quilombola atribuíam essa responsabilidade de mediação aos seus respectivos assessores, sendo eles: padres, advogados, militantes partidários ou sindicais, pesquisadores das Universidades etc. Para Neves (2008), esses agentes desempenham um papel crucial na formação de contextos políticos direcionados à busca de justiça social e à luta pela alteração dos padrões que consolidam as desigualdades socioeconômicas. As relações com os mediadores, que no Brasil costumam ser baseadas em vínculos personalistas e mesmo clientelistas, podem condicionar fortemente as escolhas de beneficiários, visibilidade e resultados advindos de uma política pública.

Isso parece explicar a opinião da liderança da Conaq no Maranhão quanto às comunidades cujo acesso ao selo teve melhor resultado: “Na verdade, onde o selo avançou mais nessa discussão, nesse processo, foi em Barreirinhas, nas comunidades de lá, Marcelino e Cantinho”. Também são mencionadas as relações próximas com a figura da coordenadora de igualdade racial do município, conforme uma agricultora da comunidade quilombola de Santo Antônio: “Através da Dona Osmarete, a gente tem uma grande parceria com a Dona Socorro, da Seir. Quando a gente faz um projeto, elas fazem tudo pra dar certo. O selo nasceu de lá, para sermos apoiados por ele”. Da mesma forma, uma agricultora da comunidade quilombola de Cantinho destacou: “O selo é uma grande garantia que nós tivemos deles. Se não fosse a SEIR, que nos desse essas informações deles, a gente não tinha essas informações”.

Assim, embora o selo tenha sido formalmente estabelecido e regulamentado pelo Governo do Maranhão, sugerindo um reconhecimento mais ligado a uma concessão pública do que às lutas dos grupos beneficiários, é crucial considerarmos que a criação desses dispositivos representa um extenso histórico de lutas por reconhecimento e direitos desses grupos. Nesse processo, as identidades foram construídas e ressignificadas em diálogo com a intervenção pública ao longo do tempo (Niederle, 2016). Como já havia pontuado Arruti (1997), trata-se da necessidade de reconhecer a construção identitária dessas comunidades, marcadas por um processo histórico dinâmico (“plástico”) e marginalizador, que só muito recentemente vem avançando, com sobressaltos, no seu reconhecimento como sujeito de direitos.

Considerações finais

Nosso estudo buscou refletir sobre o uso atual da noção de dispositivo de reconhecimento para acesso a mercados em contextos históricos e socioterritoriais do sul global, sua possível extrapolação e efeitos diversos nas arenas de lutas por reconhecimento que atravessam os mercados. Nesse intuito, utilizamos as categorias morais da luta por reconhecimento de Axel Honneth para analisar o caso do SQM. Todavia, constatamos que a criação e implementação do SQM não se deu a partir de conflitos recentes, geradores de mobilização social, como sugere Honneth, mas do fato das comunidades quilombolas do Maranhão terem dificuldades de acesso ao Selo Quilombos do Brasil, levando a que o Governo do Maranhão optasse por um programa específico, tendo em vista que a política nacional e os programas vinculados da agenda quilombola tinham sido extintos.

Embora a análise desta experiência tenha permitido discutir a possível ampliação de sentido à noção de dispositivo de reconhecimento, considerando o contexto histórico brasileiro de relações escravistas e desiguais, não ousamos afirmar que contribuiu, de modo considerável e perene, para que os quilombolas brasileiros avançassem em sua condição de sujeitos portadores de direitos, estima e respeito sociais. Mas, mesmo tendo em conta que o selo foi criado mais como uma espécie de concessão pública do governo de turno no MA do que do resultado das lutas e do protagonismo dos grupos beneficiários, devemos também considerar que a criação destes dispositivos se vincula ao reconhecimento e consolidação de uma agenda étnico-racial no Brasil e das políticas públicas dela provenientes. Isto posto, podemos dizer que é fruto resultante, de alguma forma, do longo histórico de lutas por reconhecimentos e direitos que, mais recentemente, vem recompondo e ressignificando as identidades etnoculturais destes sujeitos, construídas em sintonia com a intervenção pública.

Constatamos que a construção deste dispositivo de reconhecimento da identidade quilombola, apesar do seu potencial, foi atravessada desde o início por contradições e instabilidades. Dessa forma, não chegou a se estabilizar, nem se incorporar de fato às práticas sociais dos beneficiários. Inicialmente, foi devido à aposta no acesso a mercados institucionais, que não fortaleceu essa estratégia, e posteriormente, às mudanças e descontinuidades

governamentais que impossibilitaram a desejável maturação e a correção de rumos, contribuindo para uma aprendizagem institucional. Assim, mesmo com as críticas que podem (e devem) ser feitas ao processo sociopolítico que envolveu a criação do SQM, e que ainda podem ser reverberadas pela opinião pública, devemos considerar que o acesso dessas comunidades ao selo contribuiu, de certa forma, para o ativismo de consumo étnico e político no Brasil, o qual possui um grande potencial de promoção de práticas antirracistas; além de possibilitar a ampliação da inclusão socioeconômica das comunidades quilombolas, propiciando maior leque de oportunidades de trabalho e renda.

Porém, para que seja uma ação pública mais efetiva e produza melhores resultados, experiências como esta do SQM precisam estar articuladas com outras políticas públicas que promovam a organização dos produtores para o acesso a mercados privados e sejam capazes de incidir nas assimetrias da distribuição de renda e no valor agregado ao longo do circuito produção-consumo. Neste sentido, recordamos os recorrentes problemas de regularização sanitária, o acesso estável a redes de internet, capacitações para o uso de redes digitais etc. O reconhecimento e a visibilização da produção quilombola colaboram com a desconstrução de preconceitos a respeito do papel produtivo dessas comunidades. Um dispositivo de reconhecimento como o Selo pode contribuir para a superação disso, ao mesmo tempo em que pode fortalecer elementos simbólicos e materiais da identidade quilombola. São dispositivos que, ao serem manejados pelos atores no transcurso das interações e lutas sociais, em face de sua capacidade performativa, também afetam recursivamente a ação destes mesmos atores.

Referências

- ALBORNOZ, Suzana Guerra. As esferas do reconhecimento: uma introdução a Axel Honneth. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 127-143, 2011. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-37172011000100010&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 10 out. 2023
- ALMEIDA, Alfredo Wagner Berno de. *Terrasdequilombos, terrasindígenas, “babaçuais livres”, “castanhais do povo”, faxinais e fundos de pasto: terras tradicionalmente ocupadas*. 2. ed. Manaus: Ufam, 2008.

- ARRUTI, José Maurício. A emergência dos remanescentes: notas para o diálogo entre indígenas e quilombolas. *Mana*, v. 3, n. 2, p. 7-38, 1997. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/QBXXBw99XxgcmcS35sND3Rk/?lang=pt>. Acesso em: 10 maio 2023.
- ARRUTI, José Maurício. *Mocambo: antropologia e história do processo de formação quilombola*. Bauru: Edusc, 2006.
- ARRUTI, José Maurício. Quilombos. In: PINHO, Osmundo Araújo; SANSONE, Livio (orgs.). *Raça: novas perspectivas antropológicas*. 2. ed. Salvador: Edufba, 2008. p. 315-350.
- BARRETO, Simone de Brito. *Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar (SIPAF): reconhecimento social da agricultura familiar brasileira*. 2018. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2018.
- BOLTANSKI, Luc. Sociologia da crítica, instituições e o novo modelo de dominação gestonária. *Sociologia & Antropologia*, v. 3, n. 6, p. 441-63, 2013.
- BRASIL. Decreto n. 4.887, de 20 de novembro de 2003. Regulamenta o procedimento para identificação, reconhecimento, delimitação, demarcação e titulação das terras ocupadas por remanescentes das comunidades dos quilombos de que trata o art. 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 21 nov. 2003.
- BRASIL. Lei n. 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 25 jul. 2006.
- BRIZOLA, Neuza. Selo Quilombola será entregue a 16 permissionários na Bahia. *Bahia Extremo Sul*, 3 dez. 2016. Disponível em: <https://www.bahiaextremosul.com.br/selo-quilombola-sera-entregue-a-16-permissionarios-na-bahia>. Acesso em: 30 jul. 2022.
- BYÉ, Pascal; SCHMIDT, Vanice Dolores Bazzo; SCHMIDT, Wilson. Transferência de dispositivos de reconhecimento da agricultura orgânica e apropriação local: uma análise sobre a Rede Ecovida. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, n. 6, p. 81-93, 2002.
- CI ORGÂNICOS. *Agricultura familiar é reconhecida e valorizada através do selo SIPAF*. Rio de Janeiro, 17 jul. 2018. Disponível em: <https://ciorganicos.com.br/biblioteca/agricultura-familiar-e-reconhecida-e-valorizada-atraves-do-selo-sipaf/>. Acesso em: 5 jun. 2026
- CRUZ, Fabiana Thomé da; MARQUES, Vicente Penteado Meirelles de Azevedo; HAAS, Jaqueline Mallmann. Os selos da Agricultura Familiar no MERCOSUL: implicações e desafios para a valorização de produtos agroalimentares. *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, Curitiba, v. 9, n. 5, p. 757-798, 2020.
- DE OLIVEIRA, Nythamar Hilario Fernandes; DA ROSA, Brandon Jahel. Tentativa de leitura lógica da teoria do reconhecimento de Axel Honneth a partir da lógica do ser para si de Hegel. *Revista Ágora Filosófica*, v. 22, n. 2, p. 88-108, 2022.

- ESTEVAM, Dimas de Oliveira; SALVARO, Giovana Ilka Jacinto; SANTOS, Vanda Jandira Dala. Os desafios da inserção formal de produtos da agricultura familiar no mercado. *Redes*, Santa Cruz do Sul, v. 23, n. 1, 2018. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/11176/pdf>. Acesso em: 26 nov. 2023.
- FLIGSTEIN, Neil. Mercado como política: uma abordagem político-cultural das instituições de mercado. *Contemporaneidade e Educação*, v. 6, n. 9, p. 26-55, 2001. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/138019723/FLIGSTEIN-Neil-Mercado-como-politica-cultural>. Acesso em: 16 out. 2023.
- FLIGSTEIN, Neil; DAUTER, Luke. A sociologia dos mercados. *Caderno CRH*, Salvador, v. 25, n. 66, p. 481-504, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/19426>. Acesso em: 10 maio 2023.
- FRANCO, Giselly Nunes de Oliveira; LIMA, Jacqueline de Cássia Pinheiro; AVELAR, Kátia Eliane Santos. A vigilância sanitária no contexto da agricultura familiar. *Multitemas*, v. 26, n. 62, p. 233-253, 2021. DOI: <https://doi.org/10.20435/multi.v26i62.3127>.
- FROEHLICH, José Marcos. Indicações Geográficas e desenvolvimento territorial: as percepções das organizações representativas da agricultura familiar na Espanha. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 20, n. 2, p. 485-508, 2012. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/10>. Acesso em: 10 jul. 2021.
- FROEHLICH, José Marcos; DULLIUS, Paulo Roberto. As experiências de Indicações Geográficas no Brasil meridional e a agricultura familiar. In: FROEHLICH, José Marcos (org.). *Desenvolvimento Territorial: produção, identidade e Consumo*. Ijuí: Unijuí, 2012. p. 139-168.
- FRÓES, Rafaelle. Maranhão tem a 2º maior população quilombola do Brasil, aponta levantamento inédito do IBGE. *G1 Maranhão*, 27 jul. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2023/07/27/maranhao-tem-a-2o-maior-populacao-quilombola-do-brasil-aponta-levantamento-inedito-do-ibge.ghtml>. Acesso em: 20 jan. 2024.
- FUHRMANN, Nádia. Lutar por reconhecimento: reflexões sobre a teoria de Axel Honneth e as origens dos conflitos sociais. *Barbarói*, Santa Cruz do Sul, n. 38, p. 79-96, 2013. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S0104-65782013000100006&script=sci_abstract. Acesso em: 3 maio 2023.
- FURTADO, Marivania Leonor Souza. Controle social e lutas quilombolas no Maranhão: cruzando saberes para a garantia de direitos territoriais. *PRACS*, Macapá, v. 13., n. 2, p. 103-119, jul./dez., 2020. Disponível em: <https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs/article/view/5871>. Acesso em: 29 ago. 2022.
- GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- GROOT, Étienne. Conhecimento sobre os conceitos de selos de qualidade vinculados à agricultura familiar. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 28, n. 1, p. 136-155, 2020. Disponível em: https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/esa28-1_06_conhecimento. Acesso em: 10 jul. 2021.

- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. 8. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- HONNETH, Axel. A textura da justiça. *Civitas*, Porto Alegre, v. 9, n.3, p.345-368, 2009. Disponível em: <https://d-nb.info/1219729582/34>. Acesso em: 03 maio 2023
- HONNETH, Axel. Dissolutions of the social: on the social theory of Luc Boltanski and Laurent Thévenot. *Constellations*, v. 17, n. 3, p. 376-389, 2010.
- HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Ed. 34, 2003.
- HONNETH, Axel. Redistribución como reconocimiento. Respuesta a Nancy Fraser. In: FRASER, Nancy; HONNETH, Axel. ¿Redistribución o reconocimiento? *Un debate político-filosófico*. Madrid: Ediciones Morata, S.L., 2006. p. 89-148.
- HONNETH, Axel. Trabalho e reconhecimento: tentativa de uma redefinição. *Civitas*, Porto Alegre, v. 8, n. 1, p. 46-67, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/4321>. Acesso em: 10 jan. 2023.
- LONTRA, Alessandra. Produtos com o Selo Quilombos do Maranhão serão vendidos para todo o país em fevereiro. *Alelontra*, 13 jan. 2021. Disponível em: <https://alelontra.com.br/produtos-com-o-selo-quilombos-do-maranhao-serao-vendidos-para-todo-o-pais-em-fevereiro/>. Acesso em: 5 jun. 2026.
- LIMAPINTO, Nathalia; FROEHLICH, José Marcos. Agricultura familiar e estratégias de diferenciação para acesso a mercados: as possibilidades do Comércio Justo no Brasil. *Agroalimentaria*, v. 20, n. 39, p. 79-94, 2014. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8581350>. Acesso em: 10 jul. 2021.
- MARANHÃO. Secretaria de Estado da Agricultura Familiar (SAF); Agência Estadual de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural do Maranhão (AGERP). *Portaria Conjunta n.º 01, de 21 de novembro de 2018. Institui o Selo Quilombos do Maranhão e dá outras providências*. São Luís, 2018. Disponível em: <https://cpisp.org.br/portaria-conjunta-no-01-de-21-de-novembro-de-2018/>. Acesso em: 5 jun. 2026.
- MARANHÃO. Secretaria de Estado da Igualdade Racial. *Desenho do Selo*. s/d. Figura. Disponível em: <https://seloquilombos.ma.gov.br/>. Acesso em: 30 jul. 2022.
- CONSUMO político e reconhecimento socioproductivo de comunidades quilombolas: estratégias e desafios. Santa Maria: UFSM, 2020. 1 vídeo (149 min). Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yDFzjNQON20>. Acesso em: 10 abr. 2021.
- NEVES, Delma Pessanha (org.). *Desenvolvimento social e mediadores políticos*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- NEVES, Delma Pessanha. Políticas públicas: mediação e gestão de demandas sociais. *Retratos de Assentamentos*, v. 13, p. 171-206, 2010. Disponível em: <https://retratosdeassentamentos.com/index.php/retratos/article/view/70/60>. Acesso em: 15 maio 2023.
- NIEDERLE, Paulo André. Indicações geográficas e processos de qualificação nos mercados agroalimentares. In: NIEDERLE, Paulo André. (org.). *Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013. p. 23-54.

- NIEDERLE, Paulo André. Mercados como arenas de luta por reconhecimento: disputas morais na construção dos dispositivos de qualificação dos alimentos. *Política e Sociedade*, Florianópolis, v. 15, n. 33, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2016v15n33p97>. Acesso em: 10 jul. 2021.
- NIEDERLE, Paulo André; RADOMSKY, Guilherme Francisco Waterloo. Quem governa por dispositivos? A produção das normas e padrões para os alimentos orgânicos no Brasil. *Revista TOMO*, n. 30, p. 227-265, 2017. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/tomo/article/view/6714>. Acesso em: 10 jul. 2021.
- NOBRE, Marcos. Apresentação. In: HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Ed. 34, 2003. p. 7-19
- RADOMSKY, Guilherme Francisco Waterloo. *O poder do selo: imaginários ecológicos, formas de certificação e regimes de propriedade intelectual no sistema agroalimentar*. Porto Alegre: UFRGS, 2015.
- SANSONE, Livio. Os objetos da identidade negra: consumo, mercantilização, globalização e a criação de culturas negras no Brasil. *Mana*, v. 6, n. 1, p. 87-119, 2000.
- SHORE, Cris; WRIGHT, Susan. Governing by numbers: audit culture, rankings and the new world order. *Social Anthropology*, v. 23, n. 1, p. 22-8, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/272890699_Governing_by_numbers_Audit_culture_rankings_and_the_new_world_order. Acesso em: 16 out. 2022.
- SILVA, Lauro Sérgio Rodrigues da; SILVA, Juliana Souza da; REIS, Adebaro Alves dos. A importância dos estudos científicos sobre Economia Solidária em territórios e comunidades quilombolas na Amazônia paraense. *Emancipação*, v. 19, n. 2, p. 1-21, 2019.
- SILVA, Thacya Cledina da. *Dispositivos de reconhecimento da identidade quilombola na política pública brasileira: o Selo Quilombos do Brasil*. 2022. Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2022.
- SOBOTTKA, Emil Albert; SAAVEDRA, Giovani Agostini. Justificação, reconhecimento e justiça. *Civitas*, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 126-144, 2012. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/4319>. Acesso em: 10 maio 2023.
- SUCHANEK, Márcia Gomes O. Povos indígenas no Brasil: de escravos à tutelados. Uma difícil reconquista da liberdade. *Confluências*, v. 12, n. 1, p. 240-274, 2012.
- VIEIRA, Lucas Moretz-Sohn David. *Acesso a mercados e luta por reconhecimento na construção do Selo Quilombos do Maranhão*. 2023. 176 f. Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, Centro de Ciências Rurais, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2023.
- WILKINSON, John. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

WILKINSON, John; MIOR, Luis Carlos. Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 7, n. 2, p. 29-45, 1999. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/159>. Acesso em: 26 dez. 2023.

WILKINSON, John; MASCARENHAS, Gilberto. Indicações geográficas em países em desenvolvimento. Potencialidades e desafios. *Revista de Política Agrícola*, v. 23, p. 103-115, 2014.

Como citar

VIEIRA, Lucas Moretz-Sohn David; FROEHLICH, José Marcos. Acesso a mercados e lutas por reconhecimento na construção do Selo Quilombos do Maranhão. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, v. 33, n. 2, 2025, e2533204, DOI: https://doi.org/10.36920/esa33-2_04



Creative Commons License. This is an Open Access article, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License CC BY 4.0 which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium. You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.