



Sistemas participativos de garantia no estado de São Paulo: possibilidades de inovação nas relações de produção e consumo.

Participatory Guarantee Systems in the State of São Paulo: possibilities for innovation in production and consumption relations.

PIZZAIA, Luiz Gustavo Ennes¹; DUVAL, Henrique Carmona²; FERRAZ, José Maria Gusman³; LEAL, Larissa Sapiensa Galvão⁴, SILVA, Yuri Elias Rezende da⁵

¹UNIARA, luizgepizzaia@hotmail.com; ²UFSCAR, henriquecarmona@hotmail.com; ³UNIARA, ze2cordoba@yahoo.es; ⁴UNIARA, lari_sapiensa@hotmail.com; ⁵UFSCAR, yuri.elias1408@gmail.com.

RESUMO EXPANDIDO

Eixo Temático: Sistemas Agroalimentares e Economia Solidária

Resumo: O trabalho reflete as relações de produção e consumo de orgânicos. O objetivo foi investigar as potencialidades e desafios em diferentes territórios. A metodologia utilizada analisou o Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, e se valeu de questionários e entrevistas, com uso de pesquisa tipo *survey* e a ferramenta *forms*. Foi possível identificar maior incremento dos mecanismos participativos em relação aos auditados e investigar as possíveis inovações. Observaram-se propostas de mercados locais que visam democratizar o acesso à certificação e aos alimentos orgânicos. As feiras, o mercado institucional, as cestas e a Comunidade que Sustenta a Agricultura foram destaques nos canais de comercialização. Quanto aos valores almejados pelos consumidores, houve destaque para a preocupação com o meio ambiente e a busca por mais saúde. Ficou claro o potencial, inclusive previsto na lei, de inovar na relação entre produtor e consumidor, favorecendo a criação de laços de amizade e vínculos afetivos.

Palavras-chave: agricultura familiar; certificação participativa; produção orgânica.

Introdução

Este trabalho buscou conhecer melhor os Sistemas Participativos de Garantia (SPG). Neste mecanismo há a necessidade de um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC) para acompanhar as conformidades da garantia da qualidade orgânica e, com isso, se equiparou ao auditado, possibilitando o uso do selo e ampliação da comercialização.

O objeto da pesquisa partiu do interesse em verificar as condições de permanência e construção das relações de produção-consumo, dado que tal construção depende da perenidade das experiências. Outro interesse foi entender quais os valores que os consumidores buscam no alimento. E dessa forma, apresentar como se deu o aumento na produção e consumo de alimentos orgânicos no Brasil. Além disso, como as organizações da agricultura familiar podem se fortalecer com base na agroecologia e com a aproximação de suas relações com os consumidores. Este trabalho buscou contribuir com a análise e a criação de estratégias de desenvolvimento territorial aliadas a um modelo de agricultura menos dependente de insumos externos, de melhor valor nutricional e socialmente



inclusivo.

Metodologia

Para atingirmos os objetivos desta pesquisa, foram considerados três eixos referenciais, o primeiro eixo relacionado aos gestores dos SPG encontrados no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO), o segundo eixo sobre questões relacionadas aos produtores de orgânicos e o terceiro eixo correspondente às informações sobre os consumidores de orgânicos.

A pesquisa de maneira geral contou com uma metodologia interdisciplinar, buscando compreender as inter-relações dos fatores políticos, econômicos, ambientais, culturais e sociais que contribuíram para o aumento da produção e consumo de orgânicos.

Ao longo do trabalho, foram realizadas visitas, questionários e entrevistas com membros dos SPG e representantes dos OPAC que operacionalizam os principais SPG, com a finalidade de entender como os agricultores organizados conseguem atestar a qualidade orgânica e gerar relações de mercado que vão além do auto interesse. Foram realizadas entrevistas com três gestores, nas respectivas datas 18/03/2022, 09/07/2022 e 29/07/2022 Segundo Gaskell (2008), a entrevista auxilia na percepção do mundo social das pessoas, permitindo um entendimento da realidade do entrevistado.

Em síntese, para atender ao segundo e terceiro eixos, a metodologia seguiu o planejamento em duas etapas, a primeira com o levantamento de amostras quantitativas, usando o método de pesquisa *survey*, com uso do aplicativo *forms* com questões fechadas, tendo-se adotado uma amostra não probabilística. A amostra quantitativa relacionada aos produtores contou com 12 questionários respondidos e as amostras referentes aos consumidores com 62 questionários respondidos, ambos em março de 2022. E por fim as amostras qualitativas com aplicação de entrevistas abertas e descritivas, com seis entrevistas com produtores e quatro consumidores. Denzin e Lincoln (2006) definem que a pesquisa qualitativa traz a interpretação do mundo e das ideias dos autores que descreveram sobre o tema.

Resultados e Discussão

Com a análise do CNPO de todo Brasil entre o período de 2015 e 2020 foi possível perceber que o mecanismo de certificação por auditoria contou com incremento de 4.883 produtores e os mecanismos participativos receberam 6.732 novos produtores. Brito et al. (2023), analisando dados do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) constataram que entre 2012 e 2018 o número de produtores no CNPO triplicou.

Comparando outro momento, entre 2020 e 2023 (Quadro 1) notamos que a certificação por auditoria contou com 1.270 novos produtores, enquanto os mecanismos participativos somaram 1.455 novos produtores. Por tanto, um crescimento bem menor em relação à última meia década, contrapondo momentos



político com planos de desenvolvimento distintos. No primeiro momento havia empenho e preocupação com a Agricultura Familiar e Pequeno Produtor, e no segundo momento somente atenção para o Latifúndio.

Quadro 1. Síntese do CNPO, disponibilizados pelo MAPA.

	2015	%	2020	%	2023	%
Auditados	4.931	46,94	9.764	44,24	11.034	44,50
Participativos	5.574	53,06	12.306	55,76	13.761	55,50
Total	10.505	100,00	22.070	100,00	24.795	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor de acordo com o CNPO, 2023.

Diante a percepção dos gestores é unânime a opinião de que o SPG visa democratizar o acesso à certificação e aos alimentos orgânicos, porém é evidente que existem desafios. O SPG favorece o fortalecimento das organizações familiares, porém o destaque foi de que os agricultores dessa modalidade já estavam organizados e a OPAC foi mais uma estratégia para somar, contribuindo para o aumento da renda e prioridades no mercado institucional. Ficou claro que o SPG teve origem no movimento agroecológico, por isso o potencial de contribuir para a construção e massificação do conhecimento de base agroecológica.

Martins et al. (2017), entende que o SPG pode ser uma estratégia da sociedade civil organizada de “não esperar tudo” do Estado, e assume de forma criativa o desafio de desenvolver formas próprias. Hirata (2019), evidenciou princípios da agroecologia como: o incentivo à diversificação produtiva, a construção de novos mercados alternativos, o renascimento e o uso de sementes de herança e o estímulo à liderança feminina.

Sobre a inovação na relação entre produtor e consumidor ficou claro que o SPG possui um potencial, inclusive previsto na lei. Porém, a possível inovação está intrínseca a ambos os protagonistas dessa relação. A ferramenta teve origem de uma dinâmica entre produtor e consumidor, mas atualmente o consumidor está pouco envolvido e poderia assumir maiores compromissos nessa relação. Geralmente, os consumidores estão mais integrados aos eventos e ao convívio nas feiras que, de fato, à dinâmica de avaliação da conformidade (HIRATA, 2021).

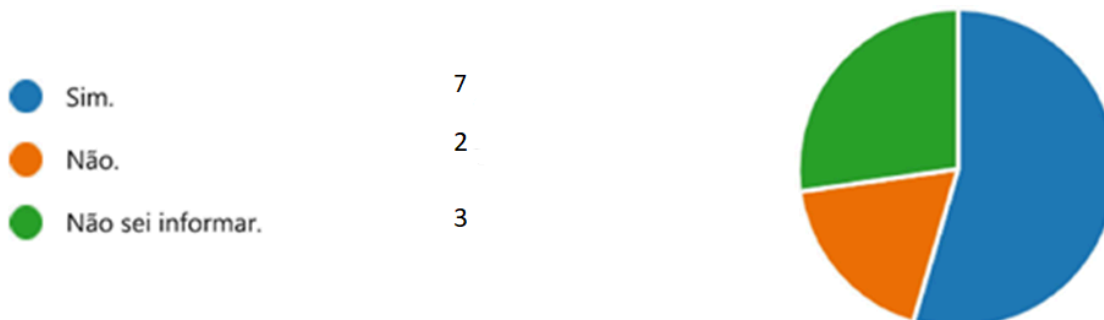
Com os produtores foi possível confirmar a hipótese de que os SPG contribuem para a construção do conhecimento e aprendizado de técnicas de manejo, além da formação de redes entre produtores, técnicos e instituições de ensino e pesquisa. Assim favorecem a autonomia e incentivam práticas de base agroecológicas. O destaque para o canal de comercialização foi a feira de orgânicos, seguida pelas cestas, varejo e mercado institucional. Rover et al. (2020) apontam que existe uma relação positiva do SPG com a comercialização em cadeias curtas. A maior parte dos produtores de orgânicos, afirmou conhecer seu público consumidor (Gráfico 1), favorecendo além do contato social a criação de laços de amizade e vínculos afetivos.

Diante os consumidores de orgânicos foi possível notar que o entendimento sobre o que é orgânico é deficiente, apontando a Internet como a principal fonte de informação. Porém a parcela que atesta a qualidade na base da confiança e afirma conhecer o produtor foi altamente significativa. Brandenburg (2009) comenta que a



politização do consumidor cria a oportunidade para a sociedade modificar o mercado, diferente do consumismo em massa.

Gráfico 1. Relação de produtores que perceberam mudanças na relação entre produtor-consumidor, devido à prática de produzir e comercializar orgânicos.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Os principais valores almejados são preocupação com meio ambiente e saúde, além de maior proximidade com o produtor e estimular a economia local. Duval et al., (2017) corrobora que os valores mais relevantes estão relacionados à saúde. Organís (2019) reforça que mais de 80% dos consumidores de orgânicos têm como motivação questões relacionadas à saúde.

Houve relação do preço com o local de compra, apontando a feira como um mercado muito diferente dos demais. Duval et al., (2017), comparando preços praticados na feira com supermercados e quitandas, encontraram uma diferença média de 58% mais barato na feira. A modalidade de comercialização via Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA) vinculada ao SPG foi destaque na contribuição na inovação na relação entre produtor e consumidor.

Conclusões

O mecanismo participativo, desde sua criação, visa democratizar o acesso à certificação e aos alimentos orgânicos. Confirmou-se a crescente nas certificações participativas em relação a auditorias, que favoreceram o acesso aos produtos orgânicos, viabilizam e inovam nas relações entre públicos e mercados.

A inovação nas relações entre produtores fortalece as organizações familiares, favorece a troca de conhecimentos, formação de produtores menos dependentes de insumos externos e incentiva práticas de base agroecológicas. Os principais meios de comercialização encontrados são feiras, cestas, e a CSA, além da possibilidade de acesso a novos mercados para diferentes públicos. Houve destaque para a feira como espaço de comercialização e construção social. Entre produtores e consumidores há potencial para criação de amizades e vínculos afetivos.

Os valores almejados são isenção de agrotóxicos e saúde, além do desejo por proximidade com os produtores como uma forma de fortalecê-los e estimular a economia local. Assim, é nesse sentido que a construção de uma racionalidade



político-ambiental, que produz engajamento no âmbito da sociedade é possível por meio das SPG. A motivação pelo consumo de orgânicos extrapola a simples necessidade fisiológica e pode estar relacionado à auto-realização e à busca por uma sociedade mais sustentável. Por isso, a conscientização do consumidor é um desafio, que pode favorecer um modelo de comércio mais justo e inclusivo, potencializando a organização de produtores familiares e criando estratégias de desenvolvimento territorial.

Contudo, este tema abre a possibilidade para o desenvolvimento de outros trabalhos e sobre muitas experiências que afloram por todo o país, sugerindo-se, portanto, o aprofundamento das relações sociais, dos espaços de consumo e da construção do conhecimento em agroecologia nas SPG.

Referências bibliográficas

BRANDENBURG, A. **Ecologização da agricultura e reconstrução do ambiente rural no Brasil**. XXVII Congreso de La Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de La Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

BRITO, T. P.; ARAGÃO, S. S.; SOUZA-EQUERDO, V. F.; PEREIRA, M. S. Perfil dos agricultores orgânicos e as formas de avaliação da conformidade orgânica no estado de São Paulo. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v.61(3), 2023.

CONSELHO BRASILEIRO DA PRODUÇÃO ORGÂNICA & SUSTENTÁVEL – ORGANIS. **O que é um produto orgânico**, 2019. Disponível em: <https://organis.org.br?o-que-e-um-produto-orgânico/>. Acesso em 25/10/2021.

DENZIN, N. K; LINCOLN, I. O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DUVAL, H. C.; SANTOS, A. H. L.; GÊMERO, C. G.; FERRANTE, V. L. S. B. Desafios das estratégias de comercialização de alimentos agroecológicos: um relato sobre a feira Da roça pra mesa: alimentos saudáveis. **Cadernos de Agroecologia** – ISSN 2236-7934 – Anais do VI CLAA, X CBA e V SEMDF – Vol. 13, N° 1, Jul. 2018.

GASKELL, G. **Entrevista Individuais e Grupais**. In Pesquisa Qualitativa com texto, Imagem e Som: Um Manual Prático / Martin W. Bauer, George Gaskell (editores); tradução Pedrinho A. Guareschi. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2008.

HIRATA, A. R.; ROCHA, L. C. D.; ASSIS, T. R. P.; SOUZA-ESQUERDO, V. F.; BERGAMASCO, S. M. P. P. The Contribution of the Participatory Guarantee System in the Revival of Agroecological Principles in Southern Minas Gerais, Brazil. **Sustainability**. 2019.

HIRATA, A. R. **Sistema participativo de garantia: conformação nas diferentes realidades brasileiras**. – Campinas, SP, 2021.(Tese).

MARTINS, A., DA ROS, C.; AMÂNCIO, C. **O SPG como método de ATER**. Cadernos de Agroecologia – ISSN 2236-7934 – Anais do VI CLAA, X CBA e V SEMDF – Vol. 13, N° 1, Jul. 2018.



ROVER, O. J.; PUGAS, A. S.; GENNARO, B. C.; VITTORI, F.; ROSELLI, L. Conventionalization of organic agriculture: a multiple case study analysis in Brazil and Italy. **Sustentability**, 12(16), 1-13. 2020.