



Para além da certificação de orgânicos: a confiança a partir da aproximação agroecológica

Beyond organic certification: trust based on an agroecological approximation

PULIERO, Lara¹; MARTINS, Humberto²; AZEVEDO, Julia³; GAZEL, Diogo⁴; DIAS, Fernanda⁵

¹ Grupo AUÊ! - Universidade Federal de Minas Gerais, bolsista FAPEMIG (BDCTI – III), pulierolara@gmail.com.br; ² Grupo AUÊ! - Universidade Federal de Minas Gerais, bolsista PROEX, humberto.elonidas2000@gmail.com; ³ Grupo AUÊ! - Universidade Federal de Minas Gerais, bolsista FAPEMIG, juliaaz9399@gmail.com; ⁴ Casimira, diogolyra@gmail.com; ⁵ Pé de Que, freedias1306@gmail.com

RESUMO EXPANDIDO

Eixo Temático: Sistemas Agroalimentares e Economia Solidária

Resumo: Este trabalho é fruto de leituras e observações sobre diversas experiências de comercialização em diferentes projetos do grupo AUÊ!/UFMG em diálogo com agricultoras e agricultores parceiros. Buscou-se distinguir práticas de comercialização de orgânicos e agroecológicos assim como as diferenças entre supermercados e vendas diretas - seja por feiras, cestas, CSAs (comunidades que sustentam a agricultura), etc. Nota-se que há grandes dificuldades por parte dos agricultores em obter o selo de orgânicos mesmo tendo práticas agroecológicas e, dessa forma, dificuldade em acessar mais mercado. Por outro lado, o vínculo criado com os consumidores por meio das vendas diretas é uma potente ferramenta educacional de construção de sujeitos críticos e fortalecimento do agricultor dentro do movimento, o que não acontece em circuitos longos de comercialização de orgânicos.

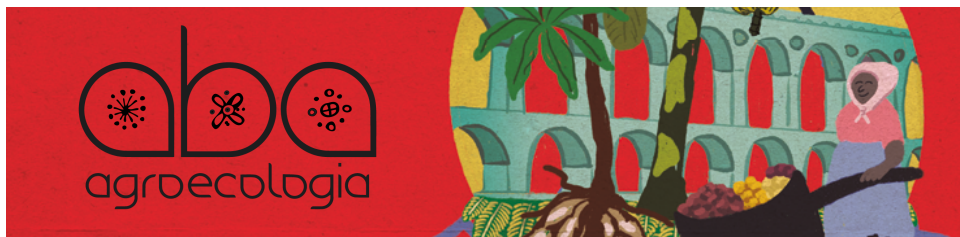
Palavras-chave: comercialização; selos; vínculo; consumidor; co-produtor.

Introdução

Há diferentes formas de produzir, distribuir e comercializar os alimentos. Algumas destas formas estão mais de acordo com a justiça social e ambiental e outras menos. Para esta pesquisa trabalhamos principalmente os modos de produção orgânico e com a agroecologia, que de acordo com a Associação Brasileira de Agroecologia (ABA), é caracterizada

[...] como ciência, movimento político e prática social, portadora de um enfoque científico, teórico, prático e metodológico que articula diferentes áreas do conhecimento de forma transdisciplinar e sistêmica, orientada a desenvolver sistemas agroalimentares sustentáveis em todas as suas dimensões. (ABA, 2023)

Dessa forma, a preocupação com os agrotóxicos e transgênicos (pauta dos produtos orgânicos) é apenas uma das várias temáticas que envolvem a agroecologia, o que faz dela bem mais complexa. Outras temáticas fundamentais para o movimento agroecológico são campesinato e soberania alimentar, economia solidária, educação, grupos marginalizados, saberes tradicionais, entre outros.



Apesar da legislação de orgânicos (BRASIL, 2003) mencionar recursos não renováveis, diversidade biológica, regionalização da produção e do comércio, entende-se que pautas diretamente relacionadas aos movimentos sociais não são verificadas no momento da obtenção do selo de orgânicos. Santos (2014) afirma que no início da regulação do mercado de orgânicos no Brasil “havia basicamente duas concepções de controle disputando espaço, uma focada no produtor e outra focada no mercado” (p. 36) O que demonstra que o movimento orgânico sem agroecologia pode ficar limitado ao setor varejista sem maior preocupação com o(a) agricultor(a) e seu território.

Dessa forma, a contribuição deste trabalho é refletir sobre formas de comercialização e relações com o consumidor que tragam garantias de que o produto é ambientalmente sustentável e socialmente justo e responsável através da confiabilidade, buscando transpor dificuldades burocráticas. Entre os autores deste trabalho há uma agricultora e um agricultor que trabalham em diferentes territórios e estão em contato direto com as possibilidades e obstáculos da agroecologia. Há também três pesquisadores integrantes do Grupo AUÊ!¹ - Grupo de Estudos em Agroecologia Urbana da Universidade Federal de Minas Gerais que pesquisam temáticas relacionadas ao conteúdo do trabalho.

Metodologia

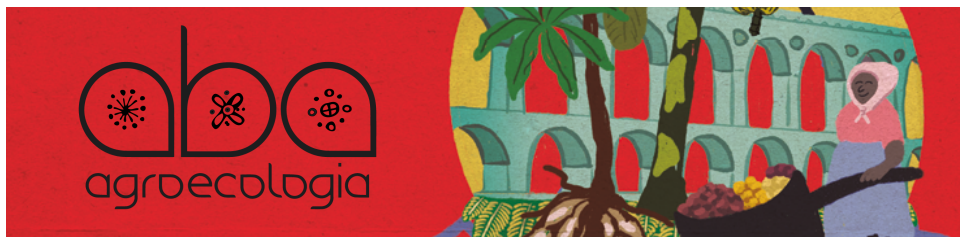
Para este trabalho inicialmente foi feito um levantamento de bibliografia sobre os temas de experiências coletivas de comercialização, circuitos curtos de comercialização, SPG e relações produtor-consumidor. A partir da bibliografia analisamos as experiências Pé de Quê e a Casimira. A escolha destas experiências se deu por já conhecermos as suas formas de comercialização e as relações que mantinham com seus consumidores, além de alguns autores fazerem parte dessas organizações.

Foram feitas análises mais aprofundadas sobre as experiências a partir da bibliografia existente sobre elas e também por meio de entrevistas semi estruturadas com alguns produtores. Tais análises serviram para entender a relação das organizações com a produção orgânica, a produção agroecológica, as possíveis dificuldades em relação a certificações e suas respectivas relações com os consumidores.

Resultados e Discussão

Existem diferentes possibilidades de construção de mercados, sendo o agente de comercialização envolvido, ou seja, a parte que realiza a venda, o fator que diferencia cada uma delas. Partindo desse princípio, Melão et al (2007) definem cinco formas predominantes de mercado: do varejo, da venda direta, de transformação, institucional e externo, podendo a comercialização de orgânicos ocorrer por meio de todas essas formas, a depender da certificação do produto

¹ <https://aueufmg.wordpress.com/>



frente ao Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SISORG). Por conta dos custos geralmente elevados de uma auditoria, o Sistema Participativo de

Garantia (SPG) - instrumento de avaliação de conformidade pautado no controle social e na responsabilidade coletiva - acaba sendo uma possibilidade mais acessível para pequenos produtores que visam acessar mais mercado. Por ter como base o controle social da produção e responsabilidade coletiva por ela, um SPG atribui a seus membros o dever de fiscalizar a produção de outros colaboradores e de participar ativamente de ações em grupo como, por exemplo, reuniões e visitas a unidades produtivas. A integração entre os membros de um SPG é uma maneira eficaz de promover o intercâmbio de ideias e técnicas entre os envolvidos, sendo uma experiência enriquecedora para quem participa e que, por isso, deve ser fortalecida.

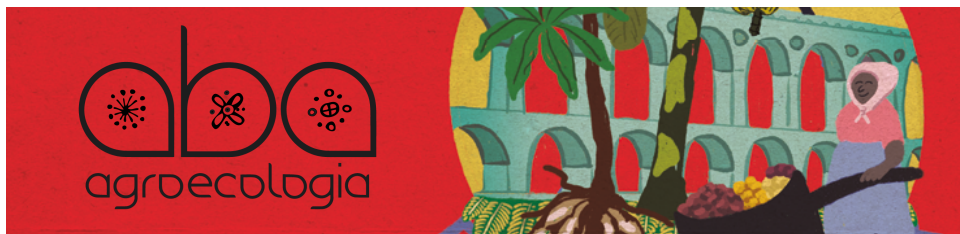
Todavia não se pode ignorar que o efeito a curto prazo de inserção em novos mercados, apesar de ampliar as possibilidades de novos compradores, representa um ganho pequeno frente a burocracia enfrentada por inserir o alimento em uma nova lógica de comercialização que inclui agentes intermediários que também lucram com o processo, o que diminui a parcela do dinheiro que chega a quem cultivou o alimento. A atribuição de novas responsabilidades também é um fator que desmotiva a aderência de pequenos produtores que, muitas vezes, já comercializam de forma direta e sem a exigência de selo, como é o caso da Feira UFMG, onde muitos dos produtores/es estão inseridos nos núcleos do SPG, mas afirmam não atuar ativamente do processo (SOUZA, 2020).

As formas de comercialização têm um papel importante no modo como o consumidor final se relaciona com a mercadoria. Entende-se que o fetichismo da mercadoria ocorre em qualquer forma de comercialização que esteja dentro do atual modo de produção, porém há menos exploratório e injustas de produção e comercialização. Quanto mais distante o consumidor final está do produtor, maior a alienação com a mercadoria pelo desconhecimento da sua forma de produção e das relações entre os sujeitos envolvidos. (MARX, 2017) Sobre a produção de alimentos,

O desenvolvimento da agricultura convencional transformou os laços entre produtores e consumidores, desenvolvedores e beneficiários, pesquisadores e praticantes da agricultura com laços mais indiretos e distantes, processo que pode ser entendido como 'distanciamento'. (ALTIERI, 1999, p.37, *tradução livre*).

Atualmente há grande quantidade de mercadorias que apresentam alguma preocupação ambiental. Os orgânicos são um exemplo disso e podem ser encontrados nas prateleiras de forma mais frequente. Porém, nem sempre as mercadorias ambientalmente mais responsáveis são também socialmente mais justas. Por estarem em supermercados já pressupõem um grau de atravessadores em sua cadeia produtiva que distancia o produtor do consumidor. Ao analisar o mercado de orgânicos em Belo Horizonte, Santos (2014) observou que

Na distribuição, a ausência de intermediários é uma questão-chave, posto que, ao eliminar a figura do atravessador, as relações de trabalho e os contratos de



produção são controlados pela própria unidade produtiva e, ao mesmo tempo, cria-se também o ambiente propício para a interação do produtor com o consumidor. (SANTOS, 2014, p. 167)

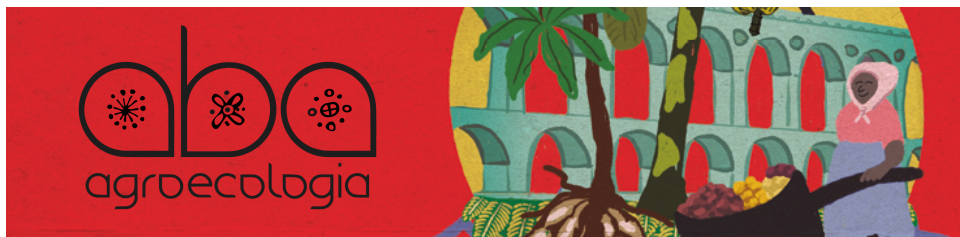
Sobre o atravessador é importante destacar que o se não realizado de forma exploratória, com relação justa de trocas, visto esta deveria ser uma relação de mão dupla, que um depende da sustentação do outro pra se ter ganho real, o trabalho do atravessador é um trabalho digno, muitas vezes complexo, e que poucas pessoas estão dispostas a fazer. Muitos agricultores inclusive são ‘atravessadores’ da produção de seus vizinhos, aumentando suas rendas e ajudando outros agricultores.

Santos (2014) avaliou que muitos produtos orgânicos nos supermercados são disponibilizados ao lado de outros não orgânicos mas que apresentam em suas embalagens palavras como “natural” ou “saúdável”, o que leva muitos consumidores a comprarem de forma equivocada. Por outro lado, tal prática não ocorre nas feiras, uma vez que o agricultor tem a possibilidade de conversar sobre a produção e estabelecer uma relação de confiança diretamente com o consumidor. Além de ser um fator de permanência do produtor no mercado, percebe-se a consolidação de um consumidor mais consciente e informado. Dessa forma, experiências que aproximam o produtor do consumidor, muitas vezes colocando este último como co-produtor parecem ser mais positivas para os agricultores e também para os consumidores.

Uma marca muito contundente destes movimentos de agroecologia é a crítica que fazem ao capitalismo e seus mecanismos de coordenação no mercado. Assim, a agroecologia é vista como uma forma de enfrentar essa questão pela ótica de um modelo que propõe autonomia e soberania do produtor em relação aos processos produtivos. (SANTOS, 2014, p. 62)

É pensando justamente na autonomia e soberania do agricultor, que entendemos que a criação de vínculo com o consumidor é fundamental para que a garantia da qualidade da produção possa ser feita para além da certificação. Tal relação é muito pessoal e varia de acordo com as afinidades entre as partes, mas à medida que os laços são estreitados e é desenvolvida a relação de troca, e não de cliente e vendedor, a conexão é solidificada. Essa relação é educadora e transformadora no sentido de que quem consome começa a se apropriar da produção, não somente do alimento. Entendemos que relações de gênero e raça também são atravessadas neste processo e influem diretamente nas criações de vínculo. A realidade das trabalhadoras e trabalhadores rurais que participam dos espaços e movimentos agroecológicos Brasil afora são muito heterogêneas e não foi possível abordar todas as suas particularidades neste trabalho.

As feiras agroecológicas são exemplos de mercados de circuitos curtos que buscam além da comercialização de alimentos, proporcionar um espaço de trocas de experiências, de socialização de saberes, de apresentações culturais e de disseminação de ideias que opõem ao modelo tecnológico hegemônico do capital, objetivado na reprodução de práticas do agronegócio. Assim, as relações entre produtores e consumidores nesses espaços são construídas a partir da concepção



comum dos princípios ecológicos e valores culturais das práticas agrícolas (ANDRIONI; CAETANO, 2019).

Tanto a Pé de Quê quanto a Casimira ainda não possuem o selo de orgânicos. A produção comercializada pela Pé De Quê prioritária hoje é da AFLORA (Associação Florestalense de Agroecologia), até então não se cadastraram ao SPG pois não houve andamento da consolidação da OPAC, mas acontecendo provavelmente entrarão, sendo que será um caminho a ser estabelecido. A Casimira se filiou à Associação Horizontes Agroecológicos a poucos meses. Desde então vem acompanhando a formalização da OPAC. A intenção é buscar a certificação via SPG. Ou seja, percebe-se que há interesse tanto dos agricultores da Feira como da Pé de Quê e Casimira em obter a certificação, mas ainda há obstáculos que precisam ser enfrentados. Ambos garantem que suas produções são agroecológicas aos consumidores através das trocas que mantêm e dos vínculos criados.

Garantimos que é agroecológico, temos um diálogo aproximado com os agricultores e com os consumidores, trocamos informações sempre, fazemos a atividade de logística e de comercialização já a alguns anos assim fomos conseguindo estabelecer os caminhos, os monitoramentos, a rastreabilidade mesmo que ainda não anotamos muito por instrumentos de anotação. Mas seguimos um fluxo contínuo de diálogo, atividades, colheitas, e comercialização. (Fernanda Dias, 2023. Entrevista concedida para este trabalho)

Os desafios muitas vezes vão muito além do selo, como por exemplo desempenhar todas as funções até o alimento chegar ao consumidor final - planejamento (no caso do Diogo é um sistema agroflorestal que demanda ainda mais planejamento e estratégia nos consórcios e estratificações), produção, colheita, transporte, venda, etc.

Encontrar formatos que distribuam de forma mais justa todo esse trabalho é o principal desafio que enfrentei e continuo enfrentando como agricultor. Entendo que com o aumento gradativo da produção, o escoamento ficará ainda mais difícil, e ter um selo que possibilite a entrada da minha produção em diferentes mercados pode ser uma das formas de garantir o equilíbrio econômico tão custoso na vida de produtoras e produtores rurais. Já participei de um grupo de OCS, mas que perdeu o sentido ao longo do tempo, pela dificuldade que encontram os participantes de doar tempo e energia para construir a organização, e vislumbrar reais vantagens em obter certificado apenas para venda direta. Hoje toda minha produção é escoada via CSA Gandarela, e a garantia se dá pela proximidade entre agricultor e co-agricultoras(es). (Diogo Gazel, 2023. Entrevista concedida para este trabalho)

Conclusões

Entendemos a importância dos selos para o acesso a mais mercados e uma maior garantia do escoamento da produção. Porém, ela também pode se dar pela consolidação de uma rede de consumidores através de experiências coletivas de comercialização. Tais redes ajudam a fortalecer laços entre produtor e consumidor, diminuindo entraves para o agricultor e facilitando sua autonomia, além de tornar os consumidores mais conscientes do processo produtivo. Sendo assim, o



fortalecimento dos circuitos curtos que promovam um maior vínculo entre os sujeitos é tão importante quanto fortalecer as certificações.

Neste sentido, políticas públicas que apoiem permanentemente agricultores agroecológicos, feiras agroecológicas e outras formas de comercialização direta são um caminho para o fortalecimento e a permanência do agricultor no movimento.

Por fim, a educação popular para a transformação de consumidores mais críticos e conscientes também é parte deste caminho. Entende-se que quando a segurança alimentar e nutricional - tema fundamental no país no tempo presente - é pautada sem relações com a agroecologia há um enorme déficit principalmente em torno do aspecto social e das relações entre os sujeitos.

Agradecimentos

Agradecemos à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) pelo financiamento da pesquisa “Agriculturas da Região Metropolitana de Belo Horizonte e reconfigurações territoriais: sujeitos e práticas agroecológicas, planejamento territorial e políticas públicas”; à PROEX através do Projeto de extensão “Cultivando outra cidade: estreitando relações entre agricultor e consumidor, construindo e apoiando Sistema Participativo de Garantia (SPG) na RMBH e Colar Metropolitano”; ao CNPq pela bolsa de produtividade em pesquisa; ao CENEX - IGC.

Referências bibliográficas

ALTIERI, Miguel. **Agroecología - Bases científicas para una agricultura sustentable**. Editorial Nordan-Comunidad. Montevideo. 1999. Disponível em: < <http://agroeco.org/wp-content/uploads/2010/10/Libro-Agroecologia.pdf> >

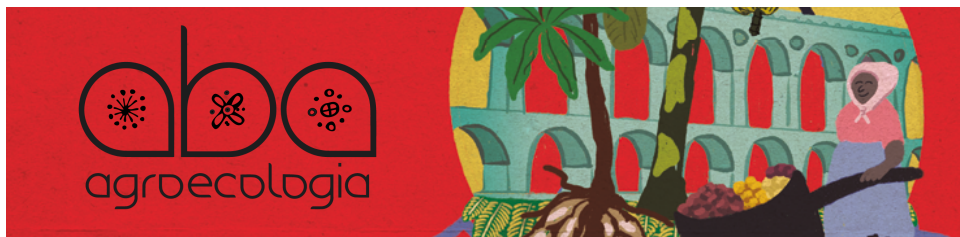
Anuário das Agriculturas Metropolitanas 2020/2021: uma publicação sobre a Região Metropolitana de Belo Horizonte./ editores Daniela Adil Oliveira de Almeida et al. - Belo Horizonte: UFMG/IGC, 2022. ISBN: 78-65-8935-03-0

ANDRIONI, Ivonei.; CAETANO, Edson. **FEIRAS AGROECOLÓGICAS COMO CONTRAPONTO AO PROJETO DO CAPITAL**. Revista Trabalho Necessário, v. 17, n. 34, p. 60-79, 26 set. 201

Associação Brasileira de Agroecologia. **Quem somos**. Disponível em: < <https://aba-agroecologia.org.br/sobre-a-aba-agroecologia/sobre-a-aba/> > Acesso em junho de 2023.

BRASIL. **Lei nº 10.831**, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2003. Disponível em: < https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/10.831.htm > Acesso em junho de 2023

MARX. Karl. **O Capital – Livro I. – O Processo de Produção do Capital**. Tradução: Rubens Enderle. São Paulo: Editora Boitempo, 2017.



MELÃO, Ivo Barreto et al. **O mercado de orgânicos no Paraná: caracterização e tendências.** Revista Brasileira de Agroecologia, [S.l.], v. 2, n. 2, sep. 2007.

SANTOS, Djalma. E. **A Construção Social do Mercado de Alimentos Orgânicos na Região Metropolitana de Belo Horizonte.** Tese (Doutorado em Sociologia). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, 2014.

SOUZA, Fernanda. L., et al. **Diagnóstico da adesão a um Sistema de Certificação Agroecológica pelos produtores(as) da Feira da UFMG, Belo Horizonte - Minas Gerais: ganhos e motivações x dificuldades e temores.** v. 15 n. 2 (2020): Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, Sergipe