

CLAUDIA ARAUJO MOREIRA



**PRODUÇÃO E MERCADOS DE FRUTAS, LEGUMES E VERDURAS
ORGÂNICOS NA REGIÃO DE INFLUÊNCIA ECONÔMICA DE
GOIÂNIA-GO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronomia, da Universidade Federal de Goiás, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Agronomia, área de concentração: Produção Vegetal.

Orientador:

Prof. Dr. Paulo Marçal Fernandes

Co-orientador:

Prof. Dr. Joel Orlando Beviláqua Marin

Goiânia, GO – Brasil

2006

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(GPT/BC/UFG)

Moreira, Cláudia Araújo.
M835p **Produção e mercados de frutas, legumes e verduras orgânicos na região de influência econômica de Goiânia-GO / Cláudia Araújo Moreira. – Goiânia, 2006.**
145f. : il.

Orientador: Paulo Marçal Fernandes, Co-orientador: Joel Orlando Beviláqua Marin.

Dissertação(Mestrado)– Universidade Federal de Goiás, Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos, 2006.

Bibliografia: f.128-132.

Inclui listas de siglas e de anexos.

1. Hortifruticultura - Produção e mercado –Goiânia(GO)
2. Mercados orgânicos – Hortifruticultura – Goiânia(GO) **3. Agroecologia** **4. Agricultura familiar** **I. Fernandes, Paulo Marçal** **II. Marin, Joel Orlando Beviláqua** **III. Universidade Federal de Goiás. Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos** **IV. Título.**

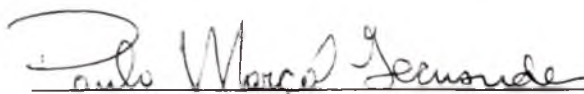
CDU: 631.17:633/635(817.31)

Permitida a reprodução total ou parcial deste documento, desde que citada a fonte – O autor

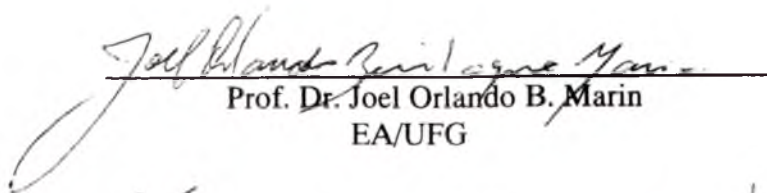
CLÁUDIA ARAÚJO MOREIRA

**"PRODUÇÃO E MERCADOS DE FRUTAS, VERDURAS E
LEGUMES ORGÂNICOS NA REGIÃO DE INFLUÊNCIA
ECONÔMICA DE GOIÂNIA-GO".**

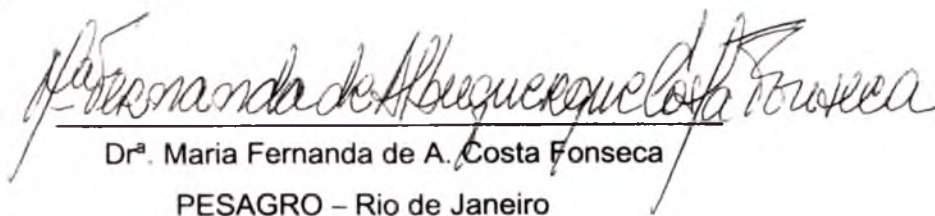
Dissertação DEFENDIDA e APROVADA em 30 de agosto
de 2006, pela Banca Examinadora constituída pelos
membros:



Prof. Dr. Paulo Marçal Fernandes
Presidente – EA/UFG



Prof. Dr. Joel Orlando B. Marin
EA/UFG



Drª. Maria Fernanda de A. Costa Fonseca
PESAGRO – Rio de Janeiro

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela vida, saúde e tudo o mais que não conseguimos compreender, tocar, medir, nem explicar.

A minha filha amada, Ana Clara, que com tanta clareza e lucidez, me chamava à realidade, para a justa divisão de tempo entre este trabalho e a vivência deliciosa da maternidade. Muitas vezes eu não consegui alcançá-la, priorizando a realização desta tarefa e, ela, inexplicavelmente enviava-me mensagens fortes, divertidas e criativas, buscando outros caminhos para alcançar as necessidades inconscientes da nossa sobrevivência.

Agradeço, com profundo respeito, aos meus pais, Zilmar e Dalva, pelo eterno apoio, nas minhas incursões pela vida.

Aos meus irmãos, Bete e Arthur pela força na realização deste trabalho e à Artemisa, pelo cuidado comigo e com a Ana Clara, durante toda esta empreitada.

Aos professores orientadores, pela dedicação e orientação sempre esclarecedoras, mesmo nas horas duvidosas.

A todos os agricultores, comerciantes e representantes institucionais entrevistados, pelas informações repassadas e crédito ao trabalho.

Aos amigos e colegas e a todos que puderam contribuir com a realização desta pesquisa.

SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS	6
LISTA DE ANEXOS	8
RESUMO	9
ABSTRACT	10
1 INTRODUÇÃO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1 AGROECOLOGIA: A CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA AGRICULTURA	19
2.2 A AGROECOLOGIA, A AGRICULTURA FAMILIAR E OS MERCADOS	27
2.3 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA AGRICULTURA ORGÂNICA NO MUNDO, NO BRASIL E, EM GOIÁS	34
3 METODOLOGIA	41
4 PRODUÇÃO ORGÂNICA DE FLV NA REGIÃO DE INFLUÊNCIA ECONÔMICA DE GOIÂNIA	51
4.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	51
4.2 CARACTERIZAÇÃO DO SISTEMA PRODUTIVO	56
4.2.1 Aspectos sócio-econômicos	56
4.2.2 Organização social	60
4.2.3 Políticas públicas	62
4.2.4 Aspectos tecnológicos	70
4.2.5 Aspectos produtivos	84
5 MERCADOS DE FLV ORGÂNICOS EM GOIÂNIA-GO	91
5.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	91
5.2 CARACTERIZAÇÃO DOS MERCADOS	100
5.2.1 Forma de abastecimento de FLV	100
5.2.2 Comercialização de FLV orgânicos	103
5.2.3 Percepção de produto orgânico	105
5.2.4 Demanda por FLV orgânicos	106
5.2.5 Interesse em comercializar FLV orgânicos	109
5.2.6 Possíveis formas de abastecimento de FLV orgânicos e as relações com as grandes redes varejistas	114

5.2.7	Certificação	118
6	CONCLUSÕES	123
7	REFERÊNCIAS	128
8	ANEXOS	134

LISTA DE SIGLAS

AAVV- Associação Agroecológica Vale Vivo
AAO - Associação de Agricultura Orgânica
ADAO/GO - Associação para o Desenvolvimento da Agricultura Orgânica em Goiás
AF – Agricultura Familiar
Agenciarrural – Agencia Goiana de Desenvolvimento Rural e Fundiário
ANA - Articulação Nacional da Agroecologia
Arca- Associação para a Recuperação e Conservação do Ambiente
ASPHEGO - Associação dos Produtores de Hortifrutigranjeiros do Estado de Goiás
Ater - Assistência Técnica e Extensão Rural
CBO – Congresso Brasileiro de Olericultura
Ceasa/GO – Central de Abastecimento de Goiás S/A
Conab - Companhia Nacional de Abastecimento
Conab/GO - Companhia Nacional de Abastecimento de Goiás
Coopersil - Cooperativa Agropecuária dos Produtores Rurais de Silvânia/GO
CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CPOrg/GO - Comissão da Produção Orgânica em Goiás
Dater/SAF - Departamento de Assistência Técnica e Extensão Rural, da Secretaria de Agricultura Familiar
DOU - Diário Oficial da União
EA/UFMG - Escola de Agronomia da Universidade Federal de Goiás
Embrapa - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
ENA - Encontro Nacional de Agroecologia
Epagri - Empresa Estadual de Pesquisa Agropecuária de Santa Catarina S/A
Epon – Empresa de Pesquisa de Opinião e Mercado Ltda.
FAO - *Food and Agriculture Organization*
Fapego - Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de Goiás
FLV - Frutas, Legumes e Verduras
GAO – Grupo de Agricultura Orgânica
Iapar - Instituto Agronômico do Paraná
IBD - Instituto Biodinâmico

IFOAM - International Federation of Organic Agriculture Movements / Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica
Incra – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MCT – Ministério de Ciência e Tecnologia
MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário
ONG – Organização Não Governamental
PAA – Programa de Aquisição de Alimentos
Pesagro/RIO - Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro
Pronaf – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
PVV - Projeto Vale Vivo
Rede Ecovida de Agroecologia
RMC – Região Metropolitana de Curitiba
SAA - Sistema Agroalimentar
Saneago – Empresa de Saneamento de Goiás
SPG – Sistemas Participativos de Garantia
UCG - Universidade Católica de Goiás
UEG – Universidade Estadual de Goiás
UFG – Universidade Federal de Goiás
UFRRJ - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
USDA - Departamento de Agricultura dos Estados Unidos da América
VBP – Valor Bruto da Produção

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A – LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Complemento da necessidade de trabalho na propriedade

Tabela 2 - Representação das pragas, danos causados e controle às culturas comerciais orgânicas.

Tabela 3. Produção anual média

Tabela 4. Forma como adquire FLV, em Goiânia

Tabela 5. Comercialização de FLV orgânicos, em Goiânia

Tabela 6. Demanda de FLV orgânicos, em Goiânia

Tabela 7. Interesse em comercializar FLV orgânicos

Tabela 8. Levantamento de preço e produção de alimentos orgânicos

ANEXO B - QUESTIONÁRIO APRESENTADO AOS PRODUTORES

ANEXO C - MAPEAMENTO PARA A PESQUISA COM OS AGENTES DISTRIBUIDORES/COMERCIANTES FLV, EM GOIÂNIA

ANEXO D - MAPEAMENTO PARA A PESQUISA COM OS AGENTES DISTRIBUIDORES/COMERCIANTES FLV, EM GOIÂNIA

RESUMO

MOREIRA, C.M. **Produção e mercados de frutas, legumes e verduras orgânicos na região de influência econômica de Goiânia-GO**. 2006. 143 f. Dissertação (Mestrado em Agronomia: Produção Vegetal)-Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2006.¹

O tema dessa pesquisa é a produção e o mercado de frutas, legumes e verduras orgânicos na região de influência econômica de Goiânia - GO. Os objetivos centrais da pesquisa são caracterizar a base produtiva e os mercados de hortifrutícolas orgânicos, nesta região, destacando as contradições e as relações presentes entre os elos da cadeia. Tem-se como hipótese que a base produtiva de FLV orgânicos não consegue atender a demanda de mercado existente em Goiânia, devido a problemas de ordem técnica, econômica e organizacional. O marco referencial teórico foi elaborado a partir da produção científica desenvolvida sobre a Agroecologia, sendo que o aporte metodológico para levantamento e análise dos dados da pesquisa está fundamentado na teoria do Diagnóstico dos Sistemas Agrários. Os resultados da pesquisa indicam que a produção orgânica de frutas, verduras e legumes na região de influência econômica de Goiânia é feita por dois grupos de agricultores filiados à Associação para o Desenvolvimento da Agricultura Orgânica de Goiás e à Associação Agroecológica Vale Vivo. A atual produção orgânica enfrenta problemas de ordem tecnológica, organizacional e econômica. O mercado dos produtos orgânicos está restrito às feiras e às cestas de alimentos orgânicos e, as demandas dos mercados varejistas e da CEASA/GO não são atendidas. A resolução destes problemas passa pela ampliação e pelo acesso aos programas e às políticas públicas disponíveis para o desenvolvimento da Agroecologia e da agricultura familiar.

Palavras-chave: agroecologia, agricultura familiar, mercado de orgânicos, Goiás.

¹ Orientador: Prof. Dr. Paulo Marçal Fernandes. EA/UFG.
Co-orientador: Prof. Dr. Joel Orlando Beviláqua Marin. EA/UFG.

ABSTRACT

MOREIRA, C.M. **Production and the market of fruits, vegetables and organics greens, in the área of economical influence of Goiânia-GO**. 2006. 143 f. Dissertation (Master in Agronomy: Production Vegetable)-Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2006.¹

The theme of that research is the production and the market of fruits, vegetables and organics greens, in the area of economical influence of Goiânia - GO. The central objectives of the research are to characterize the productive base and the markets of organic this of food, in this area, detaching the contradictions and the present relationships among the links of the chain. It is had as hypothesis that the productive base of organic FVL doesn't get to assist the demand of existent market in Goiânia, due to problems of order technical, economical and organizational. The mark theoretical of the reference was elaborated starting from the scientific production developed on the Ecological Agriculture, and the methodological contribution for rising and analysis of the data of the research is based in the theory of the Diagnosis of the Agrarian Systems. The results of the research indicate that the organic production of fruits, green vegetables and vegetables in the area of economical influence of Goiânia are made by two groups of farmers adopted to the Association for the Development of the Organic Agriculture of Goiás and to the Association of Ecological Agriculture it is Worth Alive. The current organic production faces problems of order technological, organizational and economical. The market of the organic products is restricted to the fairs and the baskets of organic foods and, the demands of the retail markets and of CEASA/GO they are not assisted. The resolution of these problems raisin for the enlargement and for the access to the programs and the available public politics for the development of the ecological agriculture and of the family agriculture.

Key- words: agroecology, family agriculture, market of organic, Goiás.

¹ Adviser: Prof. Dr. Paulo Marçal Fernandes. EA/UFG.

Co-adviser: Prof. Dr. Joel Orlando Beviláqua Marin. EA/UFG.

1 INTRODUÇÃO

O esgotamento dos recursos naturais é uma realidade, uma vez que o modelo de desenvolvimento atual está fundamentado no uso intensivo e inadequado de práticas agrícolas convencionais. Este modelo, intensificado a partir de 1960, com o advento da Revolução Verde, é representado de forma expressiva pelo “pacote tecnológico”.

Por outro lado, no setor alimentício, existe uma crise de credibilidade, aguçada mais recentemente, pelas dúvidas com relação aos alimentos transgênicos e pelo aparecimento de doenças como a “gripe aviária” e o “mal da vaca louca”.

Esta crise tem provocado uma procura por alimentos mais saudáveis abrindo espaços para a discussão sobre uma mudança de paradigma, na busca pelo desenvolvimento sustentável, orientado sob os sistemas de produção de base ecológica, sejam eles: orgânicos, biodinâmicos, naturais, biológicos, ecológicos e permaculturais.

Este movimento em busca da sustentabilidade, preconizada no novo paradigma, o do desenvolvimento rural sustentável, que aglutina vários modelos de produção, chama-se de agroecologia. Segundo Altieri (2000), agroecologia é entendida como uma nova abordagem que integra os princípios agrônômicos, ecológicos e socioeconômicos à compreensão e avaliação do efeito das tecnologias sobre os sistemas agrícolas e a sociedade como um todo. Ela utiliza os agroecossistemas como unidade de estudo, ultrapassando a visão unidimensional da genética, agronomia, edafologia e incluindo dimensões ecológicas, sociais e culturais. A abordagem agroecológica incentiva os pesquisadores a penetrar no conhecimento e nas técnicas dos agricultores e a desenvolver agroecossistemas com a dependência mínima de insumos agroquímicos e energéticos externos. O objetivo é trabalhar no sentido de alimentar sistemas agrícolas complexos, para que as interações ecológicas e sinergismos entre os componentes biológicos criem, eles próprios, a fertilidade do solo, a produtividade e a proteção das culturas.

É importante que se perceba, que a Agroecologia possibilita o emprego de várias correntes ligadas, mais especificamente aos sistemas produtivos propriamente ditos;

contendo dentro dela mesma estas aplicações. Na legislação brasileira, ainda em fase de regulamentação, que trata da produção, processamento e comercialização de produtos orgânicos, são chamados de produtos orgânicos, todos estes outros sistemas de produção que convergem seus princípios, na produção sustentável e se identificam com a Agroecologia. No artigo 1º, § 2º, da Lei 10.831, de 23 de dezembro de 2003: “O conceito de sistema orgânico de produção agropecuária e industrial abrange os denominados: ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológicos, permacultura e outros que atendam os princípios estabelecidos por esta Lei” (Brasil, 2003).

De acordo com a Lei, considera-se como sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção ao meio ambiente (Brasil, 2003).

A sociedade hoje, mais consciente do seu poder de consumo e escolha, acompanha de perto as informações acerca das questões ambientais, se preocupa com o que come e com o lixo que gera. Esta sociedade vem demandando crescentemente produtos “limpos”, como é o caso dos alimentos orgânicos:

O setor de alimentos orgânicos tem um apelo de *marketing* forte, calcado nos cuidados com a saúde e no zelo pelo meio ambiente. Contudo aprecia-se a crítica feita ao setor de que, estes alimentos, por serem mais caros, com uma margem de aproximadamente 30% acima do valor dos produtos convencionais, têm o seu consumo restrito a um grupo específico de pessoas, dificultando o acesso a estes produtos e a sua comercialização em massa para um público maior. (Revista Update, 2001)

De qualquer forma, os mercados consumidores existem e estão crescendo, o que indica a abertura de um “nicho de mercado”¹, para aqueles produtores rurais, que pretendam alcançá-lo. Essa possibilidade de mercado pode ser assegurada para a

agricultura familiar, ainda que existam restrições e uma série de dificuldades com relação às tecnologias, mercado, organização social e produtiva.

Com a crescente credibilidade dos produtos orgânicos e demanda da população por alimentos saudáveis, a estimativa em 2003 era de que o mercado de produtos orgânicos crescia no Brasil, cerca de 50% ao ano (Pavetits, 2003).

No Brasil, o mercado crescente de produtos orgânicos abrange vários canais de comercialização, inclusive os abordados dentro dos pressupostos do comércio justo², construídas a partir da relação mais justa e, de preferência direta entre o produtor e o consumidor. As experiências que se identificam com esta proposta, têm como base a venda direta e podem se apresentar das seguintes formas: nas feiras livres; nas cestas de alimentos orgânicos; para associações de consumidores; no Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), executado pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), do Governo Federal ou outros mercados institucionais, que abastecem suas estruturas do serviço público e na venda para redes de compra do comércio justo. No entanto, várias são as formas de comercialização de produtos orgânicos construídas no país, que não abordam esses pressupostos, como a venda de produtos para as grandes redes varejistas; vendas para as Centrais de Abastecimento e; vendas para os pequenos varejistas, que geralmente organizam sua comercialização dentro da lógica de mercado da oferta e da procura. As formas de comercialização mais justas têm sido normalmente mais praticadas pelos que produzem sob os sistemas de produção orgânicos, para os mercados internos, principalmente os mercados locais. No entanto, tem-se construído experiências de comercialização justa com o mercado externo.

A agricultura familiar apresenta grande vocação para o trabalho com os sistemas de produção sustentáveis. Isso se deve, em parte, ao fato de não ter se adaptado ao modelo de produção agrícola convencional adotado e de resistir às mudanças estabelecidas. Como a agroecologia propõe também um resgate das práticas culturais utilizadas pelas comunidades tradicionais e pelos agricultores familiares, entende-se que esta apresenta as

¹ Nicho de mercado é um segmento de mercado ou um grupo de consumidores, cujas necessidades particulares podem ser melhor atendidas pela empresa ou grupo de produtores que estiverem focados neste segmento, onde se pode vender produtos ou serviços.

² Comércio justo é um sistema comercial baseado no diálogo, na transparência e no respeito entre as partes (produtores e consumidores), visando atender às suas necessidades e buscando maior equidade entre elas. Pode ser entendido como uma prática econômica alternativa ao modelo de organização da sociedade capitalista, no sentido de buscar um maior equilíbrio social.

melhores condições para o desenvolvimento da agroecologia, como alicerce à mudança de paradigma.

Segundo Schultz (2003), o contexto atual da agricultura convencional e a falta de adaptabilidade do pequeno agricultor a esta realidade não contribuem para o desenvolvimento deste setor. Tendo-se, portanto, possibilidades e oportunidades para a agricultura familiar investir na agregação de valor aos seus produtos e em segmentações de mercado dentro do agronegócio, configurando-se em uma abordagem alternativa de desenvolvimento econômico, social e ambiental. Esta forma de agregação de valor se dá através do investimento em sistemas orgânicos/ecológicos de produção.

A adoção de formas de produção sustentáveis, com a consciência do seu papel histórico no desenvolvimento da agroecologia, de forma a atingir um nicho específico de mercado, e também o trabalho no sentido da massificação do consumo de alimentos orgânicos, pode incluir a agricultura familiar no novo sistema de produção e desenvolvimento sustentável.

A agricultura familiar, historicamente relacionada ao pequeno uso de tecnologias e às práticas de agricultura tradicional, é responsável pela produção de cerca de 40% dos alimentos destinados à mesa da população brasileira (Guanziroli et al., 2001).

No entanto, a agricultura familiar vem sofrendo, há décadas, as conseqüências de um modelo de desenvolvimento de franca opção do governo pela agricultura patronal, de grandes extensões territoriais e altamente tecnificada. De um lado, o governo oferece amplos incentivos à produção de grãos para a exportação, com a abertura desenfreada de fronteiras agrícolas. De outro lado, faltam políticas públicas para os agricultores familiares e comunidades tradicionais, que produzem para o mercado interno, sob o argumento de que não geram renda e divisas para o país.

As políticas públicas instituídas até há pouco tempo, não levaram em consideração que a agricultura familiar tem grande importância para a sustentação dos produtos de consumo interno, provocam baixos impactos ambientais, empregam muita mão de obra no campo, evitando o êxodo rural, o “enchimento” das grandes cidades e todos os problemas sociais decorrentes.

Já o cenário atual mostra que o governo federal vem se preocupando com as questões ligadas à agricultura familiar e ao meio ambiente. Verifica-se, através de programas de incentivo à produção e comercialização de alimentos, que há um esforço para incentivar a agroecologia, nos programas de pesquisa e desenvolvimento, que

fomentam a produção e difusão de tecnologias. Nesse sentido, foram instituídos vários programas e ações, como o Programa de Assistência Técnica e Extensão Rural em Agroecologia; Programa de Aquisição de Alimentos; a regulamentação da Lei 10831 de Produção e Registro de Orgânicos, construída pela sociedade organizada, apoiada pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). E ainda, o fomento à pesquisa e ao desenvolvimento, através de editais lançados pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), editais de Assistência Técnica e Extensão Rural (Ater) e Capacitação, da Secretaria de Agricultura Familiar (SAF) do MDA, editais de Ater e capacitação em Atividades Florestais, do Fundo Nacional do Meio Ambiente (FNMA), entre outras iniciativas.

Tais iniciativas são de grande importância para a agricultura familiar, pois acredita-se que a agroecologia, como modelo de desenvolvimento rural sustentável, deverá ser o modelo ideal a ser adotado, principalmente para a agricultura familiar, na medida em que possibilita a agregação de valor ao produto, bem como a geração de emprego e renda, entre outros fatores.

No Brasil, 90 % do total de produtores orgânicos são agricultores familiares, ligados a associações e grupos de movimentos sociais, sendo responsáveis por cerca de 70% da produção orgânica brasileira e respondendo por boa parte da renda gerada com estes produtos (Darolt, 2002).

No entanto, estes grupos de agricultores têm optado pelo modo de comercialização direta, principalmente através das feiras livres, sendo este considerado o mais apropriado. Essa opção é justificada, pelos movimentos agroecológicos, por estes ambientes propiciarem a aproximação entre produtores rurais e consumidores, o que oferece trocas de experiências, gerando novos olhares sobre a produção e o consumo e, construindo novas relações de mercado. Apesar disso, as feiras restringem o consumo, por parte de um maior número de consumidores, pois não se tem disponibilidade de produtos todos os dias da semana³. Por outro lado, esses canais não suportam, em tempo mais curto, o aumento do volume da produção.

Com o incremento da demanda, faz-se necessário abrir novos canais de comercialização e aumentar o volume produzido. Então, os produtores precisam de mais

tempo dedicado à produção e à comercialização, pois a tendência é de crescimento tanto do volume produzido como do número de pontos de venda. Quando isso acontece, trabalhando somente com a perspectiva de vendas nas feiras, a ampliação do negócio fica prejudicada, porque os grupos de produtores e associações não estão organizados para tal atividade.

Em Goiás, os grupos de produtores orgânicos locais encontram-se com um problema a ser resolvido: o de equilibrar a produção, com o aumento da demanda dos mercados locais. Acredita-se que atualmente não conseguem atender a esta demanda, em função de problemas tecnológicos, organizacionais e econômicos.

Neste contexto, as preocupações da pesquisa residem no entendimento dos atuais problemas que impedem a base produtiva de Frutas, Legumes e Verduras e (FLV) orgânicos, da região de influência econômica de Goiânia, em atender a demanda dos mercados locais. E ainda, na caracterização e levantamento dos possíveis canais de comercialização para produtos orgânicos, em Goiânia-GO.

O presente estudo pode contribuir na identificação dos gargalos e na definição dos possíveis caminhos a serem trilhados para o desenvolvimento da agricultura orgânica, na região estudada, com a base produtiva oriunda da agricultura familiar.

A crescente demanda por produtos orgânicos requer tanto o aumento na produção destes alimentos, como adaptação para o escoamento desta produção no mercado. Sendo que para colocar estes produtos no mercado, exige-se, em princípio, a abertura de novos canais de comercialização, assim como a busca por novas relações com estes mercados. Diante disto, faz-se necessário desenvolver pesquisas sobre a relação entre a produção e o consumo de produtos orgânicos, de forma a entender quais problemas produtivos impedem o crescimento na produção de alimentos, assim como o acesso de um maior número de consumidores, a este tipo de produtos.

Pesquisas sobre a produção orgânica para a agricultura familiar constituem um importante avanço para o desenvolvimento deste setor, que se aponta atualmente como uma real possibilidade de geração de renda e melhoria da qualidade de vida dos agricultores familiares, somando, juntamente com outras ações, para o avanço de um desenvolvimento sustentável no país.

³ Esta é uma mudança de hábito do consumidor, hoje grandemente explorada pelas grandes redes de supermercados, que conseguem colocar grandes quantidades de produtos diferentes (*mix*), oferecendo comodidade para o consumidor.

As contribuições esperadas com o presente trabalho se desdobram no desenvolvimento e estruturação da cadeia produtiva de alimentos orgânicos; na geração de informações adequadas para a abertura de novos canais de comercialização; na oferta de suporte teórico-científico para um investimento mais adequado em políticas públicas para a agricultura familiar e agroecologia, no estado; na orientação de possíveis soluções para os problemas enfrentados pela base produtiva estudada; na compreensão dos mecanismos de relação existentes entre os elos da cadeia produtiva; além de outros benefícios decorrentes da adoção destas práticas, como os ligados a questão ambiental, social, cultural e econômica. Tendo-se como pano de fundo, a identificação da dinâmica entre a produção e o consumo de alimentos orgânicos, junto à rede de municípios cuja influência da demanda é orientada para Goiânia – GO. Esta rede de municípios está localizada, na região de influência econômica de Goiânia-GO.

De acordo com Schultz (2003):

Para que se consiga realizar uma análise que contemple os mais diversos aspectos relacionados à produção e comercialização de alimentos orgânicos é necessário se ter disponível informações adequadas, e que contemplem as mais diversas visões sobre o mesmo objeto. É necessário contribuir com a análise do ambiente de mercado em que estão inseridos os alimentos orgânicos, buscando levantar os principais aspectos que são importantes quando do fornecimento destes produtos aos consumidores finais; discutir o ambiente competitivo, contexto atual e oportunidades de mercado com a produção orgânica; evolução das práticas agrícolas, surgimento e reconhecimento deste modelo de agricultura; perspectivas e mercado atual dos alimentos orgânicos; perfil e atributos valorizados pelos consumidores dos produtos agroecológicos; canais de comercialização para produtos orgânicos; certificação de produtos orgânicos; margens, custos e preços para os alimentos orgânicos; e fatores restritivos e ameaças na adoção e desenvolvimento da agricultura orgânica.

Diante do exposto acima e da realidade local, procurou-se compreender as relações e contradições existentes em todo o processo produtivo da agricultura orgânica; caracterizando a capacidade da base produtiva de FLV orgânicos existente na região de influência econômica de Goiânia - GO, bem como os mercados de produtos orgânicos dessa capital.

Levantou-se as seguintes hipóteses, no sentido de orientar a pesquisa e suscitar a investigação, sobre a realidade que se apresenta. São elas:

- A base produtiva orgânica, formada pela agricultura familiar da região metropolitana e entorno de Goiânia-GO, enfrenta diversos problemas de ordem econômica,

técnica e organizacional que dificultam uma produção em escala, suficiente para o abastecimento do mercado da capital.

- Não existem mercados organizados para os produtos orgânicos em Goiânia-GO, sendo que os espaços de comercialização estão mais restritos ao pequeno comércio e feiras.

- Existe demanda por produtos orgânicos, nos mercados locais, ainda não atendida pela base produtiva, desta região.

O objetivo geral dessa pesquisa é estudar a base produtiva dos hortifrutícolas orgânicos na região de influência econômica de Goiânia-GO e, a estruturação do mercado desses produtos, para entender as relações e contradições presentes entre os elos da cadeia produtiva.

E os objetivos específicos apresentam-se assim:

- Analisar a base produtiva dos produtos orgânicos na região de influência econômica de Goiânia-GO.

- Analisar os espaços e condições dos mercados para as FLV orgânicos, em Goiânia-GO.

- Identificar as possíveis formas de comercialização mais viáveis para a agricultura familiar, baseada nos pressupostos do comércio justo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo tem como objetivo analisar os processos de construção da Agroecologia, desencadeados nas últimas décadas no Brasil e no mundo. Um segundo objetivo é discutir o aporte metodológico utilizado para analisar os dados levantados da produção orgânica, na rede de municípios cuja influência da demanda é orientada para Goiânia –GO, assim como os dados referentes ao mercado de FLV orgânicos desta cidade.

2.1 AGROECOLOGIA: A CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA AGRICULTURA

Parece ser consenso, que o modelo agrícola da Revolução Verde adotado no pós-guerra em todo o mundo, encontra-se em franca decadência, no que diz respeito à sua insustentabilidade e à sua inviabilidade, enquanto proposta de desenvolvimento rural. E que urge uma mudança do atual paradigma para um desenvolvimento rural sustentável: “Na atualidade existe consenso unânime sobre a necessidade de construir uma agricultura sustentável. Isto implica no reconhecimento de um eixo indiscutível: a inviabilidade do modelo de agricultura prevalecente até o momento e no qual temos formado todos os profissionais” (Sarandon, 2001).

A modernização da agricultura não conseguiu cumprir o seu principal papel: o de acabar com a fome⁴. Pois tanta produtividade, tecnologia de última geração e milhões dispensados para a agricultura convencional, não solucionaram e, ainda não solucionam a situação dos milhares de famintos morrendo diariamente no mundo e no Brasil, país considerado o “celeiro do mundo”.

A crise agrícola-ecológica existente hoje, na maior parte do Terceiro Mundo, resulta do fracasso do paradigma dominante de desenvolvimento. As estratégias de desenvolvimento convencionais revelaram-se fundamentalmente limitadas em sua capacidade de promover um desenvolvimento equânime e sustentável. Não foram capazes nem de atingir os mais pobres, nem de resolver o problema da fome, da desnutrição ou as questões ambientais. As inovações tecnológicas não se tornaram disponíveis aos agricultores pequenos ou pobres em recursos em termos favoráveis,

⁴ Um texto bastante elucidativo sobre a fome encontra-se no livro de Ricardo Abramovay (1991).

nem se adequaram às suas condições agroecológicas e socioeconômicas (Chambers & Ghildyal, citado por Altieri, 2000).

No Brasil, este modelo de modernização da agricultura se intensificou na década de 70, quando o governo subsidiou a compra de insumos químicos, através do crédito rural. Adotou-se chamar o tipo de agricultura baseada no uso destes insumos e maquinários, de Agricultura Convencional e o conjunto de técnicas usadas na sua adoção, de Pacote Tecnológico. Desse pacote fazem parte: os adubos químicos, os inseticidas, fungicidas, herbicidas, sementes melhoradas geneticamente e outros conjuntos de técnicas como o uso de máquinas e implementos agrícolas, desenvolvidos pela indústria. O conjunto de insumos e máquinas devia ser adotado indivizivelmente, pois o sucesso na adoção de uma tecnologia dependia da adoção de outras subseqüentes.

Mas foi preciso mais do que apenas difundir esta linha de técnicas e produtos para que se pudesse garantir o “bom funcionamento” da agricultura convencional. Então juntou-se ao uso dos insumos e máquinas; o respaldo das instituições de pesquisa e ensino nacionais, dando o suporte científico; os serviços de assistência técnica e extensão rural governamentais, fazendo a difusão do pacote; a garantia da reprodução deste modelo, através da formação dos profissionais das ciências agrárias e o suporte governamental com os créditos rurais.

A todo este movimento e sistema de produção, na tentativa da industrialização da agricultura, chamou-se de Revolução Verde. De acordo com Khatounian (2001): “[...] era, sem dúvida, um sistema no qual a agricultura se tornara completamente dependente da indústria química. Contudo, ao menos aparentemente, era tão eficiente e produtivo que dispensava explicações”.

Esta visão parte do pressuposto de que poderia transformar a agricultura, numa espécie de indústria de produção de alimentos, com o aporte da ciência cartesiana, cada vez mais pulverizada e reducionista. Somando-se a isto, a convicção política de que o Brasil tem vocação para a exportação de matéria-prima agrícola, juntamente com a situação de endividamento externo do país e sua necessidade em gerar divisas; mostrou este modelo de desenvolvimento, totalmente dependente, não só da indústria química, mas também de recursos e de mercado externos.

A adoção deste modelo tem causado conseqüências desastrosas, as quais pode-se citar⁵:

- Uma dependência crescente de combustíveis fósseis e outros recursos naturais não renováveis, o que por si só já é um limitante.
- Contaminação dos recursos naturais (água e solo), dos animais e do ser humano, chegando em muitos casos à perda de populações inteiras de animais e distúrbios irreversíveis e morte nos seres humanos⁶.
- Um crescente gasto energético, causando a diminuição da eficiência produtiva dos sistemas, devido ao uso intensivo e a falta de reposição compatível.
- A perda da capacidade produtiva dos solos, devido à erosão, compactação, degradação e salinização; com conseqüente desertificação dos mesmos, o que já é realidade em vários locais do país.
- Perda ou diminuição dos nutrientes dos solos, devido aos desbalanços entre as exportações e reposições, mais a lixiviação e baixa eficiência no uso dos fertilizantes.
- Diminuição dos níveis dos lençóis freáticos e aquíferos, pelo mau uso da água para a irrigação e pelo açoreamento dos rios.
- A dependência crescente dos insumos químicos, para manter a capacidade produtiva, terminando por exaurir o sistema ou deixá-lo seriamente comprometido.
- Causa a resistência de pragas e doenças aos agrotóxicos aplicados, sendo cada vez mais necessário usar doses mais elevadas ou venenos mais eficientes.
- A perda da variabilidade genética dos principais cultivos, causando a erosão genética.

⁵ Conseqüências e características elaboradas a partir da apresentação de Sarandón, em palestra proferida no Encontro Internacional de Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável, em Julho de 2001, Botucatu - SP.

⁶ Muitos são os trabalhos demonstrando a eficácia negativa do uso de agrotóxicos, sendo que as primeiras denúncias e exposições sobre o assunto encontram-se no livro *O Futuro Roubado*, de Theo Colborn (1977).

- O desuso e descarte de técnicas e práticas de cultivos tradicionais, adaptadas às condições próprias dos agricultores e comunidades tradicionais, em decorrência do uso de tecnologia moderna, não adaptada às condições locais, dada supostamente como universal; causando a erosão cultural.
- Pouca aplicabilidade aos pequenos agricultores e comunidades tradicionais, pois estes não conseguem se adaptar ao uso do pacote tecnológico, sendo então discriminados e excluídos do processo.
- Atende aos interesses dos agricultores ligados ao grande agronegócio, de produções em larga escala, favorecendo a exportação.
- Favorece o abandono do campo e o êxodo rural.
- Favorece a exclusão social dos pequenos agricultores.
- Não solucionou o problema da pobreza rural, pelo contrário agravou-o.

Apesar de todas estas conseqüências negativas: ambientais, sociais e econômicas; alguns acreditam que apenas ajustando as técnicas modernas de agricultura, investindo no cultivo de alimentos transgênicos e outras técnicas da biotecnologia e, distribuindo cestas básicas para a população, pode-se resolver os problemas, antes não resolvidos com a agricultura moderna.

O desafio hoje é conservar os recursos naturais, mantendo níveis de produção de alimentos tais, que possam suprir as necessidades existentes.

É necessário que o modelo proposto de desenvolvimento rural consiga produzir de forma adequada ambientalmente, que esta produção seja ao mesmo tempo eficiente econômica e socialmente, ou seja, tem-se a necessidade de construção de uma nova proposta de desenvolvimento, baseado na sustentabilidade.

Numa palestra conferida ao 42º Congresso Brasileiro de Olericultura (CBO), Martins (2002)⁷ avalia que o vocábulo *sustentável* obriga considerar a dimensão ambiental do desenvolvimento, tendo esta discussão tomado caráter relevante no início dos anos 70 do século XX a partir da crise do petróleo, principal fonte energética do mundo ocidental

⁷ Texto elaborado a partir de outras publicações do autor como subsídio à sua participação na Mesa Redonda 1, do 42º CBO-2002 - Energia, água e sustentabilidade, abordando o tema: O desafio da sustentabilidade - um debate sócio-ambiental no Brasil.

moderno. Lembra ainda que, a questão ambiental também esteve bastante presente na década anterior, assumida pelos grupos ambientalistas e pacifistas como movimentos de resistência contra os desastres ambientais, conflitos bélicos e uso de armas químicas e nucleares.

A discussão sobre desenvolvimento sustentável tornou-se mais presente dentro de organismos internacionais entre 1970 e 1980. Em 1987, conceituou-se desenvolvimento sustentável, num documento elaborado pela Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento, o Relatório de Brundland. Neste relatório, desenvolvimento sustentável foi considerado “o desafio de suprir as necessidades das gerações presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades”.

Entende-se a necessidade de qualificar a discussão sobre sustentabilidade, como idéia a ser perseguida e alcançada, na construção da mudança de paradigma. Apesar de esvaziado o discurso sobre o desenvolvimento sustentável, dada a conveniente apropriação do termo, pelos grupos hegemônicos da economia e da política, vale buscar novas perspectivas para o entendimento e afirmação dessa discussão, de forma que se apropriem dela, os grupos minoritários.

Restringir a questão da sustentabilidade - como querem alguns setores da economia e do grande agronegócio de exportação - somente como uma mera questão tecnológica a ser resolvida, é o mesmo que não querer fazer o desenvolvimento sustentável. Precisa-se, portanto de “... uma mudança nos determinantes socioeconômicos que governam o que é produzido, como é produzido e para quem é produzido” (Altieri, 2000). Uma mudança em todo o padrão de desenvolvimento da atual sociedade, uma mudança de paradigma.

A sociedade começa a perceber a necessidade desta mudança, no alicerce da estrutura de reprodução social e econômica. A mudança de paradigma⁸ exige a revisão dos atuais padrões de produção e consumo da sociedade contemporânea, visando o futuro como uma oportunidade de vida com qualidade, para todos. O desenvolvimento sustentável se dispõe a pensar e propor soluções para resolver os problemas sociais, econômicos e ambientais, já “amontoados” ao longo do tempo.

⁸ Pode ser dado o exemplo da mudança no padrão de uso da biomassa, como proposta para a construção de uma nova civilização - solução discutida por Ignacy Sachs, em Caminhos para o desenvolvimento sustentável: Idéias Sustentáveis (2000).

Altieri (2000), afirma que a problemática contemporânea da produção evoluiu de uma dimensão meramente técnica para uma dimensão mais social, econômica, política cultural e ambiental. Em outras palavras, a preocupação hoje é a sustentabilidade da agricultura. O conceito de sustentabilidade é útil, porque recorre a um conjunto de preocupações sobre a agricultura, concebida sobre um sistema tanto econômico, como social e ecológico. A compreensão sobre este tópicos mais amplos da agricultura, requer entender a relação sobre a agricultura e o ambiente global e que, o desenvolvimento rural depende da interação de subsistemas biofísicos, técnicos e sócio-econômicos. Este enfoque mais amplo, que permite entender a problemática agrícola em termos holísticos, se denomina Agroecologia.

A Agroecologia surge como uma nova proposta, embasada no redescobrimiento das antigas práticas culturais dos povos tradicionais, ampliando este conhecimento para uma interação de novos conhecimentos e de outras ciências que não só as agrárias.

Ações desenvolvidas pelas Organizações não Governamentais (ONG's), juntamente com os movimentos sociais, somando esforços ao movimento de resistência dos povos indígenas vão de encontro à busca de inclusão social, com mais igualdade, saúde e vida digna. Estes movimentos baseiam suas ações no estudo e implementação da Agroecologia, no campo. Neste sentido, foram pensadas, experimentadas e aprovadas soluções técnicas, que despontam agora com o reconhecimento de mais atores sociais, do governo, da academia e até do grande agronegócio.

Deve-se ressaltar que a agroecologia herda das ciências biológicas, a compreensão das interações ecológicas existentes nos sistemas de produção, pensando os sistemas produtivos, como uma extensão dos ecossistemas, uma transição, manejada pelos agricultores, que por sua vez, têm grande importância na sua conservação. De acordo com Hecht (1993):

Definida em grosso modo, a agroecologia geralmente incorpora idéias sobre um enfoque da agricultura mais ligado ao meio ambiente e mais sensível socialmente: centrada não só na produção, como também na sustentabilidade ecológica da produção. Em um sentido mais restrito, a agroecologia se refere ao estudo de fenômenos claramente ecológicos nos campos de cultivo, tais como predador/presa, ou produtividade de cultivo/ervas invasoras.

Diferencia-se um sistema agrícola de um sistema agroecológico, através da sua estrutura e da sua função. Os agroecossistemas são ecossistemas semidomesticados que se

situam entre um gradiente, entre uma série de ecossistemas que sofreram um mínimo de impacto humano (Odum⁹, citado por Hecht, 1993).

Mas este modelo de agroecossistema e produção, abordado por Odum, precisa ainda incorporar o conhecimento etnológico das comunidades tradicionais e aspectos relacionados aos determinantes sociais. Aspectos sócio-econômicos, como a disponibilidade de mão de obra, acesso ao crédito e assistência técnica, questão de gênero e etnia, relação com os mercados, financiamentos e captação de recursos, entre outros; para que se possa entender e trabalhar junto com a lógica do pequeno agricultor, agricultor familiar e comunidades tradicionais, sendo estes agentes fundamentais, no manejo adequado deste agroecossistema.

De acordo com Altieri (2001):

Agroecologia é a ciência ou a disciplina científica que apresenta uma série de princípios, conceitos e método-logias para estudar, analisar, dirigir, desenhar e avaliar agroecossistemas, com o propósito de permitir a implantação e o desenvolvimento de estilos de agricultura com maiores níveis de sustentabilidade. A Agroecologia proporciona então as bases científicas para apoiar o processo de transição para uma agricultura sustentável nas suas diversas manifestações e/ou denominações.

Na organização de um termo de referência, que trata do marco referencial sobre a agroecologia, a Embrapa (2006) afirma que:

A Agroecologia – como abordagem científica que analisa a agricultura, não só sob aspectos da maximização da produção, mas levando em consideração as influências de aspectos socioculturais, políticos, econômicos e ecológicos no âmbito do sistema alimentar – tem crescido como um novo paradigma capaz de sentar as bases científicas da sustentabilidade da agricultura, através da integração interdisciplinar. A Agroecologia tem demonstrado que os métodos das ciências naturais podem subsidiar a tomada de decisão para o desenho de estilos de agricultura de base ecológica, enquanto os métodos das ciências sociais podem ser usados para integrar à dimensão humana e melhorar nossa compreensão da totalidade do sistema (Francis et al., 2003)¹⁰. Portanto a Agroecologia constitui-se, cada vez mais, em importante ferramenta para a promoção das complexas transformações sociais e ecológicas necessárias para assegurar a sustentabilidade da agricultura e das estratégias de desenvolvimento rural.

⁹ Ecologia (Odum, 1977).

¹⁰ Agroecology: the ecology of foods systems. Francis (2003).

A Agroecologia baseia-se no uso de técnicas de produção sustentáveis e reúne uma série de aspectos institucionais, econômicos e ligados ao ambiente, que a diferenciam e do modelo agroquímico vigente, levando em consideração também os aspectos sociais. Pode-se enumerar algumas dessas características da Agroecologia, como auxílio nessa diferenciação. Com relação aos aspectos técnicos, ela se caracteriza pelo trabalho com policultivo, de preferência, os geneticamente heterogêneos e, não com as monoculturas uniformes. Os insumos utilizados são orgânicos¹¹, baseados nas matérias compostadas, no controle biológico de pragas, no uso da biodiversidade em favor do sistema produtivo e, na alta dependência de recursos locais renováveis. Com relação aos aspectos ambientais, seus sistemas produtivos e os produtos gerados, não apresentam qualquer risco à saúde humana ou impacto ambiental. Também procura resgatar variedades tradicionais e raças locais, privilegiando o seu uso, em detrimento de culturas transgênicas. Os aspectos econômicos favorecem e incluem a agricultura familiar e comunidades tradicionais, exigindo pouco investimento financeiro e, proporcionando menores ganhos, mas por um período de tempo indeterminado. Social e culturalmente, a agroecologia propicia ambiente adequado para um maior envolvimento da comunidade, pois necessita de maior organização social, ou seja, ela é socialmente ativadora, além de favorecer o resgate cultural dos conhecimentos tradicionais.

Nestes termos, a Agroecologia pode configurar uma ferramenta necessária para garantir a produção, o bem estar do ser humano e ambiente e a reprodução social, sem exclusões sociais, culturais e sem gastos excessivos, além da nossa capacidade de suporte. Este pode ser o modelo de desenvolvimento rural necessário, para a nossa situação atual.

Segundo Altieri (2001), em nível mundial, está emergindo o consenso quanto à necessidade de novas estratégias de desenvolvimento agrícola, para assegurar uma produção estável de alimentos, desde que seja garantida a qualidade ambiental. Entre os objetivos que se perseguem tem-se: a segurança alimentar, a erradicação da pobreza, a conservação e proteção do ambiente e dos recursos naturais.

Os grupos organizados de agricultores, ligados aos movimentos agroecológicos, se identificam com essa perspectiva de construir uma nova agricultura com os agricultores e seu patrimônio cultural, com a sua estratégia de reprodução cultural, ambiental e produtiva. Sem perder a importância, a inclusão destes agricultores no mercado, que é pensado dentro das bases da comercialização ética e solidária. Pensam esta

¹¹ Insumos orgânicos são os insumos que seguem as normas de produção orgânicas, definidas em lei.

nova agricultura ancorada nos aspectos da economia ambiental, uma vez que propõe o aproveitamento dos recursos locais, minimizando as externalidades negativas. Trabalham com a perspectiva de construção de futuro digno para os jovens do campo; com educação inclusiva e de base; com organização social ativada; com a interação de todos estes fatores para que se garanta um ambiente sustentável.

A Embrapa (2006), sustenta que:

A Agroecologia tem o propósito de apresentar alternativas aos pressupostos que sustentaram a modernização capitalista da agricultura levada a cabo durante o século XX, em especial a idéia imperiosa de maximizar os rendimentos de cultivos isolados sem preocupar-se com os efeitos ambientais e sociopolíticos das atividades agropecuárias. Portanto a Agroecologia propugna por uma racionalidade ambiental em detrimento a uma racionalidade instrumental que, apesar de obsoleta para enfrentar problemas complexos, ainda domina as concepções convencionais sobre o desenvolvimento da agricultura [...] Enfim, a Agroecologia concretiza um esforço de construção de modelos de agricultura e de sociedade onde não haja custos ocultos – as externalidades negativas – como a exclusão social no campo, a dependência de insumos químicos, os impactos ambientais, o uso insustentável dos recursos naturais, a contaminação ambiental e dos alimentos.

Portanto a Agroecologia se apresenta como proposta de mudança de paradigma para um desenvolvimento sustentável, é mais adequada aos modelos de produção da agricultura familiar, podendo ser ponto de partida para se atingir mercados mais justos e garantir a reprodução social desta classe de agricultores.

2.2 A AGROECOLOGIA, AGRICULTURA FAMILIAR E OS MERCADOS

Está evidente que a agricultura familiar foi a que menos se beneficiou do chamado progresso tecnológico e dos resultados econômicos unilaterais adotados, no modelo de desenvolvimento, baseado na agricultura agroquímica, discutido anteriormente. Entretanto é fundamental entender as características da agricultura familiar, para que se reflita a sua inadequação a este modelo ainda vigente, e ainda, a necessidade de trabalhar com o novo modelo que a sustente no cenário de produção de alimentos atual.

A propriedade familiar está definida no Estatuto da Terra, art. 4º (BRASIL, 1964), como o imóvel rural que é pessoalmente explorado pelo agricultor e sua família, absorvendo-lhes toda a força de trabalho, garantindo a subsistência e o progresso social e econômico, com área máxima fixada para cada região e tipo de exploração, e eventualmente trabalho com a ajuda de terceiros.

Segundo Guanziroli et al. (2000):

A agricultura familiar pode ser definida a partir de três características centrais: a) a gestão da unidade produtiva e os investimentos nela realizados é feita por indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou de casamento; b) a maior parte do trabalho é igualmente fornecida pelos membros da família; c) a propriedade dos meios de produção (embora nem sempre da terra) pertence à família e é em seu interior que se realiza sua transmissão em caso de falecimento ou de aposentadoria dos responsáveis pela unidade produtiva.

Este mesmo autor acrescenta que os agricultores familiares representam, portanto, 85,2% do total de estabelecimentos, ocupam 30,5% da área total e são responsáveis por 37,9% do Valor Bruto da Produção Agropecuária Nacional (VBP), recebendo apenas 25,3% do financiamento destinado a agricultura. Dado o grande número de estabelecimentos familiares, muitos dos quais com área muito pequena, destinada principalmente para moradia e plantio para subsistência, este percentual é elevado, principalmente quando considerado que a pecuária de corte e a cana-de-açúcar, produtos tipicamente patronais e de alto valor agregado, têm um importante peso no VBP da Agropecuária Nacional.

O percentual do VBP produzido pela agricultura familiar, quando consideradas algumas atividades, demonstra a sua importância em produtos destinados ao mercado interno e também entre os principais produtos que compõem a pauta de exportação agrícola brasileira. Vale ressaltar, neste trabalho acima citado, que os agricultores familiares demonstraram ser mais eficientes no uso do crédito rural, que os agricultores patronais, pois produzem mais, com menos recursos do crédito rural.

Ainda segundo esta pesquisa, a Renda Total por hectare demonstra que a agricultura familiar é muito mais eficiente que a patronal, produzindo uma média de R\$ 104/ha/ano contra apenas R\$ 44/ha/ano dos agricultores patronais.

As unidades de produção agrícolas familiares correspondem a 90% das propriedades rurais no Brasil e por mais de 75% das ocupações no campo, empregam 77% de mão-de-obra no campo, além de serem responsáveis pela produção dos principais alimentos consumidos pela população brasileira, como: a mandioca, o feijão, o leite, o milho, carnes de aves e suínos e ovos (Departamento de Estudos Sócio-econômicos Rurais, 2003).

Em termos regionais, o Centro-Oeste apresenta o menor percentual de agricultores familiares entre as regiões brasileiras, representando 66,8% dos

estabelecimentos da região e ocupando apenas 12,6% da área regional e 12,7% dos financiamentos. Estes dados revelam o alto grau de concentração de terras, no Brasil, principalmente no Centro-Oeste. A região Centro-Oeste é a que apresenta o menor número de agricultores familiares, sendo responsável por apenas 3,9% do total de estabelecimentos familiares no Brasil. Por outro lado, apresenta em conjunto com a região Norte, a maior área média entre os familiares, pois com um menor número de estabelecimentos, ocupam respectivamente 12,7% e 20,3% da área total dos agricultores familiares. A área média dos estabelecimentos familiares no Brasil é de 26 ha, enquanto que a patronal é de 433 ha. Enquanto a área média entre os familiares do Nordeste é de 16,6 ha, no Centro-Oeste é de 84,5 ha.

Afora as características produtivas e eficientes economicamente como demonstra o estudo da FAO/Incrá (2000)¹², a agricultura familiar tem peculiaridades que a diferem da agricultura patronal, desde a forma como lidam com a terra, seu sentimento e necessidade de reprodução social, através dela; até a objetividade da forma de trabalho, onde os espaços de educação e das necessidades de sobrevivência, tiradas daquele trabalho, saem do mesmo lugar.

O que define agricultura familiar é o sistema de exploração ou agente produtivo, onde a gestão e o trabalho são controlados e definidos pela família, ou seja, existe um predomínio do trabalho familiar no estabelecimento agropecuário, identificando uma correlação forte entre gestão, trabalho e posse total ou parcial dos meios de produção. A presença de sistemas de produção mais diversificados, de renda agrícola monetária e de auto-consumo, e a pluriatividade são características complementares à agricultura familiar (Bianchini, 2005).

Outra característica peculiar é percebida na sua relação com a terra, considerada ao mesmo tempo uma unidade de produção e, um lar, onde a partir disso se desdobram uma série de valores próprios, permeados de simbolismos, que vão além do caráter utilitário e que têm como fim a reprodução social e cultural. É uma fonte de recursos produtivos, uma vez que “a agricultura familiar além de deter ela mesma os meios de produção, ela ainda realiza o trabalho no meio produtivo” (Wanderley, 1996).

Apesar de comprovado o potencial da agricultura familiar, analisadas as suas características e percebida a sua vocação para a produção de alimentos no campo, acredita-

se que ela ainda se encontra em situação de risco, uma vez que poucas são as políticas públicas orientadas, no sentido de apoiar a produção familiar e a sua fixação no campo. Junto com a modernização da agricultura, em cujo modelo a agricultura familiar não conseguiu se encaixar e, para quem este modelo não era direcionado, ela foi aos poucos se enfraquecendo. Atualmente começa-se a perceber a oportunidade que a agricultura familiar tem na ocupação dos mercados de produtos diferenciados, sejam eles produtos orgânicos, do agroextrativismo, artesanatos, etc., produzidos a partir da adoção e prática das técnicas de produção mais sustentáveis.

Isto poderia gerar melhores resultados sociais e econômicos para a agricultura familiar, como afirmam os autores Jones & Bressan (2000), que salientam que as unidades de produção familiares podem se tornar empreendimentos viáveis, devido ao espaço ofertado pelo mercado, onde a demanda apresenta-se maior que a capacidade de oferta. A implementação pode ocorrer por meio da utilização de mão-de-obra familiar, incorporando novas condições sociais e materiais de produção, trabalho e realização, abertas pelas possibilidades criadas a partir da valorização das práticas produtivas naturais; viabilizada pela garantia da demanda e redução dos custos de produção.

Esta oportunidade está ancorada nos pressupostos do desenvolvimento sustentável, orientada para a construção de um novo paradigma, que dê conta da sustentação do homem no campo, possibilitando a sua reprodução social e cultural, garantindo a sua segurança alimentar, permitindo o aumento de sua renda. A agricultura familiar, trazendo consigo toda a carga de conhecimentos tradicionais, somados com os novos conhecimentos científicos, se encaixa neste novo modelo, que tem na Agroecologia, o instrumento teórico-metodológico mais adequado e adaptado às suas condições diferenciadas, como discute Altieri (2001).

Talvez um dos pressupostos que caracterizam a agroecologia na sua busca por novas práticas de desenvolvimento agrícola e estratégias de manejo de recursos, é que o conhecimento dos agricultores locais sobre o ambiente, as plantas, solos e processos ecológicos, adquire uma importância sem precedentes dentro deste novo paradigma. Várias ONG's estão convencidas de que compreender os conhecimentos culturais e ecológicos característicos da agricultura tradicional, tais como a capacidade de evitar riscos, as taxonomias biológicas populares, as eficiências de produção dos cultivos consorciados simbióticos e o uso das plantas locais para controlar pragas, são de importância crucial para obter informação útil e pertinente que guie o

¹² Novo Retrato da Agricultura Familiar Brasileira – O Brasil Redescoberto, documento publicado em 2000, pelo Projeto de Cooperação Técnica Inra / FAO, que visou caracterizar os agricultores familiares, a partir de suas relações sociais de produção.

desenvolvimento de estratégias agrícolas apropriadas mais sensíveis às complexidades da agricultura campezina e que também estão de acordo com a medida das necessidades de grupos campezinos específicos e agroecossistemas regionais.

Centudo, o desenvolvimento ou o aperfeiçoamento dos processos agroecológicos necessitam de enfoque metodológicos participativos, com foco nos conhecimentos tradicionais, pois segundo o mesmo autor:

Está claro que a preservação de agroecossistemas tradicionais não pode acontecer se não se mantiver ao mesmo tempo a etnociência e a organização sócio-cultural da comunidade local. É por esta razão que muitas ONG's põem ênfase em um enfoque agroecológico-etnoecológico como mecanismo efetivo para relacionar os conhecimentos dos agricultores com os enfoques científicos ocidentais, em projetos de desenvolvimento agrícola que juntem as necessidades locais com a base dos recursos existentes.

Estes cuidados se expressam necessários, posto que existe uma lógica desenvolvida por estes atores na América Latina, em função de problemas vivenciados por eles ao longo dos tempos, que são secas, pragas, baixa fertilidade dos solos, pouco ou nenhum recurso financeiro, êxodo rural, exclusão social. É com esta lógica indígena e campezina de desenvolvimento tecnológico, que se sobrevive e ainda se garante a funcionalidade da agricultura familiar no campo ao longo do tempo, mostrando-se estes sistemas de produção, em diferentes áreas geográficas e diferentes contextos ecológicos e históricos, sustentáveis. Existem princípios e processos baseados na lógica dos campezinos e indígenas, que estão resumidos nos seguintes pontos: conservação da diversidade genética e de espécies temporais e espaciais e de continuidade produtiva; uso ótimo do espaço e dos recursos locais; reciclagem de nutrientes, dejetos, água e energia; conservação de água e solo; controle da sucessão e proteção dos cultivos (Altieri, 2001).

Uma vez reunidas as características intrínsecas entre a Agricultura Familiar e a Agroecologia, toma-se esta como a ferramenta necessária para a construção do desenvolvimento rural sustentável, e aquela como protagonista desse desenvolvimento. Os produtos gerados dessa reunião, entre a agricultura familiar e a agroecologia, ou seja, os alimentos orgânicos, podem ser inseridos no mercado, aproveitando-se da oportunidade, que vem se descortinando atualmente no cenário nacional. A agricultura familiar pode ocupar um espaço incluyente, no mercado, calcada na produção ecologicamente

sustentável, tendo em vista o crescimento de um segmento diferenciado de consumidores, para produtos originados desse tipo de produção.

Segundo Jones & Bressan (2000), nessa nova conjuntura, as probabilidades de desenvolvimento de uma agricultura eficiente, sustentada na mão-de-obra familiar, apresenta-se como alternativa viável, na medida em que ocupa eficazmente “nichos” nesta nova realidade mercadológica. Esses autores salientam que as unidades de produção familiares podem se tornar empreendimentos viáveis, devido ao espaço ofertado pelo mercado, onde a demanda apresenta-se maior do que a oferta.

Nesse sentido, os produtos orgânicos que possuem um forte diferencial, ligado à sua qualidade nutricional e ao meio ambiente, vem atraindo consumidores preocupados com a saúde, e com as questões ambientais. Isso pode ser reforçado, quando da inclusão destes produtos no mercado. A diminuição da qualidade biológica dos produtos agrícolas e os mercados cada vez mais concentrados são, segundo Almeida (1999), alguns dos efeitos visíveis, do modelo de desenvolvimento financiado pelos países ricos e adotado pelos países pobres, a partir de 1960, através das políticas de modernização.

Observa-se atualmente, um aumento crescente do número de consumidores de produtos orgânicos, produzidos de forma mais natural possível, sem fertilizantes químicos, agrotóxicos e organismos geneticamente modificados. Existem também lugares de destaque, como as gôndolas de produtos orgânicos em grandes redes de supermercados e, apesar do preço superior, que pode chegar a duas vezes mais que os similares produzidos sem a tecnologia orgânica, sua produção no Brasil, ainda não é suficiente para atender à demanda.

Reforçando esta nova tendência do mercado, Schmidt (1996) afirma que, os produtos orgânicos representam uma grande potencialidade para a agricultura familiar. Abrem-se, assim, mercados voltados para uma clientela que valoriza produtos naturais e mais saudáveis, de produção artesanal, em detrimento de produtos industrializados em larga escala. Como consequência, aqueles produzidos sem adubos e agrotóxicos, os chamados "produtos orgânicos", têm tido uma demanda crescente, viabilizando a produção familiar sustentável.

Segundo dados da FAO (2004), órgão das Nações Unidas para a agricultura e alimentação, o mercado mundial de produtos orgânicos movimentou 25 bilhões de dólares no ano passado e cresce cerca de 30% ao ano.

De acordo com Darolt (2000), entre os principais motivos que levam o consumidor a escolher os alimentos orgânicos, estão o sabor e o frescor do alimento, e também a questão ambiental. Estas características resultam de vários cuidados, como a colheita de vegetais na época de maturação, sem processos de indução artificial; o uso de adubos orgânicos e reciclagem de materiais na propriedade; e tratamentos naturais contra pragas e doenças dos vegetais. O autor afirma que a maior parte da produção orgânica, 70%, é proveniente de pequenas propriedades familiares, o que é segundo ele, um reforço ao consumo solidário.

A agricultura familiar tem buscado se adequar aos padrões de qualidade exigidos pelos mercados, como afirma Cardoso (1999):

Essa conjuntura impulsiona transformações no padrão de comercialização e da própria produção orgânica de certos gêneros alimentícios mais significativos. O mercado de produtos “*in natura*” exige melhorias nos padrões comerciais, dos produtos e de suas embalagens. Nesse sentido, tais setores de comercialização têm pressionado os agricultores familiares, através do estabelecimento de critérios rígidos para a certificação do processo de produção. Tais critérios enfocam a melhoria da qualidade com crescente padronização e especificações como aparência, preocupação ambiental, origem, praticidade, preço, prazo de validade, dentre outras. Nesse processo, os agricultores acabam tendo que adequar sua produção às exigências dos novos padrões de comercialização[...] Outro importante fator para viabilizar a comercialização de produtos diferenciados consiste na comunicação, que objetiva esclarecer e informar ao público consumidor, influenciar expectativas, interesses e opiniões, bem como o seu comportamento. Quando se busca consolidar o produto no mercado, buscar novos consumidores, introduzir novos produtos, reforçar seu caráter diferenciador, é fundamental que a informação seja repassada para o consumidor com simplicidade e eficiência.

No intuito de consolidar uma relação de confiança entre o consumidor e a produção da agricultura familiar orgânica é necessário adotar práticas de certificação ou selo dos produtos. Esse procedimento permite uma agregação de valores maiores, decorrente dos vínculos de confiança que se estabelecem nos diferentes agentes sociais que integram a cadeia produtiva. (Souza, 2003).

Apesar do reconhecimento da habilidade e capacidade da agricultura familiar para o atendimento deste crescente mercado, os movimentos sociais no campo, as entidades não governamentais e outros atores sociais, que trabalham pelo fomento e desenvolvimento agroecológico, não entendem que o agronegócio orgânico seja o único caminho. Neste caminho se trabalha com a perspectiva da certificação dos produtos, como melhor forma de garantir credibilidade ao processo produtivo. A certificação, em muitos

casos, gera pesados custos, que podem inviabilizar a participação da agricultura familiar, neste processo. O entendimento da certificação de produtos orgânicos, como única forma de garantir credibilidade ao produto, minimiza o processo histórico-cultural da agricultura familiar e a sua capacidade de pensar e construir outras possibilidades ou alternativas que garantam a confiança do consumidor em seu produto. No entanto, não se pode ignorar, que o produto orgânico, colocado no mercado com este diferencial, seja ele identificado por uma certificadora ou sob outra forma que garanta a credibilidade ao processo de produção, pode garantir a ocupação de um mercado em expansão. E que, este mercado de produtos orgânicos, está sendo inchado pelas grandes corporações de produção e pela indústria de alimentos, que vem ocupando estes espaços.

Na busca por soluções que garantam a inserção da agricultura familiar produtora de alimentos orgânicos, nos mercados, existe um forte movimento pela certificação participativa¹³ destes produtos, oriundos dos sistemas de produção orgânicos, que têm na agroecologia o seu referencial.

Este movimento vem crescendo do sul do Brasil até o extremo norte; onde se trabalha justamente com o processo de geração de credibilidade, através da participação de todos os atores sociais envolvidos, no processo de produção e desenvolvimento rural, valorizando a construção de um modelo de desenvolvimento sustentável e se responsabilizando por isto. Esta insurgência se fundamenta no entendimento de que a certificação da produção por parte de grandes entidades certificadoras, também é excludente para a agricultura familiar.

Vislumbra-se então uma crescente e real possibilidade de se diminuir a exclusão social no meio rural, associada a oferta de produtos de qualidade no meio urbano, pela agricultura familiar.

2.3 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA AGRICULTURA ORGÂNICA NO MUNDO, NO BRASIL E EM GOIÁS.

O marco histórico de questionamento do modelo de produção agroquímico foi a publicação do livro *Primavera Silenciosa*, da bióloga Raquel Carson, nos Estados

¹³ A Certificação Participativa em Rede é um sistema de geração de credibilidade para processos de produção agroecológicos, onde se preza a participação do maior número possível de atores sociais, cujos princípios se baseiam principalmente na confiança, na participação, na descentralização e na formação dos agricultores, de modo a garantir a construção coletiva do processo de produção orgânico.

Unidos, no início da década de 60, no qual era feito uma alerta sobre os efeitos nocivos da utilização de agrotóxicos (Carson, 1962). Dado o pontapé inicial para a discussão, paralelo a isto seguia as transformações sofridas nos sistemas de produção e mais conseqüências desastrosas vinham aparecendo e se confirmando. Este foi o embrião lançado para a discussão e para o movimento em prol do desenvolvimento sustentável e seus atuais desdobramentos, como a Agroecologia.

Neste ínterim surgiram várias escolas de agricultura ecológica, baseadas em conceitos ambientais. Segundo Khatounian (2001), diante dos problemas trazidos pelo modo de produção baseado na agroquímica e pela poluição industrial, generalizou-se pelo mundo reações, buscando o desenvolvimento de modos de produção mais naturais ou ao menos de menor impacto ao ambiente. Tais reações surgiram quase que simultaneamente, em vários países, a partir da década de vinte, usando adjetivos como biológico-dinâmico, orgânico ou natural, para se diferenciarem da doutrina dominante centrada na química. Surgem então, as principais escolas de agricultura ecológica:

Biodinâmica - Tem como idealizador o filósofo alemão Rudolf Steiner, sendo estruturada, em 1924. Este método usa a abordagem sistêmica, vendo a propriedade como um organismo vivo e trabalhando com interações dinâmicas da biologia destes seres vivos. Usa as influências dos astros na preparação dos seus biofertilizantes.

Orgânica - Surge na Inglaterra, com Albert Howard, a partir da publicação do Testamento Agrícola, em 1940 e é disseminada pelos Estados Unidos. É baseada nas técnicas de produção indianas, que usavam o composto orgânico, como fertilizante básico nos seus cultivos.

Natural - Surge no Japão a partir da década de 30, pelo filósofo religioso Mokiti Okada, resultando na criação da Igreja Messiânica, baseando-se na inspiração zenbudista. Onde considera-se que a produção deve ser feita de forma natural, com o mínimo de interferência. Hoje, a agricultura natural usa os microorganismos benéficos, para ajudar o desenvolvimento do sistema de produção.

Biológica - Incorpora a crítica aos produtos químicos pós-guerra, da década de 60. Tem seus fundamentos teóricos sistematizados por Claude Aubert. Sua abordagem técnica se fundamenta num relacionamento mais equilibrado com o meio ambiente e na melhor qualidade dos produtos colhidos.

Alternativa - Surge nos anos 70, após a crise do petróleo e a crise agrícola dos Estados Unidos, cuja agricultura é totalmente dependente de combustível fóssil. É impulsionada pelos movimentos de contracultura e pela crescente consciência da gravidade e generalização dos problemas ambientais. Tem como fundamentação técnica, a aplicação, de forma muito cuidadosa dos conhecimentos da agronomia tradicional, apenas excluindo o uso de agroquímicos.

Agroecológica - Surge como movimento ambiental, econômico e político na América Latina, em função da exclusão social e política dos pequenos agricultores e comunidades tradicionais. Tem como figura em destaque o pesquisador chileno Miguel Altieri, que vem popularizando o movimento e a disciplina de Agroecologia na Universidade da Califórnia. Usa como base técnica a teoria da Trofobiose de Francis Chaboussou.

Permacultura - Significa cultura permanente. Tem como fundamentação a compilação de técnicas de agricultura e construção tradicionais, assim como a potencialização do espaço e energias disponíveis no meio rural ou urbano, independente da dotação dos recursos naturais destes locais. Tem como lema: "O problema é a solução". Desenvolveu-se na Austrália, por Bill Mollison e Reny Mia Slay.

Orgânica como coletivo - Surge da necessidade de criar uma organização em nível internacional, que proporcionasse tanto o intercâmbio de experiências, como estabelecesse os padrões mínimos necessários, que garantissem a qualidade dos alimentos orgânicos, de todos os movimentos. Essa necessidade foi percebida, pelos movimentos de produção sem agroquímico, em função do seu desenvolvimento e do crescimento dos mercados para seus produtos. O termo, agricultura orgânica, foi escolhido para indicar ou reunir o conjunto das propostas de agriculturas alternativas. Assim, em 1972, foi fundada a *International Federation of Organic Agriculture Movements* (IFOAM). As normas estabelecidas pela IFOAM qualificam o produto como "orgânico", possibilitando o uso do selo. De forma que o produto possa ser identificado pelo consumidor.

Ao longo da formação e consolidação desses movimentos, vários autores publicaram material bibliográfico, que dariam sustentação teórica a esta nova forma de praticar agricultura. Também foram criadas várias ONGs, com o objetivo de efetivar ações práticas em todo o processo de uma produção agrícola sustentável, como: a idealização de políticas públicas condizentes com esta nova realidade; a pesquisa científica e a pesquisa-ação junto aos agricultores familiares; o resgate de conhecimentos tradicionais; a oferta de

produtos limpos ao mercado consumidor, também já demandando este tipo de produtos; entre várias outras ações, oriundas destas discussões e baseadas nos princípios da Agroecologia.

Atualmente o sistema orgânico já é praticado em mais de uma centena de países ao redor do mundo, sendo observada uma rápida expansão, sobretudo na Europa, EUA, Japão, Austrália e América do Sul. Esta expansão está associada, em grande parte, ao aumento de custos da agricultura convencional, à degradação do meio ambiente e à crescente exigência dos consumidores por produtos “limpos” ou livre de agrotóxicos (Darolt, 2002).

Segundo o mesmo autor, cerca de 15,7 milhões de hectares são administrados organicamente, pelo mundo, em cerca de 210.000 propriedades orgânicas. De forma geral, o sistema orgânico cobre apenas cerca de 1% do total das terras agrícolas do mundo. Os maiores percentuais se encontram na Europa, em países como a Áustria e Suíça.

De acordo com Willer & Yussefi, citado por Darolt (2002), a conversão para os sistemas orgânicos de produção teve um crescimento anual de 30%, entre os anos de 1986 e 1996, na Europa.

A área cultivada, sob o manejo orgânico no mundo, evoluiu de 10.550.862 ha para 26.458.270 ha, no período correspondido entre 2000 e 2005. Como consequência, o mercado mundial de produtos orgânicos passou de um montante de US\$ 11,8 bilhões em 1997, para cerca de US\$ 30 bilhões, em 2003 (Darolt, 2002).

Darolt (2002) enumera cinco pontos relacionados com o sucesso, no desenvolvimento do sistema, que são: i) incentivo financeiro governamental aos produtores – nos países onde existe maior incentivo financeiro, o número de unidades de produção em conversão é maior; ii) informação aos produtores e consumidores – a existência de institutos de pesquisa de apoio aos produtores e a ação de educação dos consumidores, fazem a diferença; iii) acesso e disponibilidade de produtos orgânicos – quanto mais opções de venda aos consumidores, maior obtenção de sucesso; iv) marketing (logomarca) e proteção legal – a divulgação dos benefícios dos produtos orgânicos, associados à normatização em lei, ajudam na proteção do produtor e do consumidor, facilitam o acesso ao conhecimento e na divulgação das marcas legais e, por último; v) plano de desenvolvimento para a agricultura orgânica – é necessário apoio governamental, no sentido de trabalhar com planejamento a curto, médio e longo prazo, para o desenvolvimento da agricultura orgânica. Dentre os desafios o autor cita: i) ampliação do

nicho de mercado, desenvolvendo-se mercados locais, sobretudo nos países em desenvolvimento; ii) construção de ambiente político favorável, no sentido de desenvolver uma legislação clara de apoio ao produtor e proteção do consumidor; iii) manutenção e intensificação de relações de comércio justo para a produção orgânica.

Em vários países da União Européia, o desenvolvimento da agricultura orgânica está fortemente correlacionado com o apoio efetivo dos governos à conversão da agricultura convencional para orgânica, incluindo o tema em seus planos de governo e respectivos orçamentos (Campanhola & Valarini, 2001).

No Brasil, a produção orgânica vem se desenvolvendo, ao longo de décadas, junto com os movimentos ambientalistas e agroecológicos, respaldada principalmente pelas ONGs, associações de produtores e consumidores, num trabalho de conscientização e de prestação de serviços para a sociedade e o ambiente. Mais recentemente, o governo federal e outras instâncias estaduais e municipais, têm dado apoio, através de vários programas complementares no sentido de trabalhar o fortalecimento da agricultura familiar, com o foco na agroecologia. Um destaque a este apoio é a regulamentação da Lei 10.831, citada acima, envolvendo diversos ministérios e a sociedade civil organizada.

De acordo com dados da USDA¹⁴ (2002), houve um incremento no mercado de orgânicos da ordem de 86%, no período de 1999 a 2001. Estima-se que o potencial de crescimento do mercado para a década atual seja de 20% ao ano. Lernoud & Piovano (2004), estimam que 45% das vendas são feitas através dos supermercados, 26%, nas feiras livres e 16% em lojas especializadas.

Vale ressaltar que, no Brasil, a maioria das informações e dados acerca da produção (volume produzido, área plantada, tipos de produtos, etc), estão mais disponíveis a partir de dados das certificadoras. No entanto, a grande maioria dos produtores encontram-se atuando na informalidade, pois não estão certificados formalmente, sendo que muitos optaram pelo processo de certificação participativa.

Em Goiás, o movimento pela construção da agricultura orgânica, se difunde através da realização das Semanas Agronômicas, organizadas por estudantes da Escola de Agronomia, da Universidade Federal de Goiás (UFG), sendo que ficavam restritos às discussões teóricas, encontrando-se marginalizadas, tanto no ambiente acadêmico como no meio profissional. Na década de 90, é fundada a Associação Goiana de Agricultura Ecológica (AGAE), por um grupo de agricultores, engenheiros agrônomos e estudantes,

que abre um ponto de comercialização, em Goiânia-GO, com o intuito de viabilizar e promover a produção de alimentos orgânicos. Sem êxito, pela falta de apoio governamental, falta de diversidade de produtos e pelas dificuldades de comercialização, entre outros fatores, a experiência é finalizada.

Surge em meados de 1996, um outro grupo de produtores, técnicos e consumidores, que começa a discutir a possibilidade de produção de alimentos orgânicos com venda direta a consumidores, que inicialmente apoiariam esta produção. Em fins de 1999, esta iniciativa se consolida com a fundação da Associação para o Desenvolvimento da Agricultura Orgânica de Goiás (ADAO/GO), criada sob os moldes da sua homônima de Fortaleza-CE. A ADAO/GO é uma das experiências em produção e comercialização de alimentos orgânicos de Goiânia, juntamente com a Associação Agroecológica Vale Vivo (AAVV), de Terezópolis - GO, fundada recentemente, em Junho de 2006. A AAVV é resultado da ação do Projeto Vale Vivo (PVV), financiado pela Petrobrás e executado pela Associação para a Recuperação e Conservação do Ambiente (Arca).

Essas organizações vêm atuando no mercado orgânico e colaborando para a construção da identidade social da agricultura orgânica, na região metropolitana e do entorno de Goiânia-GO, tendo em vista a sua participação no rol das relações com várias outras entidades afins, não só em Goiás, mas também no Brasil. A ADAO/GO vem construindo o seu reconhecimento nacional, dentro dos movimentos que trabalham pelo desenvolvimento da Agroecologia e na agricultura orgânica. Isto tem servido como um instrumento de construção da identidade política, social e produtiva, dentro dos princípios da Agroecologia e também no movimento de resistência à agricultura convencional. Mais do que isso, essas instituições procuram associar a Agroecologia como um modo de produzir e de viver, para os agricultores, ou seja, como um ideário a ser seguido e alcançado.

Karam (2001) discute em sua tese, sobre a construção política de uma opção clara pelo desenvolvimento da agricultura orgânica, pela Associação de Agricultura Orgânica do Paraná (AOPA), na região metropolitana de Curitiba: na afirmação que a identidade coletiva é socialmente construída, a partir de três formas e origens de construção dessa identidade. Dentre elas, julgou-se que é possível pensar a AOPA e os agricultores orgânicos da RMC, nos termos da “*identidade de projeto*”: quando atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma

¹⁴ USDA – Departamento de Agricultura dos Estados Unidos da América.

nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social”(Castells¹⁵, citado por Karam, 2001). Aqui vale uma ressalva, o projeto social da AOPA e seus associados não está na direção da transformação de “toda a estrutura social”, tarefa que pertence a muitos, entretanto, parece possível a construção de novas identidades no sentido de se ter legitimidade para dialogar sobre qual estrutura social se quer e se pode ter, nesse momento social.

Segundo Altieri (2000):

A Agroecologia vem influenciando muitas ONG's latinoamericanas. Existem hoje uma série de programas de assistência aos camponeses, destinados temporalmente a solucionar seus problemas de subsistência e segurança alimentar. O enfoque geral consiste em melhorar cuidadosamente os sistemas camponeses existentes com elementos apropriados da etnociência e da ciência agrícola moderna; os programas têm uma orientação ecológica e se baseiam em tecnologias que conservam recursos e sustentam a produtividade. O objetivo principal consiste em permitir que as comunidades locais se ajudem a si mesmas para buscar um melhoramento coletivo da vida rural em nível local. As organizações promotoras constituem grupos não governamentais, que operam com fundos advindos de fundações estrangeiras, à margem das universidades ou ministérios de agricultura. Estes grupos que desde o âmbito privado buscam projeção social, vão ocupando os vãos que deixa o Estado como agente central da promoção do desenvolvimento.

Contudo, este desenvolvimento tecnológico proposto pelas ONG's, precisa ser complementado com ações que envolvam educação ambiental, organização social, acesso aos mercados, resgate de conhecimentos tradicionais, processos de adaptação tecnológica culturalmente apropriados, empoderamento e participação dos agricultores.

¹⁵ Manoel Castells. A Sociedade em rede. 2000.

3 METODOLOGIA

A abordagem sistêmica vem sendo utilizada em diversas áreas das ciências agrárias, biológicas e até mesmo das ciências exatas como a física. Segundo a teoria sistêmica:

Analisar e explicar um objeto complexo, em termos de sistema é, em primeiro lugar, delimitá-lo, [...], traçar uma fronteira entre esse objeto e o resto do mundo; em particular, distingui-lo dos outros objetos que, sendo da mesma natureza, são, ao mesmo tempo, diferentes o bastante para serem considerados como pertencentes a uma outra espécie do mesmo objeto; é portanto, em última instância, classificá-lo. Do mesmo modo, para diferenciar as múltiplas formas atuais [...] da agricultura, é necessário delimitar a sua distribuição geográfica e, portanto, classificá-las em tantas espécies (ou sistemas) quanto necessárias. Analisar e explicar um objeto em termos de sistema é também estudar a sua dinâmica de evolução através do tempo e as relações que esse sistema mantém com o resto do mundo nos seus diferentes estágios de evolução. Para estudar a evolução no tempo das várias formas passadas da agricultura [...] é preciso classificá-la em etapas ou espécies (ou sistemas) [...] Os historiadores, os geógrafos, os antropólogos, os economistas e os agrônomos, em número cada vez maior, utilizam com sentido às vezes diferente, o termo sistema agrário. É esse o termo que temos utilizado para designar o conceito, ou seja, a ferramenta de reflexão que queremos construir para apreender, analisar, ordenar, classificar, compreender e explicitar a realidade complexa das múltiplas formas evolutivas da agricultura (Mazoyer¹⁶, citado por Filho, s/d).

Para melhor entender a diversidade de fatores e condicionantes, assim como de aspectos que envolvem a dinâmica de um sistema produtivo baseado nas técnicas orgânicas de produção, sem esquecer que dele fazem parte as pessoas envolvidas na produção e os agentes externos que condicionam o funcionamento e a finalidade destes sistemas, como os aspectos econômicos, adotou-se a metodologia dos sistemas agrários, na tentativa de simplificar a complexidade encontrada.

Segundo Kathounian (2001):

Por englobar o todo, a abordagem sistêmica tem sido especialmente útil para o estudo das pequenas propriedades familiares e/ou propriedades orgânicas, porque elas apresentam elevada diversidade e integrações internas. O objetivo final do exercício de análise e síntese é de identificar as possibilidades e limitações das propriedades para o atingimento dos objetivos dos agricultores.

¹⁶ Marcel Mazoyer. Pour des projets agricoles légitimes et efficace: théorie et méthode d'analyse des systèmes agraires. 1993.

A metodologia da presente pesquisa está orientada pela abordagem sistêmica, de modo que se possa atingir os objetivos propostos. A escolha desta abordagem foi definida em função da complexidade e dinâmica da realidade pesquisada. Essa complexidade se define pela existência de diferentes tipos de agricultores, pela forma como eles lidam com a terra, pelas estratégias de sustentação econômica, pela forma como lidam com o trabalho, pelos critérios de tomadas de decisão, pelo seu nível de capitalização, pela forma de acesso aos financiamentos, aos serviços públicos, ou ainda, pela forma como se organizam. Existe também complexidade na diversidade de tipos de mercados abordados, o que converge para uma realidade dinâmica, onde se quer entender como são construídas essas relações, entre os atores ligados à produção, os atores ligados aos mercados e esses entre si.

Os sistemas de produção, em interação com o meio, reproduzem os elementos que constroem um sistema de ordem mais alta. Este sistema “guarda-chuva” é denominado de sistema agrário, que é o resultado das convivências, das relações entre os sistemas de produção, a sociedade em geral e suas organizações econômicas.

A abordagem do Diagnóstico dos Sistemas Agrários pretende dar respostas ao funcionamento destes sistemas, a partir de um olhar holístico da realidade em que o agricultor se insere. Neste exercício, é necessária atenção especial para as interações, suas causas ou origens e seus efeitos. A finalidade deste exercício é obter um planejamento de ação, cujos objetivos e a hierarquia entre eles, estejam identificados de forma clara.

Um sistema agrário é, antes de tudo, um modo de exploração do meio historicamente constituído, um sistema de forças de produção, um sistema técnico adaptado às condições bioclimáticas de um espaço determinado, que responde às condições e às necessidades sociais do momento. Um modo de exploração do meio que é o produto específico do trabalho agrícola, utilizando uma combinação apropriada de meios de produção inertes e meios vivos para explorar e reproduzir um meio cultivado, resultante das transformações sucessivas, sofridas historicamente pelo meio natural (Grosso, s/d).

Poderíamos, então definir um sistema agrário como uma combinação das seguintes variáveis essenciais: o meio cultivado – o meio original e as suas transformações históricas; os instrumentos de produção – as ferramentas, as máquinas, os materiais biológicos (plantas cultivadas, animais domésticos, etc.) - e a força de trabalho social (física e intelectual) que os utiliza; o modo de “artificialização” do meio que disso resulta (a reprodução e a exploração do ecossistema cultivado); a divisão social do trabalho entre a

agricultura, o artesanato e a indústria que permite a reprodução dos instrumentos de trabalho e, por conseguinte, os excedentes agrícolas, que além das necessidades dos produtores, permitem satisfazer as necessidades dos outros grupos sociais; as relações de troca entre os ramos associados, as relações de propriedade e as relações de força que regulam a repartição dos produtos do trabalho, dos bens de produção e dos bens de consumo e as relações de troca entre os sistemas (concorrência); enfim, o conjunto das idéias e das instituições que permite assumir a reprodução social: produção, relações de produção e de troca, repartição do produto, etc.

Graças a esse conceito que podemos apreender e caracterizar as mudanças de estado de uma agricultura e as mudanças qualitativas das variáveis e de suas relações e desenvolver uma teoria que permite distinguir, ordenar e compreender os grandes momentos da evolução histórica e a diferenciação geográfica dos sistemas agrários (Mazoyer¹⁷, citado por Filho, s/d).

O problema em foco, da dinâmica da relação entre produção e consumo, pelo mercado, de alimentos orgânicos, cuja influência de demanda é orientada por Goiânia, delimitaram a abrangência do diagnóstico, nos sistemas produtivos de FLV orgânicos e dos agentes de mercado. Essa abordagem se espelha no conceito de cadeias produtivas¹⁸, sendo esse sistema descrito de forma mais simplificada, uma vez que apresentada uma realidade em construção, pois não se têm bem definidos os atores sociais que interagem neste sistema, ou seja, os agentes desta cadeia. Sendo assim, optou-se por analisar com mais profundidade, dentro da cadeia produtiva de FLV orgânicos em Goiânia, os sistemas de produção e os agentes do mercado. No entanto, na discussão das categorias, procura-se identificar os diversos atores envolvidos nesta cadeia, ressaltando sua dinâmica e identificando os pontos de estrangulamento dos sistemas produtivos, que os impedem de atingir os mercados de pequeno e grande porte.

Utilizou-se como medida metodológica para a identificação e análise dos diversos agentes da cadeia de FLV orgânicos, a tipologia proposta pela abordagem dos sistemas agrários. Considerou-se dentro dos dois grupos de produtores da ADAO/GO e da AAVV, os diferentes tipos de agricultores encontrados e, no caso dos mercados, os tipos de mercados varejistas e de abastecimento de Goiânia.

¹⁷ Marcel Mazoyer. Relatório de síntese. In: Colóquio Dinâmica dos Sistemas Agrários. Paris: Incra, 1987.

¹⁸ Entendida como o conjunto de atores sociais interativos, incluindo os sistemas produtivos, fornecedores de insumos e serviços, indústrias de processamento e transformação, agentes de distribuição e comercialização, além de consumidores finais dos produtos. É um subsistema do negócio agrícola ou agronegócio, com objetivos similares, porém restritos a alguns produtos e subprodutos (Castro et. al., 1998).

Na definição dos tipos, empregou-se como critério de análise, as diferentes reações e manifestações do público pesquisado, frente aos aspectos ou variáveis selecionadas na fase de elaboração dos questionários. No caso dos produtores, estas variáveis analisadas envolvem os seguintes aspectos: as estratégias de produção, mão-de-obra, nível tecnológico de produção, gestão da propriedade e forma de trabalho com a terra. E para o caso dos mercados, a tipologia foi construída com base nas seguintes variáveis: relação com os fornecedores; o volume comercializado e disponibilidade para a comercialização de FLV orgânicos. Segundo Groppo (s/d), a elaboração dessas tipologias começa com um interesse operacional declarado: tentar simplificar a heterogeneidade, através da identificação de grupos (tipos), apresentando potencialidades e restrições similares em relação com um ou mais fatores selecionados.

Então, a elaboração da tipologia foi construída a partir das categorias de análise ou variáveis, elencadas ainda na fase de elaboração dos questionários. Já as categorias foram selecionadas, de forma a ordenar os diferentes aspectos relativos à produção e ao mercado. Dessa forma, a escolha das variáveis ou categorias se deu em função da necessidade das informações a serem levantadas, para se caracterizar e diagnosticar o sistema de produção orgânico, envolvendo as necessidades sociais e as organizações econômicas, que resultam no sistema agrário. As variáveis consideradas para os aspectos ligados à produção foram: **Aspectos sócio-econômicos; Organização social; Políticas públicas; Aspectos tecnológicos e Aspectos produtivos.**

Para o caso dos mercados, as categorias de análise foram delineadas na fase de elaboração do questionário, mas se definiram na fase de sistematização dos dados. Elas foram direcionadas para os mercados de pequeno e grande porte, assim como para o mercado de abastecimento (Ceasa/GO), espaços estes ainda não ocupados pelos grupos de produtores orgânicos, em Goiânia e, foram escolhidas, em função dos gargalos encontrados atualmente, nos sistemas de comercialização e na relação com estes mercados, para produtos orgânicos, levando-se em consideração, que na realidade local, estes mercados ainda estão em construção. As categorias são: **Forma de abastecimento de FLV em Goiânia; Comercialização de FLV orgânicos, em Goiânia; Percepção de produto orgânico; Demanda por FLV orgânicos em Goiânia; Interesse em comercializar FLV orgânicos; Forma de abastecimento das FLV orgânicos, em Goiânia e Certificação.**

As estratégias de vendas diretas (feiras livres e cestas), são a forma atual de acesso aos mercados de produtos orgânicos em Goiânia. No entanto, apesar de não terem

sido incluídas, na elaboração, a definição dos critérios de análise, entra na elaboração dos tipos e são analisadas, dentro das categorias definidas.

O recorte regional não foi delimitado inicialmente, tendo em vista que a ADAO/GO, prioritariamente deveria trabalhar com agricultores encontrados num raio de 100 km de distância de Goiânia, contudo encontrou-se agricultores distantes quase 200 km desta capital, o que gerou uma dispersão do recorte inicialmente pensado, que era o da região metropolitana de Goiânia e a região do entorno de Goiânia, encontrando municípios mais distantes, localizados, por exemplo, nos territórios da Estrada de Ferro, como o município de Orizona.

Então o recorte regional da pesquisa se definiu dentro da área de influência econômica de Goiânia, cujos municípios abrangidos formam uma rede, que repercutem na oferta e na demanda. Assim, a produção orgânica destes municípios visa atender os mercados consumidores de Goiânia. Dentre os municípios encontrados, sete estão muito próximos desta capital e dois, encontram-se mais distantes, sendo que um agricultor está localizado na própria capital. Os municípios encontram-se assim distribuídos: Caturai, Brazabrantes, Goianira e Terezópolis, mais próximos entre si, localizados na direção norte, em relação à Goiânia e, distantes desta 36 km, 32 km, 22 km e 27 km, respectivamente. Bela Vista, Hidrolândia e Caldazinha, localizados na direção sul, em relação à Goiânia, estando distantes desta 50 km, 35 km e 27 km, respectivamente. Na faixa leste-oeste de Goiânia, encontram-se os municípios Orizona e Fazenda Nova, distantes da capital 128 km e 197 km, respectivamente. Nestes municípios estão localizadas as propriedades dos produtores orgânicos de FLV, ligados à ADAO/GO e ao PVV, da Arca.

A população de produtores se definiu no universo da cadeia produtiva de FLV orgânicos da região acima citada. Esta população foi dividida em três tipos: agricultores familiares, agricultores neorurais e agricultor urbano. Conforme apresentado na introdução, os produtores orgânicos se encontram atualmente fazendo parte de duas associações que trabalham com a produção e comercialização de alimentos orgânicos, localizadas em Goiânia – GO. São elas a ADAO/GO e a AAVV, fundada mais recentemente, a partir do trabalho do PVV, da Arca, representando os agricultores da área da barragem do Rio João Leite, que abrigará o sistema de abastecimento de água de Goiânia, para os próximos 30 anos.

Neste universo, foram entrevistados 16 agricultores destas duas associações. Apesar de fazerem parte da ADAO/GO e do PVV, da Arca, atualmente Associação

Agroecológica Vale Vivo, mais agricultores do que apenas os entrevistados, encontram-se associados, no entanto ou não podem ainda comercializar seus produtos como orgânicos, porque ainda não estão aptos a isto¹⁹, ou comercializam somente outros produtos, que não FLV. Este portanto, foi o critério de escolha, para os agricultores entrevistados. Ou seja, de estarem produzindo e comercializando FLV orgânicos, nos espaços de comercialização destas entidades. Além de um outro critério, de que os agricultores fizessem parte de uma estrutura organizacional, que garantisse minimamente a procedência dos alimentos e serviços, assim como garantisse a credibilidade aos seus sistemas produtivos.

Quando se definiu o universo da pesquisa, em Julho de 2004 a ADAO/GO, tinha cadastrado como associados produtores, aproximadamente 22 famílias, sendo que destas, apenas 12 estavam efetivamente trabalhando com a produção e comercialização de alimentos orgânicos. E o PVV, da Arca, trabalhava a partir de um cadastro de 17 famílias, sendo que deste total, apenas seis famílias estavam produzindo e comercializando alimentos orgânicos em Goiânia. Na época da realização das entrevistas, coletou-se os dados somente dos agricultores, que se encaixavam dentro dos critérios escolhidos, ou seja, estarem produzindo e comercializando FLV orgânicos. Então, do total de 29 agricultores trabalhando com agricultura orgânica na região pesquisada, apenas 16 agricultores compuseram a amostra da pesquisa, sendo dez da ADAO/GO e seis do PVV, da Arca. Este público foi escolhido, com base no seu maior potencial de produção e comercialização de olerícolas e frutas.

Nos questionários aplicados para os agricultores, no Anexo B, procurou-se destacar os aspectos produtivos, de interesse para a produção orgânica, dividindo-os em categorias, para ajudar na sistematização dos dados, de acordo com a metodologia dos sistemas agrários. Para a partir daí, identificar, baseado nas hipóteses levantadas, quais as dificuldades em atender uma demanda por produtos orgânicos na região pesquisada e quais as perspectivas encontradas para atender esta demanda, tendo em vista as diferentes perspectivas em busca da relação com os mercados dos grupos diferentes (agricultores familiares e neorurais) encontrados.

Uma vez definido o número de agricultores a serem pesquisados, optou-se por um questionário mais abrangente, de forma a não ficarem superficializadas as informações solicitadas e serem colhidos uma maior quantidade de dados, para que se pudesse

¹⁹ Estes produtores ainda não são considerados aptos pela equipe técnica destes duas associações, porque ainda não se enquadram dentro das normas de produção orgânicas, em fase de regulamentação da lei 10.831.

aprofundar nas discussões propostas nesta pesquisa. O fato de se apresentarem um pequeno número de agricultores trabalhando dentro da proposta de desenvolvimento da agricultura orgânica na região e de estes agricultores virem de duas categorias/classes diferentes (agricultores familiares, urbanos e neorurais), ajudou nesta decisão, uma vez que não seria possível posteriormente inferir sobre questões mais centrais, dada a fragilidade e a pouca representatividade do sistema em construção.

Com relação aos mercados, o critério de escolha foi diferenciado, como enumera-se a seguir: 1) O mercado de venda direta (feiras e cestas), foi escolhido por este ser atualmente o principal canal de escoamento das FLV orgânicas, em Goiânia. 2) As grandes redes varejistas, pela comercialização de FLV orgânicos já realizadas, em seus estabelecimentos. 3) O pequeno comércio varejista²⁰, pela disponibilidade de acesso, através da lista telefônica. 4) A Ceasa/GO, pela sua importância, no abastecimento de hortifrutigranjeiros do estado. Estes mercados formaram posteriormente os tipos, pelas suas semelhanças diante das reações e estratégias, frente à forma de trabalho, com os fornecedores e consumidores.

Foram entrevistados os representantes comerciais, da área de FLV, de três grandes redes varejistas de capital internacional (Grupo Pão de Açúcar: Hipermercado Pão de Açúcar e Hipermercado Extra e, Hipermercado Wall Mart) e dois hipermercados regionais (Hipermercado HiperMoreira e Hipermercado Marcos), escolhidos por terem alta preferência pelos consumidores locais, por estarem atentos aos novos produtos, de interesse da população consumidora e por, acompanharem o processo nacional de desenvolvimento destes mercados de nicho.

Foram mapeados, através de um questionário, semelhante aos aplicados junto às grandes redes varejistas, outros atores do mercado varejista de FLV, de Goiânia. Estes agentes do pequeno comércio varejista foram identificados na lista telefônica desta cidade (Telelista, 2005). Além disso, aplicou-se um questionário junto ao representante da Ceasa/GO.

Não se trabalhou com o conceito de amostra estatística, para a realização do mapeamento por telefone. No entanto todos os telefones disponíveis na lista telefônica foram contactados, a não ser os que dadas as razões explicitadas a seguir, não foram possível de serem entrevistados.

²⁰ Formado por pequenas lojas de varejo, como: verdurões, frutarias e, lojas de produtos naturais.

Os telefonemas foram realizados seguindo a ordem encontrada na lista telefônica nos setores: armazéns, empórios, mercearias, frutarias, verdurões, supermercados e lojas de produtos naturais. Dos, aproximadamente 386 telefonemas iniciais feitos, somente 54 puderam responder às perguntas do roteiro, pois a maioria dos números disponíveis na lista telefônica era de lojas, que se encontram dentro da Ceasa, quando optou-se por fazer uma única entrevista com o representante desta entidade. Um outro motivo, para o número de estabelecimentos mapeados foi o de que muitos números da lista estavam desatualizados.

Com relação ao roteiro apresentado às grandes redes varejistas, a entrevista realizou-se de forma aberta. Desta forma, acrescentava-se ao roteiro outras informações pertinentes, de modo a complementar a discussão, uma vez que estas redes trabalham com formas diferenciadas na relação com os fornecedores. Este roteiro seguiu a metodologia da entrevista semi-estruturada ou questionário aberto e foi realizado junto ao representante de cada loja, das grandes redes varejistas, em Goiânia, com visita às lojas de cada supermercado e observação livre, no local.

Os questionários aplicados aos agentes de mercado, nos Anexos C e D, tiveram como objetivo caracterizar estes mercados, conhecer a sua percepção de produto orgânico, perceber a demanda por FLV orgânicos, entender relações destes mercados com os produtores, a necessidade dos processos de geração de credibilidade e, levantar as possíveis formas de abastecimento de FLV orgânicos para estes mercados.

A metodologia usada para a coleta e análise dos dados da pesquisa foi baseada na abordagem de pesquisa qualitativa, pois objetivou-se entender a percepção dos agentes da cadeia produtiva (produtores e comerciantes), acerca dos aspectos relativos à produção orgânica e aos mercados, na dinâmica de produção de FLV orgânicos, da região acima delimitada. Não foi trabalhado na análise dos dados uma sistematização que permita inferências estatísticas, já que não se tem o interesse em fazer análise quantitativa dos dados, e sim a preocupação e o objetivo de avaliar os dados, construindo uma análise das causas e conseqüências, das características inerentes observada na realidade pesquisada, para que se possa diagnosticá-la, de forma a responder as hipóteses formuladas no problema da pesquisa. Contudo, pode-se usar alguns elementos quantitativos, para melhor elucidar alguns aspectos da realidade.

Para tanto, usou-se no levantamento dos dados, técnicas previstas na pesquisa qualitativa, como as: entrevistas semi-estruturadas e a observação livre (Comissão

Nacional do Meio Ambiente, 1994). Sendo que a abordagem teórica utilizada para a sistematização dos dados foi a Teoria dos Sistemas Agrários.

De acordo com Triviños (1994), a pesquisa qualitativa pretende:

Descrever os fenômenos, as causas da sua existência, procurando explicar a sua origem e se esforçando por intuir as conseqüências que terão para a vida humana [...] A pesquisa qualitativa não segue seqüência tão rígida das etapas assinaladas para o desenvolvimento; as hipóteses colocadas podem ser deixadas de lado e surgir outras, no achado de novas informações que solicitam encontrar outros caminhos [...] o denominado relatório final vai se constituindo através do desenvolvimento de todo o estudo e não é exclusivamente resultado de uma análise de dados.

As técnicas, descritas a seguir, foram aplicadas individualmente, com os agentes comerciantes das redes varejistas e da rede de abastecimento Ceasa/GO e produtores e ainda, com os grupos de produtores, em momentos de reunião ou encontro, nos espaços de comercialização e produção.

A observação livre ou direta envolve qualquer observação direta dos objetivos no campo: eventos, relacionamento entre as pessoas ou de pessoas abordadas pela equipe para uma anotação ou diagrama. É um método diversificado e franco, onde a seleção de indicadores é muito importante para a orientação dos dados a recolher na observação direta (Comissão Nacional do Meio Ambiente, 1994). É tudo aquilo que se pode ver a olho nu, mas apesar de “[...] representar um instrumento útil e necessário na pesquisa, sempre será limitado e parcial, já que não pode fornecer uma informação completa, um conhecimento suficiente [...] Além disso, o que conseguimos ver pode ser mal interpretado, se não completarmos a observação com informações orais” (Habermier, 1995).

Os dados, são então, descrição de eventos e fenômenos. Eles foram sistematizados e analisados, de acordo com os indicadores selecionados, na abordagem dos sistemas agrários.

A entrevista semi-estruturada, segundo Triviños (1994), parte dos pressupostos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, o que abre um grande campo de questionamentos e que à medida que se desenvolve (com a elaboração das respostas) surgem novas hipóteses, fazendo com que o próprio informante participe da elaboração do resultado da pesquisa.

É uma técnica que oferece, tanto ao pesquisador, quanto ao entrevistado a liberdade de travar um diálogo espontâneo, enriquecendo as informações, sem contudo, se

perder em conversas banais. Possibilita ainda, de forma dinâmica, que com o confronto de informações levantadas entre os entrevistados, surjam novos questionamentos.

Foram elaboradas, para a realização das entrevistas, fichas com a estrutura prévia das idéias gerais a serem discutidas e também, para a formatação da base de dados acerca dos sistemas produtivos e dos canais de comercialização ou mercados, perguntas-chave, indispensáveis para tal caracterização e posterior avaliação destes dados.

A coleta dos dados, utilizando-se as técnicas da observação livre e aplicação dos questionários foi realizada no período de fevereiro a dezembro de 2005. As variáveis envolvidas estão, em parte definidas, mas devem continuar a aparecer à medida que se levantam os dados qualitativos.

4 PRODUÇÃO ORGÂNICA DE FVL NA REGIÃO DE INFLUÊNCIA ECONÔMICA DE GOIÂNIA

4.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este capítulo tem como objetivo analisar a base produtiva de orgânicos, para dimensionar principais obstáculos que impedem ou dificultam o atendimento à demanda dos mercados, existentes em Goiânia-GO. Considera-se nessa análise, a caracterização sócio-econômica, produtiva e tecnológica dos agricultores pesquisados, com a finalidade de contribuir com elementos teóricos que possibilitem o crescimento e desenvolvimento da agricultura orgânica, em Goiás.

Os principais agricultores de FLV orgânicos, da região da rede de municípios são os que comercializam seus produtos nas feiras livres e cestas, atuais formas de atendimento ao mercado consumidor em Goiânia. Estes agricultores encontram-se ligados à ADAO/GO e à AAVV, entidades que trabalham com a produção e o abastecimento de FLV orgânicos, em Goiânia. Encontram-se instalados em dezesseis unidades agrícolas, que foram visitadas, para a obtenção das informações necessárias à pesquisa, com a aplicação dos questionários, reconhecimento do local e condições de trabalho e observação da forma de produção, baseada nas normas de produção orgânica, estabelecidos pela Lei nº 10.831.

A ADAO/GO é uma associação de produtores e consumidores, cujo principal objetivo é trabalhar pelo desenvolvimento da agricultura orgânica em Goiás. Ela tenta aglutinar os agricultores familiares e os pequenos produtores rurais em busca de uma produção mais sustentável. Trabalha com a aproximação e melhoria da relação produtor-consumidor. E com o melhor acesso ao mercado de produtos orgânicos. Na ADAO/GO todos os membros da diretoria trabalham de forma voluntária pelos objetivos da associação. A formação da associação desencadeada há cerca de seis anos, junto a agricultores e consumidores de produtos orgânicos, foi baseada no modelo nordestino, sendo fundada, em dezembro de 1999. A ADAO/GO atua em 09 municípios, sendo eles: Caturai, Brazabrantes, Goianira, Fazenda Nova, Orizona, Caldazinha, Goiânia, Bela Vista e Hidrolândia.

O Projeto Vale Vivo foi idealizado pela Arca, recebendo o apoio financeiro da Petrobrás, estando situado, na área do Parque Ecológico de Goiânia. É um projeto que objetiva trabalhar com a conservação da água nos municípios da Bacia do Ribeirão João Leite, limítrofes à construção da barragem, que irá abastecer o suprimento de água, do município de Goiânia, por trinta anos. Em função disso, o projeto pretende minimizar a contaminação da água desta barragem, pelo uso de agrotóxicos. Para isto, um dos objetivos do projeto é levar a proposta aos agricultores da região em trabalhar com o sistema de produção orgânico. Em busca da sustentação ambiental, econômica e social da região, o projeto envolve atividades bem abrangentes nas áreas de: apoio a práticas de produção orgânicas; desenvolvimento de programas de educação ambiental nas escolas; planejamento do uso do solo e controle ambiental da Bacia do João Leite, por meio da qualificação de técnicos em nível de pós-graduação, do Curso de Especialização em Planejamento Urbano e Ambiental, Universidade Católica de Goiás UCG. Muitas das atividades do projeto se concentram no município de Terezópolis, situado 35 Km de Goiânia, principalmente as relativas à produção orgânica. Mas atualmente o projeto tem ampliado o número de agricultores que recebem assistência, expandindo sua atuação para os municípios de Goianápolis e Nerópolis. No entanto, o número de agricultores trabalhando com a produção orgânica e comercialização, ainda é o mesmo, do início do projeto, que ocorreu em meados de outubro de 2004. O baixo número de adesão se explica pela desistência de grande parte dos agricultores que inicialmente aderiram à proposta do projeto. Em junho de 2006, os agricultores do PVV fundaram uma associação, a Associação Agroecológica Vale Vivo (AAVV), que possui atualmente 12 associados. Apesar de o PVV trabalhar com o acompanhamento de 17 famílias, nem todas quiseram fazer parte da associação.

Apesar de o objetivo desta pesquisa ser voltado para a análise do desenvolvimento da agroecologia para a agricultura familiar, no universo pesquisado encontra-se uma diversidade de meandros de outras formas de agricultura e de tipos distintos de agricultores. Pode-se dizer que estes tipos coexistem, tendo como estratégia política e social se manterem e se estabelecerem no campo, como propósito de vida. Na realidade, o objetivo comum dos agricultores é trabalhar com um projeto de construção da agricultura orgânica, enquanto prática de produção de alimentos e sustentação social, política e ideológica. Contudo, estes agricultores trabalham com diferentes lógicas. Há os que têm orientação econômica baseada no suprimento da família ou auto-consumo, em

primeiro lugar e o excedente é vendido. E há aqueles, que orientam sua produção de acordo com uma lógica capitalista, de empresa rural, onde buscam a especialização da produção orgânica de FLV, para o suprimento dos mercados, sejam eles agricultores familiares, ou não.

Deve-se contudo evidenciar, que a construção dessas lógicas são orientadas pela situação atual embrionária, do desenvolvimento da agricultura orgânica, na região, tendo em vista, que não existem mercados construídos e, que a própria formação da base produtiva ainda não está consolidada. O que é evidenciado pela constante migração dos agricultores nas associações estudadas, o baixo número de agricultores envolvidos e, o pequeno volume de alimentos produzidos e comercializado.

Os resultados da pesquisa demonstram a existência de três tipos de agricultores, que podem ser caracterizados de acordo com a seguinte tipologia:

i) Agricultores familiares

Estes agricultores geralmente têm a propriedade da terra, a mão-de-obra é baseada no trabalho familiar, a renda vem do trabalho com a produção e, a produção geralmente atende primeiro à subsistência e depois à venda dos excedentes. No entanto, encontrou-se o caso de um agricultor que arrenda a terra, para o cultivo de hortaliças orgânicas, preferencialmente para atender o mercado. O tamanho médio das propriedades é de 40,23 ha. Nesse tipo existem oito famílias. Muitas destas famílias, no entanto, têm se deparado com diversas situações de mudanças de hábito, contextualizando-se aqui novos desenhos e perspectivas, no seio da agricultura familiar, os quais pode-se citar: i) a pluriatividade – caracterizada pela necessidade de, para manter-se no campo, um ou mais membros da família terem de trabalhar fora e, a necessidade de, pela falta de perspectiva no campo, os filhos saírem para estudar durante a semana, voltando no final de semana, para participar das atividades do campo e manterem os laços com a família; ii) a perspectiva de orientação da produção para o mercado, tendo em vista o mercado de nicho – neste caso, a orientação da produção é toda voltada para o mercado, ocorrendo um caso, onde para atender a demanda, o produtor arrendou uma área e investiu na produção de verduras e legumes; iii) o êxodo rural – caracterizado pela necessidade, por falta de escola no campo, de um dos membros da família ter de se mudar para a cidade, para que os filhos possam estudar.

Um aspecto importante que deve ser levado em consideração é a relação destes agricultores com a terra, presente na realidade estudada. A terra é um importante

instrumento, não só de produção, mas também de reprodução social. Este aspecto é observado por Karam (2001), na sua tese:

A terra para o agricultor é muito mais que o lugar onde ele realiza seu trabalho. Ela garante as condições objetivas da vida, por meio da produção, e também as condições subjetivas de reprodução do agricultor. Quando é transmitida como patrimônio, de geração a geração, carrega em si o substrato da identidade social do agricultor, daquele que faz do meio rural o seu lugar de vida.

ii) Agricultor urbano

Este tipo corresponde ao total de um produtor. Ele tem a posse de terra, mas atualmente esta encontra-se arrendada. Seu local de produção é específico, devido à sua dedicação ao cultivo de brotos, que pode ser feito sem solo, ou seja, a sua produção independe da posse da terra. O local de produção é na área urbana, a sua renda não depende somente da produção, pois a família exerce outras atividades geradoras de renda. A mão-de-obra para a produção e comercialização é totalmente familiar.

iii) Agricultores neorurais

Possuem área de tamanho médio de 130 ha. Correspondem a um total de sete agricultores. Destes, apenas 13,5 % não tiveram relação direta com a terra, ou seja, apesar de serem filhos de agricultores, são nascidos e criados na cidade. Os demais entrevistados, todos são filhos de agricultores familiares, nasceram e foram criados no meio rural, conservando assim, grande vocação e preocupação com este meio, reflexo de uma herança sócio-cultural que o ligam à terra. Uma característica desse tipo, é que apesar de serem filhos de agricultores familiares, já não possuem mais alguns elementos identificadores desta classe, como o de a família ser a gestora, quem organiza e decide as direções de todo o processo sócio-econômico. Estes agricultores são servidores públicos na ativa ou aposentados e profissionais liberais, autônomos ou prestadores de serviços, que vêm na produção orgânica uma ligação entre a possibilidade de geração de renda extra e a efetivação da preservação, o que coloca em prática um sentido de militância pela causa ambiental no meio rural. Uma característica marcante é que, a maioria destes agricultores, demonstra uma preocupação com a questão da sustentabilidade do meio rural, encontrando-se engajados no movimento pelo desenvolvimento da agricultura orgânica em Goiás, participando de fóruns e debates, na direção das associações, no envolvimento em projetos, etc. Estes, na sua maioria moram e trabalham na cidade e, somente 18,75% moram no campo, mas têm sua renda garantida por empregos públicos, na cidade, o que

aumenta o percentual de renda não agrícola dos agricultores que trabalham com produção orgânica da pesquisa.

Esta realidade já foi estudada no meio rural, por Graziano & Grossi (s/d):

[...] em 1998 o total das rendas não-agrícolas já ultrapassou o montante das rendas agrícolas recebida pelos moradores rurais. Isso significa basicamente que as atividades agropecuárias já não respondem pela maior parte da renda da nossa população rural nesse final de século”. Estes agricultores mantêm a atividade agrícola como secundária, não dependem dela para sobreviver e na maioria dos casos a consideram como uma atividade que envolve a busca por qualidade de vida.

É importante entender o motivo do uso a terminologia “neurural”, na identificação deste último tipo de agricultores, na tentativa de simplificar as diferentes características apresentadas, na realidade pesquisada. Considerou-se mais adequado trabalhar com esta nomenclatura, em função da semelhança encontrada, com agricultores deste tipo, na caracterização feita pela pesquisadora Karam (2001), junto aos agricultores orgânicos, da Região Metropolitana de Curitiba, onde fez a sua pesquisa:

[...] o agricultor neurural, que é ainda uma noção que se encontra em processo de construção [...], será assumido como aquele que “por uma livre escolha, bem precisa e particular, decide não mais morar na cidade e não mais trabalhar em profissões urbanas, resolvendo se mudar para o campo e trabalhar na agricultura ou na criação de animais”. Aquele autor comenta que o “neo-ruralismo” é ainda um conceito genérico, que surgiu na França, no final da década de 60, como um movimento de contracultura, quando pessoas abandonaram a vida na cidade e foram viver no campo. Embora no Brasil suas dimensões sejam pouco conhecidas, mesmo que se identifique a ocorrência em diferentes regiões de um certo número de “novos-rurais”, aparentemente as motivações permanecem as mesmas daquelas manifestas pelo movimento francês. Ou seja, o que parece é que aqui também se aspira por “relações diretas com a natureza, ciclos produtivos e tempo de trabalho mais longos e menos rígidos, ar puro e tranqüilidade, assim como o desejo de relações sociais mais profundas, e sobretudo a auto-determinação.

Ou como numa rápida abordagem de Graziano & Grossi (s/d), que consideram neururais, como profissionais liberais e outros ex-habitantes da cidade que passaram a residir no campo.

Apesar de não ser o caso da realidade apresentada, para o conjunto deste tipo de agricultores, encontra-se nestes, grande identidade com o propósito de alimentar uma vida mais saudável, perto da natureza e construindo outras relações sociais, com forte preocupação ambiental. Do total de sete agricultores, 43% dos casos, não abandonaram a cidade para viver no campo (apesar do desejo de o fazerem), somente nos finais de

semanas e feriados deixam a cidade, para trabalharem no campo e buscarem mais qualidade de vida, como um projeto de vida.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DO SISTEMA PRODUTIVO DE FLV

Neste item analisa-se como se comportam e reagem os diferentes tipos de agricultores, dentro das categorias ou temas abordados na pesquisa, de modo a entender a sua dinâmica produtiva. As categorias foram definidas ainda na fase de elaboração do questionário, colaborando com elementos chaves para a escolha dos tipos de agricultores, uma vez que estes reagem de forma diferente, nas categorias de análise estudadas. As categorias abordadas são: **Aspectos sócio-econômicos, Organização social, Políticas públicas, Aspectos tecnológicos, Aspectos produtivos e Percepção do produtor.**

4.2.1 Aspectos sócio-econômicos

Os agricultores familiares necessitam contratar serviços de mão-de-obra extra. Isso ocorre por não terem mais o aporte da mão de obra jovem, devido à migração dos filhos, que se dirigem para as cidades para trabalharem como vendedores/balconistas e em empresas privadas. Outro fator que força a migração, é a busca da continuidade dos estudos. E ainda foi constatada a migração de um agricultor, juntamente com os filhos pequenos, em busca de escola, devido a falta de transporte escolar, no campo. A necessidade de trabalho na propriedade é complementada através da contratação e pagamentos de diaristas, perfazendo um total de 43,75% dos agricultores familiares, que contratam a mão de obra, através do pagamento de diárias. A contratação das diárias, neste caso, só acontece, quando existe demanda de mão de obra extra, ou seja, naqueles momentos de maior necessidade da produção, como o plantio, a colheita, a capina, entre outros.

Somente em 25 % dos casos estes serviços são contratados, através dos sistemas de parceria, sem carteira assinada. Isso ocorre em função dos pesados custos para o agricultor familiar, que não consegue pagá-los. Apesar disso, os agricultores demonstram uma disponibilidade, no sentido de avançar para a regularização da situação, assinando a carteira do funcionário. Nestes casos, os agricultores preferem que o trabalhador resida na propriedade, concedendo vantagens como a casa e a participação nas criações e cultivos,

além do salário mínimo. No entanto, observou-se que estas relações não estão regulamentadas de acordo com as orientações legais.

Quase não existe mais a prática de mutirão, sendo que ela somente é utilizada pelos agricultores familiares. No entanto, esta prática é mais comum quando a região é povoada de vizinhos, agricultores familiares, com características produtivas semelhantes, ou em alguma ocasião especial, de comemoração ou de festividade religiosa. Isso demonstra, o quanto este sistema de utilização da força de trabalho está ligado ao convívio social entre os agricultores.

Usa-se muito a troca de dia de serviço, dentro do grupo de agricultores familiares, em condições semelhantes aos mutirões, estando associada às normas de convívio social no campo. Este aspecto reforça a importância da sociabilidade no meio rural, no seio da agricultura familiar.

Os agricultores neorurais têm necessidade de contratação ou serviços de parceria, constante, como uso da força de trabalho. A contratação, com “carteira assinada”, representa 18,75 % dos casos. Já o uso das diárias, que é uma contratação periódica, mas sem a obrigação legal com o pagamento dos direitos trabalhistas, foi admitido por 37,5 % dos agricultores neorurais. No entanto, este valor está abaixo do valor relativo ao número de agricultores familiares que trabalham com os diaristas - 43,75 %, Tabela 1, no Anexo A. Isto pode ser explicado, em função das dificuldades enfrentadas pelo agricultor neorural com relação à contratação de mão de obra, dada a defasagem existente no meio rural e, por outro lado, a falta de condições deste, em assinar carteira para o trabalhador rural, pelo encarecimento do serviço. Por outro lado, isto confirma a premissa de que a agricultura familiar emprega grande parte da mão de obra no meio rural.

A prática da troca de dia de serviço, quase não é mais utilizada. Uma agricultora neorural, enfatizou que essa prática social é decorrente da política de boa vizinhança, da troca de favores para “socorrer o vizinho”. Essa prática extrapola para outras necessidades, como por exemplo, “quando o carro atola”; quando um vizinho, do grupo está com problemas no parto da vaca e os outros da comunidade ajudam; quando é necessário controlar o fogo que invadiu a mata ou o pasto; etc. É comum a prática da parceria, ou “troca de dias de serviços”, mas com um caráter um pouco diferente daquele sistema antigo, tradicional.

O agricultor urbano não contrata mão de obra, sendo a força de trabalho toda efetivada pela família. Tampouco pratica estas outras formas de trabalho, citadas acima,

mais características do meio rural, como as parcerias, as trocas de dias de serviço ou os mutirões.

Em termos gerais, mesmo a mão de obra sendo contratada, existe uma reclamação uníssona da dificuldade de se encontrar trabalhadores de qualidade e comprometidos com o trabalho, que se disponham a ficar no emprego, fazer parcerias, ficar como caseiro, arcar, principalmente, com os riscos da atividade agrícola. Existe uma dificuldade no estabelecimento e desenvolvimento da maior parte destas práticas, devido à instabilidade da agricultura orgânica, em Goiás e dos serviços com a mão de obra no campo. Alguns agricultores chegam a considerar este, como o maior problema enfrentado, no campo.

Os elementos analisados referentes à esta discussão encontram-se relacionados, na Tabela 1 - Complemento da necessidade de trabalho na propriedade, no Anexo A.

Com relação à renda ou sustento da família originário da produção, de dezesseis agricultores entrevistados, seis tem o sustento das famílias vindo todo da produção, o que corresponde a 37,50 %, pertencente ao tipo: agricultores familiares. Estes valores, no entanto, não indicam somente a produção orgânica, tendo em vista que, os agricultores familiares, não têm o seu sistema produtivo todo convertido para o manejo orgânico. O restante dos agricultores tem renda oriunda do serviço público, como agente de saúde e outras atividades ligadas à agricultura como a de tratorista, através do aluguel de máquina, para cultivo e como meeiro de pivô. A renda originária da produção orgânica variou entre R\$ 300,00 e R\$ 3000,00 por mês, perfazendo uma média de R\$ 471, 43. Apesar de esta ser considerada uma renda baixa, pelos próprios agricultores familiares, isto pode ser explicado, pelo fato de esta não corresponder à renda total da propriedade, uma vez que três destes agricultores, têm no leite, a sua principal fonte de renda. Neste caso, a produção do leite não é considerada como orgânica, pelos técnicos da ADAO/GO e do PVV, devido ao uso de carrapaticida no gado.

No caso dos agricultores neorurais, nenhum destes tem a renda estritamente originária da produção orgânica. Suas principais rendas são oriundas de trabalho no serviço público, de profissionais liberais, prestadores de serviço, e servidores aposentados. A atividade de produção orgânica é um complemento de renda, para 37, 50% destes agricultores.

Apenas um agricultor neorural alega que esta gera *déficit*, contabilizando os custos gerados com a produção orgânica e manutenção de toda a propriedade, chegou à

conclusão que sua renda era negativa, existindo um déficit de aproximadamente R\$ 500,00, gerado na propriedade, cujo valor não foi considerado prejuízo. Porém, na análise desse produtor, não foi computado no cálculo o que a propriedade gera em função da segurança alimentar da sua família, como por exemplo: a auto-suficiência, durante quase todo o ano, com relação à produção de leite, ovos, frutas, carnes, hortaliças, tubérculos, etc. Ou seja esta é uma renda que não está sendo analisada pelo produtor.

Contudo, ninguém observou a atividade produtiva orgânica como geradora de prejuízos, pois no caso do agricultor que analisou os *déficits* na sua renda, não os considerou como sendo um prejuízo, uma vez que entende a propriedade, como um ambiente de lazer e de obtenção de qualidade de vida. Ou seja, este seria um “preço a pagar” pela qualidade de vida almejada.

Para os agricultores neorurais, a renda originária da produção orgânica variou entre R\$ 275,00 e R\$ 2000,00, por mês, o que dá uma média de R\$ 758,33. Esta média apresenta um valor alto, pois os agricultores neorurais são os que menos obtêm renda com a produção orgânica. O valor encontrado pode ser explicado, pelo fato de que, dos sete agricultores neorurais, apenas três responderam a esta pergunta, o que elevou o valor final encontrado, pois todos os agricultores que não responderam à pergunta, achavam o valor muito baixo, chegando a ser irrisório e ainda não tinham feito uma avaliação contábil da sua atividade produtiva.

O agricultor urbano, a sua renda é originária, tanto da produção de brotos orgânicos, como de outras atividades, gerando uma renda líquida de R\$ 1350,00.

Na média geral, os agricultores orgânicos da região pesquisada têm uma renda de aproximadamente R\$ 1101,36, por mês. As maiores rendas apresentadas foram as de R\$ 3000,00 e R\$ 2000,00, para os casos onde os agricultores familiares moram juntos em três famílias, ajudando a compor uma renda maior e, o caso do cultivo do tomate, onde a época de produção foi de apenas três meses, realizado por um produtor neorural. Contudo essa média foi feita com onze entrevistados, sendo que, cinco agricultores não responderam a pergunta.

Com relação à origem da família, a maioria das famílias tem origem rural²¹. Na tipologia da agricultura familiar, todas têm origem rural, sendo que no caso dos sete agricultores neorurais, apenas dois não têm origem rural. O agricultor urbano também não

²¹ Considerou-se, que ter origem rural, significa que a família ou os agricultores foram nascidos e criados no meio rural.

tem origem rural. Uma característica marcante dos agricultores neorurais é o carinho na relação com a terra, evidenciada nos exemplos descritos a seguir. Observou-se o caso de um produtor, que apesar de não ter origem da terra, falou que a família sempre teve apego com a terra, pois os avós e tios tinham chácaras, onde os parentes se encontravam nos feriados, férias e finais de semana. Também é elucidativo o caso do casal, filhos de agricultores, que foram criados na cidade, mas depois resolveram trabalhar na terra em busca de melhor qualidade de vida, como forma de recordar suas origens e de cuidar do meio ambiente. Ainda, um outro produtor de origem árabe e italiana, cuja orientação era a de atividades ligadas ao ramo do comércio, mas seu avô trouxe do país de origem a herança cultural do trabalho com a terra.

Estes dados comprovam a característica da agricultura familiar, na sua origem rural. E evidenciam o valor dado pelos agricultores neorurais, à terra e ao meio ambiente, mesmo que esta, não esteja oferecendo lucro. Estes influenciam diretamente junto ao consumidor, ajudando na formação de opinião e, no desenvolvimento da agricultura orgânica. Esta característica é encontrada ainda em muitos agricultores que optam pelo trabalho com a produção orgânica.

4.2.2 Organização social

A ADAO/GO desenvolve ações de acompanhamento técnico esporádico nas propriedades; consultoria técnica, fiscalização da produção, junto aos agricultores associados; formação das famílias de agricultores, para o processo de produção orgânica e empoderamento do agricultor, através de reuniões, de seminários, dos Dias de Campo Participativos. Nestes momentos, convidam-se os consumidores, para que eles possam ver de perto como é produzido o alimento orgânico, fomentando um trabalho de credibilidade ao processo de produção, que finaliza-se com uso do selo da ADAO/GO, naqueles produtos que estão de acordo com as normas produtivas desta entidade. A ADAO/GO busca parcerias com organizações públicas e privadas de ensino superior e pesquisa, como as universidades locais. Ela apóia a comercialização dos produtos, através: i) da venda das cestas de produtos orgânicos e da organização das feiras da ADAO; ii) da divulgação da agricultura orgânica, na mídia e através de palestras em escolas públicas e privadas; iii) da participação em palestras, eventos e debates. Além disso, participa de espaços de articulação política, junto à sociedade civil organizada, na Câmara Técnica da Cadeia

Produtiva dos Orgânicos do Estado de Goiás e do GAO²² – Grupo de Agricultura Orgânica, que trabalha na regulamentação da Lei 10.831.

O PVV desenvolve ações junto aos agricultores orgânicos, e os que estão em processo de conversão para a agricultura orgânica. Estas ações são: i) acompanhamento técnico permanente aos agricultores; ii) apoio infra-estrutural e logístico à produção, com doação pelo projeto de insumos e mudas, uso de máquinas e equipamentos, financiamento para a produção, implementação de sistemas de irrigação; iii) oferta de cursos técnicos e seminários para a formação dos agricultores; iv) apoio infra-estrutural e logístico na comercialização dos produtos orgânicos, através da organização das feiras e venda das cestas de produtos orgânicos, com o transporte dos produtos e entrega das cestas efetivados pelo projeto; v) divulgação na mídia e em eventos afins; vi) participação de espaços de articulação política, junto à sociedade civil organizada, na Câmara Técnica da Cadeia Produtiva dos Orgânicos; vii) apoio na recuperação de áreas degradadas, através de elaboração de plano de adequação ambiental a todos os agricultores que aderirem ao projeto. Para participar do projeto os agricultores assinam um termo de adesão junto ao PVV, se responsabilizando pelas atividades a serem desenvolvidas nas suas propriedades e pelo cumprimento das orientações técnicas e se comprometendo com o projeto, para produzir sob o sistema orgânico. Apesar de todo o apoio do PVV, muitos agricultores não quiseram assinar o termo de adesão e o projeto esteve esvaziado por bastante tempo. Agora, com a produção orgânica aparecendo na mídia local e sendo escoada com preços considerados satisfatórios, os agricultores da região, estão mudando a visão com relação ao projeto, mostrando-se mais receptivos aos propósitos e ações programados pelo projeto.

Um outro motivo de descrédito com relação à agricultura orgânica, pode ser exemplificado pelo depoimento de um agricultor familiar, fazendo referência à impossibilidade de produção em função do clima e solo de Goiás, que são diferentes da sua região de origem:

Aqui só não dava, porque o inseto é demais. A terra é muito mais fraca, do que no Sul e o inseto demais.

²² O GAO foi criado em 2002, em função das necessidades que os diferentes segmentos das redes de produção, comercialização e consumo de produtos orgânicos tinham, com relação à construção de um marco legal da agricultura orgânica, adequado às realidades do Brasil. Este grupo, formado por pessoas e organizações públicas e privadas, elaborou o texto para o Decreto e a Regulamentação da Lei 10.831.

Depois que ele plantou, com o apoio do PVV, pode ver os resultados, passando então a acreditar no sistema de produção orgânico. O próximo passo foi arrendar uma terra para plantar. Agora este agricultor comercializa os seus produtos nas cestas e na Ala dos Orgânicos, da Feira do Pequeno Produtor.

Muitos agricultores do PVV, da Arca citaram a necessidade da organização deles em uma cooperativa ou associação, de forma que pudessem comprar insumos juntos, organizar a produção, vender de forma conjunta e negociar com o mercado através desta entidade. Hoje, eles conseguiram avançar neste sentido, uma vez que foi criada a Associação Agroecológica Vale Vivo (AAVV), fundada em meados de Abril de 2006, com o objetivo de trabalhar de forma organizada pela agricultura orgânica em Terezópolis e dar continuidade ao trabalho do PVV.

4.2.3 Políticas públicas

É importante ressaltar que a questão das políticas públicas gira em torno da necessidade de construção de um novo Estado e do protagonismo da sociedade, na sua formulação e gestão. Esta construção é um processo que acontece no decorrer da história e depende do próprio nível de organização e luta, no seio da sociedade, além e, em consequência de uma nova cultura política. (Mussoi, 1999).

Com relação à assistência técnica pública, 12,5 % dos agricultores, afirmam ter acesso aos serviços públicos de Ater. Sendo que, deste total, um agricultor familiar e um agricultor neorural, afirmam que ao procurarem a Agênciarural local, recebem algum apoio, alguma recomendação e, até uma visita técnica. O restante dos agricultores: agricultores familiares, agricultores neorurais e agricultor urbano, afirmaram não ter acesso, nem apoio dos técnicos da Agênciarural. Isto pode ser explicado pela situação atual de sucateamento desta instituição, do recorrente descaso do poder público federal e estadual e, pelo sentimento de descredibilidade dos agricultores rurais, para com a Ater pública, no estado de Goiás

No atual governo federal, muitas atividades vem sendo desenvolvidas pela SAF, do MDA, no sentido de reestruturar a Ater pública, orientando-a dentro da proposta de mudança de paradigma, baseada na Agroecologia, como modelo de desenvolvimento rural sustentável. Estas ações acontecem através da realização de cursos de capacitação de agentes de Ater, do apoio financeiro a projetos que viabilizem Ater e capacitação, para a

agricultura familiar no país, entre outras. Porém o governo federal privilegia agricultores familiares organizados em redes de atuação, preferencialmente voltadas para a Agroecologia e a inserção destes em territórios²³, elencados para atuação prioritária, o que dificulta o acesso a estes programas e mecanismos, por parte das entidades isoladas, como é o caso aqui presente e pela maior parte do público de agricultores familiares, do país.

Afora estas dificuldades, deve-se levar em conta os vícios da Ater pública para atender aos propósitos de uma mudança de paradigma. Os profissionais da Ater pública não estão preparados para atender as demandas por conhecimentos técnicos em Agroecologia e agricultura orgânica. No depoimento de um pequeno produtor do PVV, que reclama este apoio, acerca de informações para a produção orgânica, aos escritórios da Agência Rural local, este fato é confirmado:

A gente já cruzou com muitos casos assim aqui no projeto, de pessoas que falam que há muito tempo estão procurando ajuda, na Agenciarrural, mas o pessoal não sabe ajudar nada. Tem muito tempo que eu tô querendo produzir orgânico, entrar no orgânico e não conheço, não sei quem pode me ajudar. Então assim ainda está distante de quem tem interesse. E o pessoal do campo, assim pra gente, que não é informado, não sabe onde buscar informação, mas o pessoal da Agenciarrural, eles não têm, não sabem dar informação.

Acredita-se porém que as ações do governo federal, no sentido de propor uma política de Ater pública e gratuita para a agricultura familiar, estruturada sob o enfoque sistêmico, a metodologia participativa e com base nas premissas agroecológicas, tem a possibilidade de fortalecer a agricultura familiar e contribuir com a conservação dos recursos naturais, disponibilizando alimento seguro para a população.

Entende-se que esta:

Extensão Rural Agroecológica seria um processo de intervenção de caráter educativo e transformador, baseado em metodologias de investigação-ação participante que permitam o desenvolvimento de uma prática social mediante a qual os sujeitos do processo buscam a construção e sistematização de conhecimentos que os leve a incidir conscientemente sobre a realidade, com o objetivo de alcançar um modelo de desenvolvimento socialmente equitativo e ambientalmente sustentável, adotando os princípios teóricos da Agroecologia como critério para o desenvolvimento e seleção das soluções mais adequadas e compatíveis com as condições específicas de cada agroecossistema e do sistema cultural das pessoas implicadas em seu manejo (Caporal, 2003).

²³ Os territórios prioritários fazem parte da programa de desenvolvimento territorial, executada pela Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT) do MDA.

Com relação aos serviços de Ater, das duas entidades entrevistadas, ele é fornecido para o conjunto de agricultores vinculados a estas entidades, independente do seu tipo. No caso do PVV, da Arca, existe a prestação dos serviços de assistência técnica aos agricultores, que assinaram o termo de adesão com o projeto, formando um montante de dezessete.

Já no caso da ADAO/GO, esta assistência técnica freqüente não acontece. A ADAO/GO presta serviços eventuais, por ocasião de algum problema grave, ou das visitas de fiscalização e acompanhamento da ADAO, que estão planejadas para acontecer uma vez por ano, mas que também não acontecem. Em 2003, começou-se um programa de Ater coletiva para os agricultores associados, mas com duração de apenas quatro meses, sendo este finalizado por falta de recursos da entidade, para a manutenção deste serviço e indisposição dos agricultores em se propor a pagar por este serviço.

Vale ressaltar que a ADAO/GO, apesar de ter o papel de fiscalizar os seus produtores associados, para o cumprimento das normas de produção orgânica, não é uma entidade certificadora, sendo portanto, permitido a esta entidade prestar assistência técnica aos produtores.

Dos agricultores da ADAO/GO, somente 20% afirmaram que recebem assistência técnica de alguma forma. Esta falta de apoio técnico, foi justificada pelos agricultores e pela diretoria, em função da falta de capacidade de captar recursos suficientes para manter profissionais. Eles afirmam que o órgão público que deveria responder por isso, a Agência Rural do estado, não tem pessoal capacitado para atender os agricultores, neste tipo de produção. Trabalha-se atualmente, com o apoio técnico, do quadro de profissionais dos projetos do CNPq²⁴, aprovados pelos editais 022/2004 e 020/2005.

Observa-se uma grande diferença na qualidade visual e biológica dos alimentos produzidos pelos agricultores que recebem assistência técnica. Estas diferenças se apresentam, por exemplo, no maior tempo de durabilidade do produto, no melhor aspecto visual, na menor quantidade de danos visíveis, causados por pragas. Outras diferenças também são percebidas com relação a uma maior capacidade produtiva dos agricultores, à sua melhor qualificação profissional e ao acompanhamento dos passos destes agricultores, que se arriscam menos e tendem a melhorar os seus sistemas produtivos. Este

²⁴ Entretanto estes projetos não têm como objetivo prestar assistência aos agricultores da ADAO/GO, mas trabalhar com pesquisa e desenvolvimento em Agroecologia para a Agricultura Familiar, junto à ADAO/GO.

acompanhamento constante também permite ao profissional fiscalizar melhor as unidades produtivas, diminuindo assim a possibilidade de algum agricultor, fugir às normas de produção orgânicas. Existem ainda implicações de ordem prática, como a prioridade que os consumidores dão a produtos de maior qualidade visual, o que muda a condição de acesso ao mercado.

O crédito rural é outra política pública importante a ser analisada na produção orgânica. Sabe-se que o crédito rural tem como objetivo prover recursos financeiros para a aplicação no custeio da produção, nos investimentos em bens e serviços produtivos, na comercialização destes produtos oriundos da produção agrícola. Projetos orgânicos vêm sendo financiados geralmente sob a exigência da certificação para processos de produção orgânicos, mas nem sempre atendem as necessidades dos agricultores.

Das políticas públicas mais conhecidas pela agricultura familiar, tem-se as linhas de crédito do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), um importante instrumento de acesso a financiamentos, nas mais diferentes modalidades, inclusive para a Agroecologia. Neste sentido, foi instituído o Pronaf Ambiental/Agroecologia, no plano Agrícola familiar 2003/2004. Uma outra linha de crédito específica é o Programa de Conservação da Natureza (Pronatureza), do Fundo Constitucional do Centro-Oeste (FCO), que o criou com o propósito de apoiar a expansão da atividade orgânica, entre outras finalidades.

No entanto, este programa nunca foi acessado por nenhum dos agricultores familiares entrevistados. Eles também não demonstraram interesse em acessá-lo, pois acreditam ser muito difícil honrar o compromisso mais tarde, uma vez que o sucesso do investimento, depende de vários fatores, inclusive os não controláveis, como o clima e mão de obra. Os agricultores familiares não sabem dizer quais as linhas de crédito do Pronaf poderiam acessar, como seria a contratação e quais os recursos disponíveis.

A respeito dessa discussão, um agricultor familiar afirmou que o financiamento só é vantajoso se todos os fatores se comportarem de forma positiva, como por exemplo: se os custos de produção forem baixos, se o clima estiver favorável, se a produção for boa e a produtividade alta, se os juros forem baixos e se os preços de venda estiverem altos, de forma a cobrir as despesas e gerarem lucro.

Um agricultor avaliando sobre os financiamentos em bancos, diz não querer acessá-los por receio de não cumprir o compromisso com os bancos depois:

Eu considero banco ou financiamento assim: se você tiver como fazer aquele financiamento e der conta de aplicar tudo direitinho, o que é feito, a proposta do banco, tudo bem. Às vezes você pode até acertar, mas se você desviar qualquer coisa, você não dá conta de pagar. Aí o que você tem, vai. Eu acho assim: banco é igual lavoura sabe, ele dá um ano e no outro ele carrega! Eu considero lavoura de horta assim: ela te dá um ano e no outro ano ela te derruba, e assim você vai levando, só que você não perde aquela visão de plantar, no ano que vem eu vou ganhar e assim vai.

Por parte dos agricultores neorurais, houve contratação do FCO, por dois agricultores. Somente três, dos sete agricultores neorurais, conheciam esta linha de crédito. Um deles reclamou do fato de a sua classe não ter acesso às linhas de crédito, com taxas de juros mais baixas, como as do Pronaf, porque têm uma fonte de renda obtida de atividades não relacionadas à agricultura, apesar de serem pequenos agricultores. Ele acredita que com financiamentos desse tipo, poderia investir mais na propriedade e gerar emprego e renda.

Uma agricultora neorural acredita que só existe vantagem no financiamento se os juros forem baixos, ou se o produtor não tiver uma outra opção. E faz a ressalva de que:

É necessário estar bem estruturado para pegá-lo; ter cautela na hora de avaliar as condições.

Sobre as vantagens e desvantagens do crédito, os agricultores neorurais acham positivo já ter alguma linha de crédito para a produção orgânica, mas acreditam que seria mais vantajoso se os juros fossem mais baixos, para que pudessem investir, principalmente no caso de produção orgânica, onde o mercado ainda não está devidamente organizado.

O agricultor urbano, que trabalha com produção de brotos, se encontra numa situação diferente, por não estar no meio rural. Desta forma, ele não consegue acessar nenhuma das linhas de crédito do Pronaf, sendo difícil também se encaixar em outros tipos de financiamentos governamentais, voltados para um público urbano, como é o caso do programa do Banco do Povo. Este produtor tentou acessá-lo, mas não conseguiu, uma vez que o agente de crédito argumentou que este programa não previa empréstimo para a produção de alimentos, pois esta atividade se configurava numa atividade do meio rural.

A falta de conhecimento e apoio técnico para facilitação do acesso ao crédito, constatada na pesquisa, indica uma necessidade de suporte técnico, por parte das entidades representativas dos agricultores orgânicos da região, com relação à divulgação das

informações necessárias, acerca dos financiamentos oferecidos pelo poder público, específicos para a produção orgânica e agroecologia.

Com relação às desvantagens do crédito, de um modo geral, foi relatada somente a questão dos juros altos. No entanto, vale salientar, que a maioria dos entrevistados não tem familiaridade com financiamento. Apenas dois agricultores familiares contrataram financiamento bancário do FCO, mas tiveram prejuízo.

Foi levantado junto aos agricultores orgânicos e às suas entidades representativas, se haviam algumas participações eventuais em programas do governo federal e espaços de articulação política do governo estadual. Os agricultores orgânicos fizeram menção ao Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)²⁵, projetos financiados pelo CNPq e a Câmara Técnica da Cadeia Produtiva dos Orgânicos.

- O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)

Houve uma tentativa de negociar com a Conab e a prefeitura de Goiânia, com a venda de alimentos orgânicos, produzidos pelos agricultores familiares da ADAO/GO, durante os anos de 2003 e 2004. Na época, o programa era chamado de Programa de Compra Local. A proposta não se desenvolveu, devido à burocracia e, principalmente, à falta de informação dos servidores da Conab/GO, que não sabiam como este funcionava. Os agricultores ainda lembram que plantaram mandioca e hortaliças, mas não puderam vender para a Conab/GO.

O PAA é um programa de compra institucional, cujo objetivo é incentivar a produção de alimentos pela agricultura familiar, permitindo a compra, sem licitação, de alimentos, dentro de um limite de até o limite de R\$ 2.500 por agricultor, por ano. Os produtos adquiridos tem como destino a formação de estoques e a distribuição de alimentos para pessoas em situação de insegurança alimentar, na merenda escolar de crianças, em hospitais e entidades beneficentes. Os preços têm como referência os valores praticados nos mercados regionais e são fixados pelo grupo gestor do PAA, ou homologados pela Conab. Ele funciona através deste órgão e desde a sua implantação até agora, vem constituindo-se em um importante instrumento de acesso aos mercados pelas entidades representativas da agricultura familiar, principalmente as que trabalham com agroecologia, como pro exemplo na região Sul do país. Estas organizações têm se valido deste mecanismo para comercializar os alimentos orgânicos produzidos pelos agricultores

²⁵ Este programa do governo federal está ligado ao Programa Fome Zero, de combate à fome e geração de renda.

familiares agroecológicos. Apesar de algumas dificuldades, como por exemplo, o caso da ADAO/GO, os movimentos sociais e os movimentos agroecológicos propõem que o PAA se consolide como política pública, de forma a garantir a comercialização dos produtos da agricultura familiar, como foi discutido em Junho do presente ano, quando da realização do II Encontro Nacional de Agroecologia, no seminário Relação com os Mercados. Avalia-se que esta perspectiva de escoamento da produção, através do PAA, pode ser trabalhada aqui em Goiás, pelos dos grupos de agricultores, que fazem parte da ADAO/GO e da AAVV, garantindo assim um espaço de comercialização e escoamento dos seus produtos.

- Execução de dois projetos, financiados pelo CNPq, sob o título: Desenvolvimento Agroecológico no Entorno de Goiânia e Novos Desafios.

Estes projetos voltados para pesquisa e desenvolvimento foram aprovados, dada a participação das propostas, apresentadas pela Escola de Agronomia, da UFG, nos editais de fomento 022/204 e 020/2005, geridos pelo CNPq, do Ministério de Ciência e Tecnologia, em parceria com a Secretaria de Agricultura Familiar, do Ministério do Desenvolvimento Agrário. Estes editais eram voltados para a pesquisa e desenvolvimento em Agroecologia para a Agricultura Familiar. Dois projetos foram aprovados e contratados, sob a execução da UFG, em parceria com a ADAO/GO e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) - Escritório de Negócios de Goiânia - GO. As principais linhas de ação destes projetos são: i) a pesquisa-ação nas linhas de ação de produção orgânica e sementes crioulas; ii) levantamento de meliponídeos e desenvolvimento da meliponicultura; iii) análise da cadeia produtiva de alimentos orgânicos, da região; iv) avaliação dos índices de sustentabilidade das propriedades ligadas à ADAO/GO; v) incremento da produção e do consumo de alimentos orgânicos.

De acordo com o depoimento de um produtor da ADAO/GO:

Nós conseguimos um projeto, que visa exatamente desenvolver a agricultura orgânica aqui na região, junto ao CNPq. Então pra felicidade nossa, a gente tá percebendo hoje, muitas linhas de apoio à pequena produção, à agricultura familiar, logicamente também à produção orgânica. Mas partindo principalmente do governo federal. Iniciativas do governo estadual não são palpáveis ainda, mas existe alguma coisa já no início.

Este é um passo importante, dentro das propostas de políticas públicas, pois faz-se necessário a redistribuição dos recursos destinados à pesquisa, voltando-as também para o universo da agricultura familiar e da Agroecologia. Para tanto, Weid (1997) analisa que

esta pesquisa deve ser descentralizada e feita a partir da necessidade do agricultor. O saber do agricultor deve estar inserido intensamente na pesquisa e, por isso, deve estar previsto na metodologia científica sua participação. Deve haver uma capacitação dos pesquisadores para o enfoque científico, onde a pesquisa é participativa e considera o conhecimento empírico. Ou seja a geração de tecnologia, não deve ser fundamentada na dicotomia entre sabedoria e ciência, dado que a produção do conhecimento ou ato de conhecer é mais de comunhão com a natureza do que de dominação e controle. As experiências demonstram que ao superar a divisão do conhecimento e valorizar a transdisciplinaridade, a integração dos diferentes focos de sabedoria, pode-se compreender os diversos processos naturais e sociais que moldam as condições de produção e reprodução dos ecossistemas.

Com relação à pesquisa, pouco tem sido feito para financiar projetos de pesquisa em Agroecologia e agricultura orgânica. Apesar do potencial produtivo e econômico da agricultura orgânica e da emergência da Agroecologia como ciência, a pesquisa ainda não prioriza a produção orgânica, como perspectiva futura para o sistema alimentar.

- Câmara Técnica da Cadeia Produtiva dos Orgânicos

Em nível estadual, não existe qualquer programa ou política pública, de apoio ao desenvolvimento da Agroecologia e fomento da produção orgânica. A ação mais efetiva do governo estadual foi a criação da Câmara Técnica da Cadeia Produtiva dos Orgânicos, responsável pela gestão política estadual para a promoção do uso de sistemas orgânicos de produção. Esta foi criada, em 2003, com o propósito de implementar a lei estadual 14.385, de 09 de Janeiro de 2003 (Goiás, 2003), que dispõe sobre a política estadual para a promoção dos orgânicos e regulamentação dos sistemas orgânicos de produção. A Câmara Técnica é composta por representantes de várias secretarias do governo do estado e representantes de agentes da cadeia dos orgânicos, da UFG, da Embrapa.

Observa-se que das políticas públicas mais conhecidas, que têm como estratégia o desenvolvimento da Agroecologia para a Agricultura Familiar, do Governo Federal, como o Pronaf, com linha de crédito específica para a Agroecologia, nenhuma foi acessada. O produtor também não tem conhecimento sobre o acesso ao programa Pró-Orgânico, do MAPA. Isto pode ser explicado pelo fato de tanto os agricultores quanto as suas organizações não quererem lançar mão de linhas de financiamento para a produção orgânica ou pelo desconhecimento e falta de divulgação pelos órgãos públicos responsáveis.

No que tange às outras políticas públicas ou programas, o desconhecimento e a falta de capacidade de articulação para acessá-las, por parte das duas entidades representativas dos agricultores é uma das explicações para a falta de participação, nestes instrumentos de desenvolvimento. No caso da ADAO/GO, pelo fato de trabalhar com o voluntariado, não tem capacidade de articulação para tal. E os agricultores do PVV, não acessam as políticas públicas, pela pouca maturidade do processo construído e por estarem participando de um projeto, financiado pela Petrobrás, onde as necessidades de Ater, financiamentos, acesso a insumos e tecnologias já são supridas, pelo projeto.

4.2.4 Aspectos tecnológicos

Agroecologia, como a ciência ou disciplina científica que apresenta uma série de princípios, conceitos e metodologias para estudar, analisar, avaliar e desenhar agroecossistemas sustentáveis, fornece um novo instrumental aos extensionistas, na medida em que se refere ao estudo de fenômenos puramente ecológicos que ocorrem no âmbito dos cultivos (relação predador/presa, competição cultivos/ervas invasoras, entre outros), o que traduz o enorme potencial de aplicação deste campo de conhecimentos para resolver questões tecnológicas na agricultura, favorecendo assim o desenho e a gestão de agroecossistemas sustentáveis (Caporal & Costabeber, 2001).

Tendo em vista o aporte tecnológico dos conhecimentos agroecológicos, buscase aqui entender, baseado nos conhecimentos sobre as tecnologias de produção agroecológicas, como se encontra o nível tecnológico de produção do público pesquisado e quais fatores interferem no seu desempenho.

Os agricultores orgânicos citaram várias formas de aquisição aos conhecimentos para o cultivo orgânico, tais como: a metodologia de tentativa e erro; a pesquisa em livros, revistas e sites afins, além de outros materiais bibliográficos; a cultura passada de pai para filho; a participação em dias de campo, cursos e seminários; a participação em feiras e viagens para conhecer outras realidades; a troca de experiências com outros agricultores e técnicos; a orientação técnica e os programas de televisão.

O que diferencia a forma de obtenção de conhecimentos, entre os tipos de agricultores pesquisados é, em primeiro lugar, o poder econômico, de quem pode pagar por uma orientação técnica, por um curso, ou pela aquisição de livros e material bibliográfico para estudo. Estas foram as formas mais citadas pelos agricultores neorurais. Isto pode ser

explicado, pela maior acessibilidade ao uso das tecnologias de informações, como a pesquisa em livros, revistas, sites afins, e outros materiais bibliográficos. O fato de estarem mais próximos ou terem mais contato com o grande centro urbano facilita o acesso a esses meios de informação.

A cultura oral, passada de pai para filho, representa uma segunda diferença marcante entre as formas enumeradas pelos entrevistados. Ela foi mais citada pelos agricultores familiares, o que reflete uma das características da agricultura familiar, que é o repasse de conhecimentos tecnológicos entre as gerações e o seu patrimônio cultural. Mas essa forma de aprendizado também apareceu entre as respostas dos agricultores neorurais, uma vez que parte deles são filhos de agricultores familiares.

A orientação técnica, como forma de adquirir conhecimento, também é um diferencial, em relação aos grupos de agricultores orgânicos pesquisados, sendo um privilégio dos agricultores ligados ao PVV, independentemente, da tipologia encontrada. Alguns agricultores neorurais, ligados a ADAO/GO também citaram a orientação técnica, como uma forma de aquisição de conhecimentos para o cultivo orgânico. Isto foi explicado, por eles próprios, pelo fato de estarem mais próximos da sede da ADAO/GO, pois moram em Goiânia, tendo mais contato com os técnicos da ADAO.

As principais formas de aquisição de conhecimentos citadas pelos agricultores familiares foram: através da cultura dos antepassados; da troca de experiências com outros agricultores e técnicos; da participação dias de campo, cursos e seminários (quando gratuitos) e, em programas de televisão. Já os agricultores neorurais e o agricultor urbano, geralmente adquirem conhecimentos, através da metodologia de tentativa e erro; da pesquisa em livros, revistas e sites afins, além de outros materiais bibliográficos; da participação em feiras e viagens para conhecer outras realidades e, pela orientação técnica.

A metodologia da tentativa e erro foi muito citada, entre os agricultores neorurais e o agricultor urbano, porém não foi mencionada entre os agricultores familiares. Isso indica uma maior disponibilidade dos agricultores neorurais e o agricultor urbano em testar tecnologias e menor disponibilidade dos agricultores familiares em correr riscos. O que pode ser explicado pelo caráter econômico dos agricultores familiares, que têm na atividade agrícola sua sobrevivência, fato este que não ocorre entre os agricultores neorurais e o agricultor urbano. Contudo, para o agricultor urbano, o método da tentativa e erro, foi a única forma de sanar as dificuldades tecnológicas da produção de brotos, uma

vez que este produtor afirma não ter sido possível qualquer apoio técnico à produção, por parte da ADAO/GO.

Com relação à afirmação dos agricultores familiares, de que o repasse do conhecimento dos antepassados é uma forma de aquisição de conhecimentos para o cultivo orgânico, vale ressaltar, que esta não foi considerada como um fim, em si mesma. Um agricultor salientou a importância das novas tecnologias ensinadas pelos profissionais do PVV, no apoio à produção orgânica:

Antigamente, o esterco de gado também era colocado: o esterco seco. Colocávamos, mais ou menos uns três quilos. Aí depois fomos lá no projeto e vimos como fazer os remédios, que eram iguais aos nossos. Mas só que os dos meninos tem outras fórmulas, tem o pó de ovo, tem aquele pacotinho que eles trazem, o açúcar também, o peixe, o assa-peixe, a tiririca, a terra do mato, o cupim.

O acesso às tecnologias e informações é uma dificuldade generalizada entre os agricultores da ADAO/GO. Foram citadas, como dificuldade de acesso a essas informações e tecnologias: i) o isolamento e dispersão geográfica das propriedades; ii) a falta de acompanhamento técnico; iii) os poucos momentos de encontros, onde este repasse seria possível, dificultando este contato mais constante, entre técnicos e agricultores. Este problema poderia ser amenizado, através de um acompanhamento técnico efetivo, onde o responsável técnico repassaria informações e tecnologias sobre produção orgânica; pela promoção de eventos e cursos com este fim. Sob esta perspectiva um agricultor familiar avalia:

Eu acho que não consegui informação, fácil não. Porque a ADAO, por exemplo, não tem condição própria de bancar um agrônomo, não tem alguma coisa pra vir, vamos supor uma vez por mês, duas vezes por mês, aqui nas fazendas, para poder dar assistência aqui pra gente. Porque às vezes a gente trabalha, a gente conhece o manejo um pouco, mas tem muito coisa que você perde também, às vezes com uma doença que você não conhece. Às vezes uma doença que está no início, você tem como cercar ela, com um trabalho mais fácil, se você conhecer ela. E assim eu tenho a impressão, que se a ADAO tivesse patrocínio, conseguisse uns patrocínios mais poderosos, poderia até ter condição de ajudar, mas do jeito que está o início dela [...] E se não tivesse a dificuldade que é hoje pra manter um técnico, um agrônomo [...] É difícil! A gente nem pode cobrar deles também.

Os agricultores do PVV entendem que o acompanhamento técnico de profissionais que estão por dentro do assunto (produção orgânica) facilita muito o trabalho. O acesso às tecnologias e informações novas, que os profissionais sabem, melhoram a

produção. Afirmam que o PVV proporciona constantemente, cursos, seminários, encontros e visitas em outras propriedades, sobre a produção orgânica.

Uma reflexão posta nas entrevistas, por um agricultor neorural, foi que o mais importante na agricultura orgânica é a construção do conhecimento em cada propriedade, de acordo com a realidade local, para que não se tenha de importar tecnologias de fora. Mas, para isso, é necessário o acompanhamento sistemático, para que o técnico, juntamente com o agricultor, possa desenvolver tecnologias e práticas próprias e adequadas às condições de produção locais.

Várias são as dificuldades com relação à aquisição e busca por conhecimentos técnicos. Contudo percebe-se que o aporte de serviços especializados de Ater facilita na comunicação e no acesso aos conhecimentos e tecnologias, disponíveis para a produção orgânica, como no caso dos agricultores do PVV, da Arca. Existe uma diferença visível, na qualidade das FLV orgânicas, dos agricultores ligados a este projeto, percebida entre o início do projeto e agora. Isto demonstra como o apoio técnico no PVV e o suporte de tecnologias novas, com o passar do tempo, melhoram esta qualidade. Por outro lado, quando se observa a qualidade e quantidade dos produtos da ADAO/GO, observa-se uma estacionalidade na produção, consequência da falta de acompanhamento técnico e apoio tecnológico aos seus agricultores. Nota-se que os produtos da ADAO/GO não se desenvolveram ao longo do tempo, continuando a apresentar os mesmos problemas de qualidade e quantidade, referente aos aspectos produtivos, como forma e tamanho dos produtos, deterioração rápida dos produtos, depois da colheita, presença de danos causados por ataque de pragas, presença de insetos e restos de matéria orgânica nos produtos, maior instabilidade com relação ao volume produzido, em determinadas épocas do ano, repetição de produtos entre os agricultores, causando uma concorrência entre estes, e falta de diversidade.

Com relação à avaliação dos agricultores sobre os fatores dos quais depende o nível de tecnificação, eles citaram: i) o acesso às informações sobre as novas e mais adequadas tecnologias, treinamento para saber utilizá-las e acompanhamento técnico; ii) o acesso aos créditos e recursos financeiros, na maioria das vezes indispensável para aquisição de equipamentos e insumos. Já a qualidade da produção depende da tecnologia adotada, do manejo, do treinamento da mão-de-obra e da observação dos agricultores e técnicos para preverem e resolverem problemas com antecedência, pois muito do processo

de produção orgânico diz respeito ao planejamento do manejo preventivo e não curativo das pragas e doenças.

Diante da percepção dos agricultores orgânicos e da realidade apresentada acima, tem-se claro a necessidade de políticas públicas que supram estas deficiências de crédito e de Ater e a importância da utilização dos conhecimentos e tecnologias disponíveis, juntamente com os conhecimentos tradicionais, adaptados às condições locais de produção, para o desenvolvimento da produção orgânica, pois não existe um pacote pronto e cada situação precisa ser avaliada antes da tomada de decisão pela adoção ou não de tecnologias e uso de conhecimentos. Além disso, é de fundamental importância a produção de conhecimentos respaldados pela pesquisa científica, de forma a apoiar o desenvolvimento da agroecologia e das técnicas de produção orgânicas.

De acordo com Altieri (2002):

O comportamento ótimo dos sistemas de produção agrícola depende do nível de interações entre seus vários componentes. As interações potencializadoras de sistemas são aquelas nas quais os produtos de um componente são utilizados na produção de outro componente, como por exemplo: ervas utilizadas como forragem, esterco utilizado como fertilizante, ou ervas deixadas para pastoreio animal. Porém a biodiversidade pode também subsidiar o funcionamento do agroecossistema, quando o provê de serviços ecológicos tais como a reciclagem de nutrientes, o controle biológico de pragas e a conservação de água e do solo.

Esta deveria ser a lógica produtiva dos sistemas de produção orgânicos encontrados. No entanto, alguns agricultores, têm trabalhado apenas com a substituição de insumos, sem entender ou se preocupar com a necessidade do equilíbrio do sistema como um todo, usando inclusive estas interações ecológicas em seu favor e em favor do meio ambiente.

No caso dos agricultores orgânicos da ADAO/GO, sejam eles agricultores familiares, agricultores neorurais ou agricultor urbano, fora algumas exceções, encontram-se em um nível estacionário da produção orgânica, cuja consequência, em curto prazo, é a continuidade da situação encontrada, ou a médio prazo a perda do espaço de mercado já conquistado e da credibilidade junto aos consumidores. Entende-se que este fato é decorrente, principalmente da falta de apoio técnico. No entanto, este não é o único fator que interfere na estacionalidade tecnológica encontrada na ADAO/GO. Pode-se citar também, a falta de apoio do poder público e o caráter de voluntariado assumido pela associação como ponto de partida e fim, para o seu trabalho. Este entendimento da

organização dificulta a sua percepção e mudança de atitude, com relação à sua incapacidade de planejar e executar ações, que a permitam pensar e resolver seus problemas, como o fazem muitas associações em situação semelhante, tendo-se como exemplo, a ação de captação de recursos, como forma de minimizar estes problemas.

Com relação à questão dos níveis tecnológicos de produção encontrados entre os agricultores da ADAO/GO e do PVV, percebe-se nestes dois grupos, distinções e nuances acerca dos níveis do processo de transição para agroecossistemas sustentáveis, nos seus sistemas produtivos. É importante que se entenda em que degrau de sustentabilidade encontram-se estes agricultores, para que se possa trabalhar na resolução dos problemas ou fatores que interferem no seu desempenho.

De acordo com Gliessman (2000), podemos distinguir três níveis fundamentais no processo de transição ou conversão para agroecossistemas sustentáveis. O primeiro diz respeito ao incremento da eficiência das práticas convencionais para reduzir o uso e consumo de *inputs* externos caros, escassos e daninhos ao meio ambiente. O segundo nível de transição se refere à substituição de *inputs*²⁶ e práticas convencionais por práticas alternativas. O terceiro e mais complexo nível de transição é representado pelo redesenho dos agroecossistemas, para que estes funcionem em base a um novo conjunto de processos ecológicos.

Partindo desta análise, reflete-se que as unidades produtivas das experiências encontradas, tanto da ADAO/GO, quanto do Projeto Vale Vivo, de um modo geral, ainda se encontram no segundo nível de transição, ou seja, estão trabalhando com a substituição de insumos, sendo que, alguns agricultores da ADAO/GO e do Projeto Vale Vivo já estão iniciando um processo de transição do segundo para o terceiro nível. No entanto, sabe-se que mesmo dentro de cada uma destas experiências, várias são as situações encontradas. Encontrou-se, em nove, das dezesseis propriedades visitadas, iniciativas de processos de redesenho dos agroecossistemas, sendo que, em algumas situações, os subsistemas de produção já estão estabelecidos. Dentre estas propriedades, três pertencem a agricultores familiares.

Existe o caso de um agricultor, que apesar de a propriedade se encontrar em situação de degradação avançada, vêm se esforçando por alcançar um nível de sustentabilidade maior em sua propriedade e investindo mais energia no próprio redesenho

²⁶ Input representa o gasto de energia, cujas fontes vêm de fora, como é o caso da produção de insumos industriais, oriundos dos combustíveis fósseis.

do agroecossistema, mesmo que em pequenos passos. Por outro lado, existem agricultores, independente da tipologia encontrada, que estão mais preocupados com a colocação do seu produto no mercado de orgânicos ou com vantagens econômicas, limitando-se a trabalhar mais com a substituição dos insumos convencionais, por orgânicos e menos, com o processo de melhoria da qualidade do solo e do ambiente. Essa opção possivelmente implicará em problemas na qualidade do produto e na manutenção da sustentabilidade dos seus sistemas produtivos.

Altieri (2002) cita os princípios técnicos agroecológicos, para o manejo sustentável dos agroecossistemas a:

- Diversificação vegetal e animal ou genética, no tempo e no espaço.
- Reciclagem de nutrientes e matéria orgânica, otimizando a disponibilidade de nutrientes e o balanço do fluxo de nutrientes.
- Provisão de condições edáficas ótimas para o crescimento de cultivos, manejando matéria orgânica e estimulando a biologia do solo.
- Minimização de perdas de solo e água, mantendo a cobertura do solo, controlando a erosão e manejando o microclima.
- Minimização das perdas por insetos, patógenos e invasoras mediante medidas preventivas e estímulo de fauna benéfica, antagonistas, alelopatia, etc.
- Exportação de sinergias que emergem das relações planta-planta, plantas e animais e animais-animais.

Tomando como base esses princípios técnicos agroecológicos, observou-se que nas propriedades visitadas, onde não há acompanhamento técnico especializado para a produção orgânica ou agroecológica, encontrou-se um nível de produção quase artesanal, ou seja, estes agricultores limitam-se ao uso do esterco do gado e de alguns produtos “caseiros” para o controle de pragas, desconhecendo as práticas e/ou técnicas de produção orgânicas.

Os agricultores sentem dificuldades, com relação à falta de conhecimentos técnicos, o que traz conseqüências negativas, do ponto de vista do manejo dos agroecossistemas, da qualidade dos produtos e da comercialização destes alimentos. Por outro lado, independentemente da falta ou presença de acompanhamento técnico, observou-se que a maioria das propriedades visitadas não apresenta os cuidados mínimos com relação: i) à conservação de solos - nivelamento do terreno e terraceamento, para evitar erosão; ii) à qualidade nutricional do solo e reciclagem de nutrientes – trabalho com sistemas de produção rotativos, consorciados, sistemas mistos de criação e cultivo, adubação verde; iii) ao uso da cobertura vegetal, como meio de conservação do solo e da

água – uso de cobertura morta e cultivos de cobertura viva, práticas de cultivo que diminuam a movimentação no solo; iv) à regulação de pragas – conservação e uso de inimigos naturais e práticas de manipulação da biodiversidade; v) à qualidade ambiental da propriedade – falta de mata ciliar, cuidado com as nascentes d'água; vi) ao uso de insumos externos ou ao incremento dos insumos existentes na propriedade – trabalham somente com o esterco de curral ou no máximo com o composto orgânico.

A presença destas falhas técnicas reflete na caracterização do nível de sustentabilidade dos sistemas produtivos encontrados, que como avaliado acima, se encontram no segundo nível de transição, de acordo com a classificação de Gliessman (2000), ou seja, estão trabalhando com a substituição de *inputs* e práticas convencionais por práticas alternativas.

Com relação ao preparo do solo, o uso de máquinas pesadas esteve presente em 56,25 % dos casos pesquisados, para o preparo do solo, principalmente quando o cultivo é realizado em áreas maiores, com o objetivo de preparar o solo: aradora, grade niveladora ou tração animal. O preparo do solo geralmente é feito, usando a grade no primeiro ano e depois usa-se o arado, se necessário, principalmente visando a incorporação e controle do mato. Usa-se a roçadeira e enxada, quando as áreas são menores, quando se dispõe de mais mão-de-obra ou quando não se pode pagar o uso da máquina.

Na situação inversa, 43,75 % dos agricultores afirmaram que não usam máquinas pesadas e sim trabalho manual, tração animal ou pequenas máquinas. Dentre os motivos explicitados por estes agricultores, para a escolha das pequenas máquinas, tração animal e trabalho manual, encontram-se os seguintes: menor tamanho das áreas; maior disponibilidade de mão-de-obra; melhor conservação da qualidade do solo; concorrência no uso de máquinas, na época de plantio; falta de condições financeiras para comprar ou alugar máquinas; preferência pelo uso de tecnologias que não os deixem dependentes.

As pequenas máquinas mais utilizadas são o microtrator, a roçadeira elétrica, o triturador. Geralmente essas máquinas são usadas para os serviços de roçagem e preparo do solo, sendo os serviços de capina e tratos culturais, feitos manualmente.

Dos agricultores do PVV, todos usam o trator com os implementos (retro-encanteirador, arado e grade niveladora) do projeto, isto mesmo para o trabalho com as hortaliças. Menos um agricultor, cuja área é de 0,5 ha, onde ele apenas faz o manejo do pomar e cultiva hortaliças, com trabalho todo manual.

A maioria dos agricultores dos dois grupos, não tem trator, quando precisam, ou usam do PVV (para os agricultores ligados a este projeto), ou contratam o serviço ou pegam o trator de outra associação ou cooperativa a que estão ligados.

É importante salientar que o uso de máquinas pesadas não é proibido na agricultura orgânica, contudo, o uso depende da situação encontrada. Essas máquinas podem degradar o solo, na medida em que o reviram, principalmente, em condições inadequadas de umidade, causando compactação e pulverização do solo.

Percebe-se que o uso de máquinas e implementos está associado ao tamanho das áreas, à disponibilidade de mão-de-obra, à preocupação com a conservação do solo e às condições econômicas dos agricultores.

As técnicas de conservação e recomposição da fertilidade do solo, não são utilizadas somente para benefício dos sistemas de solos, mas também para uma série de outros benefícios que são interdependentes. Como exemplo, a prática do uso da adubação verde, pode servir, ao mesmo tempo para a descompactação do solo, para o incremento do Nitrogênio, ou para o controle de nematóides. Serve ainda para a melhoria da qualidade microbiológica do solo, e para a melhoria da aeração e infiltração de água, no solo.

A frequência no uso das técnicas de conservação do solo e recuperação da sua fertilidade, citadas adiante, demonstram que uma boa parte dos agricultores orgânicos da região usam as técnicas básicas adotadas na agricultura orgânica, para este fim. São elas: 100% dos agricultores afirmaram usar plantio em nível; 80 % fazem a manutenção da cobertura vegetal no terreno; 80% deixam cobertura morta; 60% fazem o terraceamento; 20% adotam a técnica das curvas de nível vegetadas; 30% fazem adubação verde; 95% trabalham com a compostagem; 15% usam quebra-ventos e 30% deixam áreas em pousio.

As técnicas mais adotadas são: o plantio em nível, a cobertura verde, a cobertura morta e o terraceamento. Estas técnicas são indispensáveis para evitar a erosão e para a manutenção da umidade no sistema, uma vez que o clima da região é caracterizado por intensos períodos de seca e de chuva. Entretanto, mesmo o percentual elevado de adoção destas técnicas, não implica na melhoria da qualidade dos sistemas produtivos. A maioria das propriedades visitadas apresenta erosão, mantêm o solo descoberto, em alguma época do ano e, não usam quebra-vento.

Em função do baixo índice de utilização dos adubos verdes e da falta de conhecimento com o manejo adequado do mato, pode indicar necessidades complementares de adoção de mais insumos e uso de máquinas, para o incremento de

nutrientes no sistema e descompactação, respectivamente, o que não resolve a melhoria da qualidade do solo, em longo prazo e aumentam os custos com insumos externos.

Apenas um agricultor considerou a importância da adubação verde e afirmou o seu uso anualmente, como uma forma de preparo do solo:

Nós temos utilizado o adubo verde, a gente tem tentado fazer experiências com plantas ou vegetais que possam deixar sua contribuição no solo, digamos assim. Então nós temos feito experiências com mamona, crotalária, para a descompactação. Houve época que nos usamos tubérculos de mandioca para se fazer um trabalho de plantio. Então a gente tem utilizado e feito essas experiências.

Apesar de 80% dos agricultores afirmarem que deixam cobertura morta, sob o solo depois de roçar, entretanto, a decomposição deste material é muito rápida em clima tropical, deixando o solo descoberto por algum tempo. Ou seja, somente o uso desta técnica, para a manutenção da cobertura do solo, pode não ser suficiente. A plasticultura também é indicada como cobertura morta, no entanto, esta técnica não é utilizada pelos agricultores orgânicos, devido aos custos e ao tamanho, geralmente pequenos das áreas plantadas.

Vale salientar que alguns agricultores familiares não sabem como fazer e nem qual a finalidade de determinadas técnicas, como as curvas de nível vegetadas, os quebra-ventos ou o terraceamento. Isto é reflexo da deficiência de Ater, principalmente, junto a este público de agricultores.

Com relação aos insumos utilizados no cultivo orgânico, as sementes utilizadas pelos agricultores orgânicos, tanto agricultores familiares, quanto agricultores neorurais, são obtidas, na maioria dos casos, através da multiplicação própria, principalmente no caso das hortaliças; do resgate de sementes crioulas; da compra de variedades melhoradas disponíveis no mercado e de híbridos, resistentes à doenças. As sementes híbridas só são usadas pelos agricultores neorurais e são usadas mais frequentemente em culturas mais exigentes, como o tomate, por exemplo. Estas sementes são adquiridas no mercado local e nos mercados externos, quando do uso de semente sem tratamento, da Isla Pak e quando do uso de sementes orgânicas, da Bionatur.

Já o produtor de brotos adquire sementes de fora, principalmente dos estados do Paraná, Rio de Janeiro e São Paulo. Estas sementes adquiridas, quando não são orgânicas, são isentas de tratamento. Porém, a produção de brotos comercializada pela ADAO/GO ou com o selo da entidade, é feita com sementes orgânicas certificadas.

De acordo os dados das entrevistas: 90 % dos agricultores usam sementes crioulas; 90 % usam sementes multiplicadas de um ano para o outro; 100% usam sementes de variedades melhoradas (adquiridas no comércio local) e 20% usam sementes híbridas.

Os adubos usados são: o esterco, o fosfato natural, o farelo de arroz, o pó de rocha, a terra de mato virgem, a cinza de madeira, a farinha de osso, o húmus de minhoca, a compostagem, a urina de vaca, os micronutrientes e outros materiais para acrescentar no composto e para fazer o Bokashi e os biofertilizantes.

As técnicas do uso dos biofertilizantes ou fermentados e do bokashi são utilizadas em cerca de 50% das propriedades da ADAO, sendo que nesta entidade, somente dois agricultores familiares as adotam. Já no grupo do PVV, estas técnicas são 100% utilizadas. Provavelmente esta diferença em relação ao percentual de adoção e uso destas técnicas, acontece devido à facilidade de acesso às informações e à orientação técnica, bem como a disponibilidade aos insumos e maquinário, para os agricultores do PVV.

Os termofosfatos ainda são muito utilizados na produção para a correção do solo, apesar de ser uma prática restritiva na agricultura orgânica. Os agricultores justificam o seu uso, por dar resultados imediatos na disponibilização de Fósforo no solo. No entanto, tem-se como princípio, na agricultura orgânica, que a melhoria da qualidade do solo é alcançada ao longo do tempo. Portanto, os agricultores devem investir em práticas que estejam de acordo com estes princípios. Os calcários também são bastante utilizados, mas estabelecendo-se um limite máximo de 1 a 1,5 toneladas por hectare e, somente de acordo com resultados da Análise de solos.

Os inseticidas e fungicidas usados na produção orgânica são: calda de sabão; calda bordaleza; calda sulfocálcica; isca Macex; extrato de folha de Nim; óleo de Nim; extrato de folha de mamona; extrato de Primavera (*Bouganville s. p.*); extrato de pimenta e alho; extrato de açafrão, pimenta malagueta, alho e urina de vaca, sendo esta mistura chamada de “fedor”; Natucid; calda de fumo; extrato de raiz do timbó; Xentari, leite, fungos: *Metarrizium*; óleo vegetal emulsionado; *Bacillus turhigiensis* e o Supermagro. No entanto não foi observado junto aos agricultores familiares da ADAO/GO, conhecimento com relação ao período de carência destes produtos.

O produtor de brotos, em específico, não usa nenhum tipo de controle, mas trabalha com um sistema preventivo ao ataque de fungos, que é o monitoramento sistemático, através do controle da temperatura e assepsia com cloro, das bandejas e ambiente de produção.

As rochas moídas são bastante usadas pelo grupo do PVV, por terem tido uma experiência com o pó de basalto adquirido em Jataí - GO. Este é usado no processo de fabricação do composto orgânico. São também usados os fosfatos naturais, vindos de Catalão - GO. Este grupo alega que pretende trabalhar com fontes de adubos vindos da região, pois além de se tornar mais barato o frete, desenvolve a economia local e oferece a possibilidade de trabalhar com fontes locais, estimulando a pesquisa com o uso destes materiais.

Percebe-se que a adoção de tecnologias mais especializadas e mais caras, acontece junto ao público dos agricultores neorurais, cujo poder aquisitivo e nível de acesso às informações é maior. Os agricultores familiares da ADAO/GO trabalham com técnicas mais tradicionais, limitando-se ao uso das sementes locais, dos compostos orgânicos e esterco, além do leite e do óleo de Nim como defensivos. Isto acontece tanto pela sua segurança na adoção de técnicas mais conhecidas deles, como pelo desconhecimento de outras técnicas. A consequência disto é a limitação qualitativa e quantitativa da produção. Contudo, precisa-se entender que esta limitação também envolve a deficiência de mão-de-obra, além destas citadas acima.

Os insumos usados na produção orgânica, cuja obtenção não é possível na propriedade rural, são comprados em lojas comerciais de Goiânia e das respectivas cidades aonde os agricultores estão locados. No entanto, alguns produtos que não são encontrados em Goiás, são comprados em São Paulo - SP ou Brasília - DF.

Todos os agricultores afirmaram que existe dificuldade em adquirir insumos para a produção orgânica, pelas seguintes razões: i) dificuldade de acesso às sementes orgânicas e alguns micronutrientes para os preparados, no mercado local, porque não tem ou porque não estão reunidos em um só local; ii) instabilidade na oferta dos produtos no mercado local, pois muitas lojas só oferecem o produto durante determinado tempo; iii) dificuldade na obtenção das quantidades desejadas, uma vez que as lojas vendem os produtos, somente em grandes quantidades, sendo que o produtor precisa de pequenas quantidades, principalmente aqueles usados na fabricação dos preparados e os micronutrientes.

Estes problemas poderiam ser resolvidos, com a adoção da compra conjunta, pelas entidades representantes dos agricultores. Isto está resolvido no caso do PVV, mas não no caso da ADAO/GO. A associação poderia adquirir estes produtos em maiores quantidades e repassar aos seus associados, como foi sugerido por um produtor:

É uma das esperanças, que eu tenho um dia, de a ADAO/GO organizar os agricultores, para adquirir esses insumos e ratear entre os agricultores, seria um grande avanço nisso.

No caso do PVV, da Arca, este problema não existe, pois o projeto adquire os insumos, e os repassa sem custo aos agricultores. Contudo, é possível que seja um problema a ser resolvido futuramente pela AAVV, quando acabar o financiamento, previsto para Outubro de 2006. O depoimento de um agricultor familiar do PVV reflete a dificuldade de acesso aos insumos e, refere-se ao apoio do projeto:

Tem dificuldade porque a gente é pobre, não tem como procurar em Goiânia. Se em Goiânia não tem, tem-se que procurar em outra cidade. Como que vai fazer? Não tem acesso a isso fácil. O projeto já tem as pessoas lá dentro, que tem acesso rápido e fácil a isso, né. Então eles conseguem pra gente.

Com relação a identificação de fornecedores de insumos para a agricultura orgânica, em Goiânia ou proximidades, não foi encontrada nenhuma empresa, que se ocupasse desta função, que reunisse os produtos num só local. Existem vendedores de São Paulo e, até locais, que vendem alguns insumos ou sementes para a agricultura orgânica, sendo que a atividade acontece de forma desorganizada, sem estabilidade na oferta. Algumas lojas do comércio local vendem insumos que servem para a agricultura orgânica, contudo, estes produtos estão espalhados, sendo necessário um mapeamento de onde se pode encontrar estes insumos.

As pragas mais freqüentes e que causam maior dano nas culturas de FLV orgânicos, são as mesmas dos cultivos convencionais. Em muitos casos, os sistemas de controle usados pelos agricultores orgânicos conseguem resolver o problema, mas há situações de perda da cultura comercial ou queda na produção.

Na Tabela 2 - Representação das pragas, danos causados e controle às culturas comerciais orgânicas, no Anexo A, estão relacionadas as pragas, doenças e plantas daninhas mais freqüentes, encontradas nos sistemas produtivos dos agricultores de FLV orgânicos, juntamente com os mecanismos de controle. Nesta tabela, encontra-se também a relação, correspondente às outras atividades produtivas destes agricultores.

Segundo Altieri (2002):

A agroecologia enfatiza um enfoque de engenharia ecológica que consiste na interação dos componentes do agroecossistema (cultivos, animais, árvores, solos,

etc.), de maneira que as interações temporais e espaciais entre estes componentes se traduzam em rendimentos derivados de fontes internas, reciclagem de nutrientes e matéria orgânica e, de relações tróficas entre plantas, insetos, patógenos, etc., que ressaltem sinergias tais, como os mecanismos de controle biológico.

Foi observado, nos sistemas produtivos visitados, que o desenho das áreas e dos subsistemas têm sido pensado e modificado, em função do aumento da diversidade das espécies, visando a complementação das necessidades alimentares, os efeitos benéficos das interações de plantas, o uso estratégico de plantas nos corredores e nas curvas de nível como repositoras de matéria orgânica, fornecedoras de matéria-prima para a fabricação de caldas e preparados e como fonte de alimento para animais úteis. Isto ajuda na manutenção do equilíbrio do ecossistema e aumenta as possibilidades de uso, de um mesmo manejo. Porém, estas práticas são adotadas com baixa frequência e de forma ainda lenta.

Como já discutido acima, o próprio aumento da diversidade local já favorece a diminuição no ataque de pragas. Segundo Altieri (2002):

A restauração da diversidade agrícola no tempo e no espaço se pode conseguir mediante o uso de rotações de cultivos, cultivos de cobertura, cultivos intercalados, consórcios de cultivo/criações, etc. Se dispõe de diferentes opções para diversificar os sistemas de cultivo, dependendo se seus sistemas de monocultivos a serem modificados, estão baseados em cultivos anuais ou perenes. A diversificação pode tomar também lugar fora da cultura, por exemplo, nas bordas dos cultivos, com barreiras corta-ventos, cinturões de proteção e cercas vivas; os quais podem melhorar o *habitat* para a vida silvestre e para os insetos benéficos, prover fontes de madeira, matéria orgânica, recursos para abelhas polinizadoras e melhorar a velocidade do vento e o microclima.

Vale ainda dizer que não é somente importante a diversidade por si só, mas a diversidade funcional, achando-se em defasagem as pesquisas que apontem quais as combinações de espécies vegetais e outros organismos dos sistemas que seriam ideais para aumentar mais ainda este efeito benéfico da diversidade sobre o controle de pragas.

O controle de pragas se inicia quando se pensam as estratégias de manejo e o desenho dos agroecossistemas e, quando se trabalha com o manejo adequado do solo, para o fornecimento de matéria orgânica, com o objetivo de melhorar a qualidade física, biológica e química do solo.

São poucos os produtos utilizados para o controle de pragas na produção orgânica de FLV e quando isso ocorre, privilegia-se o uso de produtos locais, os cuidados preventivos e o manejo. Estas técnicas, aliadas ao uso da biodiversidade, se desdobram na

ação específica da melhoria no controle de pragas, como podemos ver na discussão feita por Altieri (2002):

Nos agroecossistemas modernos, a evidência experimental sugere que a biodiversidade pode ser utilizada para melhorar o manejo de pragas. Alguns estudos têm demonstrado que é possível estabilizar as populações de insetos nos agroecossistemas mediante o desenho e a construção de arquiteturas vegetais que mantenham as populações de inimigos naturais, que possuam efeitos dissuasivos diretos sobre as pragas [...]. Estes efeitos positivos podem ser encontrados quando as interações complementares entre os diversos componentes bióticos podem ser utilizadas para induzir efeitos positivos e diretos no controle biológico de pragas específicas de cultivos, na regeneração e aumento da fertilidade do solo e sua conservação. A exploração destas interações ou sinergias em situações reais, requerem o desenho e manejo do agroecossistema e o entendimento das numerosas relações entre solos, microorganismos, plantas, insetos herbívoros e inimigos naturais.

Além da baixa capacidade na adoção de práticas de manejo que possibilitem a melhoria da qualidade biológica, nutricional e física do solo, o aumento da diversidade funcional também tem sido uma prática pouco planejada e executada entre os agricultores pesquisados. A partir de onde pode-se analisar que o nível tecnológico de produção que embasa os sistemas de produção orgânicos é baixo, devido principalmente à falta de conhecimentos e de acompanhamento técnico.

4.2.5 Aspectos produtivos

A análise dos aspectos produtivos tem como objetivo caracterizar os principais produtos e as atividades produtivas desenvolvidas pelos agricultores orgânicos da ADAO/GO e do PVV e quantificar o volume de produção de FLV orgânicos.

As principais atividades desenvolvidas comercialmente pelos agricultores são a horticultura e o leite. Outras atividades também ganham visibilidade e ajudam na composição da renda dos agricultores, como a produção de frutíferas exóticas e nativas, para venda *in natura* e processamento (doces, geléias, conservas, licores e polpas para sucos); a produção de brotos; a criação de peixes; a criação de abelhas, para a produção de mel; a panificação; a criação de galinhas caipiras e galinha d'angola, para venda de carne e ovos; a criação de suínos, para a venda de carne e processados; produção de tomate e processamento (tomate desidratado, geléia e molho de tomate). Outros legumes também são processados para a fabricação de geléias, picles e molhos.

Os produtos como o leite orgânico, as frutas e os legumes, os panificados e as carnes, são processados de forma artesanal. No entanto, existe uma agroindústria local que processa alimentos orgânicos e os vende com o selo da ADAO/GO. Esta agroindústria é especializada em desidratação de frutas e está situada em Gojânia.

É necessário salientar que o processamento da produção orgânica, no meio rural é uma atividade essencialmente feminina, requerindo grande quantidade de mão-de-obra e que, muitas vezes, não é levada em consideração no cômputo da rentabilidade da atividade. No entanto, na realidade apresentada, as mulheres foram capazes de precisar, mais do que os homens, a quantidade de alimentos processados, os subprodutos gerados e a resposta financeira apresentada. Estes dados encontram-se demonstrados na Tabela 3 - Produção anual média, no Anexo A, somente as agricultoras familiares e agricultoras neorurais da ADAO/GO processam os alimentos. Sobre o processamento artesanal, uma agricultora neorural, avalia suas vantagens e desvantagens:

É um carinho maior que se tem ao processar esse alimento, uma dedicação maior, dá aquele aspecto de caseiro, de mais gostoso, mas tem uma desvantagem muito grande que é a mão de obra muito desgastante. A mão de obra é muito grande, então acaba que fica muito sobrecarregado, o que a gente vai fazendo é ir adquirindo equipamentos adequados. Então nós temos os equipamentos, as panelas em aço inox, como é exigido [...] Ele abre o mercado à medida que é um produto gostoso, saboroso, é convidativo, mas ele fecha porque não há possibilidade de se produzir numa escala maior, exatamente pelo limitante da mão de obra.

A qualidade sanitária é garantida, segundo as produtoras, através dos cuidados com a limpeza constante dos utensílios e instalações, o uso de toucas, a higiene pessoal, a esterelização das embalagens, o uso de água de boa qualidade, respeitando períodos de validade e os cuidados no acondicionamento dos alimentos. Elas salientam para o fato de que a qualidade de higiene do produto começa na produção, pois a obtenção de um produto de boa qualidade depende de um processo, que tem início ainda na produção e termina na mesa do consumidor, como, por exemplo, o cuidado com a sanidade dos animais na produção de leite orgânico, para evitar a mastite, a brucelose e outras doenças. Todas as produtoras já fizeram cursos técnicos de processamento de alimentos, oferecidos pela Escola de Agronomia e Engenharia de Alimentos da UFG ou pelos escritórios da Agência Rural, de seus municípios.

As exigências sanitárias do MAPA são as mesmas, tanto para uma produção em maior escala das indústrias alimentícias de grande porte, quanto para a produção

artesanal ou mini-agroindústrias. Isso dificulta a viabilização da produção familiar, pois dificilmente, estes agricultores conseguem atender aos requisitos. Existe uma reclamação uníssona dos agricultores pela adequação das normas da vigilância sanitária às condições de produção. Porém as agricultoras garantem que o público consumidor de orgânicos prefere os doces caseiros, aos doces industrializados e com sabores artificiais.

A horticultura é a atividade produtiva com que primeiro os agricultores orgânicos ganham mercado. Ela é desenvolvida por todos os agricultores entrevistados, sendo que em quatro, dos dezesseis agricultores, ela não se caracteriza como a principal atividade comercial. Entre as áreas destinadas a esta atividade, encontrou-se um tamanho médio de 1,02 ha, por propriedade. Já a atividade da produção de frutas, ocupa uma área média de 2,69 ha, sendo que em quatro propriedades, encontram-se desenvolvidas dentro do manejo de Sistemas Agroflorestais. Estes sistemas começaram a ser implantados, sendo necessário ainda um espaço de tempo, até que se alcancem níveis de produção ótimos para a comercialização. Dada esta realidade, a produção de frutas é muito baixa.

Apesar de a pesquisa ser feita visando a caracterização da produção de FLV, obteve-se também informações acerca das outras atividades produtivas dentro de cada propriedade, em função da diversidade de atividades encontradas, como é o caso da produção de leite, que pela sua importância econômica, na região, vale salientar. Dos agricultores pesquisados aproximadamente 68% trabalham com leite, seja esta produção orgânica ou não, vendendo o excedente da produção na forma de queijo, doces ou entregando para o “leiteiro”²⁷. Destes 68%, apenas 18% fazem o manejo orgânico das criações. Portanto a produção de leite orgânico mostra um potencial a ser desenvolvido, dentro das áreas produtivas de orgânicos, na rede de produção, cuja demanda é orientada para Goiânia. Vale a pena se pensar em estratégias para o desenvolvimento comercial da produção de leite orgânico, tirando o produtor da dependência do “leiteiro” e melhorando o equilíbrio do agroecossistema. É importante dizer que existe uma agroindústria em Goiânia de fabricação de iogurtes, coalhadas e creme de leite, cujo processo de certificação já está em fase final, que vem arejando a possibilidade de adquirir leite orgânico para suprir a sua demanda por esta matéria-prima. Sendo consolidada esta possibilidade, este seria um incentivo para o investimento na produção de leite orgânico.

²⁷ O leiteiro é uma figura conhecida dos agricultores em Goiás, pois ele passa diariamente, pela manhã, recolhendo o leite nas propriedades. Geralmente ele é um “atravessador” ou intermediário, que apenas intermediaria a compra do leite dos agricultores, pelas empresas. E também é ele quem coloca o preço no leite. Ele pega o leite na porta do produtor e entrega na porta das empresas, ou dos tanques de resfriamento.

Os dados sobre a produção orgânica anual podem ser visualizados na Tabela 3 - Produção anual média, no Anexo A. É importante dizer que estes dados são uma estimativa, para facilitar a caracterização da produção de orgânicos estudada, pois durante a coleta de informações, a maioria dos agricultores não têm definido o tamanho exato das áreas, a produção e o volume de venda. Muitos dados foram complementados, através de levantamento nas feiras e nas planilhas de venda, da ADAO/GO e do PVV. Mas ainda assim, os dados não demonstram os volumes exatos, correspondentes à realidade.

Nesta tabela, encontram-se os dados de todos os alimentos orgânicos produzidos dentro das propriedades, contudo os plantios de “roças” (lavouras de grãos e cana de açúcar), geralmente são voltados para o consumo das famílias ou abastecimento alimentar das criações. Pouco do que é plantado é comercializado, a não ser no caso do milho.

A produção de hortaliças orgânicas ocupa uma área média de 1,02 ha, da qual saem para a comercialização, cerca de 1508 itens²⁸ por semana, durante todo o ano, sendo considerada nesta média a queda na produção de folhosas, na época chuvosa. A produção de frutas ocupa uma área média de 2,69 ha, de onde saem cerca de 134 itens, por semana. A produção de FLV orgânica atende prioritariamente ao mercado da venda direta (feira e cestas) e pouco do que é processado, também é vendido neste mercado. A produção de brotos orgânicos, realizada pelo agricultor urbano, é de cerca de 80 kg, por mês, sendo vendida prioritariamente em restaurantes e lojas de produtos naturais.

O tamanho médio das propriedades dos agricultores orgânicos de FLV é de 49,42 ha, sendo que na distribuição de uso do solo destas áreas, grande parte delas não estão sendo manejadas, estritamente de acordo com as normas de produção orgânica, ou seja, em alguns dos subsistemas encontrados, cujos produtos não são comercializados como orgânicos, o manejo da área ainda é feito com o uso de insumos químicos. Este é um problema, com relação à credibilidade e à manutenção do equilíbrio dos sistemas produtivos. Analisando-se este problema sob o ponto de vista do acompanhamento da produção, isto pode ser explicado, para o caso da ADAO/GO, que se encontra em fase estacionária com relação ao seu desenvolvimento. A inconsistência de um acompanhamento técnico efetivo dificulta esta conversão da propriedade como um todo, uma vez que não pode ser estimulada e fiscalizada. No caso do PVV, que só recentemente

entrou no mercado, a conversão de todo o sistema produtivo é uma preocupação e uma meta a ser atingida. Por mais que exista boa vontade por parte das entidades, dos agricultores e dos consumidores, no sentido de gerar credibilidade ao processo de produção orgânica, o controle sobre as práticas convencionais só existirá se houver melhor acompanhamento e fiscalização dos sistemas produtivos orgânicos.

O planejamento das atividades produtivas, no caso da ADAO/GO, não é feito pela equipe técnica, mas pelos próprios agricultores, a partir da sua percepção de demanda, por determinados itens, aumentando ou diminuindo a oferta destes itens, para o consumidor. Como este planejamento é feito individualmente, ocorre que muitas vezes os agricultores têm excesso de determinados produtos e falta de outros, gerando uma competição entre os próprios associados da ADAO/GO. O produtor de brotos também faz planejamento da produção, em função da demanda de mercado, fora dos espaços de comercialização da ADAO/GO. Nestes mercados (restaurantes, lojas e hospitais) os produtos não são diferenciados, ou seja, o produtor vende os brotos orgânicos, pelo mesmo preço do convencional. Estes só são vendidos como orgânicos (brotos oriundos de sementes orgânicas certificadas), nas feiras e nas cestas da ADAO/GO, com o selo.

Esta situação não acontece junto aos agricultores do PVV. Neste projeto, os agrônomos da equipe técnica fazem um planejamento mínimo, para que não tenha sobreposição de produtos e não faltem itens variados para a comercialização, de forma coletiva, ou seja, o planejamento é feito para atender todos os agricultores. Desta forma, não há repetição de produtos entre os agricultores, uma vez que a comercialização é feita em grupo e com a finalidade de suprir a demanda para a comercialização e de manter o padrão do produto. O planejamento também obedece as épocas mais favoráveis de plantio, como relata um agricultor do PVV, as atividades são planejadas assim:

Nós elaboramos um calendário de manejo das plantas e dos animais, com algumas atividades físicas regulares, por exemplo. O calendário que nós utilizamos lá é o calendário biodinâmico, então existe a época para fazer plantios de frutíferas, de tubérculos, para podas. Que são as questões da lua crescente, minguante, quando a força da planta está para cima ou está na raiz.

Para o planejamento da área, como sistema produtivo, um agricultor neorural,

²⁸ Ítem é a denominação dada pela ADAO/GO e pelo PVV, para indicar o tipo e a quantidade de cada produto, na tentativa de padronizar a comercialização, em função da venda para as cestas, o que terminou criando junto aos agricultores, um padrão de venda também nas feiras.

da ADAO/GO pensa na melhoria do sistema, utilizando técnicas de rotação de cultura, plantio de barreiras vegetais contra o vento, uso de adubação verde e plantas funcionais nas bordas da lavoura. O mercado e o abastecimento familiar também são levados em consideração. Este produtor investiu comercialmente no cultivo do tomate e na produção de mel. Ele relata sobre a rotação de culturas, na sua área de plantio:

É feito um planejamento, anual de seqüência de cultivo [...]. Se trabalha basicamente com três culturas, que seriam: o tomate, seguido por milho ou por couve-flor e depois um pouco de pepino ou abóbora.

Este relato mostra uma seqüência de plantio, que propõe o planejamento da produção, visando o aproveitamento sucessivo de nutrientes deixados pelas culturas anteriores.

Nenhum produtor que trabalha com criação de animais, principalmente os agricultores de carnes, ovos e leite orgânicos, faz o planejamento da quantidade de alimentos orgânicos que vai precisar durante o ano para abastecer o seu plantel, o que pode causar riscos, quando tiver de adquirir grãos na mão de terceiros ou no comércio local. Estes grãos podem estar contaminados com agrotóxicos ou terem origem transgênica, pois o controle de qualidade é praticamente impossível, dependendo de acompanhamento e orientação e fiscalização constantes. Os agricultores justificam afirmando que compram de pessoas conhecidas, vizinhos que eles sabem que não usam agrotóxicos ou não plantam sementes transgênicas, no entanto, isto não é o suficiente para garantir a qualidade orgânica do material.

Percebendo a necessidade de aumentar a oferta de alimentos orgânicos, para o mercado, os agricultores dos dois grupos, já vêm discutindo a possibilidade do aumento das áreas produtivas e planejamento para atender o mercado; da melhoria da infraestrutura, para o transporte; do aumento da produção do leite; da obtenção da certificação por auditoria, em função das exigências das vendas para os supermercados. Como nenhum dos dois grupos faz planejamento para atender a demanda dos grandes mercados varejistas existentes em Goiânia e, como o grupo da ADAO/GO não faz planejamento da produção em função dos mercados, esta realidade reflete bem o caráter pouco empresarial como é conduzida a prática da agricultura orgânica na região.

Como desafios relacionados à produção foram apontados pelos agricultores orgânicos: i) resolver a falta de acompanhamento técnico especializado constante (para o

caso dos agricultores da ADAO/GO) e, de um planejamento da produção, para que sejam resolvidos problemas de escala e oferta constante de produtos; ii) melhorar a qualidade visual, a diversidade e a quantidade de produtos ofertados, durante todo o ano; iii) buscar mais articulação, apoio e parcerias junto a organizações governamentais e não governamentais, em busca de apoio infra-estrutural para a produção, comercialização e sede (para o caso da ADAO/GO); iv) resolver o problema de transporte dos produtos dos locais de produção até os locais de comercialização (para o caso da ADAO/GO); v) construir uma agroindústria que recebesse e transformasse os produtos, principalmente as frutas. Um outro problema citado constantemente é a falta de conhecimento das técnicas de produção, pois os agricultores se sentem despreparados a produzir um alimento de melhor apresentação e qualidade, a ter segurança da colheita, sem estes conhecimentos e sem o apoio técnico. Foi citada ainda, a necessidade de aumentar o número de agricultores trabalhando com agricultura orgânica, para “dar mais força ao movimento”, ou seja, para melhorar a capacidade de produção de orgânicos e movimentar mais a comercialização.

5 MERCADOS DE FLV ORGÂNICOS EM GOIÂNIA-GO

5.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Em estudo sobre o mercado de produtos orgânicos, no Brasil, Darolt (2002), destacou que a agricultura orgânica começou a despontar a partir do início de 1980. Entretanto, nos últimos 5 anos o crescimento foi maior.

É interessante ressaltar que o aumento do mercado orgânico que vinha subindo, no início da década de 1990, cerca de 10% ao ano, cresceu em torno de 40 a 50% na virada deste milênio em termos de produtos comercializados.

Este mercado, que cresce vertiginosamente, vem embalando discussões e fomentando ações a respeito do desenvolvimento da agricultura orgânica no país. Algumas ações são orientadas pela lógica dos movimentos sociais, da sociedade civil organizada e dos empreendimentos particulares, de onde surgem diversas nuances, interesses e dinâmicas. Num extremo, há o envolvimento na construção de um processo maior, incentivado pela ação política da luta em favor do desenvolvimento rural sustentável e acesso à terra. Na outra extremidade, as motivações são conduzidas pela ação de produção e comercialização para atender um mercado de nicho, sedento e crescente, recebendo para isto o prêmio, vinculado a este tipo de produto. Nesta lógica comercial, tem-se como premissa o cumprimento imediato dos pré-requisitos exigidos pelo mercado.

A questão que move a maioria das discussões a respeito da produção convencional e orgânica é: produzir para atender o mercado, geralmente um mercado agro-exportador, globalizado e excludente. Esta questão existe em função dos reflexos da atual globalização e, tem como consequência a exclusão dos agricultores familiares do processo de produção, pois estes, muitas vezes, não conseguem se encaixar ou se adequar para atuar com presteza neste mercado. Conseqüentemente, o agricultor familiar, encontra-se com menos oportunidades para garantir a sua renda e subsistência, no contexto atual de produção para o mercado.

Todavia, os agricultores familiares têm se inserido dentro do processo de produção orgânica, buscando outras lógicas de relação com os mercados. Procuram assim,

circuitos alternativos, com atuação na perspectiva mais solidária e justa de construção destas novas relações.

Entender como funciona esta lógica de mercado, estar atento a novas relações de comércio construídas, principalmente para minimizar esta exclusão e, trabalhar com novas possibilidades, pode ajudar no desenvolvimento da produção orgânica e do acesso aos mercados, para os agricultores familiares.

Quando se pesquisa sobre os mercados de produtos orgânicos, a maioria dos dados encontrados se referem às **exportações**, assim como às vendas nos mercados internos para as **grandes redes varejistas**. Entretanto existem outros canais de comercialização ou outras possibilidades de escoamento da produção orgânica, como o mercado de **produtos orgânicos processados**, que no Brasil ainda é muito pequeno. “O Instituto Biodinâmico (IBD) e a Associação de Agricultura Orgânica (AAO) juntos possuem apenas 27 empresas processadoras certificadas” (Darolt, 2002). No mercado interno, além das grandes redes varejistas e dos processados, existem ainda os **pequenos varejistas**, que são: lojas de produtos naturais, restaurantes, empórios, pequenos e médios supermercados, armazéns, mercearias, frutarias, verdurões e lanchonetes; as **Centrais de Abastecimento** (Ceasa/GO) e, no caso da venda direta: as **feiras livres**; as **cestas de alimentos orgânicos**, entregues em domicílio e o **Programa de Aquisição de Alimentos** (PAA), da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab).

O mercado das vendas diretas (feiras livres, cestas e PAA) representa atualmente algumas das possibilidades existentes, para se escoar a produção orgânica, dentro desta nova relação de comércio mais justa e solidária. Darolt (2002) afirma que “as principais feiras livres orgânicas movimentam pouco mais de R\$ 2 milhões por ano, em cidades como Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Os agricultores que organizam as feiras são, em sua maioria, pequenos e filiados a associações”.

É claro que como no caso do PAA, da Conab, as esferas estaduais ou municipais dos governos também podem desenvolver seus próprios programas de compras governamentais de produtos da agricultura familiar. As iniciativas são livres e estão abertas, principalmente para um mercado em construção. Para que isso aconteça é necessário a conjunção de esforços do governo e a organização social dos agricultores orgânicos e dos movimentos sociais afins.

Nestes mercados, acontece uma crescente e incessante movimentação de produtos e serviços, vendidos informalmente, em especial, no caso da venda nas feiras e

cestas, a consumidores atentos a outras expressões da produção orgânica e dispostos a trabalhar dentro de uma outra lógica de consumo, baseada em relações mais justas e solidárias de comércio. Esta relação é construída com base no apoio destes consumidores à agricultura familiar e sua reprodução social, com fins a uma economia solidária, mesmo que estes atores ainda não se dêem conta disto, nem mantenham uma relação mais formal a este respeito. Pode-se dizer que estes atores trabalham, de forma consciente ou não, pelo desenvolvimento rural sustentável. Muitos deles se organizam em associações, ONG's e cooperativas de consumidores e estão engajados no movimento de aglutinação aos interesses da agricultura familiar e da agroecologia, cuja identidade se converge para a Articulação Nacional da Agroecologia (ANA)²⁹. Isto ficou claro na apresentação de algumas experiências nacionais, que reúnem estas características de engajamento (movimento *Slow Food*, Rede Ecológica do Rio de Janeiro e ADAO/GO), no II Encontro Nacional de Agroecologia (ENA), realizado em Recife – PE, de 02 a 06 de Junho de 2006, onde participam movimentos, entidades, comunidades do Brasil inteiro, que trabalham em prol do desenvolvimento rural sustentável e da agroecologia.

Na realidade local, este movimento se expressa através da construção das relações justas entre agricultores e consumidores e da inserção de novos grupos de agricultores e consumidores. Estes movimentos e expressões informais ocorrem através da venda direta nas feiras livres e eventos, visitas de consumidores aos locais de produção, participando de atividades de turismo rural e Dias de Campo Participativos, onde também ocorre venda de produtos orgânicos e serviços. Todo este movimento tem conseqüências benéficas no fortalecimento da agricultura orgânica e da geração de credibilidade junto aos consumidores, que depende e se complementa, junto a outras estratégias participativas. Estes consumidores participativos, por sua vez, são mais ativos e conscientes do seu papel e muitos estão dispostos a contribuir na consolidação deste movimento, a partir da construção de redes de relações, entre agricultores, consumidores, entidades parceiras, como Universidades, ONG's, Agência Rural, Câmara Técnica da Cadeia Produtiva dos Orgânicos, do Estado de Goiás, Comissão Estadual da Agricultura Orgânica – MAPA e, outras associações de agricultores.

É sabido que grande parte da demanda por produtos e serviços vem de um padrão de consumo insustentável, dentro do atual contexto ambiental e social do planeta

²⁹ Os princípios orientadores da ANA estão descritos na Carta Política do I ENA, realizado em julho de 2002, na cidade do Rio de Janeiro-RJ. Disponível em: <http://www.agroecologiaemrede.com.br>.

Terra. Acredita-se que a alternativa, para que se possa garantir o direito das futuras gerações de poderem usufruir dos bens naturais passa pela mudança nos padrões de consumo concomitante à mudança nos padrões de produção.

A partir da percepção destes problemas, os consumidores têm mudado de hábitos, incorporando a percepção com a saúde, o que leva muitos consumidores a procurar alimentos orgânicos, ainda identificados somente pela ausência de agrotóxicos. Atualmente é apontado o perfil do consumidor de alimentos orgânicos, como um consumidor que possui melhor acesso a informações adequadas, está dotado de maior capacidade de análise, tem maior poder de compra e está mais sensível aos problemas ambientais e sociais. Isto ajuda na formação de uma demanda consistente e econômica para os produtos orgânicos.

O consumidor de produtos orgânicos se encontra geralmente, nas camadas mais instruídas e elitizadas da população. No entanto, isto não faz da população de baixa renda menos apta para o consumo de alimentos saudáveis e menos disposta a contribuir com a sustentabilidade do planeta. Se esta população tivesse mais informação e os preços dos alimentos orgânicos estivessem mais acessíveis ao seu padrão de consumo, é muito provável que também estivesse disposta a consumir estes alimentos. Cabe em qualquer lugar uma pergunta: “Você consumidor, gostaria de comer alimentos com veneno ou sem veneno?” É muito pouco provável que alguém responda que gostaria de comer alimentos com veneno. Com base nesta premissa, conclui-se que existe grandes possibilidades de avanço para a agricultura orgânica, resta-se saber como fazer, para alavancar este crescimento, na realidade local.

Cria-se lentamente a consciência de que os consumidores têm um grande poder nas mãos: o de escolher aonde e como vai gastar o seu dinheiro, em quem ele está apostando, para quem ele está pagando. Mas não se pode deixar nas mãos dos consumidores toda a responsabilidade da mudança de paradigma e, conseqüentemente, dos padrões de consumo. Sabe-se que esta não é uma iniciativa somente do consumidor e que apenas o fato de o consumidor ter o poder de decisão, não mudaria os padrões de consumo e de produção. Esse entendimento sinaliza para o fato de que não é somente o mercado quem determina a mudança nos padrões de produção e não só a economia quem orienta os padrões de desenvolvimento, mas também as decisões políticas, o poder da orientação econômica hegemônica e, a decisão consciente de compra do consumidor. Enfim, toda a sociedade pensando e agindo em prol da verdadeira sustentabilidade do planeta.

Portanto é necessário levantar essas questões chaves para que se comece a analisar o ponto de partida, para a condução do desenvolvimento rural sustentável e, principalmente, pensar alternativas para melhorar o consumo e a demanda por alimentos orgânicos, orientando assim uma melhor perspectiva para a sua produção e a sustentação das famílias no campo. Isto será discutido a partir da realidade pesquisada, que mostra que existem outros movimentos e orientações paralelas ao que se chama de globalização e mercado e, a riqueza de experiências ainda não consolidadas, mas que podem, através do seu potencial, mostrar que existem outras perspectivas de desenvolvimento.

Se, por um lado, existem possibilidades, mesmo que pequenas e a pesados custos, de se encontrar um caminho para atender aos mercados mais elitizados, por outro, existem possibilidades de se construir outras relações de comércio, nos mercados internos, principalmente na venda direta e partir por caminhos de mais fácil adaptação do agricultor familiar. Cabe ao próprio agricultor, dentro do seu ambiente social, ter o entendimento do que é melhor para si próprio, para a sua família e para a sua comunidade, de forma que este tenha condições de garantir a sua qualidade de vida e reprodução social.

Não se trata de dizer que a orientação do mercado não é importante. Ela ajuda no planejamento da produção, na oferta de produtos para a mesa do consumidor, na sustentação dos agricultores. Mas trata-se de fomentar uma discussão a respeito deste mercado, das relações construídas, da participação dos consumidores como agentes ativos de uma mudança de paradigma, onde não se excluam as classes tanto de agricultores, como de consumidores, de níveis econômicos mais baixos, mas nem por isso inativos ou contra-producentes.

Percebe-se que em países onde a agricultura orgânica já se desenvolveu economicamente, algumas condições são comumente observadas, relacionando-as ao sucesso do processo. Segundo Darolt (2002), o incentivo governamental, com o apoio financeiro aos agricultores ajuda no aumento do número de propriedades em conversão e conseqüentemente no crescimento de agricultores trabalhando dentro do sistema orgânico. O apoio à pesquisa e difusão de tecnologias para o agricultor, assim como o trabalho no sentido de educar o consumidor, ajudam a impulsionar a produção sustentável. A maior disponibilidade de opções de venda de produtos orgânicos, seja a oferta através da venda direta, de cooperativa de consumidores, de lojas de produtos naturais, em redes de supermercados, etc., aumenta o acesso a esses produtos pelos consumidores, fazendo crescer o mercado. Em países que regulamentaram a produção e o mercado de produtos

orgânicos, o selo tornou-se um procedimento de *marketing* importante para a divulgação do produto orgânico para o consumidor. Por último, Darolt afirma que além do apoio governamental, um plano de desenvolvimento para a agricultura orgânica é fundamental, para o seu incremento, a exemplo do que ocorre em países como a Dinamarca, Suécia, Holanda, França, Reino Unido e EUA.

Para conseguir, então, a promoção da agricultura orgânica no país e em Goiás, faz-se necessário um maior esforço governamental, no sentido de compreender os problemas existentes e trabalhar para superar os desafios da realidade local, que serão discutidos ao longo do texto.

Neste estudo, definiremos os mercados ou canais de comercialização existentes para produtos orgânicos, em Goiânia, analisando os aspectos que definem como este está sendo atendido, em função de um lado, da produção e de outro, da demanda.

O mapeamento dos locais de comercialização de FLV, na cidade de Goiânia, foi realizado com a finalidade de se descobrir quais os locais que comercializam produtos orgânicos ou têm interesse em comercializá-lo, para que a partir disso se estime a demanda por estes produtos e as possibilidades de abastecimento. Estes locais levantados foram estabelecimentos comerciais de pequeno e grande porte e a Ceasa/GO, ou seja, agentes do comércio de FLV, em Goiânia.

Foi feita uma tipologia destes agentes ou espaços, para melhor organizar os dados levantados e os resultados da pesquisa, conforme a subdivisão abaixo. Então estes agentes se subdividem nos seguintes tipos:

- i) Feiras livres e cestas de alimentos orgânicos (venda direta).**
- ii) Lojas especializadas ou pequenos varejistas.**
- iii) Centrais de Abastecimento de Goiás S/A – Ceasa/GO.**
- iv) Grandes redes varejistas.**

Os critérios de análise para a definição dos tipos passam pela caracterização de aspectos comuns entre estes, que se aglutinam: nos volumes demandados e comercializados e na importância que estes espaços oferecem para o destaque e difusão dos alimentos orgânicos; na oferta e no abastecimento de alimentos orgânicos; no contato direto com o consumidor e na construção da proximidade no relacionamento entre agricultor e consumidor.

Sabe-se, por exemplo, que o espaço de comercialização de FLV orgânicos, dentro das grandes redes varejistas, funciona como uma vitrine, na promoção da

agricultura orgânica. Estas redes têm colaborado na difusão e *marketing* dos produtos orgânicos, através principalmente da oferta, em seus estabelecimentos de um grande *mix* de produtos, reunindo desde as mais diferentes FLV, assim como grãos, café, leite e derivados, o que facilita a compra pelo consumidor. Ainda que, muitas vezes, estes produtos sejam ofertados a preços elevados e impraticáveis para o consumo pela grande maioria da população. Por outro lado, estes serviços oferecidos na promoção das vendas são cobrados, a preços altos, também muitas vezes, se tornando impraticáveis as relações de comércio entre grupos de agricultores, comercializadoras ou associações, com estes estabelecimentos.

Uma vez definidos os critérios de escolha das categorias, parte-se agora para uma caracterização destas:

i) Feiras livres e cestas de alimentos orgânicos (venda direta)

Atualmente, o mercado da venda direta é a forma mais usual de abastecimento de produtos orgânicos aos consumidores. Esta venda acontece através da comercialização nas feiras e cestas de produtos orgânicos. Ela poderia também acontecer através da venda para a Conab/GO, mas esta relação não está ainda estabelecida, no mercado local, conforme discussão já realizada anteriormente. Este mercado se caracteriza pelo contato direto com o consumidor e pela construção da proximidade de relacionamento entre estes atores sociais, num ambientes de confiança mútua.

Entende-se que as feiras são os melhores espaços, tanto para agricultores quanto para consumidores, trabalharem o estreitamento das relações, onde se definem os consumidores mais dispostos a colaborarem com o desenvolvimento da agricultura orgânica, podendo adquirir produtos com a mesma qualidade e com preços bem inferiores aos dos supermercados e lojas especializadas. As feiras são um ponto de encontro, um espaço de troca de saberes, um espaço cultural de valorização do trabalho dos agricultores e seus conhecimentos, um momento de construção de novas relações e novas perspectivas econômicas, sociais e culturais. Por essa razão, as feiras têm um papel fundamental, no desenvolvimento da agroecologia e da agricultura orgânica.

Em Goiânia, a feira de produtos orgânicos acontece na Ala dos Orgânicos, da Feira dos Pequenos Produtores, no Parque de Exposição Agropecuário, aos Sábados, pela manhã, das 5:00 às 10:00 horas. Participam desta feira os dois grupos de agricultores pesquisados, que só recentemente (a partir de Dezembro de 2005) resolveram se separar dos demais agricultores da feira, em função da confusão a que o consumidor estava

submetido, em identificar quais eram os agricultores orgânicos, já que muitos outros feirantes, que pegavam produtos da Ceasa/GO para revender nesta feira, afirmam que seus produtos são orgânicos. A organização e administração deste espaço estão sob a responsabilidade da ADAO/GO e da AAVV, sendo que só podem expor seus produtos, os agricultores devidamente cadastrados e acompanhados por estas organizações. Os agricultores, cuja unidade produtiva esteja em conversão, ainda não podem vender seus produtos na Ala dos Orgânicos, mas podem participar da feira, juntamente com os outros feirantes. O espaço é devidamente identificado e sinalizado, com faixas e *banners*.

ii) Lojas especializadas ou pequenos varejistas

São os armazéns, empórios, mercearias, frutarias, verdurões e lojas de produtos naturais. Estas subdivisões foram feitas em função dos tipos de estabelecimentos encontrados na lista telefônica, denominados na lista, como títulos³⁰. Escolheu-se fazer o mapeamento por telefone, somente no caso desta categoria, junto aos donos ou responsáveis por cada estabelecimento, devido à dispersão geográfica dos pontos encontrados e da dificuldade em encontrar os responsáveis disponíveis em seus locais de trabalho. São empreendimentos particulares, muitas vezes sem registro legal de microempresa, que trabalham com o comércio de alimentos em geral, mas principalmente FLV.

Neste tipo, o volume de comercialização é menor e a oferta é mais específica para FLV, sendo que poucas lojas já começam a oferecer alimentos orgânicos, em Goiânia. A negociação de compra e venda se caracteriza de uma maneira mais informal e mais direta com os donos dos estabelecimentos. Geralmente, nestas lojas os comerciantes se dispõem a arriscar junto com o agricultor a formar o mercado, principalmente quando toma a iniciativa de comprar o seu produto, para expô-lo na loja. Sendo a compra efetuada, na maioria das vezes sem perdas para o agricultor, ou seja, o produto não é deixado em consignação.

iii) Central de Abastecimento de Goiás - Ceasa/GO

É uma empresa estatal de economia mista. Ela trabalha com o abastecimento de hortifrutigranjeiros, de forma a atender o mercado varejista e com o mercado atacadista para abastecimento. É o grande centro distribuidor de FLV, em Goiânia, apesar de ainda não ter uma política de promoção destes produtos, junto aos seus permissionários e agricultores cadastrados. As relações comerciais são feitas entre os agentes – agricultores,

intermediários e permissionários. Existem as cotações dos preços dos produtos, vendidos pelos permissionários, de quem o agricultor se submete ao preço.

Com relação aos dados referentes à Ceasa/GO, estes representam 176 permissionários, embora não esteja assim contabilizado nos resultados, pois estes permissionários são lojas estabelecidas, regularmente registradas, que têm a sua autonomia, mesmo estando dentro do espaço da Ceasa/GO. Dentro da empresa, funciona diariamente o Galpão não Permanente ou “Pedra do Produtor”, local onde os agricultores, devidamente cadastrados, vendem seus produtos. Esta empresa ainda não tem um programa de incentivo à produção de FLV orgânicos, implementação deste mercado e, portanto de distribuição destes produtos. O seu representante não soube responder, quais das lojas teriam interesse em comercializar produtos orgânicos, ou se teria dentro deste centro de abastecimento uma loja ou espaço específicos para comercializar FLV orgânicos. Foi feita, em 2003, uma visita a agricultores orgânicos do estado de São Paulo, no sentido de se iniciar um programa de incentivo à produção em Goiás, junto aos agricultores familiares associados à Associação dos Produtores de Hortifrutigranjeiros do Estado de Goiás – ASPHEGO, que comercializam na Feira do Pequeno Produtor, mas este programa não teve continuidade.

iv) Grandes redes varejistas

As grandes redes varejistas são os hipermercados e supermercados, empresas multinacionais e nacionais, de patrimônio privado, sendo que em Goiânia, entrevistou-se os responsáveis pela gerência de comercialização ou do setor de “hortifruti” dos hipermercados Carrefour, Wall Mart e Grupo Pão de Açúcar, representando os estabelecimentos dos supermercados Extra e Pão de Açúcar. Trabalhou-se também com dois hipermercados com distribuição regional, o Hiper Moreira e o Marcos, que possuem características semelhantes aos grupos citados acima.

Este tipo de mercado caracteriza-se pelo grande volume de comercialização, pela iniciativa de atendimento à demanda do consumidor, reunindo um leque de alimentos orgânicos para a oferta. A relação de compra e venda é formal, exigindo principalmente, comprovantes da situação legal do agricultor ou da associação representante e notas fiscais de venda. As vendas são consignadas e o preço é estipulado pelo supermercado, o que normalmente engessa o fornecedor, principalmente, quando este não tem infra-estrutura adequada para este trabalho. De acordo com Fonseca (1999), em pesquisa realizada pela

³⁰ Títulos indicam atividades, produtos ou serviços (TELELISTA, 2005).

Pesagro-RIO, não existe padrão nas negociações com os supermercados, cada comercializadora de produtos orgânicos possui negociação própria. A pesquisadora afirma que uma das grandes dificuldades nos espaços dos supermercados é que produtos hidropônicos, outros produtos convencionais e orgânicos dividem a mesma prateleira. Para aumentar a comercialização de FLV orgânicos, nas metrópoles, as grandes redes varejistas têm adotado os serviços de promotores de vendas, no local de exposição dos produtos, a fim de proporcionar maiores explicações sobre o que é um produto orgânico e suas vantagens, para os consumidores.

Com relação à Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), não foi feita entrevista com um representante desta instituição. No entanto, percebe-se a sua grande importância, depois da política lançada pelo governo federal, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), na aquisição de alimentos das entidades representantes da agricultura familiar, inclusive alimentos orgânicos. Esta paga um preço, até 30% a mais sobre o valor dos produtos convencionais equivalentes, de acordo com o valor de mercado, desde que comprovado que estes alimentos são produzidos em sistemas orgânicos. Este programa apesar de já ser uma política pública, pode ainda ser revogada, com a mudança de governo, ficando indefinido se as famílias agricultoras continuariam se beneficiando desta forma diferenciada de comercialização de alimentos para a classe da agricultura familiar.

5.2 CARACTERIZAÇÃO DOS MERCADOS

5.2.1 Forma de abastecimento de FLV

A importância de se entender a forma de abastecimento de FLV em Goiânia, comumente praticada pelo comércio varejista, desta capital, gira em torno da necessidade de dirimir ou minimizar dúvidas com relação à comercialização de FLV orgânicos. Constatou-se que praticamente todo o comércio varejista de Goiânia compra ou se abastece através da Ceasa/GO. De acordo com o gerente da Divisão Técnica, a Ceasa/GO não comercializa nenhum tipo de produto orgânico. Então, se um comerciante afirmava que só comercializava produtos desta central, já se sabia de antemão, que ele não comercializaria produtos orgânicos. Porém, em alguns telefonemas feitos, junto ao pequeno comércio varejista, os entrevistados informavam que compravam tudo da Ceasa/GO, mas que seus produtos eram orgânicos.

Percebe-se então que pode existir uma desinformação sobre o que é um produto orgânico, ou que o próprio comerciante pode estar recebendo esta informação equivocada do agricultor e repassando ao consumidor ou ainda, o próprio comerciante e/ou o agricultor podem estar, de forma oportunista, tentando obter lucro, nesta nova oportunidade de mercado.

A respeito deste problema, Farina et al. (2001) concluíram que os principais desafios e ameaças do mercado são os crescimentos magníficos do mercado consumidor, com oferta escassa do produto, que apontam para reais possibilidades de realização de lucros econômicos que têm incentivado a entrada desorganizada e muitas vezes oportunista de agentes que se beneficiam de um ambiente regulatório ainda deficiente.

É importante ressaltar que o repasse de informações erradas implica em lesões ao consumidor, pois ele compra um produto convencional, pensando ser orgânico. Um outro aspecto a ser considerado é o de que estas informações repassadas, por estes agentes do mercado (agricultores e comerciantes), provavelmente são motivadas pelo prêmio pago ou valor agregado ao produto orgânico. Vale ainda considerar que este agricultor pode de fato acreditar que o seu produto é orgânico, pela falta de informação e/ou informações erradas que são repassadas.

Informações deste tipo prejudicam não apenas o consumidor, mas também os agricultores que estão fazendo um trabalho sério, na produção de alimentos orgânicos. Se existe alguém que deve ser beneficiado com a agregação de valor inerente ao produto orgânico, que sejam trabalhadores rurais que realmente estão construindo a agricultura orgânica, em Goiás.

Na análise desta categoria, avalia-se como os diferentes tipos de mercado se abastecem. Os dados sistematizados, encontram-se na Tabela 4 - Forma como adquire FLV em Goiânia, em anexo. As formas de abastecimento encontradas são: diretamente do agricultor, da Ceasa/GO, de outros estados, e para o caso de alguns hipermercados, de outras lojas da mesma rede ou ainda de fazendas da própria rede. No caso do abastecimento de FLV orgânicos, tem acontecido com frequência, que as lojas de Goiânia, recebem os alimentos de lojas da rede, vindos de outras capitais, como Brasília e São Paulo. De fato, os supermercados de Goiânia, não adquirem FLV orgânicos dos grupos de agricultores locais, assunto a ser discutido mais adiante.

Os resultados correspondentes às formas de aquisição, na tabela, estão sobrepostos, pois os agentes mapeados compram tanto da Ceasa/GO quanto diretamente do

agricultor. Isto demonstra que cresce a forma de negociação direta com o agricultor, principalmente das grandes redes varejistas.

Os mercados da venda direta de FLV orgânicos, de Goiânia é abastecido pelos agricultores orgânicos da ADAO/GO e do PVV, que vendem diretamente os seus produtos, nas feiras livres e cestas. Nesse caso, não há intermediário, pois a forma de abastecimento é feita diretamente do agricultor, para o consumidor.

Já a forma de abastecimento dos produtos vendidos dentro da Ceasa/GO é feita através da compra direta dos agricultores ou de intermediários, pelos permissionários que são lojas estabelecidas e devidamente registradas, dentro deste espaço. A Ceasa/GO também disponibiliza o espaço para a exposição e comercialização de hortifrutigranjeiros pelos próprios agricultores, na “pedra do produtor”.

Constatou-se na pesquisa que a Ceasa/GO entra tanto como categoria, que já estava definida, quanto como forma de aquisição de FLV, em Goiânia, junto ao comércio varejista³¹. Este aspecto evidencia que a Ceasa/GO continua sendo um grande centro de abastecimento, pois todos os comerciantes e redes varejistas entrevistados compram FLV nesta central. O que nos permite apontar um grande potencial para a criação de um espaço só para o abastecimento de orgânicos dentro desta central. Isto ajudaria a difundir e disponibilizar ao comércio varejista, os alimentos orgânicos e ainda, a dar credibilidade ao processo.

Na Ceasa/GO, a comercialização de FLV se dá de forma direta, na relação do agricultor com o comerciante ou permissionário, na “pedra do produtor” ou indireta na relação do intermediário (quem comprou do agricultor) com o comerciante ou permissionário. Quando a relação do agricultor é de venda direta para o estabelecimento comercial, no caso das lojas especializadas, podendo ser ou não formal, algumas lojas têm optado pela devolução ao agricultor do que não foi vendido, mas este comportamento não tem se generalizado. Isto é um diferencial com relação aos supermercados (grandes redes varejistas) que trabalham com a devolução de toda a mercadoria não vendida na loja.

Na formação do mercado, uma característica importante para o desenvolvimento da agricultura orgânica é a compra direta, como sendo uma das formas de libertação do agricultor das mãos do intermediário. Muitos dos agentes têm procurado, independente da Ceasa/GO, comprar os produtos para a revenda, diretamente do agricultor. Isto já foi discutido por Souza et al. (1998), na região do estado de São Paulo, onde avaliou

em que medida os setores de supermercados, sacolões e distribuidores já estavam naquela época comprando os produtos hortícolas diretamente do agricultor.

5.2.2 Comercialização de FLV orgânicos

No levantamento, junto aos mercados de FLV de Goiânia, sobre a comercialização de FLV orgânicos, constatou-se que em cerca de 25% dos casos, são comercializados estes produtos. No entanto é preciso mais cuidado ao se avaliar estes dados, por dois motivos: o primeiro é que existe ainda uma desinformação geral sobre o conceito de alimento orgânico. E o segundo, que existe a possibilidade de que comerciantes, estejam se aproveitando do momento de formação do mercado, da falta regulamentação e de fiscalização, para obtenção de vantagem econômica na comercialização, pelo uso do termo orgânico.

Muitos comerciantes das lojas especializadas afirmam que compram FLV orgânicos, sendo que estes produtos eram adquiridos de agricultores que entregam o produto diretamente na loja, ou na Ceasa/GO. Mesmo os que disseram comprar produtos somente da Ceasa/GO, afirmaram estar vendendo alimentos orgânicos. Por outro lado, duas das lojas especializadas afirmam que revendem produtos orgânicos de agricultores certificados, do estado de Goiás e de outros estados ou de agricultores já conhecidos da ADAO/GO.

Contudo, não se pode afirmar que os resultados expostos na Tabela 5 - Comercialização de FLV orgânicos, em Goiânia, encontrada, em anexo, com relação aos agentes que comercializam FLV orgânicos, corresponda à realidade, em função da falta de informação sobre o que é o alimento orgânico e da falta de fiscalização e controle, por parte do MAPA sobre quem produz, quem vende, quem certifica.

No caso da venda em feiras livres e cestas de alimentos orgânicos, considerados processos de venda direta, são comercializados produtos orgânicos, oriundos de propriedades ligadas aos grupos da ADAO/GO e PVV. Estes alimentos são produzidos e comercializados pelos agricultores destes dois grupos, desde que as suas propriedades estejam aptas para a produção orgânica. Nestas feiras há disponibilidade para a entrada de outros grupos de agricultores, que estejam desenvolvendo um trabalho digno de confiança

³¹ Estes dados podem ser visualizados na Tabela 4.

da rede, formada por participantes do movimento pelo desenvolvimento da agricultura orgânica, em Goiás.

No caso das grandes redes varejistas, onde se foi verificar *in loco*, observou-se que um produto exposto (um melão, vindo do Nordeste), continha a identificação na fruta, feita pelo próprio supermercado de que o produto era orgânico. Um desses supermercados anunciou em propaganda veiculada em panfletos, que vendia FLV orgânicos, mas apesar de conter *banners* expostos, na seção de “hortifruti”, não foi encontrado nenhum produto exposto, com selo de certificadora ou qualquer identificação de alimento orgânico, que justificasse a propaganda. Um outro caso ocorreu, quando o gerente de um dos supermercados afirmou que uma alface cultivada sob sistema hidropônico, era orgânica e porque o cultivo era diferenciado. Estes fatos nos remetem novamente à questão discutida anteriormente, das atitudes oportunistas destes agentes e/ou da falta de informação.

Verificou-se ainda a indicação de unidades produtivas, citadas pelas lojas especializadas, que em princípio (de acordo com o entendimento dos representantes dos estabelecimentos), trabalhariam com produção orgânica, porque irrigavam com água da mina ou porque não usavam agrotóxicos.

Por estas razões, faz-se necessário uma averiguação *in loco*, pela Comissão Estadual de Agricultura Orgânica (CPOrg/GO), na Unidade da Federação na Superintendência do MAPA, ou órgão responsável, para que se possa preservar o consumidor; cadastrar os possíveis agricultores de alimentos orgânicos, bem como fiscalizar as lojas que estão vendendo ao consumidor, produtos tidos como orgânicos, sem que se tenha a devida credibilidade deste fato.

Os comerciantes, de um modo geral, não sabem sobre as garantias que envolvem a comercialização de produtos orgânicos, estabelecidas em lei. Desconhecem os agricultores orgânicos que estão ligados a alguma estratégia que garanta o controle de qualidade ou a credibilidade de sua produção, se fazem parte de alguma associação de agricultores ou têm qualquer tipo de assistência técnica, seja ela particular ou pública, de forma que se tenha o controle qualidade da produção, dentro destas unidades produtivas, em conformidade aos princípios e recomendações da Lei 10.831.

As questões discutidas acima refletem um desconhecimento geral sobre o que é um produto orgânico e, conseqüentemente, um equívoco na garantia ao consumidor de que tal produto vendido é orgânico. O resultado da situação é um reflexo em cadeia, pois há o repasse de informações equivocadas, desde o agricultor, o vendedor até o consumidor.

Vale ressaltar que essa atitude fere os direitos do consumidor, sem desconsiderar o que isso pode causar à sua saúde, caso o consumidor lesado, tenha intolerância a algum resíduo de agrotóxico, ou esteja fazendo algum tratamento médico.

5.2.3 Percepção de produto orgânico

No mapeamento junto às lojas especializadas, os comerciantes definiram o produto orgânico como sendo o alimento produzido com água da mina; alimento produzido com adubos químicos, mas não com agrotóxicos; alimento sem veneno; alimento sem adubo; alimento produzido com esterco. Em alguns casos confundem ainda alimento orgânico com alimento hidropônico e acreditam que somente as folhosas podem ser produzidas de forma orgânica. Apenas um comerciante confessou não saber o que é um produto orgânico. Contudo percebe-se uma grande diversidade de definições, dada a falta de entendimento sobre o conceito de produto orgânico.

Com relação às grandes redes varejistas, o entendimento sobre o que é o alimento orgânico pode ser visto nos dois depoimentos de representantes, gerentes gerais de hortifruti, de duas redes:

Produto orgânico é um produto tratado desde o plantio, ele tem a sua maneira de comercialização desde o plantio [...] hoje até pra min te falar sobre o produto orgânico é um pouco complicado, porque nós, nas lojas do Carrefour nos temos poucos produtos orgânicos. Nós temos somente o café, temos a cachaça feita de mandioca, o arroz orgânico e também açúcar orgânico. Esses produtos orgânicos são até complicados da gente estar falando porque hoje no Brasil a gente esta começando a trabalhar com isso, começando a engatinhar.

É o produto que não tem agrotóxico, que o cultivo dele é diferente do produto que tem realmente um nível de agrotóxico zero, produto antigo que o pessoal fala.

Percebe-se que o conceito geral sobre o que é um alimento orgânico é muito superficial, até para os agentes das grandes redes, que já trabalham com a comercialização destes produtos em lojas do país. Esta defasagem de informação reflete a realidade da agricultura orgânica, no Estado de Goiás, que ainda se encontra em processo inicial de desenvolvimento.

No caso da venda direta, a percepção sobre produto orgânico dos agricultores que o vendem é clara e reflete o conhecimento do conceito. Estes mesmos agricultores se

ocupam da tarefa de educar os consumidores, quanto ao produto orgânico e critérios para obtê-lo, o que é feito com material de divulgação e em conversas no ambiente da feira. Nas cestas também vão materiais informativos. A ADAO/GO se propõe a organizar Dias de Campo Participativos, onde além dos agricultores, são também convidados os consumidores, para verem de perto como são produzidos os alimentos nas propriedades a ela ligadas. Esta ação gera credibilidade ao processo de produção desta associação, educando os consumidores, que podem ser um aliado no processo de divulgação e desenvolvimento da agricultura orgânica.

Uma pesquisa realizada pela Empresa de Pesquisa de Opinião e Mercado Ltda (2005), junto à população de Goiânia confirma que o público, em geral, também desconhece o produto orgânico. Essa pesquisa indica que para 38% dos entrevistados, não se forma nenhuma idéia, quando se fala “produto orgânico”; para 17% da amostra, o produto orgânico está vinculado à idéia de produto sem agrotóxico, sem veneno; 5,5 % dos entrevistados relacionam produto orgânico com processo de reciclagem e 3,5% a produtos modificados.

5.2.4 Demanda por FLV orgânicos

Em relação à demanda de FLV orgânicos, a partir da percepção dos comerciantes e agricultores, que realizam venda direta, é possível concluir que quase a metade os entrevistados acredita na existência de uma demanda, que não está sendo atendida. Estes resultados podem ser visualizados na Tabela 6 - Demanda de FLV orgânicos em Goiânia, em anexo.

Na venda direta, esta questão é abordada quando da aplicação dos questionários aos agricultores. A análise resulta de um acompanhamento destes grupos em reuniões e nos espaços das feiras, desde 2004 e das respostas ao questionário. Os agricultores acreditam que existe uma demanda, tanto pelos consumidores diretamente, quando pelos outros mercados que podem ser acessados e desenvolvidos, em Goiânia.

Foi constatado que o mercado para produtos orgânicos em Goiânia está em crescimento, que as grandes redes de supermercado ainda não vendem de forma constante e com variedade FLV orgânicas, nas suas lojas. Citam que novas marcas de produtos vindo de Brasília já estão sendo comercializadas nestas lojas, só que sem constância na oferta. Nas feiras são poucos os agricultores que vendem os seus produtos, as organizações

(ADAO/GO e PVV, da Arca) que entregam cestas afirmam que existe uma demanda por cestas de produtos orgânicos que elas não conseguem atender, mas por outro lado, os consumidores de cestas não se fixam, ou seja, existe uma mobilidade muito grande, no consumo das cestas. Se por um lado existe uma grande demanda, por outro lado, muitas pessoas não se estabelecem enquanto consumidores de cestas. Isto pode ser explicado pela falta de infra-estrutura, principalmente da ADAO/GO e dos seus agricultores na organização das vendas destas cestas e, pela falta de mais variedade na oferta dos produtos.

Alguns agricultores acreditam que como a atividade está começando a se desenvolver agora, é preciso oferecer o produto a outros mercados, como as grandes redes de supermercados, desde que os agricultores estejam organizados, para ter poder de “barganha”. Acreditam que pode-se acessar os mercados institucionais; abrir mais pontos de comercialização, fazendo parcerias com restaurantes ou construir um local próprio de abastecimento de orgânicos, como um ponto no Ceasa/GO, possibilitando a garantia de outras formas de comercialização e escoamento da produção. Contudo até que se chegue neste ponto é necessário ter produto de qualidade e com credibilidade para estes mercados, o que tem de ser feito de forma compassada e, de preferência, com apoio governamental.

Para tanto, um agricultor afirma que:

É aquela história da organização dos produtores. Ele ter a capacidade de gestão empresarial da sua área de produção e saber o que se precisa produzir, saber escalar a produção pra não dar super produção, baixa produção, aquela onda ruim que é a falta do produto [...] tem que se programar, se organizar, fazer o planejamento. Isso aí é sério, é sério mesmo!

Uma outra ação citada foi o trabalho constante de conscientização junto aos consumidores, principalmente aqueles que, em princípio, tem mais condições de consumir os produtos orgânicos.

Os representantes das lojas especializadas e da Ceasa/GO acreditam que se houver maior disponibilidade de produtos orgânicos nos mercados, haveria mais demanda. Pois acreditam que o quantitativo ofertado, seria facilmente escoado nessa equação de oferta e procura. Contudo avalia-se que o aumento da demanda por produtos orgânicos está também muito relacionado com a divulgação e a popularização destes produtos, do que somente com o aumento da oferta.

Todas as redes de grandes varejistas acreditam que existe uma demanda por produtos orgânicos, principalmente os FLV, porque são os mais conhecidos e divulgados.

Um gerente justificou essa demanda pelo fato de as pessoas associarem os produtos orgânicos à saúde. Contudo, ainda é necessária maior divulgação dos seus aspectos benéficos.

Dois dados parecem ser consensuais entre os agentes de mercado. O primeiro refere-se à necessidade de ampliar a divulgação de informações sobre os alimentos orgânicos, para a população, em geral. O segundo, diz respeito à necessidade de que a oferta de produtos orgânicos esteja organizada para atender o mercado de forma eficiente, ou seja, com qualidades adequadas, quantidades suficientes, constância e variedade de FLV.

Houve casos de lojas especializadas que afirmaram não haver demanda em seus estabelecimentos, pelo fato de seus estabelecimentos estarem localizados em bairros de periferia. Nesses locais, a população é pobre, não sabe diferenciar a qualidade destes produtos com relação aos convencionais, nem dispõe de condições financeiras para pagar um preço mais alto, pelos alimentos orgânicos. Esta preocupação alerta para a necessidade de se popularizar o preço dos produtos orgânicos, o que possivelmente vai acontecer, na medida em que se tenha mais oferta destes produtos no mercado.

Vale ressaltar que o fato de estes agentes acreditarem que existe demanda, pois estão em contato direto com o consumidor que procuram estes produtos, não significa que estes consumidores realmente levariam produtos orgânicos para casa. Em pesquisa realizada pela Empresa de Pesquisa de Opinião e Mercado Ltda (Epom), junto a consumidores de Goiânia, 78% de entrevistados afirmaram estar dispostos a pagar mais para terem o produto orgânico (Epom, 2005).

No entanto, o que realmente vai garantir uma demanda constante por produtos orgânicos, é o fato de os produtos expostos, serem comprados pelos consumidores. A partir daí pode-se ter uma medida mais eficiente da procura. A falta de conhecimento sobre o tamanho desta demanda pode colocar a atividade de produção orgânica em risco para os agricultores, pois é necessário um ponto de partida, de uma estimativa de demanda, para se colocar os produtos no mercado. Isto pode gerar perdas, que geralmente são assumidas pelos agricultores, no caso da relação com os supermercados. Para superar este desafio, é preciso que os agricultores e os mercados trabalhem dentro de uma lógica de aumento paulatino, da produção e do consumo, de preferência com o compartilhamento dos riscos.

Esta fase inicial de formação do mercado deixa o agricultor muito vulnerável, necessitando de apoio governamental, no sentido de aumentar a divulgação do alimento

orgânico e garantir compras governamentais, dentre outras iniciativas. Quaisquer que sejam as ações, para o desenvolvimento da agricultura orgânica, em Goiás, deve-se estabelecer um planejamento mínimo da produção para atender aos mercados e uma formalização das relações de comercialização. Por outro lado, deve-se considerar que os agricultores orgânicos, que estão atualmente comercializando os seus produtos em Goiânia, principalmente, os ligados à ADAO/GO, vivem uma realidade de descompasso entre o que é produzido e comercializado, em todas as épocas do ano. Assim, na época quente, faltam produtos, principalmente folhosas, para abastecer os mercados e, na época fria, sobram produtos, geralmente folhosas, causando perdas consideráveis. Se os agricultores fizessem um planejamento efetivo da produção, possivelmente as perdas seriam minimizadas.

5.2.5 Interesse em comercializar FLV orgânicos

Cerca de 51,85% das lojas especializadas ou estabelecimentos comerciais de hortifrútiolas manifestam interesse em comercializar FLV orgânicos, principalmente, aqueles situados nos bairros nobres de Goiânia. Estes dados, encontram-se relacionados na Tabela 7 - Interesse em comercializar FLV orgânicos, em anexo. Contudo, os comerciantes levantaram algumas condições para viabilizar esta comercialização: preços acessíveis, regularidade, garantia de oferta e variedade de produtos, apresentação visual satisfatória.

É importante notar, que os comerciantes que estão instalados em bairros mais nobres e centralizados de Goiânia, acreditam que a demanda por alimentos orgânicos está crescendo, enquanto outros localizados na periferia, acreditam que não existe demanda, ou que ela é pequena. Esta avaliação por parte dos comerciantes entrevistados pode indicar que em bairros mais nobres há maior demanda, em função do maior poder aquisitivo e mais acesso à informação pelos consumidores, enquanto que nos bairros de periferia, esta não é uma realidade para a grande maioria dos moradores, implicando em menor demanda por produtos orgânicos.

Os responsáveis pelas lojas especializadas acreditam que a ampliação deste mercado deve ser lenta, para que haja um crescimento paulatino de informação para a população, com relação aos benefícios dos produtos orgânicos e esclarecimento sobre os preços. Isso indica que assumem o risco de entrar neste mercado desconhecido, desde que os consumidores tenham mais conhecimento a respeito do produto orgânico.

Avaliando a demanda, muitos dos representantes dos estabelecimentos entrevistados afirmaram que o seu interesse em comercializar aumentará, na medida em que se aumente a procura por FLV orgânicos, por parte dos consumidores. Por outro lado, outros querem comercializar, porque acreditam que houve crescimento da procura, por este tipo de alimento.

Todas as grandes redes varejistas estudadas também têm o interesse em comercializar produtos orgânicos, orientados pela propulsão dada aos alimentos orgânicos e pela grande demanda observada, nas lojas das redes, em outras capitais, como São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Brasília. Apenas uma delas afirmou que não tinha interesse em fazer isto agora, pois talvez pudesse esperar por um momento mais oportuno, quando a demanda fosse maior. No entanto, aproximadamente dois meses depois da entrevista com esta rede, começou a ser divulgado em panfletagem própria, a oferta de FLV orgânico em sua loja. Voltando ao local para a verificação da propaganda, pode-se observar que a mesma era enganosa, pois dos produtos expostos na prateleira climatizada, com identificação de orgânicos, nenhum deles tinha especificação na embalagem, ou possuía selo de qualquer certificadora. Pelo contrário, a identificação, na prateleira e o *banner* pendurado próximo ao local, chamavam a atenção do cliente para a oferta de produtos orgânicos, mas na realidade só existiam produtos higienizados, produtos minimamente processados e hidropônicos.

O representante da Ceasa/GO afirma ter o interesse em trabalhar com orgânicos, que estão abertos a apoiar qualquer iniciativa, na procura por espaço dentro da Ceasa/GO, para comercialização. Entende que este trabalho deveria ser diferenciado, sendo-se necessário um estudo sobre as formas de comercialização. No entanto, o representante acredita que a maior dificuldade na comercialização seria o preço não competitivo dos produtos orgânicos: “o produto não teria competitividade com relação aos convencionais, por causa do preço, que é muito mais alto”. Esta comercialização poderia ser feita, tanto na “pedra do produtor”, como para os permissionários, ou ainda, criando-se um espaço exclusivo para a comercialização de FLV orgânicos dos grupos que trabalham com isso atualmente, dentro da Ceasa/GO.

As razões explicitadas para o desinteresse em comercializar FLV orgânicos foram: o fato de estarem na periferia, pois neste local os clientes não “sabem” valorizar o produto; o preço alto dos produtos orgânicos; a falta de informação e de divulgação sobre os alimentos orgânicos; procura ser baixa.

Tomando como base, que tanto a Ceasa/GO, como as grandes redes varejistas se interessam em comercializar FLV orgânicos, pode-se concluir que existem grandes possibilidades e oportunidades para se investir na produção destes alimentos em Goiás. Uma vez que foi detectada esta demanda, pode-se trabalhar no sentido de incentivar a produção orgânica de FLV, para abastecimento destes grandes mercados e de melhorar as relações comerciais com estas instituições, de forma que elas se tornem mais justas. Faz-se necessário também pensar sobre as formas de abastecimento, infra-estrutura atual dos agricultores e uma série de outros gargalos, que antecedem este processo, na cadeia dos produtos orgânicos da rede de municípios, cuja demanda é orientada para Goiânia.

No caso da venda direta (feiras livres e cestas), onde já é realizada a comercialização de produtos orgânicos, levantou-se os principais aspectos ligados à comercialização destes produtos. Os dois grupos de agricultores orgânicos da região comercializam os seus produtos nas feiras, cestas de produtos orgânicos e em lojas de produtos naturais e em supermercados.

Isto acontece de forma diferente nos dois grupos:

No PVV, da Arca, os agricultores se organizam e escolhem um representante para cuidar da comercialização, na feira, recebendo um percentual pelo trabalho. Esta pessoa pode mudar, de acordo com a disponibilidade e necessidade do grupo. A feira onde participam, juntamente com os agricultores da ADAO/GO, acontece somente no sábado, na Ala dos Orgânicos, no Parque de Exposição Agropecuário de Goiânia.

A outra forma de venda é através da entrega em domicílio de cestas de alimentos orgânicos, que acontece no sábado e na terça-feira, para os consumidores. Neste caso a encomenda da cesta acontece anteriormente através de um sistema de *telemarketing*, onde um funcionário do projeto fica à disposição para atender os pedidos, de acordo com uma planilha de produção montada em função do planejamento feito anteriormente, entre técnicos e agricultores.

Como o PVV é uma experiência nova, os agricultores tiveram a preocupação de equiparar o preço dos produtos, de acordo com o que já estava sendo ofertado nas feiras, pela ADAO/GO. Este projeto também desenvolveu um selo, com a logomarca do projeto, que funciona como elemento gerador de credibilidade, junto ao consumidor e à sociedade em geral.

Na ADAO/GO, os agricultores vão às feiras de forma independente. Participam de duas feiras, uma aos sábados, na Ala dos Orgânicos e outra na terça-feira, no Centro

Cultural Eldorado dos Carajás, no Setor Sul. Há ainda os agricultores que vendem nas feiras de suas próprias cidades, como é o caso de alguns agricultores de Bela Vista, Fazenda Nova, Hidrolândia e Orizona. Nas feiras os preços se limitam a um mínimo e máximo acordado entre os agricultores, evitando a discrepância de preços, entre os agricultores da mesma associação.

As vendas de cestas de alimentos orgânicas são restritas aos consumidores associados, que como os agricultores pagam uma taxa de associação e uma mensalidade, correspondentes ao valor das cestas que estão adquirindo. Esta mensalidade é paga com antecedência ao recebimento das cestas, com o comprometimento do consumidor em ajudar o agricultor nesta proposta de desenvolvimento da agricultura orgânica. Esta prática é entendida pela associação como uma contribuição ao agricultor na realização do seu trabalho. Na experiência da ADAO/GO, o consumidor também pode escolher os seus produtos, caso vá buscar as cestas no local de entrega, porém sem tanta facilidade e, se submetendo a receber produtos da época. Nas cestas, o preço é acordado entre os agricultores, consumidores e demais membros da associação, em Assembléia.

Já nas vendas para as pequenas lojas de produtos naturais e supermercados, os agricultores trabalham de forma independente, estando livres para negociar preços e condições. Apenas dois agricultores entregam para um supermercado em Goiânia, pois este facilita a negociação com o agricultor. Contudo, os agricultores reclamam das condições de comercialização do produto, como pode ser visto no depoimento de um agricultor:

Porque existe, uma coisa engraçada que eu faço em supermercado, é em relação a postura: eles querem que você entregue teu produto, com reposição, eles só querem ganhar e não querem perder. Sempre! E fora isso, tem um detalhe: o que eles te pagam, não cobre a tua perda. E como o broto, o custo de produção é um custo alto, se você perde uma ou duas pacotes teu lucro já foi embora. Você não pode ter essa perda! Ter o luxo de ter esta perda, porque o produto, modéstia à parte, ele já é um produto de boa visão. Você sabe disso. Então eles colocavam lá, não arrumavam, pegavam tudo e “esbunhangavam”. Ai eles pediam uma reposição. Só que você não aquenta! Você não vai trabalhar só pra repor!

Nos espaços coletivos de comercialização da ADAO/GO (feiras e cestas) é exigido o uso do selo da associação, elemento que representa o trabalho de geração de credibilidade da entidade, fortalece o trabalho de divulgação e gera receita para a entidade, através do valor pago pelo produtor para o uso deste selo, ajudando também no controle da comercialização e na diferenciação do produto orgânico.

Outras formas de comercialização também se fazem presentes dentro do grupo de agricultores da ADAO/GO, como a venda no próprio local de produção, quando da realização dos Dias de Campo Participativos; venda para os vizinhos, amigos e convidados que visitam a área; vendas em eventos temáticos, etc. Porém, o volume comercializado é pequeno, quando comparado com a venda nas feiras e cestas.

Os espaços de comercialização da ADAO/GO e dos agricultores do PVV, são:

- Feira do Pequeno Produtor, no Parque Agropecuário, aos Sábados, das 5:30 às 9:30h, na Ala dos Orgânicos, Pavilhão 11. Onde são comercializados produtos da ADAO/GO e do PVV, da Arca.

- Feira da ADAO/GO, na sede do Centro Cultural Eldorado dos Carajás, na rua 83, nº 421, Setor Sul, às Terças-feiras, das 16:30 às 19:30h.

- Nas cestas, com entregas às Terças-feiras e aos Sábados, pelos dois grupos.

- Nas lojas: Cerrado Alimentos Orgânicos e Natural Alimentos, localizadas no centro de Goiânia.

São praticadas outras formas de venda ou agregação de valor aos produtos ou serviços na propriedade, por um casal de agricultores neorurais orgânicos da ADAO/GO. Eles trabalham com o turismo rural, como forma de oferecer serviços de lazer, na propriedade. Os festivais das frutas, na época de produção, como o da Cajá-manga, o da Jabuticaba; onde os consumidores são convidados a participar, pagando uma taxa de inscrição para passar o dia junto aos agricultores, no campo. Nesse dia são programados passeios no local, para conhecer como são produzidos os alimentos e degustação dos diversos tipos de alimentos produzidos, com estas respectivas frutas. No final, o consumidor pode adquirir os produtos orgânicos, através da compra direta. Existe também a oferta de serviços de *buffet* de cafés e lanches orgânicos, em eventos sociais e esportivos.

Estas são iniciativas interessantes, do ponto de vista de geração de renda para o agricultor, da geração de credibilidade ao processo de produção, da divulgação dos produtos orgânicos e, do estreitamento da relação agricultor-consumidor. Geralmente, os consumidores se sentem beneficiados, pela possibilidade de ter contato com a natureza, conhecer a vida no campo e de poder ajudar no apoio ao desenvolvimento da agricultura orgânica.

5.2.6 Possíveis formas de abastecimento de FLV orgânicos e as relações com as grandes redes varejistas

As formas de abastecimento de FLV orgânicos, sugeridas pelos entrevistados das lojas especializadas foram: através da Ceasa/GO e da compra direta do agricultor, que entregaria seus produtos, na loja. No caso dos supermercados, eles preferiram o abastecimento através da Ceasa/GO ou da negociação direta com os agricultores ou associações, com entrega dos produtos nas lojas das redes. Para este caso, existe uma série de questões burocráticas e legais, exigidas pelas redes varejistas, o que implicará em maior organização dos grupos de agricultores. Com relação à Ceasa/GO, a forma seria através da venda na “pedra do produtor” ou diretamente aos permissionários, conforme o procedimento normal de funcionamento desta instituição. No caso de os grupos de agricultores terem o espaço para comercialização dentro da Ceasa/GO, este abastecimento ficaria a critério dos grupos e por eles organizados.

Como o mercado de FLV orgânicos, em Goiânia, está em formação e são poucas as lojas e supermercados, que vendem estes produtos (sendo que na Ceasa/GO não são comercializados) torna-se difícil estabelecer um parâmetro para a forma de abastecimento ou da construção das relações comerciais.

No entanto, estas formas de abastecimento têm conseqüências que podem ser prejudiciais aos agricultores, quando se toma como exemplo, as relações estabelecidas no Rio de Janeiro com as redes varejistas, as comercializadoras/distribuidoras e os agricultores. Em pesquisa de mercado realizada pela Pesagro-RIO, os dados demonstram que de cada R\$ 10,00 que o consumidor gasta com produtos orgânicos, apenas R\$ 1,40 chega ao agricultor. A processadora/comercializadora fica com R\$ 3,10 e o supermercado fica com R\$ 5,50. No mercado convencional, o agricultor fica com R\$ 4,30, a comercializadora com R\$ 2,50 e o supermercado com R\$ 3,20. A pesquisa discute que a comparação da composição de preço entre o produto orgânico e o convencional, demonstra uma inversão de maior margem entre o agricultor e o supermercado. No mercado convencional, o agricultor fica com três vezes o percentual obtido pelo agricultor orgânico. Conclui-se na pesquisa que este fato pode estar indicando que o supermercado tira proveito do “apelo” do produto orgânico para praticar uma margem acima da usada no mercado convencional (Fonseca et al., 2003).

No caso das lojas especializadas e da Ceasa/GO, somente um entrevistado fez referência à uma garantia de credibilidade do produto. Muitos confiam na palavra do agricultor, que diz apenas não usar adubo químico ou veneno. Já os supermercados exigiriam o selo das certificadoras conhecidas, como já acontece atualmente.

Na experiência dos supermercados dos estados do Rio de Janeiro e em São Paulo, observou-se que, na tentativa de oferecer o maior *mix* de produtos orgânicos, especialmente frutas e verduras, abriu-se espaço para as empresas comercializadoras. Estas compram a produção dos agricultores e vendem para os supermercados, constituindo-se assim mais um ator da cadeia produtiva, o intermediário. Estes atores vêm tentando se adaptar à forma de comercialização imposta pelos supermercados, onde muitas são as exigências e altos são os custos, para quem abastece estas redes varejistas, como: o custo das sobras ou perdas (o que é exposto nas gôndolas ou prateleiras dos supermercados, mas não é vendido); o custo das promoções; o pagamento pelo ponto de exposição dos produtos; o custo de um promotor para orientar, educar o consumidor, promover a venda dos orgânicos e arrumar os produtos, no local; os pagamentos com prazos estipulados pelos supermercados. Ou seja, as grandes redes varejistas ditam as regras, sendo que os riscos ficam por conta do agricultor ou das comercializadoras (Fonseca et al., 2003).

Quando questionados sobre como poderia ser a relação com os fornecedores de FLV orgânicos, os supermercados foram unânimes em afirmar que a relação seria como a que já acontece com os outros fornecedores, sendo que a única diferença seria somente o tratamento com o produto, de forma a mostrar ao cliente a novidade do produto orgânico.

Sobre a exposição do produto na loja, os supermercados acreditam que o produto deve estar exposto em módulos ou gôndolas separadas, geralmente em um lugar fixo, para que o cliente saiba e tenha acesso mais fácil ao produto. Afirmam que é imprescindível que tenha reposição constante, de forma que se tenham disponíveis no local, produtos novos e com boa aparência, o que geralmente é firmado em contrato. Neste caso, a despesa fica por conta do fornecedor, assim como a do espaço na loja, ou seja, o local onde os produtos estariam expostos também seria cobrado. Entretanto, os representantes dos supermercados regionais, afirmaram que, dependendo da negociação, não cobrariam pelo espaço de exposição do produto, como forma de apoiar a iniciativa. Isto mostra que pode existir uma facilidade de negociação com os agentes locais.

Dos quatro supermercados pesquisados, somente um afirmou que não estaria disposto a pagar mais pelo produto orgânico, mas acredita que o preço pode aumentar com

relação aos convencionais, no máximo 10 a 15%, pois é preciso chamar a atenção do cliente, para um produto, que é uma novidade. Os outros supermercados acreditam que poderiam pagar até 30 % a mais pelo produto orgânico, pois este valor seria repassado para o cliente. Porém isto deveria ser negociado com os fornecedores, inclusive criando possibilidades de promoção, para atrair o cliente. Um outro aspecto da negociação com os supermercados é que todos pedem prazos para pagar, o que seria mais um agravante para os fornecedores.

Na venda direta, para estabelecer o preço³² dos seus produtos, os dois grupos de agricultores, se baseiam nos preços de mercado convencional e na valorização da diferenciação do produto, do apelo social e ambiental, já estabelecido, para alimentos orgânicos. O custo da produção também é levado em consideração, mas isto depende da valorização do produto pelo consumidor, como afirma um agricultor:

Deveria se valorizar mais, no entanto a gente tem aquilo que chama preço do mercado. A partir do preço de custo, a gente coloca uma margem para comercialização, mas o mercado, ele limita muito, porque por ser hoje um produto muito novo, no caso do produto processado principalmente, as pessoas tendem a comparar muito com o produto convencional, encontrado em grande quantidade, o que diminui muito o preço. Então eu acho que nossos produtos têm o preço em conta, comparando com o custo do próprio produto, acho que ele tinha que ser um pouco mais valorizado.

Há o caso de um agricultor familiar que estabelece o preço dos seus produtos, em função do preço dos produtos convencionais, encontrados na feira do Pequeno Produtor. Este agricultor só aumenta o preço dos seus produtos, quando sente a necessidade ou a falta de recurso para o cumprimento dos seus compromissos:

Já tem muito tempo, uns quatro, cinco anos, que a gente trabalha este valor de 50 centavos. Já conversei com um pouco dos fregueses, expliquei tudo de uma vez. E assim eu acho que já é hora também. Pra você ver, tudo sobe todo dia, todo mês! A gente acha que compensava, precisava subir um pouco também da verdura e a gente subiu para 75 centavos. De acordo, a gente vê que precisa melhorar um pouquinho.

Há ainda, o caso singular de uma agricultora familiar, que afirma subir 100 % o valor do seu produto orgânico, comparado ao preço de um produto convencional, no

³² Na Tabela 8 – Levantamento de preço e produção de alimentos orgânicos, em anexo, encontra-se o levantamento dos principais produtos orgânicos comercializados, no mercado das vendas diretas (feiras livres e cestas), em Goiânia – GO.

supermercado, como pode-se ver no seu depoimento: quem se baseie nos preços do supermercado:

O preço é baseado no custo que está no supermercado. No supermercado, por exemplo se vou comprar um doce lá que não é orgânico e ele custa dez reais, é claro que eu vou por o meu, para custar vinte reais, porque o meu é orgânico.

Esta noção de que o preço do produto orgânico tem de ser o dobro do preço do produto convencional está equivocada. Este equívoco acontece por parte do agricultor, quando se baseia nesta percepção, para estabelecer os seus preços, sem que tenha pensado no custo da sua produção. E por parte do consumidor, que deixa de comprar o produto orgânico, porque acredita que os preços estão duas ou três vezes mais caros, do que os preços dos produtos convencionais. Contudo, é mais comum encontrar produtos orgânicos com preços mais elevados nos supermercados do que nos espaços de venda direta.

No entanto, muitas vezes o agricultor procura os meios mais fáceis para estabelecer o preço de seus produtos, por não conseguir fazer o cálculo do custo da produção. Este trabalho poderia ser realizado com apoio técnico necessário, para fazer a avaliação econômica da atividade produtiva.

Uma noção importante, argumentada pelos agricultores orgânicos é a da importância da estabilidade dos preços dos produtos orgânicos, durante o ano. Depois de estabelecidos os preços, eles não oscilam durante o ano, o que é uma forma de não se submeter à mesma lei de oferta e procura dos produtos convencionais, que muitas vezes chega a quebrar os agricultores, pela queda nos preços.

Fonseca, et al. (2003) afirma que dentro da cadeia, os supermercados estão numa posição confortável, pois não assumem riscos de nenhum tipo. Além disso dispõem de uma gama de fornecedores e podem ajustar os preços e suas margens de lucro, livremente. O produto orgânico traz uma imagem positiva para o supermercado, pois atende uma necessidade do cliente aliado a uma “consciência ecológica”.

Para todas as categorias pesquisadas, faz-se necessário buscar relações justas entre agricultores e mercados, sabendo-se que neste elo da cadeia produtiva de orgânicos, outros atores estão envolvidos. Na realidade local, com as perspectivas apontadas até o momento, dentro dos grupos de agricultores pesquisados da ADAO/GO e da atual AAVV, acredita-se que as relações com estes mercados pesquisados ainda não serão construídas no momento, em função da capacidade produtiva e da organização institucional destes grupos.

No entanto outros grupos de agricultores estão surgindo no cenário local, alguns ainda começando e outros já bem mais estruturados, com apoio financeiro, técnico e institucional, como é o caso dos agricultores da Cooperativa Agropecuária dos Produtores Rurais de Silvânia/GO (Coopersil), cuja perspectiva é entrar no mercado das grandes redes varejistas de Goiânia e de Brasília, em parceria com a Horta e Arte³³, usando a marca desta empresa/associação, até meados do ano de 2007.

Os agricultores orgânicos da ADAO/GO e do PVV, em geral, ainda não conseguiram estabelecer estas conexões ou desenvolver relações de comercialização com os mercados das grandes redes varejistas. Percebendo-se um forte viés político-ideológico, que muitas vezes impedem os grupos, principalmente o da ADAO/GO de se dispor a atender este mercado.

Alguns agricultores, percebendo disponibilidade de ocupar determinados espaços vão tomando suas próprias iniciativas para melhorar a geração de renda, como é o caso do casal acima citado. Uma outra iniciativa particular para melhoria de renda, foi a de um agricultor familiar, que está instalado em terras arrendadas, próximas a uma ecovila. Estas duas áreas encontram-se situadas dentro de uma fazenda ecológica, que já firmou contrato, com o agricultor, de fornecimento de cestas de alimentos orgânicos para os moradores locais.

Acredita-se que existem perspectivas de que estes dois grupos possam fornecer alimentos orgânicos para programas de compras institucionais, para redes de supermercados ou o pequeno comércio varejista e ainda, estabelecer espaço para a comercialização dentro da Ceasa/GO. Contudo é imprescindível a organização para a produção, a assistência técnica, a infra-estrutura adequada que dê suporte ao aumento do volume produzido e comercializado, bem como, o apoio governamental, neste sentido.

5.2.7 Certificação

Neste processo de acesso aos mercados e de geração de credibilidade junto ao consumidor, existem dois pontos a serem discutidos: o primeiro é que, na medida em que perde-se o contato direto agricultor-consumidor, perdem-se as referências de confiança

³³ A Horta e Arte é uma associação de agricultores que trabalha com produção e comercialização de alimentos orgânicos (FLV), situada no estado de São Paulo.

mútua, estabelecidas nesta relação. Então faz-se necessário lançar mão dos meios disponíveis para que tal confiança, no processo de produção orgânica, continue a acontecer, dentro de circuitos maiores de comercialização, onde existe uma longa distância, entre o agricultor e o consumidor. Um segundo ponto é que o fato de ser necessária a certificação, nos circuitos de longa distância e na venda indireta não impede, que continue acontecendo, esta relação de confiança mútua agricultor-consumidor, nos espaços de venda direta, sem detrimento para nenhuma das duas partes, no que concerne ao acesso aos mercados e ao estabelecimento destas relações de confiança.

Ou seja, pode-se acessar tanto os mercados que exigem a certificação, como os mercados em que na venda direta, consiga-se estabelecer a credibilidade necessária ao processo de produção orgânico, desde que esteja resguardada a necessidade do envolvimento destes agricultores em grupos organizados, de forma a garantir um acompanhamento mínimo dos processos produtivos.

Este conflito foi constantemente colocado em discussão entre os grupos de agricultores estudados, mas ele não vem sozinho. Existem outros aspectos, que não se limitam à questão do acesso aos mercados, determinantes da escolha por estes grupos de agricultores, em como deve ser construído o processo de geração de credibilidade.

Estes fatores determinantes giram em torno da construção de sistemas de geração de credibilidade que privilegiem a participação dos agricultores e consumidores, sendo mais adequados à realidade social, econômica e produtiva da agricultura familiar. Este entendimento tem motivado grupos de agricultores familiares, de vários locais e regiões do país, a optarem pela construção de processos mais solidários de geração de credibilidade, encontrando identidade na Certificação Participativa.

O depoimento de um agricultor familiar da ADAO/GO, sobre a forma como garante a confiança do consumidor, no seu processo de produção, mostra a simplicidade como ele vê a resolução deste problema:

A melhor forma é levando o consumidor até a produção, até a propriedade aí ele participa, vê como é plantado, colhido.

Este depoimento reflete o que tem sido feito pela ADAO/GO ao longo de mais de quatro anos, onde já vem sendo trabalhado o processo de geração de credibilidade junto ao consumidor associado e à sociedade. Este sistema ganhou incremento, após os contatos do grupo, com os critérios da Certificação Participativa, que giram em torno das relações

de confiança estabelecidas entre os atores locais, principalmente agricultores, técnicos e consumidores. Estas relações precisam ser criadas para que possa haver um controle social em todo o processo de produção e comercialização de produtos orgânicos. Elas acontecem em vários momentos:

- No contato direto dos agricultores com os consumidores, quando os agricultores fazem um trabalho educativo junto ao consumidor, explicando sobre o alimento orgânico.

- Nas visitas às propriedades, onde os consumidores e outros atores locais podem verificar como é feito esse processo de produção orgânico. Estes momentos de visitas acontecem atualmente, na ADAO/GO, nos Dias de Campo Participativos e em outros momentos como em cursos e visitas técnicas.

- Em articulações com outras entidades locais e/ou regionais: ONG's, Agência Rural, Agrodefesa, Universidades, Câmara Técnica da Cadeia Produtiva dos Orgânicos; que trabalham com o desenvolvimento da agricultura orgânica e, também são convidados a acompanharem os trabalhos da ADAO/GO.

Justamente esta forma de geração de confiança é que causa polêmica junto ao governo e sociedade civil organizada, pois as entidades representativas de agricultores e as ONG's, entendem que o processo de geração de credibilidade deve acontecer de forma participativa, a partir do trabalho com redes de credibilidade ou redes de geração de confiança. Estas redes são formadas por atores sociais que participam do desenvolvimento da agricultura orgânica, geralmente estabelecidos em circuitos locais ou regionais de produção e comercialização. Este processo tornou-se conhecido como Certificação Participativa em Rede.

Esta proposta é inédita no Brasil, sendo gerida e criada pela Rede Ecovida de Agroecologia, tendo semelhantes iniciativas em alguns países, no mundo. Em documento interno da Rede Ecovida, o grupo que gerou e criou esta proposta, o autor Meirelles (2003), define Certificação Participativa como:

O processo de geração de credibilidade que pressupõe a participação solidária de todos os segmentos interessados em assegurar a qualidade do produto final e do processo de produção. Este processo resulta de uma dinâmica social que surge a partir da integração entre os envolvidos com a produção, consumo e divulgação dos produtos a serem certificados. No caso da Rede Ecovida de Agroecologia, a Certificação Participativa se dá em torno do Produto Orgânico e a credibilidade é gerada a partir da seriedade conferida à palavra da família agricultora e se legitima

socialmente, de forma acumulativa, nas distintas instâncias organizativas que esta família integra.

A definição sobre certificação descrita por Souza (2002) não mostra a certificação como uma medida exclusiva para processos de produção orgânicos, mas que ela é um procedimento utilizado para garantir a diferenciação de produtos, processos ou serviços:

A certificação é um procedimento pelo qual se assegura, que um produto, processo ou serviço obedece a determinados requisitos. Este certificado representa uma garantia de que determinado produto, processo ou serviço é diferenciado dos demais.

Isto reforça o posicionamento daqueles que se identificam com a Certificação Participativa de que existem outras formas de geração de credibilidade, que não somente a certificação.

De qualquer forma, garantir a credibilidade do produto orgânico junto aos consumidores e à sociedade em geral se faz necessária, principalmente para garantir ao mercado consumidor, que está distante do local de produção, não podendo averiguar *in loco*, ou presenciar o processo de produção, que existe uma qualidade diferenciada no produto. Mas como esta não pode ser averiguada apenas visualmente, é necessária alguma forma de garantia para o consumidor.

Os agricultores do PVV, da Arca, estão trabalhando em prol da certificação em grupo, por auditagem, para a geração de credibilidade de seus produtos. Porém os agricultores acham que, por enquanto, os consumidores estão confiando na palavra deles e no respaldo do projeto financiado pela Petrobrás:

Por enquanto é só na palavra, por que o que nós estamos fazendo é colher e entregar para o pessoal do Vale Vivo, ai eles colocam uma etiqueta de produto sem agrotóxico [...]. Porque não há muita diferenciação de preços, então para educar o consumidor eles colocam produto sem agrotóxico, então ai vai da consciência de cada um, o que está produzindo. Eu não posso aplicar um inseticida e no outro dia vender como orgânico, isso não pode acontecer. Se eu estou vendendo sem agrotóxico é porque não tem mesmo, agora pode ser que alguém faça isso, não sei, acho que não. O pessoal da Arca está sempre passando, olhando acredito que não acontece isso não.

Todos os agricultores, porém são unânimes em dizer que é importante diferenciar os produtos, para que o consumidor saiba da qualidade do produto, com o qual

está se alimentando, saiba dos benefícios ambientais e sociais que este sistema de produção proporciona.

Na situação atual, onde a comercialização dos produtos está concentrada na venda direta (feiras e cestas), os grupos de agricultores da ADAO/GO e do PVV, estão trabalhando de acordo com a proposta da Lei 10831, que trata no artigo 3º, parágrafo 1º, da venda direta (Brasil, 2003):

§ 1º No caso da comercialização direta aos consumidores, por parte dos agricultores familiares, inseridos em processos próprios de organização e controle social, previamente cadastrados junto ao órgão fiscalizador, a certificação será facultativa, uma vez assegurada aos consumidores e ao órgão fiscalizador a rastreabilidade do produto e o livre acesso aos locais de produção ou processamento.

No entanto, na medida em que começarem a trabalhar em outros canais de comercialização será preciso buscar os serviços das certificadoras, para que os seus produtos possam entrar no mercado com a denominação de produto orgânico.

6 CONCLUSÕES

A produção orgânica de FLV, na região da rede de municípios, cuja demanda de mercado é orientada para Goiânia, é feita pelos agricultores familiares, pelos agricultores neorurais e pelo agricultor urbano. Estes produtores orgânicos encontram-se organizados em dois grupos, pertencentes à ADAO/GO e à AAVV.

Os dois grupos vêm trabalhando, sem apoio governamental estadual ou dos governos municipais, onde estão localizados os produtores. As políticas públicas do governo federal, de apoio à agricultura familiar e à Agroecologia, como o Pronaf, a Ater e o programa de compra institucional, da Conab, não foram acessadas, por nenhum dos agricultores familiares, da realidade estudada. As ações que envolvem o desenvolvimento da agricultura orgânica, na região estudada, têm sido realizadas prioritariamente, pela ação contínua destes dois grupos. Sendo que, a ADAO/GO, sem nenhum apoio financeiro, vem acumulando funções e ações, como a difusão de conhecimentos e apoio técnico aos produtores orgânicos; a geração de credibilidade aos seus produtos; a divulgação da produção orgânica e, a educação dos consumidores para este tema. Vale ressaltar, que para o caso da ADAO/GO, estas ações desenvolvidas são deficitárias, com relação à demanda de ações necessárias, para se alcançar uma melhoria da produção orgânica.

Os agricultores da ADAO/GO encontram-se num processo de estagnação com relação ao desenvolvimento de tecnologias, técnicas de produção e qualidade dos produtos. O nível tecnológico da produção orgânica destes produtores, principalmente os agricultores familiares, é deficiente, uma vez que lhes é incompleto o acesso ao conhecimento e acompanhamento técnico. Enquanto que, os agricultores da atual AAVV, estão melhorando a qualidade dos seus produtos, em função do aporte tecnológico, do acompanhamento técnico e financeiro, para a organização da produção orgânica e da comercialização. Estes benefícios aos produtores da AAVV, estão presentes, em função do financiamento do PVV, com tempo restrito de execução. Apesar de estes produtores terem criado a sua própria entidade representativa, não está assegurada a continuidade destes serviços desenvolvidos pelo Projeto Vale Vivo.

Diante desses problemas, torna-se necessário, que os agricultores familiares da região estudada acessem as políticas públicas e programas de apoio à agricultura familiar e à Agroecologia, já existentes, no Brasil. Por outro lado, faz-se necessário o apoio governamental, com políticas públicas mais abrangentes, voltadas para a assistência técnica e capacitação, financiamentos para a produção, infra-estrutura, compra institucional dos alimentos orgânicos, para todos os tipos de agricultores. O apoio dos governos federal, estadual e municipal também é importante na divulgação dos alimentos orgânicos, na educação da população para o consumo, nos processos de geração de credibilidade dos produtos, na produção de ciência e difusão e tecnologias, que gerem suporte técnico científico para melhorar a qualidade dos alimentos orgânicos.

O maior volume da produção orgânica de FLV, dos grupos de produtores, da ADAO/GO e do PVV – Arca, atende atualmente aos mercados da venda direta, realizado com o apoio das entidades, através da comercialização informal, nas feiras e nas cestas de alimentos orgânicos. O restante da produção vai para restaurantes, hotéis, hospitais, lojas especializadas ou outros pontos de venda, também realizada de maneira informal, sendo que estas vendas são feitas por alguns produtores, em ações individuais. Não existe venda para o PAA, da Conab, nem processo de negociação de compras institucionais, junto ao poder público municipal ou estadual.

Os produtores orgânicos não vendem FLV orgânicos para os supermercados das grandes redes varejistas estudadas, nem comercializam seus produtos na Ceasa/GO. Isto acontece, porque não têm escala, variedade e constância na produção, para a oferta de FLV orgânicos e, também, porque nenhum dos produtores têm seus produtos certificados, como é a exigência destes mercados. Ou seja, as demandas do mercado das grandes redes varejistas e de abastecimento não são atendidas atualmente, dentro da cadeia produtiva de FLV orgânicos, na região de influência econômica de Goiânia.

Existe uma tendência natural de que, com o aumento da produção, consiga-se vislumbrar novas oportunidades e desenvolver relações de mercado com perspectivas comerciais diferentes, exigindo concomitantemente processos de geração de credibilidade, mais coerentes com a venda indireta. Estes podem ser tanto os de certificação convencional, como os da certificação participativa.

Pode-se dizer que existe um processo de geração de credibilidade, em construção, que se identifica com a proposta da certificação participativa, desenvolvida pela Rede Ecovida, no sul do país. Apesar de estar mais dinamizado pelo grupo da

ADAO/GO, também envolve o grupo do PVV. As ações desenvolvidas, com este fim são: as visitas de consumidores às unidades produtivas, os Dias de Campo Participativos, bem como a busca de parcerias do governo estadual e municipal e da UFG. Vale ressaltar, que já se tentou construir um processo de certificação participativa, durante o ano de 2004, reunindo um coletivo de ONG's, muitas delas ligadas à Rede Cerrado. Entretanto, não houve continuidade no desenvolvimento das ações.

A organização do setor dos orgânicos ainda é incipiente. Não se conseguiu estabelecer um ambiente regulatório para que se alcance um equilíbrio entre a produção e o atendimento ao mercado. É importante destacar que o crescimento desordenado da agricultura orgânica e a falta de apoio e fiscalização pelo MAPA podem dificultar o trabalho que já vem sendo realizado, pelos atores locais. Existem novos atores, agentes da cadeia produtiva de alimentos orgânicos, como por exemplo, na área de venda e produção de insumos, que estão atuando livremente, sem o aporte legal. É urgente a necessidade de apoio do poder público, com relação à fiscalização de todo o processo de produção orgânico, à certificação ou outras formas de geração de credibilidade e, ao cadastramento destes novos atores e produtores orgânicos.

A realidade encontrada apresenta como característica a fragilidade da cadeia de FLV orgânicos na região pesquisada. Pode-se dizer que a formação desta cadeia está se desenhando, sendo que os principais atores são os produtores da ADAO/GO e da AAVV; os fornecedores de insumos (pessoas físicas representantes comerciais de empresas do Sul e Sudeste); a pequena empresa de processamento e os consumidores.

Os mercados de venda direta, como as cestas e as feiras livres são os responsáveis pela sustentação econômica dos grupos de produtores pesquisados. Além disso, nestes espaços, existe a possibilidade de se desenvolver uma série de outras atividades que vão desembocar nas ações complementares cuja identidade é a Agroecologia e o comércio justo. Esta identidade se reforça nos aspectos que caracterizam a opção pelas feiras livres. Entre eles, destacam-se: a eliminação dos intermediários; a possibilidade de comercializar tanto produtos *in natura*, quanto processados artesanalmente; o contato direto com o consumidor. No caso da ADAO/GO, este contato direto com o consumidor, é realçado através do consumo das cestas de produtos orgânicos, onde o consumidor associado a esta entidade, é visto como um parceiro no processo de construção da sustentabilidade, da credibilidade e de relações de mercado mais justas, garantindo o escoamento da produção e a geração de renda ao produtor.

Os mercados de venda direta estão estimulados, inclusive com o apoio governamental, através do PAA, viabilizado pela Conab e, também regulamentados, através da lei 10381, em seu artigo 3º, que trata da venda direta como forma de inserção do produto orgânico no mercado, desde que este seja o resultado de um processo de acompanhamento direto dos produtores articulados e inseridos dentro de grupos formais de produção de orgânicos, como associações de produtores ou ONG's, reconhecidos pelo MAPA.

Observou-se um desinteresse, mais presente no grupo da ADAO/GO, em atender os grandes mercados varejistas. Existe uma preocupação muito maior deste grupo, em trabalhar politicamente na luta pelo desenvolvimento rural sustentável, pela educação do consumidor, pela manutenção de uma relação ética e justa entre produtor e consumidor, do que especificamente em trabalhar para atender o mercado. Este forte viés político da ADAO/GO se assemelha a muitos grupos e ONG's nacionais e internacionais, que trabalham pelo mesmo objetivo e que, no entanto, conseguiram erguer o movimento agroecológico como proposta de sustentação e melhoria da qualidade de vida e ambiental. Com base nesta motivação da sustentabilidade ambiental e social, é que um grupo de consumidores e produtores criou a ADAO/GO, fato que pode justificar o seu posicionamento.

O mercado das grandes redes varejistas aparece como um importante canal de distribuição de produtos orgânicos. Existe também a possibilidade de se trabalhar dentro dos espaços da Ceasa/GO. Esta demanda foi confirmada pelo presente estudo, constituindo-se este mercado, como um importante canal de comercialização, na aquisição de grandes quantidades e variedades de produtos orgânicos. Contudo para atingir estes mercados é necessário somar esforços no sentido de organizar a produção dos orgânicos e de construir relações mais justas, com distribuição dos bônus e dos riscos entre produtores e mercado.

A falta de informação adequada sobre os alimentos orgânicos e a falta de ação do MAPA, na fiscalização dos sistemas produtivos e dos circuitos de comercialização, tem gerado confusões na percepção sobre produtos orgânicos, abrindo espaço para ações oportunistas de produtores e comerciantes que desejam se beneficiar do prêmio pago ao produto orgânico. Por estas razões, faz-se necessário a fiscalização dos locais de comercialização e o cadastramento dos produtores orgânicos, pela Comissão da Produção Orgânica (CPOrg/GO) na Unidade da Federação na Superintendência do Ministério da

Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Estas ações de fiscalização ajudariam a preservar o consumidor, poderiam servir à educação sobre o produto orgânico e ajudariam no controle da credibilidade do produto orgânico.

Aprecia-se a posição tirada pelos movimentos sociais, no II ENA, no Seminário Relações com os Mercados, de que “se deveriam olhar as relações com os mercados para além das trocas de mercadorias, isto é, também como formas de cooperação entre os agricultores, na relação entre a produção para o mercado e a produção que fica para o consumo da família, na formação dos preços dos produtos como limitante do consumo, na regulamentação da Lei 10.831 que dispõe sobre a agricultura orgânica, principalmente na possibilidade da venda direta sem certificação e da regulamentação dos sistemas participativos de garantia, e finalmente, no fortalecimento da aliança produtores – consumidores” (ANA, 2006).

Para tanto, deveriam ser construídas propostas de políticas públicas, em nível nacional e local, de forma a buscar relações mais justas entre agricultores familiares e os mercados. É necessário que se trabalhe melhor e se intensifique a interação entre o comércio justo e a agricultura orgânica, assunto este que também já vem se desdobrando dentro do movimento agroecológico.

As ações necessárias para a continuidade do processo de desenvolvimento da agricultura orgânica na região estudada, devem se basear na ampliação dos serviços de Ater, no acesso do crédito rural, no financiamento para apoio infra-estrutural, no acesso ao mercado de vendas institucionais, na realização de pesquisas tecnológicas, de forma a dar suporte aos produtores, para que possam atender aos mercados, na construção de relações mais justas de comércio e na educação do consumidor e do produtor para os produtos orgânicos.

7 REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **O que é fome**. São Paulo: Brasiliense, Coleção Primeiros Passos. 1991. 118 p.

AQUINO, M.A.; ASSIS, R. L. **Agroecologia**: princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável. Brasília: Embrapa - Informação Tecnológica, 2005. 517 p.

ALMEIDA, J. **A construção social de uma nova agricultura**: tecnologia agrícola e movimentos sociais no sul do Brasil. Porto Alegre: UFRGS, 1999. 214 p.

ALTIERI, M.; NICHOLLS, C.I. **Agroecologia – Teoria e prática para uma agricultura sustentável**. México: Rede de Formação Ambiental para América Latina e Caribe - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, 2000b. cap. 1.

ALTIERI, M. **Agroecologia**: bases científicas para uma agricultura sustentável. Porto Alegre: Agropecuária, 2002. 592 p.

ALTIERI, M. **Agroecologia – A dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. 2. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2000a. 110 p.

ARTICULAÇÃO NACIONAL DE AGROECOLOGIA. **Carta Política do II ENA**. Recife. 02 a 06 jun. 2006.

BATALHA, M.O. (Coordenador). **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997. v. 1.

BIANCHINI, V. **O Universo da agricultura familiar e sua contribuição ao desenvolvimento rural**. Ministério do Desenvolvimento Agrário, Brasília, 2005. Seção Artigos e Publicações. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/saf.html/>> Acesso em: 14 jun. 2006.

BRANCHER, P.C. **Importância da certificação na definição dos preços dos produtos orgânicos, praticados na região metropolitana de Curitiba**. Sober, 2005. Disponível em: http://www.econ.fea.usp.br/abramovay/artigos_cientificos/2003/> Acesso em: 23 jun. 2006.

BRASIL. **Lei nº 10.831**, de 23 de Dezembro de 2003. Dispõe sobre agricultura orgânica e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 23 dez, 2003.

BRASIL. **Lei nº 5.404**, de 30 de Novembro de 1964. Dispõe sobre o Estatuto da Terra e dá outras providências. **Estatuto da Terra**. Brasília, DF, 1964. Disponível em: <http://www.soleis.adv.br/estatutodatterra.htm>. Acesso em: 23 jun. 2005.

CAMPANHOLA, C.; VALARINI, P.J. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno produtor. **Cadernos de Ciência e Tecnologia**, Brasília, v. 18, n. 3, p. 69-101, set-dez. 2001.

CAPORAL, F.R.; COSTABEBER, J.A. Agroecologia: enfoque científico e estratégico. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.3, n.2, p.13-16, abr-mai. 2002. In: Conceitos de Agroecologia para I Congresso Brasileiro de Agroecologia. 2003.

CAPORAL, F.R.; COSTABEBER, J.A. Análise multidimensional da sustentabilidade – Uma proposta metodológica a partir da agroecologia. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.3, n.3, p.70-85, jul-set. 2002.

CAPORAL, F.R. **Bases para uma nova ater pública**. 2003. cap. 8. Tese (Doutorado em Agroecologia, Campesinado e História). ISEC/ETSIAM, Universidad de Córdoba, Espanha.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra. 1999. 698p.

CASTRO, A.M.G.; LIMA, S.M.V.; FREITAS, S. Análise de cadeias produtivas agropecuárias e oportunidades para a automação. In: **Revista Brasileira de Agroinformática**. Lavras, v. 1, n. 1, p 53-63, 1998.

CARDOSO, A. **Transformações recentes no meio rural: a emergência de novas atividades**. 1999. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br/projetos/rurbadri.html>>. Acesso em: 10 jul. 2003.

CARSON, R. **Silent spring**. Cambridge: Houghton Mifflin Company, 1962. 368p.

CAUME, D.J. **A agricultura familiar no estado de Goiás**. Goiânia: UFG, 1997. 71p.

CHAMBERS, R.; GHILDYAL, B.P. Agricultural research for resource-poor farmers: the farmer first and last. **Agricultural Administration**. London, v.20, p 1-30, 1985.

COLBORN, T. **O futuro roubado**. Porto Alegre: L&PM, 1997. 554 p.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988. 430 p.

COMISSÃO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE. **Diagnóstico (participativo) rápido rural: manual de técnicas**. Maputo, Moçambique, 1994.

DAROLT, M.R. **Agricultura orgânica: inventando o futuro**. Londrina: IAPAR, 2002. 250 p.

DAROLT, M.R. **As dimensões da sustentabilidade: um estudo da agricultura orgânica na região metropolitana de Curitiba, Paraná**. 2000. 310 f. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento). Universidade Federal do Paraná e Université de Paris 7, Curitiba.

DEPARTAMENTO DE ESTUDOS SÓCIO-ECONÔMICOS RURAIS. **A agricultura brasileira moderniza-se e cresce, mas os agricultores familiares são os que menos vêm o ganho.** Curitiba, Boletim 129, maio. 2003, p. 32.

EMBRAPA. Grupo de trabalho em Agroecologia. **Marco referencial em Agroecologia.** [S.l.]. fev. 2006.

EPOM. **Produtos orgânicos** – pesquisa de opinião. Goiânia. 2005.

FARINA, E.M.M.Q. et al. **Estudo do sistema agro-industrial de produtos orgânicos no estado de São Paulo:** relatório parcial. São Paulo: FIPE/PENSA/SABRAE, nov. 2001, 71p. Mimeo.

FILHO, D.P.G. **Análise diagnóstico de sistemas agrários** – Guia Metodológico. Brasília: INCRA/ FAO. s/d.

FONSECA, M.F.A.C. **A institucionalização do mercado de orgânicos no mundo e no Brasil:** uma interpretação. 2005. 505 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Instituto de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro.

FONSECA, M.F.; CAMPOS, F.F. **O estudo dos mercados dos orgânicos no Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: PESAGRO-RJ/Rede de Agroecologia Rio, 1999. 150p.

FRANCIS, C.; LIEBLEIN, G.; GLIEMAN, S.; BRELAND, T.A.; CREARNER, N.; HARWOOD, R.; SALOMANSSON, L.; HELENIUS, J.; RICKERL, D.; SALVADOR, R.; WIEDENHOEFT, M.; SIMMONS, S.; ALLEN, P.; ALTIERI, M.; FLORA, C.; POINCELOT, R. Agroecology: the ecology of foods systems. 2003. **Journal of sustainable agriculture**, New York, v. 22, n. 3, p. 99-118.

GLIESSMAN, S.R. **Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável.** Porto Alegre: UFRGS, 2000.

GOIÁS. **Lei estadual nº 14.385**, de 09 de Janeiro de 2003. Dispõe sobre a política estadual para a promoção dos produtos orgânicos e sobre a regulamentação dos sistemas orgânicos de produção e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 10 jan, 2003.

GRAZIANO, J.S.; GROSSI, M.E.D. O novo rural brasileiro. **Palestra.** Instituto de Economia - Projeto Rurabano (s/d). Campinas: UNICAMP, 2005. Disponível em < http://www.eco.unicamp.br/nea/rurbano/divulg/palestra_Bnaf/palest11.htm>. Acesso em: 25 Jun. 2006.

GUANZIROLI, C.E. **Novo retrato da agricultura familiar** – o Brasil Redescoberto. Brasília: Projeto de Cooperação Técnica INCRA/FAO, 2000. 74p. Disponível em: < <http://www.incra.gov.br/fao>>. Acesso em: 14 de Junho de 2006.

GUANZIROLI, C.E. **Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI.** Rio de Janeiro: Garamond, 2001. 288 p.

HECHT, S.B. **A evolução do pensamento agroecológico**. Universidade da Califórnia, Los Angeles. In: *Agroecologia e Desenvolvimento*, AS-PTA, Original: (tradução). CLADES – Consórcio Latino Americano sobre Agroecologia e Desenvolvimento, Rio de Janeiro, n. 1, p. 16-32, ago. 1993.

INCRA/FAO. **Perfil da agricultura familiar no Brasil: Dossiê Estatístico**. Brasília: INCRA. ago. 1996. Disponível em: < <http://www.incra.gov.br/fao>>. Acesso em: 09 de Junho de 2006.

JONES, A.S.; BRESSAN, M. Produção familiar, pós-modernidade e capitalismo possibilidades da agricultura independente In: **Agroecologia e desenvolvimento sustentável**, Porto Alegre, ano 1, n. 1, p. 16-37, jan-mar. 2000.

KARAM, K.F. **Agricultura Orgânica: estratégia para uma nova ruralidade**. 2001. 194 f. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) – Universidade Federal do Paraná. Curitiba.

KHATOUNIAN, C.A. **A reconstrução ecológica da agricultura**. Botucatu: Agroecológica, 2001.

LERNOUD, A. P.; PIOVANO, M. Latin America: country reports. **The world of organic agriculture - statistics and emerging Trends**. Bonn: International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). Germany. 2004. p. 132-147.

LIMA, P.H.C. **Agroecologia: desafiando conceitos**. Curitiba: DESER, b. 136, p. 5-10, mai. 2004.

MARTINS, S. R. Energia, água e sustentabilidade – abordando o tema O desafio da sustentabilidade: um debate sócio-ambiental no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE OLICULTURA, 42, 2002, Uberlândia. **Revista Horticultura Brasileira**. Brasília. v. 20. 2002.

MAZOYER, M. **Pour des projets agricoles légitimes et efficace: théorie et méthode d'analyse des systèmes agraires**. In: Land reform, land settlement and cooperatives. Paris: FAO, 1992-93.

MEIRELLES, L. **A certificação de produtos orgânicos - caminhos e descaminhos**. Antônio Prado: Centro Ecológico Ipê, 2003.

MORAIS, J. Comida frankenstein. **Revista Super Interessante**, São Paulo, n. 11, p.54, nov. 2000.

MUSSOI, E.M. Estado, descentralização, políticas públicas e novas instâncias participativas: o caso da agricultura em Santa Catarina. **Revista de Ciências Humanas – UFSC**. Florianópolis, Edição Especial Temática, p.11-39, 1999.

ODUM, E.P. **Ecologia**. São Paulo: Pioneira, 1977. 201 p.

PAVETITS, L. Produtos orgânicos avançam 50% ao ano. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 10 out. 2003. Disponível em <<http://www.gazetamercantil/noticia-mercado.htm>>. Acesso em: 30 jul. 2004.

COMÉRCIO exterior: Organicamente em alta. **Revista Update**, São Paulo, nº 370, abr. 2001. Disponível em: <<http://www.camaraamericanadecomercio.htm.br>>. Acesso em: 30 jul. 2004.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Organização: Paula Yone Sroth. Rio de Janeiro: Garamound, 2000.

SARANDON, S.J. **La agroecologia: el enfoque necesario para una agricultura sustentable**. In: Encontro Internacional de Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável. 2001. Anais. Botucatu: UNESP, 2001.

SCHMIDT, H.C. **Produtos da agricultura familiar: desafios para a integração no mercado** In: Sociedade sustentável, Belo Horizonte. Rede – agricultura alternativa, 1996. 43 p.

SCHNEIDER, S. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 99-122, fev. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php>>. Acesso em: 21 mar. 2005.

SCHULTZ, G. **As cadeias produtivas dos alimentos orgânicos comercializados na feira da agricultura ecológica em Porto Alegre/RS: lógica de produção e/ou de distribuição**. 2001. 192f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) - Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

SCHULTZ, G. **Alimentos orgânicos: estratégias, desafios e perspectivas**. 2003. 258 f. Tese (Mestrado em Agronegócios) Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

SOUZA, M.C.M. **Certificação de produtos orgânicos**. São Paulo: Instituto de Economia Agrícola. 2004. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/artigos/agroecologia>> Acesso em: 12 mar. 2004.

SOUZA, R.A.M. Comercialização hortícola: análise de alguns setores do mercado varejista de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.28, n.10, out. 1998.

SOUZA, R.S.B.; MURADAS, F. **Perfil e desenvolvimento do modelo de certificação de produtos alimentares orgânicos no Brasil**. V Simpósio Latino-americano sobre Investigação e Extensão em Sistemas Agropecuários – IESA e V Encontro da Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção – SBSP, Florianópolis (brochura). 2002.

TELELISTA 2005. Rio de Janeiro: **Telelistas**, 2005. Anual.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo. Atlas, 1987. 175 p.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE. **Brazil organic products report 2002**. Washington. 2002. Disponível em: <<http://www.usda.gov/>>. Acesso em: 16 abr. 2006.

WANDERLEY, M.N.B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, 20., 1996, **Resumos...** Caxambu, 32 p

WEID, J.M.V. **Desenvolvimento da agricultura e sustentabilidade**. Versão preliminar discutida no III Seminário de Movimentos Sociais e ONG's. Brasília, jan. 1997. 28 p.

WILLER, H.; YUSSEFI, M. **The world of organic agriculture: statistics emerging trends 2005**. Bonn: IFOAM, 2005.

ANEXOS

ANEXO A – LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Complemento da necessidade de trabalho na propriedade

Categoria agricultores (%)	Contratação (assalariado)	Diárias	Mutirão	Troca de dia de serviço	Parceria
Agricultores familiares	-	43,75%	31,25%	80,00%	25,00 %
Agricultores neorurais	18,75 %	37,5 %	-	6,25 %	-
Agricultor urbano	-	-	-	-	-
Total/ Médio	18,75 %	81,25 %	31,25 %	86,25 %	25,00 %

Fonte: Pesquisa de campo

Tabela 2. Representação das pragas, danos causados e controle às culturas comerciais orgânicas

Culturas/Criações	Pragas	Doenças	Plantas daninhas	Danos	Controle
Brássicas	Pulgão, curuquerê	-	-	-	Citronela, Neem, Calda de fumo, catação manual
Folhosas	Lagarta	-	-	Comem as folhas	<i>Bacilus thuringiensis</i>
Folhosas	Lesma	-	-	-	Isca de leite
Acelga, tomate, brássicas	Vaquinha	-	-	-	Óleo de Neem
Beringela	Ácaro	-	-	-	Neem
Abóbora/Quiabo	Idiamin, curuquerê, vaquinha	Oidio	-	-	Neem, <i>Bacillus thuringiensis</i> , Leite. Como preventivo – plantar na lua certa
Culturas em geral	Mosca branca	-	-	Vetor de viroses	Óleo de Neem, Óleos vegetais, <i>Metarrizium</i>
Tomate	Mosca branca, tripés, traça e brocas	-	-	Vetor de viroses	Cultivares tolerantes, <i>Bacillus thuringiensis</i> , Armadilha luminosa, Extrato de pimenta e alho, Óleo de Neem
Pomar de citros	Ácaro	Leprose	-	-	-

Tabela 2. Continuação

Culturas/Criações	Pragas	Doenças	Plantas daninhas	Danos	Controle
Pomar de citros	Acaro	Leprose	-	-	-
Milho	Lagarta do cartucho	-	-	-	<i>Bacillus thuringiensis</i> , Como preventivo – plantar na lua certa
Plantas em geral	Formigas	-	Gramma seda, Tiririca	Cortam a planta	Macex, Óleo queimado, Natucid, Calda de fungo
Café	Bicho mineiro	Ferrugem	-	-	Calda bordalesa
Roças	Passarinhos	-	-	-	-
Frutas	Mosca das frutas	-	-	Perfuração e apodrecimento	Armadilha e manejo
Brotos	-	Fungos	-	-	Manejo e assepsia
Girassol	Lagartas	-	-	Danifica a planta	-
Criação de galinhas caipiras	Piolho	-	-	-	-
Criação de galinhas caipiras	Vermes	-	-	-	Pseudocaule e folhas da bananeira
Pasto	Cigarrinha	-	-	Intoxica o gado, danos no capim	Manejo, Metarrizium
Bovinocultura	Berne	-	-	-	Produtos homeopáticos
Bovinocultura	Verminose	-	-	-	Mamão verde e Produtos homeopáticos
Bovinocultura	Mosca do chifre	-	-	-	Produtos homeopáticos
Bovinocultura	Carrapato	-	-	-	Neem e Produtos homeopáticos
Bovinocultura	Mastite	-	-	-	Manejo e higiene

Fonte: Pesquisa de campo

Tabela 3. Produção anual média

Produto	Area plantada	Produção ¹ / período (itens) ²	Destino	Credibilidade /Certificação	Epoca do ano	Processamento
Produto	Area plantada	Produção / período (itens)	Destino	Credibilidade /Certificação	Epoca do ano	Processamento
	AT (área total)	d-dia s-semana m-mês a-ano	s - subsistência c - comercialização	A - auditoria S - solidária	S - seca C - chuvosa	In- <i>in natura</i> P - processados
Hortaliças em geral	15,3 ha	1508 itens/sem	s e c	S	S e C	In e P
Brotos	-	80 kg/mês	c	S	S e C	In
Ovos/ Angola	livre	15dz/sem	s e c	S		In
Ovos/ Caipira	6,0 ha	18 dz/sem	s e c	S	S e C	In
Galinha Caipira	6,0 ha	250 animais	s e c	S	S e C	In
Roças	10 ha	-	s e c	S	S e C	In e P
Leite	22 há pasto	50l /dia	s e c	S	S e C	In e P
Frutas	21,5 ha	134 itens/sem	s	S	S e C	In e P
Tomate	1 ha	3750 kg/ano	s e c	S	S	In e P
Mel	160 ha	300 l/ano	s e c	S	S	In
Suino	0,2	?	s e c	S	S e C	In e P

¹Este volume corresponde apenas à produção *in natura*. ²A produção foi estimada em nº de itens por semana, pois os agricultores dos dois grupos: ADAO e PVV, da ARCA expõem seus produtos por itens (produto embalado com quantidade média acordada entre agricultores e técnicos) nas feiras e cestas. A maioria dos itens vendidos já são comercializados embalados e com o selo do grupo.

Fonte: Pesquisa de campo

Tabela 4. Forma como adquire FLV em Goiânia

Categorias	Direto do produtor ¹	CEASA/GO	Outras formas ²
Venda direta	1	0	0
Lojas especializadas	16	38	3
Redes varejistas	4	4	1
CEASA/GO	1	1	1
Média	22	42	4

¹Esta forma, na maioria dos casos, os comerciantes compram direto dos produtores, que entregam na porta, as folhagens, banana ou citros. Sendo o restante das olerícolas e frutas compradas na CEASA. Nenhuma das categorias compra somente direto do produtor. ²Orienta que esta aquisição é feita de outro estado. Ou ainda de lojas da mesma rede, situadas em Brasília e São Paulo e, das fazendas da própria rede, para o caso das redes varejistas.

Fonte: Pesquisa de campo

Tabela 5. Comercialização de FLV orgânicos, em Goiânia

Categorias	Sim	Não
Venda direta	1	0
Lojas especializadas	11	43
Redes varejistas	2	2
CEASA/GO	0	1
Média	16	46

Fonte: Pesquisa de campo

Tabela 6. Demanda de FLV orgânicos em Goiânia

Categorias	Sim	Não
Venda direta	1	0
Lojas especializadas	23	31
Redes varejistas	4	0
CEASA/GO	1	0
Média	29	31

Fonte: Pesquisa de campo

Tabela 7. Interesse me comercializar FLV orgânicos

Categorias	Sim	Não
Lojas especializadas	28	26
Grandes Redes varejistas	4	0
CEASA/GO	1	0
Média	33	26

Fonte: Pesquisa de campo UFG

Tabela 8. Levantamento de preço e produção de alimentos orgânicos

Produtos comercializados	Unidade	Preço médio (R\$)	Venda/periodo
	kg-quilograma		d-dia
	m-maço		s-semana
	l-litro		m-mês
	u-unidade		a-ano
	dz-dúzia		
	pct-pacote (itens)		
Hortalças em geral	m, u, pct	1,75	1508 itens/sem
Brotos	pct - 200 g	2,75	80 kg/mês
Ovos/ Angola	dz	3,50	15dz/sem
Ovos/ Caipira	dz	4,00	18 dz/sem
Tomate	kg	3,00	3750 kg/ano
Mel	l	18,00	300 l/ano
Queijo	u - 0,5 kg	4,00	15 u/s (sazonal)
Requeijão	u - 0,5 kg	7,00	06 u/s (sazonal)
Frutas da época (goiaba, jaboticaba, caju, manga, amora, limão, laranja, banana, nativas)	pct - 0,8kg u	1,75	134 itens/sem
Doces das frutas da época - em calda e cristalizado	vd - 350 g vd - 500 g,	6,00 10,00	(sazonal) (sazonal)
Geléias	vd - 210 g vd - 350 g,	4,50 6,00	(sazonal) (sazonal)
Conservas salgadas	vd - 210 g vd - 350 g,	4,50 6,00	(sazonal) (sazonal)
Carne de suíno (lingüiça, partes)	kg	10,00	(sazonal)
Carne de frango caipira	kg	15,00	(sazonal)

Fonte: Pesquisa de campo

ANEXO B - QUESTIONÁRIO APRESENTADO AOS AGRICULTORES

Caracterização da base produtiva de FLV, na região de Goiânia e entorno

Identificação

1. Entrevistado
2. Propriedade:
3. Data: ____/____/____.

Aspectos sócio-econômicos:

4. Uso da força de trabalho e renda (mão-de-obra utilizada)
 - Nº de pessoas:
 - Relações sociais (família, agregados):
5. Como é complementada a necessidade de trabalho na propriedade?
 - Contratação (assalariado)
 - Diárias
 - Mutirão
 - Troca de dia de serviço
 - Parceria
6. O sustento da família vem todo da produção? Sim ____ Não ____ .
7. Existe alguma atividade complementar de renda?
8. Qual a sua renda mensal?
9. Origem da família.

Organização social:

10. Participa de algum tipo de associação, cooperativa ou ONG de apoio a agricultura orgânica?
11. Que tipo de ação estas entidades desenvolvem?
12. Tem acesso a algum tipo de política pública ou programa governamental, voltado para o desenvolvimento da agricultura orgânica?
13. Recebe assistência técnica? De que tipo?

Financiamento:

14. Tem acesso a algum tipo de financiamento para a apoio à produção?

15. Qual a origem deste recurso?
16. Quais as suas vantagens e desvantagens?

Conhecimentos técnicos

17. Como adquiriu conhecimentos para o cultivo orgânico?
18. Como se dá o acesso às tecnologias e informações?

Nível tecnológico da produção:

Solos

19. Usa trabalho manual, tração animal e/ou máquinas?
20. Como faz o preparo do solo?
21. Qual é o manejo utilizado - técnicas de conservação e recomposição da fertilidade do solo? (erosão, manutenção da fertilidade, estrutura do solo, microorganismos, vento, água,...)
- () Plantio em nível;
 - () Manutenção da cobertura vegetal no terreno;
 - () Cobertura morta;
 - () Terraceamento;
 - () Curvas de nível vegetadas;
 - () Adubação verde;
 - () Compostagem;
 - () Quebra-ventos;
 - () Pousio;
 - () Outras técnicas:
22. Quais os instrumentos ou máquinas utilizados nestas técnicas (marcadores de nível, etc.)?
23. Quais os insumos utilizados no cultivo orgânico?
- Sementes
 - Adubos
 - Inseticidas, fungicidas
 - Fertilizantes líquidos
 - Rochas moidas

- Outros:

24. Utiliza adubação química?

25. Aonde adquire os produtos/insumos usados na produção orgânica?

26. Existe alguma dificuldade na obtenção destes insumos? .

Água

27. A água utilizada na propriedade é tratada?

28. De onde vem a água utilizada na propriedade?

- Poço artesiano;
- Poço comum;
- Mina d'água;
- Captação do rio.

29. Existe água para irrigação?

Pragas (pragas, doenças e plantas daninhas)

30. Quais as pragas mais frequentes e que causam maior dano nas culturas comerciais?

Cultura	Pragas	Doenças	Plantas daninhas	Danos	Controle

31. Que técnicas são utilizadas na prevenção às pragas?

32. Que produtos são utilizados no controle de pragas?

Aspectos produtivos:

33. Qual é a principal atividade desenvolvida na propriedade?

34. Uso do solo:

Area (ha) AT = ha	Olericultura	Fruticultura	Pastagem	Pousio	Preservação Permanente	Outros
o-orgânica						
c-convencional						

35. Produção anual:

Produto	Area plantada	Produção (kg/ha)	Destino	Certificado	Época do ano	Processamento
			s-subsistência c-comercialização	a-auditagem s-solidária	s-seca c-chuvosa	In- In c-natura c-

			o			conserva s d- desidrata dos

36. Faz planejamento das atividades produtivas?

Processamento da produção:

37. Como é feito o processamento da produção (artesanal ou industrial)?
38. De que forma garante a qualidade de higiene (sanidade) do produto?
39. Existe alguma agroindústria que receba e transforme os seus produtos?

Comercialização:

40. Como comercializa os produtos?
41. Existe algum tipo de organização ou apoio para organizar a comercialização em grupo?
42. Quais os critérios utilizados para estabelecer o preço dos seus produtos?
43. Levantamento de preço e produção:

Produto	Unidade	Preço (R\$)	Produção/período	Venda/período
	kg-quilograma m-maço l-litro u-unidade dz-dúzia pct-pacote		d-dia s-semana m-mês a-ano	d-dia s-semana m-mês a-ano

44. Aonde comercializa os seus produtos?
45. Participa de algum apoio governamental para a comercialização dos seus produtos (programa de compra local, compra e venda simultâneas)?
46. A comercialização é realizada de forma direta? Em que momentos?
47. E indireta? Para quem vende? (supermercados, lojas de produtos naturais, verdurões, mercearias, restaurantes, etc.).
48. Pratica outras formas de venda ou agregação de valor aos seus produtos ou serviços na propriedade? (turismo rural, venda para bufês de orgânicos, participação em eventos).

Certificação:

49. Como garante ao consumidor a credibilidade ao processo de produção?
50. Existe alguma forma coletiva ou solidária de geração de credibilidade?
51. Acha que é importante diferenciar, de alguma forma, o tipo de produto que vende?

Percepção do produtor:

52. O que você entende como produção orgânica?
53. Qual motivo o levou a produzir de forma orgânica?
54. Como vê a produção orgânica: potencialidades e gargalos.
55. Do que depende o nível de tecnificação e a qualidade da produção?
56. Quais os problemas mais urgentes a serem resolvidos, em todo o sistema de produção e comercialização?
57. Como vê o mercado de produtos orgânicos?
58. Qual a melhor forma de acessar o mercado de produtos orgânicos?
59. Quais as vantagens e desvantagens do uso da certificação?

ANEXO C - MAPEAMENTO PARA A PESQUISA COM OS AGENTES DISTRIBUIDORES/COMERCIANTES FLV, EM GOIÂNIA.

Categoria: Grandes Supermercados

- 1- Nome do estabelecimento:
- 2- Endereço:
- 3- Telefone:
- 4- Nome/Cargo do entrevistado
- 5- Onde compra as hortaliças, frutas e legumes comercializados na loja?
- 6- O que entende como produto orgânico?
- 7- Comercializa produtos orgânicos (f,v, l)? Sim ____; Não ____
- 8- (N) Tem interesse em comercializar este tipo de produto?
- 9- (S) Quem são os fornecedores?
- 10- (S) Quais as garantias de que o produto é realmente orgânico?
- 11- Acha que existe demanda por estes produtos? Sim ____; Não ____
- 12- Qual o volume desta demanda?
- 13-(S) Como poderia ser a rotina de abastecimento dos produtos orgânicos (reposição/entrega no local)?
- 14- (S) Como seria a exposição do produto orgânico?
- 15- Como poderia ser a relação de compra e venda dos produtos orgânicos?
- 16- Está disposto a pagar mais pelo produto orgânico?
- 17- Quais os critérios utilizados na compra de hortaliças (origem, rastreabilidade, qualidade, preço, prazo ...)?

ANEXO D - MAPEAMENTO PARA A PESQUISA COM OS AGENTES
DISTRIBUIDORES/COMERCIANTES FLV, EM GOIÂNIA

Categoria: Pequenos comerciantes, empórios, lojas de produtos naturais

- Nome do estabelecimento:
- Endereço:
- Telefone:
- Nome do proprietário:
- Compra as hortaliças na CEASA? Sim ____; Não ____
- Comercializa produtos orgânicos (f,v, l)? Sim ____; Não ____
- Existe demanda por estes produtos? Sim ____; Não ____
- Têm interesse em comercializar? Sim ____; Não ____
- (Se sim) Como poderia ser o abastecimento?