



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL**

**CERTIFICAÇÃO PARTICIPATIVA E
COMPRA COLETIVA DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS:
REDES LOCAIS CONSTRUINDO MERCADOS COOPERATIVOS,
UM ESTUDO NA REGIÃO DE CAMPINAS - SÃO PAULO**

MARIA ELISA VON ZUBEN TASSI

Araras

2011



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL**

**CERTIFICAÇÃO PARTICIPATIVA E
COMPRA COLETIVA DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS:
REDES LOCAIS CONSTRUINDO MERCADOS COOPERATIVOS,
UM ESTUDO NA REGIÃO DE CAMPINAS - SÃO PAULO**

MARIA ELISA VON ZUBEN TASSI

**ORIENTADOR: PROF. Dra. LUCIMAR SANTIAGO DE ABREU
CO-ORIENTADOR: PROF. Dra. MARISTELA SIMÕES DO CARMO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Rural como requisito parcial à obtenção do título de **MESTRE EM AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL**

Araras

2011

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

T213cp

Tassi, Maria Elisa Von Zuben.

Certificação participativa e compra coletiva de alimentos ecológicos : redes locais construindo mercados cooperativos, um estudo na região de Campinas - São Paulo / Maria Elisa Von Zuben Tassi. -- São Carlos : UFSCar, 2011.

188 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2011.

1. Agroecologia. 2. Rede sócio-técnica. 3. Certificação participativa. 4. Mercados locais. 5. Grupos de consumo. I. Título.

CDD: 630 (20^a)

MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO
DE

MARIA ELISA VON ZUBEN TASSI

APRESENTADA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL, DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DE SÃO CARLOS, *EM 06 DE MAIO DE 2011.*

BANCA EXAMINADORA:



PROFA. DRA. LUCIMAR SANTIAGO DE ABREU

ORIENTADORA

PPGADR



PROF. DR. MANOEL BALTASAR BAPTISTA DA COSTA

PPGADR/UFSCar



PROF. DR. CARLOS ARMÊNIO KHATOUNIAN

ESALQ/USP

DEDICO

à família *von Zuben*, na inspiração pela agronomia;
à família *Tassi*, na inspiração pela comercialização;
a *Guilherme*, pela parceria e amor transcendental;
e à filha *Sarah*, semente preciosa de meu jardim.

AGRADECIMENTOS

Agradeço *Deus*, criador e controlador do universo, fonte de todo amor e perfeição do mundo. Agradeço a *meus pais, José Ademir e Maria Neusa* que me conduziram no caminho do amor e do bem, permitindo-me viver com dignidade, educação e respeito, acompanhando cada passo de minha formação e incentivando-me em todas as oportunidades. Gratidão às minhas queridas irmãs, *Fabiana e Priscila*, e respectivos cunhados, pela importância da família em minha formação. Agradeço também ao *Guilherme*, pessoa querida e dedicada, companheiro nos projetos agroecológicos e familiares.

Agradeço imensamente a todos os *mestres e amigos* que tive a oportunidade de encontrar por esta vida, que sempre me iluminaram, acrescentando ensinamentos preciosos, bases para cada descoberta.

Agradeço ao carinho e orientação de *Lucimar*, do apoio e amizade de *Maristela*, e de todos os professores da PPGADR Ufscar - Agroecologia e Desenvolvimento Rural.

Agradeço aos produtores e distribuidores familiares que comercializam alimentos de base ecológica, especialmente aos amigos da *Associação de Agricultura Natural de Campinas e região - ANC* e aos parceiros do *Trocas Verdes*.

Por fim, agradeço a CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior/ programa REUNI; aos projetos sob coordenação de Lucimar Santiago de Abreu - EMBRAPA; e ao apoio familiar. Recursos fundamentais, sem os quais este estudo não teria sido possível.

“O objetivo básico da educação não é simplesmente desenvolver o talento profissional ou artístico do indivíduo. A verdadeira educação consiste em acender a chama da vida interior do(a) educando(a), fazendo(a) conscientizar-se de sua natureza divina”.

Do livro A verdade da vida, vol.25 – Masaharu Taniguchi

“Atualmente a sociedade humana está sendo desencaminhada por líderes cegos, pois eles não conhecem a meta e objetivo da vida humana, que é a auto-realização e o restabelecimento de nossa relação perdida com a Suprema Personalidade de Deus. É isto que está faltando. (...) Na verdade, nossa posição é que sempre estamos prestando serviço a alguém, seja nossa família, país ou sociedade. (...) O motivo disso é que o serviço que está sendo prestado não está corretamente orientado. Por exemplo, se quisermos servir a uma árvore, teremos que molhar-lhe a raiz. Se molharmos as folhas, ramos e galhos, ela não vai aproveitar muito. Se a Suprema personalidade de Deus é servida, todas as outras partes integrantes ficarão automaticamente satisfeitas. Consequentemente, todas as atividades beneficentes, bem como o serviço à sociedade, à família e à nação são realizadas quando Servimos à Suprema Personalidade de Deus.”

A.C. Bhaktivedanta Swami Prabhupada –
Em “A ciência da auto-realização”, 1986 p.1

*“O objetivo último da agricultura não é cultivar as plantas,
mas sim cultivar os seres humanos”
Massanobu Fukuoka*

SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS	3
LISTA TABELAS	7
LISTA DE FIGURAS	8
RESUMO	11
ABSTRACT	13
1 INTRODUÇÃO	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
2.1 Da agricultura alternativa à agroecologia	19
2.2. Agricultura familiar e a luta pela autonomia.....	24
2.3 Nova Sociologia Econômica, redes e capital social.....	28
2.4 Desenvolvimento rural, local e territorialidade	30
2.5 Economias alternativas.....	33
2.5.1 O Comércio Justo.....	34
2.5.2 A Economia Solidária	36
2.5.3 As Economias Locais	39
2.6 A formação do preço nos diferentes mercados	42
2.7 Políticas Públicas e participação para o desenvolvimento rural	44
3 METODOLOGIA	50
3.1 Enfoque sistêmico e o universo social.....	50
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	55
4.1 MERCADOS ORGÂNICOS E A CERTIFICAÇÃO PARTICIPATIVA	55
4.1.1 Como garantir a qualidade do alimento? Regulações dos mercados e os Sistemas Participativos de Garantia.....	55
4.1.2 A legislação brasileira e o controle social na garantia da conformidade	63
4.1.3 O pioneirismo da Rede Ecovida	69
4.1.4 A Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região – ANC e a construção do SPG local	72
4.2 REGIÃO DE CAMPINAS, PARTICULARIDADES DE UM TERRITÓRIO	79
4.2.1 Urbanidade	79
4.2.2 Ruralidades e Desenvolvimento Regional.....	83
4.2.2.1 Ensino e pesquisa	87
4.2.2.2 Assistência Técnica e Extensão Rural.....	90
4.2.2.3 Turismo das Frutas.....	95
4.2.2.4 Agricultura familiar de base ecológica no SPG.....	99
4.2.2.4.1 A formação do preço	109
4.2.3 Rede Sócio-Técnica	113
4.3 CIRCUITOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DE BASE ECOLÓGICA	116
4.3.1 Canais de comercialização.....	116
4.3.2 Principais Mercados	121
4.3.2.1 Central de Abastecimento de Campinas	121
4.3.2.2 Redes varejistas	122
4.3.2.3 Distribuidores atacadistas.....	127
4.3.3 Perspectivas	129

4.4 CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO E AS COMPRAS COLETIVAS	132
4.4.1 Mercados alternativos.....	132
4.4.1.1 Feiras verdes	133
4.4.1.2 Lojas especializadas.....	135
4.4.1.3 Distribuidores locais.....	137
4.4.2 Grupos de consumidores.....	140
4.4.2.1 Movimentos mundiais.....	140
4.4.2.2 Grupos nacionais e locais.....	143
4.4.2.3 A experiência do grupo de compras coletivas Trocas Verdes.....	147
4.4.3 Conexão das redes econômicas solidárias e agroecológicas	153
5 CONCLUSÕES	158
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	162
7 ANEXO	181
7.1 Roteiros de entrevista.....	181
7.2 Sistemas Participativos de Garantia mundiais (Fonte: IFOAM, 2009).....	187

LISTA DE SIGLAS

AAC	Agricultura Apoiada pela Comunidade
AAO	Associação de Agricultura Orgânica
AAOF	Associação de Agroecologia de Ouro Fino
ABA	Associação Brasileira de Agroecologia
ABD	Associação de Agricultura Biodinâmica
ABIO	Associação de Agricultores Biológicos do Rio de Janeiro
ACS	Associação de Certificação Socioparticipativa da Amazônia
ACOPA	Associação de Consumidores Orgânicos do Paraná
ADAO	Associação para o Desenvolvimento da Agropecuária Orgânica
AMAP	Associations Pour HT Maintien d'une Agriculture Paysanne
AMC	Agricultura Motivada pelo Consumidor
ANA	Articulação Nacional de Agroecologia
ANC	Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região
ANPAS	Associação Paulista de Supermercados
ANTEAG	Associação Nacional de Trabalho em Empresas de Autogestão e Participação Acionária
APA	Área de Proteção Ambiental
APA	Articulação Paulista de Agroecologia
APL	Arranjos Produtivos Locais
APOMS	Associação de Produtores Orgânicos de Mato Grosso do Sul
APTA	Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios
ASC	Agriculture Soutenue par HT Communauté
ATER	Assistência Técnica e Extensão Rural
BTC	Breaking the Chains
CAFF	Community Alliance with Family Farmers
CEAGESP	Companhia de Entrepósitos de Armazéns Gerais de São Paulo
CEASA	Companhia de Entrepósitos de Armazéns Gerais de Campinas
CEDAF	Conselho Estadual de Desenvolvimento da Agricultura Familiar
CIS	Centro de Integração Social
CJ	Comércio Justo
CMO	Certificadora Mokiti Okada
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
CONSEA	Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
CNPORG	Comissão Nacional da Produção Orgânica

CNUMAD	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento
CPOrg	Comissão da Produção Orgânica
CPqD	Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações
CRDR	Conselhos Regionais de Desenvolvimento Rural
CSA	Community Supported Agriculture
CTAO	Câmara Temática de Agricultura Orgânica
CATI	Coordenadoria de Assistência Técnica Integral
CTI	Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer
DAP	Declaração de Aptidão ao PRONAF
EDR	Escritórios de Desenvolvimento Rural
EES	Empreendimentos Econômicos Solidários
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMPLASA	Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano S/A
FAO	Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação
FBES	Fórum Brasileiro de Economia Solidária
FFC	Fundação Fórum Campinas
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FLO	Fairtrade Labelling Organizations International
FNDE	Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
GALCI	Grupo Regional Latino-Americano e do Caribe
GAO	Grupo de Agricultura Orgânica
IAC	Instituto Agronômico de Campinas
IB	Instituto Biológico
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICROFS	International Centre for Research in Organic Food Systems
IFOAM	Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica
IMS	Instituto Marista de Solidariedade
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
IN	Instrução Normativa
IOA	International Organic Accreditation Service
IP	Instituto de Pesca
ITAL	Instituto de Tecnologia de Alimentos
ITCP	Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares
IZ	Instituto de Zootecnia

LNLS	Laboratório Nacional de Luz Síncrotron
LSPPC	Local Solidarity Partnerships between Producers and Consumers
LUPA	Levantamento Censitário de Unidades de Produção Agropecuárias do Estado de São Paulo
MAELA	Movimento Agroecológico Latino-americano
MAPA	Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MMA	Ministério do Meio Ambiente
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MDS	Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome
MICC	Movimento Integração Campo Cidade
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
NEWS	Network of European World Shops
NSE	Nova Sociologia Econômica
OAC	Organismo de Avaliação da Conformidade Orgânica
OCA	Organic Consumer Association
OCS	Organização de Controle Social
OGS	Organic Guarantee System
OIA	Organização Internacional Agropecuária
ONG	Organização Não Governamental
OPAC	Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade
OPFCJC	Organizações de Produtores Familiares no Comercio Justo e Solidário
OXFAM	Committee for Famine Relief/Comitê Oxford
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PIB	Produto Interno Bruto
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNATER	Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
PRONAT	Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais
PRONATER	Programa Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural na Agricultura Familiar e na Reforma Agrária
PUC	Pontifícia Universidade Católica de Campinas
RAC	Rede Anhangüera de Comunicação
REPLAN	Refinaria do Planalto Paulista

REUNI	Reestruturação e Expansão das Universidades Federais
RMC	Região Metropolitana de Campinas
SAASP	Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo
SAF	Secretaria da Agricultura Familiar
SDC	Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo
SDT	Secretaria de Desenvolvimento Territorial
SEADE	Sistema Estadual de Análise de Dados
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SESC	Serviço Social do Comércio
SENAES	Secretaria Nacional da Economia Solidária
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SESCOOP	Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo
SINAC	Sistema Nacional de Abastecimento
SisOrg	Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica
SNCJS	Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário
SPG	Sistemas Participativos de Garantia
UFSCar	Universidade Federal de São Carlos
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas
UPD	Unidades de Pesquisa de Desenvolvimento
URGENCI	Urban - Rural Network: Generating new forms of Exchange between Citizens
WFTO	World Fair Trade Organization

LISTA TABELAS

Tabela 1 Organizações participantes dos Fóruns Brasileiro e Latino Americano de SPGs.....	59
Tabela 2 Linha do tempo do movimento orgânico e SPGs, nacional e internacional	61
Tabela 3 Mecanismos de controle da qualidade orgânica cadastrados.....	67
Tabela 4 Valor da Produção, segundo principais produtos agrícolas - RMC. Fonte: IBGE. Produção Agrícola Municipal (2004).....	85
Tabela 5 Proposições do Plano Regional de Desenvolvimento Rural Sustentável – CATI/ Campinas 2010-2014.....	94
Tabela 6 Calendário de Festas do Circuito das Frutas	97
Tabela 7 Principais produtos e alternativas de comercialização	102
Tabela 8 Características de produtores de frutas, verduras e legumes de base ecológica da região de Campinas	104
Tabela 9 Fatores de Sucesso dos Sistemas Alimentares Locais.....	108
Tabela 10 Principais atores do mercado ecológico da Região de Campinas	120
Tabela 11 Concorrência do varejo 2010	130
Tabela 12 “Grupos de consumidores responsáveis” de produtos da agricultura familiar e de base ecológica.....	145

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Marco Orgânico Global da IFOAM e os dois modelos de selos para os produtos orgânicos do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg).....	22
Figura 2 Modelos de Conexão. Fonte: Ploeg (2008).....	26
Figura 3 Selos do movimento internacional para o Comércio Justo - Fair Trade	35
Figura 4 Logo da Economia Solidária	37
Figura 5 Campanhas para o consumo de produtos locais, nos Estados Unidos.	39
Figura 6 Mapa dos Sistemas Participativos de Garantia globais, por países. Fonte: IFOAM 2009.....	58
Figura 7 Experiências de Sistemas Participativos de Garantia na América Latina ..	58
Figura 8 Mecanismos de controle para a garantia da qualidade dos sistemas orgânicos de produção. Fonte: Contribuições da pesquisa com base na IN nº19 de 28 de maio de 2009	65
Figura 9 Selo da Certificação Participativa da Rede Ecovida	69
Figura 10 Mapa das rotas do circuito de comercialização da Rede Ecovida - Sul. Fonte: Magnanti (2008).....	70
Figura 11 Estrutura do Sistema Participativo de Garantia- SPG. Fonte: Apresentação em Power Point de Romeu M. Leite, 2010.....	72
Figura 12 Logo da Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região	72
Figura 13 Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade- OPAC da Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região. Fonte: SPG - ANC e contribuições da pesquisa.....	74
Figura 14 Organograma da Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região (ANC). Fonte: Database IFOAM	76
Figura 15 Macrometrópole paulista. Fonte: Instituto Geográfico e Cartográfico- IGC/ Departamento de Estrada de Rodagem - DER, 2003. Elaboração EMPLASA.	80
Figura 16 População urbana e rural dos municípios da Região Metropolitana de Campinas. Fonte: Contribuições da pesquisa, com base em dados IBGE (2010)...	82
Figura 17 Principais setores de atividade da Região Metropolitana de Campinas - São Paulo. Fonte: Observatório Metropolitano - Indicadores da RMC (2008)	83

Figura 18 Distribuição do Valor Adicionado Regional da Agricultura - RMC. Fonte: Fundação SEADE (2003).....	84
Figura 19 Área em hectares, cultivada com uva (<i>Vitis</i> sp.). Fonte: Contribuições da pesquisa com base no LUPA- Levantamento Censitário de Unidades de Produção Agropecuária do Estado de São Paulo anos 1995/96 e 2007/2008.....	86
Figura 20 Rede Regional de Agroecologia Mantiqueira Mogiana. Fonte: Rede de agroecologia.....	88
Figura 21 Evolução do número de unidades de produção de morango entre o censo agropecuário de 1995/96 e 2007/2008. Fonte: Elaboração a partir de dados do LUPA (CATI, 1995/96 – 2007/2008).	92
Figura 22 Agroturismo e festas regionais entre a Região Metropolitana de Campinas e o Circuito das Frutas. Fonte: Contribuições da pesquisa.....	96
Figura 23 Festas Locais: comercialização, exposição e cultura tradicional.	97
Figura 24 Agricultura ecológica regional e o Sistema Participativo de Garantia	99
Figura 25 Mapa da região de abrangência do SPG da Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região - ANC. Fonte: Contribuições da pesquisa.	100
Figura 26 Oferta de morango (convencional) e preço médio (Kg) comercializado no CEASA- Campinas, ano 2009. Fonte: Programa Brasileiro de Modernização do Mercado Hortigranjeiro (PROHORT/CONAB).....	110
Figura 27 Representação do fluxo de transação do preço, na cadeia produtiva do morango ecológico, em três diferentes canais de comercialização, na região de Campinas. Fonte: Dados da pesquisa.	112
Figura 28 Rede sócio-técnica Agroecológica da região de Campinas, principais atores. Fonte: Contribuições da pesquisa.....	114
Figura 29 Circuitos de comercialização de produtos de base ecológica (hortaliças e frutas), algumas estratégias identificadas. Fonte: Contribuições da pesquisa.....	119
Figura 30 Evolução da concentração de lojas de auto-serviço (% sobre o faturamento/número de lojas de auto-serviços no estado de SP) – Fonte: Ranking ABRAS/Nielsen (2009) – estrutura do Varejo Brasileiro - Nielsen	123
Figura 31 Publicidade e campanhas das redes varejistas direcionadas aos consumidores.....	126
Figura 32 Distribuidor atacadista: seleção, limpeza, embalagem e rotulagem dos	

produtos	128
Figura 33 Feiras ecológicas locais	134
Figura 34 Distribuidores Locais (entrega em domicílio)	138
Figura 35 Distribuição de comunidades CSA nos Estados Unidos. Fonte: Slow Food Utah- Slow Food USA Convivium (CSA Farms).....	142
Figura 36 Levantamento inicial de entidades que trabalham com a comercialização ou consumo de produtos agroecológicos com a perspectiva da Economia Solidária. Fonte: Tygel (2003).....	144
Figura 37 Logo do grupo de compras coletivas: Trocas Verdes	147
Figura 38 Grupo de compras coletivas - Trocas Verdes	149
Figura 39 Representação da organização social do coletivo de consumidores de produtos orgânicos “Trocas Verdes” e do Sistema Participativo de Garantia da região de Campinas - ANC. Fonte: contribuições da pesquisa.....	151
Figura 40 Representação sobre os principais atores envolvidos com os selos ‘organizacional’ e ‘de produto’, definidos pelo Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS). Fonte: Faces do Brasil	154

**CERTIFICAÇÃO PARTICIPATIVA E COMPRA COLETIVA DE ALIMENTOS
ECOLÓGICOS: REDES LOCAIS CONSTRUINDO MERCADOS
COOPERATIVOS, UM ESTUDO NA REGIÃO DE CAMPINAS - SÃO PAULO**

Autor: MARIA ELISA VON ZUBEN TASSI

Orientador: Prof. Dra. LUCIMAR SANTIAGO DE ABREU

Co-orientador: Prof. Dra. MARISTELA SIMÕES DO CARMO

RESUMO

A 'modernização' do campo e o desenvolvimento das cidades nos últimos anos têm evidenciado um processo de diminuição das práticas agrícolas familiares e consequente ruptura nas relações entre homem e natureza. Esta pesquisa buscou investigar em que medida os mercados, entendidos como um conjunto de múltiplos atores e relações podem ser um dos elos entre a vida urbana e a rural. Procurou-se também, sistematizar as experiências de certificação e diferentes circuitos de comercialização de alimentos de base ecológica, assim como os arranjos sócio-técnicos que vêm sendo construídos na região metropolitana de Campinas. O território em questão se caracteriza atualmente como um pólo científico-tecnológico e de turismo, além de ser um grande mercado consumidor, que vêm expandindo seus limites urbanos para áreas consolidadas com agricultura familiar, como a fruticultura e a olericultura. O referencial teórico foi baseado na ciência Agroecológica, na Nova Sociologia Econômica, no Comércio Justo e Solidário e em perspectivas de Desenvolvimento Territorial. Adotou-se como metodologia a pesquisa-ação em dois grupos distintos e inter-relacionados: o Sistema Participativo de Garantia (SPG), coordenado pela Associação de Agricultura Natural de Campinas e região (ANC) e o grupo de compra coletiva de produtos orgânicos, Trocas Verdes. Foram realizadas visitas em mercados e propriedades rurais da região com coleta de dados em entrevistas, reuniões e eventos, construindo-se trajetórias e mapas de representações sociais. A regulamentação da agricultura orgânica (Lei Federal 10.830/2003), incluindo os SPGs como mecanismos de controle da qualidade orgânica; o movimento de Economia Solidária (Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário - 2010) assim como o incentivo em programas voltados à agricultura familiar e à Agroecologia são fatores que tem favorecido a consolidação de redes sócio-técnicas e de comercialização com princípios cooperativos, potencializado a construção, troca e validação de conhecimentos fundamentais entre agricultores, técnicos e

consumidores. No entanto, os desafios ao crescimento da produção orgânica vão desde a revalorização da agricultura familiar até as perdas inerentes aos ciclos produtivos e comerciais, incluindo a carência de trabalhadores no campo, baixa assistência técnica e administrativa aos agricultores e integração da logística para a distribuição de produtos. As alternativas encontradas envolvem projetos coletivos, territorializados e em rede, que buscam a aproximação entre consumidor e produtor através de estruturas e acordos de apoio mútuo, como as experiências de Agricultura Apoiada pela Comunidade. Conclui-se que a adoção de estratégias políticas ou comunitárias torna-se fundamental para a manutenção e fortalecimento da agricultura familiar de base ecológica e de mercados locais, assim como para o desenvolvimento rural sustentável.

**PARTICIPATORY CERTIFICATION AND ECOLOGICAL FOOD COLLECTIVE
PURCHASING, LOCAL NETWORKS BUILDING COOPERATIVE MARKETS,
A CASE STUDY IN CAMPINAS, SÃO PAULO**

Author: MARIA ELISA VON ZUBEN TASSI

Adviser: Prof. Dr. LUCIMAR SANTIAGO DE ABREU

Co-adviser: Prof. Dr. MARISTELA SIMÕES DO CARMO

ABSTRACT

The countryside 'modernization' and the cities development in recent years have shown a growing rift in the relationship between man and nature, and consequently the decrease in family and ecological agricultural practices. This research investigates the extent to which markets, herein defined as a set of multiple actors and relationships, can be one of the links between urban and rural life, mediating exchanges between consumers and ecological farmers. An attempt was also made to systematize the experiences of certification and marketing of basic ecological foodstuffs and socio-technical arrangements that have been pursued in the metropolitan area of Campinas. This region is known today as a scientific-technological and tourism polo which has been expanding its urban boundaries upon consolidated fruit and vegetable family farms. The theoretical approach was based on multiple contributions as Agroecology, the New Economic Sociology, the Fair Trade, and conceptual inputs regarding strategies for Rural Development. It was adopted an action-research methodology with distinct and inter-related groups: the Participative Guarantee System (PGS), coordinated by the Association of Natural Agriculture of Campinas and region (ANC) and the collective organic products buying group - Green Exchange, besides the reconstruction of historical path of social representations. The regulation of organic agriculture (Federal Law 10.830/2003) including PGSs as mechanisms for quality control; Solidarity Economy (National System of Fair Trade - 2010) as well as incentive programs to family farming and Agroecology are factors that have favored the consolidation of socio-technical networks and marketing with cooperative principles, enhanced construction, validation and exchange of skills and knowledge among farmers, technicians and consumers. However, the challenges to the growth of organic production range from revaluation of family farming to the inherent losses in the production cycles and trade, including the shortage of workers in the field, low technical and administrative assistance to farmers and logistics integration for product

distribution. The alternatives found involve collective territorialized projects and networking, seeking a closer relationship between consumer and producer through structures and agreements of mutual support, as the experiences of Community Supported Agriculture (CSA). Thus, the adoption of political and community strategies are fundamental to maintaining and strengthening family farms ecologically based and local markets, as well as rural development on a sustainable basis.

1 INTRODUÇÃO

As discussões acerca das transformações ocorridas entre o campo e a cidade intensificaram-se a partir da segunda metade do século XX, na medida em que a sociedade foi acentuando o consumo de bens e serviços, em função de uma mudança na base energética – do carvão para o petróleo. Este processo se deu simultaneamente à modernização da agricultura, com a formação de complexos agroindustriais, assim como à expansão dos centros urbanos. No campo, os agricultores familiares e camponeses continuaram fornecendo uma grande diversidade de alimentos consumidos nas cidades, se adaptando às tendências tecnológicas de elevação no uso de insumos externos.

O consumidor urbano foi se desconectando dos processos naturais e produtivos, distanciando-se das práticas agrícolas, passando a consumir cada vez mais produtos industrializados e contaminados por agrotóxicos, provenientes das grandes redes varejistas. Consolidam-se assim hábitos característicos da sociedade moderna e globalizada, onde o significado cultural do alimento, que antes representava tradições familiares, vem sendo substituído por valores da sociedade contemporânea, altamente industrializada. Como consequência a este distanciamento entre o *campo* e a *cidade*, configura-se uma tendência à desvalorização da agricultura familiar.

Diante deste cenário e sob a perspectiva de se alcançar o desenvolvimento rural sustentável, as perguntas que nortearam esta pesquisa buscaram responder questões sobre o elo entre as cidades e o campo.

Objetivou-se compreender qual a perspectiva da agricultura familiar de base ecológica localizada próxima aos centros urbanos. Quais são os movimentos e demandas que vêm sendo exigidos, assim como quais as principais redes e circuitos de comercialização de produtos de base ecológica existentes na região, com base nos princípios da Agroecologia?

A Agroecologia, ciência em processo de construção recente, oferece subsídios para que o homem do campo permaneça exercendo seu ofício na terra com dignidade, indo além da produção isenta de agrotóxicos. Esta ciência propõe a reflexão sobre alternativas técnicas e econômicas que englobam a produção de alimentos limpos, a comercialização e o consumo consciente.

A demanda do mercado por produtos ecológicos estimulou a regulamentação legal deste setor, que passou a aceitar e referendar nacionalmente o termo “produto orgânico”, através de selo próprio. A legislação vigente, sobre os sistemas orgânicos de produção (lei 10.831, de 23 de dezembro de 2003), foi fortemente inspirada pelos princípios da agroecologia e que, de maneira inovadora, reconhece duas formas alternativas de avaliação da conformidade dos sistemas orgânicos, além da certificação por auditoria (empresa certificadora). Uma dessas formas acontece através dos Sistemas Participativos de Garantia (SPG), e outra delas através de Organizações de Controle Social (OCS), por meio de associações e/ou ‘grupos de consumidores responsáveis’.

Apesar da comercialização de produtos orgânicos ser citada como um dos principais entraves dos sistemas orgânicos, em função da pequena oferta e logística para os mercados urbanos, o processo de regulamentação nacional também atinge diretamente as diversas categorias de produtores rurais, uma vez que envolvem, essencialmente, interesses comerciais. Assim, sob uma ótica específica, esta pesquisa buscou compreender de que maneira os Sistemas Participativos de Garantia e grupos de consumidores de produtos orgânicos podem contribuir para o desenvolvimento sustentável e para o fortalecimento da agricultura familiar.

A área de estudo definida foi a Região Metropolitana de Campinas (RMC), caracterizada por grande importância técnico-econômica; pelo forte

avanço de empreendimentos imobiliários; pela ausência de estudos sobre a produção e comercialização de produtos orgânicos; pela grande demanda por produtos ecológicos, e pelas alternativas que vem sendo concretizadas, através de grupos, associações e redes agroecológicas.

O desenvolvimento desta pesquisa também foi norteado por questionamentos de um projeto mais amplo, denominado "Sustentabilidade da cadeia de produção de alimentos orgânicos", realizado pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA - Meio Ambiente) de Jaguariúna-SP e a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar/ Araras-SP), com o apoio do ICROFS (Internacional Centre for Research in Organic Food Systems), instituição internacional de pesquisas em sistemas orgânicos familiares, com sede na Dinamarca.

A metodologia utilizada foi a investigação participativa a partir de referenciais teóricos da Agroecologia, Economia Solidária, Nova Sociologia Econômica (NSE) e do Desenvolvimento Territorial. A partir dos mercados da Região de Campinas, foi dada ênfase na análise do processo de certificação participativa (SPG), com foco na cadeia produtiva do morango de base ecológica, identificando-se fluxos, territórios, atores e redes, incluindo a apresentação da experiência de um coletivo de criação recente, fundamentado em "trocas" entre o produtor e o consumidor, localizado na RMC.

As práticas e regulações da agricultura ecológica ou orgânica, outrora também chamada de alternativa, possibilitam a reprodução sociocultural e ambiental tanto do pequeno produtor familiar ou camponês, como do agricultor empresarial e capitalista. No entanto, exige-se a superação de desafios em função da diversidade de perfis e da origem histórico-social de cada produtor rural em um mesmo território.

Diante disso, a análise final desta pesquisa buscou apresentar resultados que possam apoiar o surgimento, fortalecimento ou direcionamento de iniciativas que valorizem o ambiente rural como lócus de moradia e trabalho para agricultores familiares de base ecológica, a partir da aproximação do agricultor com mercados cooperativos, e interconectados por redes locais, que incluem o envolvimento dos consumidores com a agricultura regional.

Esta aproximação com a realidade agrícola define novos laços entre o urbano e o rural, resgatando valores familiares e estratégias locais de comercialização. Dessa forma, insere-se inevitavelmente em um debate político, que pode balizar ações com foco na reordenação e formulação de propostas que possam vir a contribuir para a estruturação de alternativas ecológicas, econômicas e até pedagógicas, diante do contexto social vivido atualmente.

Esta dissertação está organizada em cinco partes. Uma breve 1) *introdução* ao tema; o 2) *referencial teórico* utilizado, descrevendo conceitos e principais debates sobre a agricultura alternativa, agroecologia, agricultura familiar; o enfoque da Nova Sociologia Econômica (NSE), desenvolvimento rural, local e noções de territorialidade, assim como conceitos de economias alternativas como o comércio justo, a economia solidária e as economias locais, abordando a formação do preço de produtos orgânicos, e por fim o cenário político sobre o tema; a descrição da 3) *metodologia* utilizada; e os 4) *resultados e discussão*. Os resultados e discussão estão organizados em quatro capítulos: i) Mercados orgânicos e a certificação participativa; ii) Região de Campinas, particularidades do território; iii) Circuitos de comercialização de produtos de base ecológica; iv) Circuitos curtos de comercialização e as compras coletivas. Finaliza-se o trabalho com as 5) *conclusões*, seguido das *referências bibliográficas* e dos *anexos*.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Da agricultura alternativa à agroecologia

Inúmeros movimentos ligados à agricultura familiar, considerados marginais, contra-hegemônicos ou alternativos têm ganhado força nos últimos 30 anos, frente a um contexto sócio-político de intenso crescimento econômico, com aplicação de tecnologias para o avanço do agronegócio de exportação. Tal modelo, centrado em monocultivos dependentes de altas quantidades de insumos agroquímicos ficou conhecido como *modernização conservadora da agricultura* e tem sido debatido por inúmeros cientistas (MARTINE, 1990; WANDERLEY, 1997; CARMO, 1998; PLOEG, 2000; DELGADO, 2001; ALTIERI, 2006; KAGEYAMA, 2008) como um modelo inviável do ponto de vista do desenvolvimento social e ecológico.

Ignacy Sachs (1986) sinalizou sobre estes pontos, de maneira enfática:

“é chegada a hora de uma avaliação crítica dos projetos de civilização, de explicação das escolhas, de procura de estilos de vida diferentes, de desenvolvimento endógeno e não mimético, voltado para a satisfação das necessidades reais da sociedade e realizado em harmonia com a natureza”.

Sob esta ótica, propostas de agricultura com base em relações naturais e ecológicas aliadas a soluções tecnológicas limpas e de menor gasto energético vêm se estruturando por todo o mundo, como perspectivas orientadas para o desenvolvimento rural sustentável. A agroecologia emerge neste contexto, onde diversos atores se conscientizam da necessidade de uma nova abordagem para o meio rural em seu diálogo com a vida moderna.

Altieri (1989) observa que a *Agroecologia* constitui-se como um enfoque teórico e metodológico que, lançando mão de diversas disciplinas científicas, pretende estudar a atividade agrária sob uma perspectiva ecológica. A partir de um enfoque sistêmico, a agroecologia adota o *agroecossistema* como unidade de análise, tendo como propósito, em última instância, proporcionar as bases científicas (princípios, conceitos e metodologias) para apoiar o processo de transição do atual modelo de agricultura convencional para estilos de agriculturas sustentáveis.

O termo 'Agroecologia' foi usado primeiramente em duas publicações científicas em 1928 e 1930 por Bensin¹. A partir da década de 1970 a agroecologia continuou a ser definida como uma disciplina científica, sendo que no início na década de 1980 emergiu gradualmente também como um movimento social e como um conjunto de práticas. O movimento agroecológico compreende tanto um grupo de agricultores trabalhando para a segurança, soberania e autonomia alimentar, como movimentos políticos da população para o desenvolvimento rural. Ou pode ser, ainda, um movimento de grupos de agricultores fomentando a agricultura alternativa por meio de parcerias sociais para melhor responder aos desafios ecológicos e ambientais diante dos sistemas de produção agrícolas altamente especializados (como nos Estados Unidos) (WEZEL et al., 2009, p.2).

Autores como Carmo (2008), Caporal e Costabeber (2002) reforçam que a Agroecologia no Brasil se consolida como um movimento social, tendo surgido com grande expressão nos estados do sul, em função da tradicional agricultura familiar. Já o conceito de *agricultura alternativa*, segundo Brandenburg (2002), resgata uma forma de produção que articula um sistema de vida orientado por múltiplas racionalidades ou dimensões (econômica, social, religiosa, afetiva, ética, etc.). Este autor identificou três importantes fases do movimento de agricultura ecológica no Brasil, a partir da década de 1970: i) surgimento de um movimento nacional contra a industrialização da produção agrícola; ii) formação de novos grupos e formas de organização social; iii) institucionalização da agricultura ecológica, acompanhado por uma

¹ Bensin B.M. (1928) **Agroecological characteristics description and classification of the local corn varieties chorotypes**, book (editora desconhecida). (apud Wezel et al., 2009, p.2).

diluição parcial de seus princípios. Abreu et al. (2009) afirmam que, na fase atual ocorre um quarto momento, constituído pela redefinição e recomposição de diferentes versões da agricultura alternativa, no qual a Agroecologia ocupa um lugar significativo, que adota novas práticas e tem feito emergir um novo sistema de valores e de relações entre produtores e consumidores.

Assim sendo, apenas recentemente o conceito da Agroecologia foi apropriado pelos institutos de pesquisas, universidades e políticas públicas, incorporando aportes de campos do conhecimento como a Sociologia, Antropologia, Física, Economia Ecológica, História, dentre outros. A agroecologia é o estudo de agroecossistemas (ALTIERI, 1989) e de processos econômicos a eles inerentes, sendo também entendida como um modelo para mudanças sociais e ecológicas, que devem ocorrer no futuro, a fim de conduzir ou manter a agricultura em bases sustentáveis (GLIESSMAN, 2009).

Já a *agricultura orgânica*, ou *biológica*² distingue-se de outros conceitos de agricultura sustentável pelas normas de produção, procedimentos de certificação e objetivos mercadológicos. Associações privadas começaram a desenvolver padrões orgânicos há mais de 40 anos, e hoje existem pelo menos 100 padrões orgânicos, regionais ou nacionais em todo o mundo. Vários países também formularam leis e regulamentos em matéria de produção orgânica, processamento, certificação e comercialização, respondendo a uma expansão excepcional do mercado (FAO, 2007). No entanto, a proliferação de normas também pode restringir o acesso ao mercado para os agricultores além de gerar carência de informações tanto aos consumidores como aos produtores.

As primeiras normas foram construídas na década de 1940 por organizações de agricultores, fundando-se em 1972 a Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM) tendo os princípios da “agricultura orgânica”, definidos como: 1) princípio da saúde; 2) princípio da ecologia; 3) princípio da justiça; e 4) princípio da precaução. Descrevem

² Nos países da União Européia e países membros, as bases desta corrente foram lançadas na década de 1930, pelo *biologista* e político suíço Hans Peter Müller. Somente na década de 1960, o médico austríaco Hans Peter Rusch, sistematizou e divulgou suas ideias. Porém, foi na França que a agricultura organo-biológica mais se desenvolveu, passando a ser denominada como Agricultura Biológica. Este modelo esteve inicialmente preocupado com a autonomia dos produtores e comercialização direta, com forte cunho ecológico (EHLERS, 1996).

também que, para que haja justiça são necessários sistemas de produção, distribuição e comércio livres e equitativos e que englobem os custos reais em termos sociais e ambientais (IFOAM, 2005).

Diante deste sistema regulamentado, marcas e selos se fazem necessários para atestar a conformidade de determinado produto ou processo. Em fevereiro de 2011 a IFOAM lançou o Marco Orgânico Global, dentre outros logotipos, na forma de um 'selo' para ser usado pelos parceiros do Sistema de Garantia Orgânico (Organic Guarantee System - OGS).

No ano de 2009, de maneira inovadora perante o mercado orgânico mundial, foi criado no Brasil, um selo de abrangência nacional para identificar e controlar a produção nacional de orgânicos, junto com o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica – Sisorg e de mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica. A partir de 1º/01/2011 os produtos certificados por auditoria e Sistemas Participativos de Garantia apresentarão o selo do *SisOrg* em seus rótulos (BRASIL, 2009).



Figura 1 Marco Orgânico Global da IFOAM e os dois modelos de selos para os produtos orgânicos do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg)

O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg) é coordenado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA e é integrado por órgãos e entidades da administração pública federal e pelos Organismos de Avaliação da Conformidade (Certificação por Auditoria,

Organismos de Controle Social e Sistemas Participativos de Garantia) credenciados pelo MAPA³.

Este *sistema*, assim como a legislação brasileira se embasou nas experiências (e reações) dos movimentos sociais de todo o mundo (especialmente na América Latina), a partir do desenvolvimento e estruturação de sistemas alternativos de validação da produção, a exemplo da Rede Ecovida no sul do Brasil.

No ano de 2004, em uma ‘força tarefa’ internacional entre a IFOAM, Movimento Agroecológico Latino-americano⁴ (MAELA), e organizações brasileiras como a Rede Ecovida de Agroecologia, foram definidos os seguintes princípios dos Sistemas Participativos de Garantia: 1) visão compartilhada; 2) métodos participativos; 3) transparência; 4) confiança; 5) processo pedagógico; 6) horizontalidade (MEIRELLES, 2007).

Assim, diante do envolvimento e participação da sociedade civil organizada nos debates sobre as regulações dos sistemas orgânicos de produção, tanto a IFOAM como o SisOrg passaram a incentivar, de forma legítima, a certificação através do *controle social coletivo*. A IFOAM (2008) denomina os Sistemas Participativos de Garantia (SPG) como:

“sistemas de garantia de qualidade focados localmente. Certificam produtores baseados na participação ativa das partes interessadas e estão fundamentados na confiança, nas redes sociais e na troca do conhecimento.”

Na perspectiva da agroecologia, Carmo (2008, p.36) afirma que a ação coletiva vem do interesse dos atores sociais envolvidos na localidade de participar de projetos conjuntos com base nas suas necessidades, expectativas e valores compartilhados. As estratégias de ação coletiva acontecem em paralelo aos processos de *ecologização* das técnicas agrícolas, pois a legitimização das práticas agroecológicas somente se concretiza como forma

³ Os Estados e o Distrito Federal poderão integrar o SisOrg mediante convênios específicos firmados com o Mapa.

⁴ Fundado no início da década de 1980, conta com mais de 150 organizações - ONGs, organizações camponesas, consumidores, indígenas, movimentos e redes de agroecologia e instituições de ensino - em 20 países, é referência através da incidência política em âmbitos como a soberania alimentar, transgênicos, biodiversidade, investigação agrícola, legislação para agricultura orgânica, acesso a feiras e mercados locais, assim como o fortalecimento das iniciativas de Sistemas Participativos de Garantia.

de libertar o agricultor da dependência e o conduzir à participação efetiva nas decisões sobre os rumos do seu desenvolvimento.

2.2. Agricultura familiar e a luta pela autonomia

A *agricultura familiar* é uma das grandes protagonistas no debate da agricultura orgânica ou ecológica, pois foi através dela que se mantiveram ativas importantes práticas agrícolas com origem no etnoconhecimento de comunidades rurais e que não dependem do alto uso de insumos externos, em contraposição aos sistemas agro-tecnológicos modernos. Apesar de a *agricultura familiar* cultivar, com lavouras e pastagens, uma área menor que a agricultura não-familiar, ela é responsável por garantir boa parte da segurança alimentar do país, como importante fornecedora de alimentos para o mercado interno (IBGE, 2006).

Segundo Lamarche (1993), a agricultura familiar é uma forma social heterogênea cujas unidades de produção se diferenciam pela sua diversidade e pela capacidade de se apropriar dos meios de produção e desenvolvê-los. A organização da produção e do trabalho fica a cargo do produtor e de sua família, e o trabalho assalariado, quando ocorre, é apenas complementar. Para Wanderley (2003), o agricultor familiar é um ator social do mundo moderno, o que esvazia qualquer análise em termos de decomposição do campesinato. Assim, concede-se aos agricultores familiares contemporâneos a condição de atores sociais, construtores e parceiros de um projeto de sociedade e não simplesmente objetos de intervenção do Estado, sem história.

A unidade de produção familiar apresenta um funcionamento que lhe é peculiar, posto que é a composição familiar quem vai determinar os limites do volume total das atividades. Os agricultores familiares estabelecem, assim, o equilíbrio entre seus projetos e objetivos, os meios para atingi-los e os resultados que querem obter. A organização familiar, atuando em três direções, não dissociadas - produção, consumo e acumulação de patrimônio - procura o balanceamento entre elas em função da evolução do conjunto doméstico. Devemos, portanto, extrapolar as avaliações meramente econômicas para entender as relações entre a organização interna da produção em bases

familiares e o mundo externo. É importante perceber que muitos agricultores familiares não aperfeiçoam seus negócios como uma empresa, mas sim os adaptam às *necessidades familiares* no intuito de assegurar um nível de vida estável para o conjunto da família (CARMO, 2008; ABREU, 2006).

Assim, um sistema de exploração familiar é tanto uma unidade de produção quanto uma unidade social. As decisões familiares vão além do econômico, em que trabalho e parentesco estão juntos nas estratégias reprodutivas. Há uma rede complexa de relações sociais e valores coletivos que mantém o grupo familiar unido e que define e redefine a unidade de exploração (CARMO, 1998). E, resgatando o tema do campesinato, descrito por Chayanov (1974), considera-se a família como um conjunto de produtores e consumidores, ou seja, uma unidade de força de trabalho e consumo. A produção então se apresenta como o resultado da atividade inseparável e indivisível da família, e por isso esta recebe como resultado do seu trabalho uma quantidade de bens que não podem ser considerados lucro, renda ou juro sobre o capital. Da mesma forma não há pagamento de salários na unidade de exploração familiar, o que faz com que difira substancialmente, no seu comportamento, daquela com base no trabalho assalariado e na valorização do capital.

Em um estudo da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO, 1994) consideraram-se dois modelos: *agricultura patronal* e a *agricultura familiar*. Na primeira, existe completa separação entre gestão e trabalho, com organização centralizada, ênfase na especialização da produção, práticas agrícolas padronizáveis e predomínio do trabalho assalariado. Na *familiar*, o trabalho e a gestão encontram-se intimamente relacionados e a direção dos processos é assegurada diretamente pelo agricultor e sua família, com ênfase na durabilidade dos recursos, na qualidade de vida e trabalho assalariado complementar. Diferentemente da empresa capitalista, em que a extração e apropriação do trabalho alheio são condição *sine qua non* para a obtenção do lucro, na agricultura familiar o trabalho impulsiona diferentes lógicas de produção, conduzindo a comportamentos sociais e econômicos diferenciados (CARMO, 2005).

Ploeg (2008) conceitua a agricultura em três grupos díspares, porém inter-relacionados. O primeiro refere-se à *agricultura camponesa*, baseada fundamentalmente no uso sustentado do capital ecológico a partir de mão-de-obra essencialmente familiar e multifuncional, orientada para a defesa e melhoramento das condições de vida dos camponeses. A produção é orientada para o mercado, mas também para a reprodução da unidade agrícola familiar.

O segundo grupo corresponde a uma *agricultura do tipo empresarial*, baseado em capital financeiro e industrial, com produção altamente especializada e completamente orientada para o mercado. O terceiro grupo é constituído pela *agricultura capitalista* ou *corporativa de grande escala*. Neste grupo a produção é voltada para a maximização do lucro e da utilização exclusiva de mão-de-obra oriunda de trabalhadores assalariados.

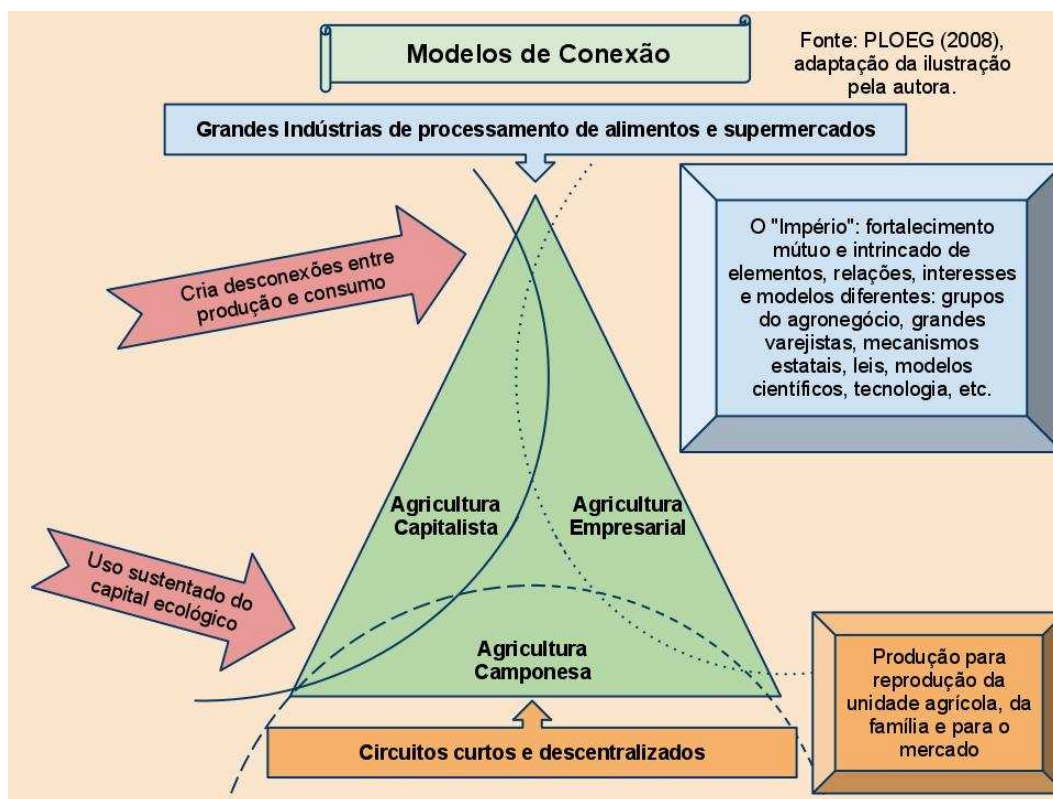


Figura 2 Modelos de Conexão. Fonte: Ploeg (2008)

Embora as diferenças entre os três grupos sejam variadas e, frequentemente, bastante articuladas, não existem entre eles linhas de demarcação definidas. As interligações entre os três grupos agrários e a sociedade em geral são estruturadas em muitas formas distintas (figura 2).

Este autor destaca dois modelos dominantes: um deles, fortemente centralizado, é constituído por grandes empresas de processamento e comercialização de alimentos que, cada vez mais, operam em escala mundial, no qual o autor se refere como *Império*; e o outro se centra na construção e reprodução de circuitos curtos e descentralizados que ligam a produção e o consumo de alimentos e, de forma mais geral, a agricultura e a sociedade regional.

A produção agrícola representa, para os camponeses, um de seus principais campos de batalha, e é através dela que o progresso pode ser alcançado. Assim sendo, diante de um cenário de privação e dependência em que se vê o agricultor familiar, a perspectiva de um movimento de enfraquecimento, erosão ou desaparecimento de práticas camponesas (descampesinização) abre espaço para a recampesinização⁵, que simboliza a *luta por autonomia e sobrevivência* da condição camponesa.

Os camponeses acabam desenvolvendo, por necessidade, novas formas de enfrentar as dificuldades inerentes à sua realidade (flutuação de preços, dificuldade de crédito, falta de assistência técnica, efeitos climáticos, etc.). As estratégias adotadas são: a produção para o autoconsumo/subsistência; a minimização de custos monetários através da redução de uso de insumos externos; a emergência de novidades tecnológicas (inovação), que aumentem a eficiência técnica; e a diversificação das práticas agrícolas.

Ploeg (2008, p.40) também descreve características fundamentais da condição camponesa:

“(1) a luta por autonomia que se realiza em (2) um contexto caracterizado por relações de dependência, marginalização e privações. Essa condição tem como objetivo e se concretiza em (3) criação e desenvolvimento de uma base de recursos auto-controlada e auto-gerenciada, a qual por sua vez permite (4) formas de co-produção entre homem e natureza viva que (5) interagem com o mercado, (6) permitem a sobrevivência e perspectivas de futuro e (7) se realimentam na base de recursos e a fortalecem, melhorando o processo de co-produção e fomentando a autonomia e, dessa forma, (8) reduzem a dependência. Dependendo das particularidades da conjuntura socioeconômica dominante, a sobrevivência e o desenvolvimento de uma base de

⁵ Em seu livro “Camponeses e Impérios agroalimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização”, Ploeg descreve o processo de recampesinização na Europa e em países do terceiro mundo.

recursos própria poderão ser (9) fortalecidos através de outras atividades não agrícolas. Finalmente, existem (10) padrões de cooperação que regulam e fortalecem essas inter-relações.”

Assim sendo, nota-se que modos paralelos e interdependentes de produção (e reprodução) caminham numa contínua e dinâmica evolução, transformando as realidades tanto rurais como urbanas, através da ligação com os mercados. Torna-se importante notar que as propostas com vistas ao desenvolvimento da agricultura familiar podem ser garantidas através da ação autônoma do agricultor familiar em seu território de trabalho.

2.3 Nova Sociologia Econômica, redes e capital social

Encontram-se na Nova Sociologia Econômica (NSE) abordagens teóricas que podem ser definidas, de modo conciso, como a aplicação de conceitos e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos – mercados, empresas, lojas, sindicatos, etc. Apoiando-se no enfoque de Max Weber, a NSE estuda tanto o setor econômico na sociedade como a maneira pela qual esses fenômenos influenciam o resto da sociedade e o modo pelo qual o restante da sociedade os influencia (cf. WEBER, 1949; In SWEDBERG, 2004).

Para a NSE, o mercado é considerado um dos tópicos centrais, sendo também uma construção social, como produto das relações entre os diversos atores envolvidos e da correlação de forças estabelecidas entre eles. Desta forma, o pressuposto é que não existe um único mercado, mas distintos mercados que se organizam segundo as relações e os agentes que os estruturam a partir do contexto e da realidade das regiões (MARQUES e PEIXOTO, 2003; ABRAMOVAY, 2004).

Segundo Richard Swedberg (2004) citando outros autores (cf. ZUCKERMAN, 2003; GRANOVETTER, 1985), a tarefa da sociologia econômica é descrever o modo pelo qual as ações econômicas são estruturadas por meio de *redes*. Em suma, as ações econômicas não acompanham os caminhos concisos e diretos da maximização, tal como reivindicam os economistas; acompanham muito mais os caminhos consideravelmente mais complexos das redes existentes.

As trocas de informações através de redes (sociais) têm ganhado destaque na sociedade contemporânea. Uma das grandes vantagens da análise de redes é o fato de constituir uma ferramenta flexível por meio da qual se pode lidar com um número considerável de fenômenos sociais. DiMaggio e Louch (1998) apud Swedberg (2004), afirmam que as redes possibilitam boas análises, especialmente as que buscam abordar as compras de *consumidores* que mobilizam suas redes de amigos e conhecidos.

Abramovay (2000) cita Manuel Castells⁶ que publicou uma trilogia sobre a era da informação, chamada *Sociedade em rede*, a qual tem a ambição de mostrar que a organização em rede é o traço mais importante das estruturas sociais contemporâneas. Abramovay (2000) afirma que a teia de organizações que se estabelece no universo da agroecologia é altamente positiva. Grupos, associações, cooperativas e organizações não-governamentais associam-se em uma rede que permite transcender a idéia de organização em seu sentido estático e externo, bem como em um sentido puramente econômico. Trata-se de um processo que é também político, pois envolve uma luta social por projetos distintos para a sociedade, uma vez que não é possível assumir uma identidade sem a transformação do universo simbólico que lhe dá suporte.

Em relação à gestão territorial (considerando os aspectos urbanos, ambientais ou sociais) novos arranjos institucionais e de cooperação estão sendo estabelecidos em forma de redes, substituindo a visão hierárquica de gestão, onde o planejamento e as decisões vêm geralmente ligadas aos órgãos executivos. Nesta estrutura, os pontos não se relacionam por subordinação e sim por afinidades, tendo muitas vezes sua origem (ou sendo potencializados) em tecnologias de informação e comunicação. Estes arranjos são chamados de *redes-sócio-técnicas* e envolvem a criação de uma organização entre agentes sociais estimulada e mediada por ferramentas tecnológicas e de linguagem codificada para que os laços de relacionamento entre emissores e receptores (nós) se tornem efetivos. Neste aspecto, é essencial a compreensão das relações sociais, dos instrumentos tecnológicos e da base territorial como

⁶ Este autor Introduziu o conceito de "consumo coletivo" e de "capitalismo informacional" que elege a tecnologia de informação como o paradigma das mudanças sociais que reestruturaram o modo de produção capitalista, a partir de 1980.

elementos interdependentes da constituição de redes sócio-técnicas e, por esta razão, são necessárias investigações interdisciplinares complementares (KAUCHAKJE et al., 2006).

Nesta acepção, os conceitos de *capital social*, de *redes* e *confiança* assumem um papel central na teorização sociológica em torno das variáveis econômicas (MARQUES e PEIXOTO, 2003). O capital social e a confiança garantem a presença da dimensão social nos fenômenos abordados pela economia, sendo as redes, o elemento estrutural que define padrões de comunicação, hipóteses de difusão, quadros de mobilização de recursos materiais e humanos, contribuindo para o desenvolvimento de alianças e coligações políticas determinantes para o futuro do mundo econômico.

Autores como Pierre Bourdieu (1980), James Coleman (1990) e Robert Putnam (1996), discorrem sobre as origens do conceito de capital social. Putnam popularizou o conceito, definindo-o como sendo traços da vida social formados por redes, normas e confiança, que facilitam a ação e a cooperação na busca de objetivos comuns. Coleman afirma que, assim como outras formas de capital, o social é produtivo, especificando três formas: 1) o nível de confiança (o capital social é elevado onde as pessoas confiam umas nas outras e onde essa confiança é exercida pela aceitação mútua de obrigações); 2) os canais de trocas de informações e ideias são referência; e 3) qualificação, normas e sanções, encorajando os indivíduos a trabalharem por um bem comum, abandonando interesses próprios imediatos.

Tais autores afirmam que o capital social derruba a tese de Adam Smith, da força e independência de ações isoladas, já que as estruturas sociais também são recursos a se dispor. O termo “capital” é usado, portanto, por corresponder a recursos que servem para abrir caminho para a formação de novas relações entre os habitantes de uma dada região.

2.4 Desenvolvimento rural, local e territorialidade

Discussões acerca da temática do *desenvolvimento rural* destacam a importância da *agricultura* como item central, com base em processos de produção ambientalmente adequada; diversificação de produtos; maior controle sobre os processos de trabalho; práticas de cooperação e pluriatividade; e

redução na dependência do mercado de insumos externos (PLOEG, 2000; KAGEYAMA, 2008).

Diversos enfoques inter-relacionados sobre esse tema têm sido utilizados como: *eco-desenvolvimento*⁷, *desenvolvimento local*, *endógeno*, *territorial*, dentre outros, como *desenvolvimento sustentável*. Para todos estes casos, fatores sócio-espaciais (critérios de proximidade geográfica e edafoclimáticos) e sócio-culturais estão intimamente relacionados.

Segundo Sen (2000), o desenvolvimento deve ser visto como um processo de *expansão das liberdades reais* que as pessoas desfrutam. Ele contrasta com visões mais restritas, como as que identificam desenvolvimento com: crescimento do PIB (Produto Interno Bruto); aumento da renda *per capita*; industrialização; avanço tecnológico ou modernização. Esses fatores são obviamente importantes como meios de expandir as liberdades, mas as liberdades são essencialmente determinadas por saúde, educação e direitos civis (SEN apud VEIGA, 2001).

Primavesi (1997) resgata a origem do conceito de agricultura ecológica, cuja palavra vem do grego “oikos”, que significa *lugar*, sendo uma atividade que trabalha em estreita interligação com os sistemas naturais de determinado lugar e de maneira holístico-sistêmica, incluindo os ciclos e até a atividade do homem, visando não somente proteger consumidores, mas criar um mundo saudável e amigável para todos.

Quanto à ligação entre campo e cidade, Wanderley (2001) afirma que o *espaço local* é, por excelência, o lugar da convergência entre o rural e o urbano e que um programa de desenvolvimento local não substitui o desenvolvimento rural, mas o incorpora como parte integrante. Complementa afirmando que as diferenças entre estes espaços vão se manifestar no plano das “identificações e das reivindicações na vida cotidiana”, de forma que o rural se torne um “ator coletivo”, constituído a partir de uma referência espacial e inserido num campo ampliado de trocas sociais.

⁷ SACHS, I; **Ecodesenvolvimento: crescer sem destruir**. Trad. de E. Araujo. - São Paulo: Vértice, 1981.

Quanto ao fim do isolamento entre as cidades e o meio rural, Wanderley (2001) descreve duas perspectivas conceituando-o como *continuum rural-urbano*: uma delas aponta para um processo de homogeneização espacial e social, que se traduziria por uma crescente perda de nitidez das fronteiras entre os espaços sociais rural e urbano e, sobretudo, o fim da própria realidade rural, distinta da realidade urbana. A outra considera o continuum rural-urbano como uma relação que *aproxima e integra* dois pólos extremos. Nesta perspectiva, a hipótese central é de que, mesmo ressaltando-se as semelhanças entre os dois extremos e a continuidade entre o rural e o urbano, as relações entre o campo e a cidade não destroem as particularidades dos dois pólos e, por conseguinte, não representam o fim do rural; o continuum se desenha entre um pólo urbano e um pólo rural, distintos entre si e em intenso processo de mudança em suas relações (WANDERLEY, 2001).

Assim, se por um lado ocorre um esvaziamento da população no campo na medida em que a sociedade se industrializa, por outro, há uma reconstrução de relações sociais no meio rural mediante categorias sociais que permanecem no campo e que são valorizadas no contexto de *políticas públicas* (WANDERLEY, 2000). Abramovay (2003) destaca a importância de um olhar tanto no nível municipal como intermunicipal, no que diz respeito a propostas de desenvolvimento rural.

O conceito de *territorialidade* é entendido por Dematteis (2008) como relações dinâmicas existentes entre os componentes sociais (economia, cultura, instituições, poder) e os elementos materiais e imateriais, vivos e inertes, que são próprios dos territórios onde se habita, se vive e se produz. Este autor desenvolve o tema, distinguindo uma territorialidade passiva e “negativa”, com um sistema de controle que se objetiva a excluir sujeitos e recursos, de uma *territorialidade ativa* e “positiva”, que deriva de *ações coletivas territorializadas* e territorializantes dos sujeitos locais e que objetiva a construção de estratégias de inclusão. Nos territórios “ativos”, os sujeitos locais efetivam papéis e ações configurando estratégias de resposta/resistência com relação às imposições de controle, contribuindo para realizar mudanças e inovações.

A noção de território está sendo construída em paralelo e como contraponto à globalização, pois reconhece, ressalta e valoriza as especificidades *locais e regionais* em face da idéia uniformizadora do pensar global. Ressalta-se também que é a partir da potencialidade dos recursos agroecossistêmicos e do conhecimento dos atores do local que se dá a partida para a inovação tecnológica em bases agroecológicas (CARMO E COMITRE, 2010).

2.5 Economias alternativas

Na medida em que a sociedade e a economia se tornaram mais complexas, também a forma e o conceito de empreendimentos e empresa se modificaram. Da primitiva unidade produtiva familiar camponesa e do artesanato urbano caminhou-se em direção a empresas mais complexas, que requerem mais requisitos de controle, administração e financiamento. Tais transformações ampliaram ainda mais o poder das grandes empresas internacionais (empresas transnacionais), criando monopólios que controlam mercados, ciência e tecnologia, financiamentos, investimentos e comércio internacional, com intenso poder de decisão sobre o que produzir, onde (localização) e de que maneira, independentemente dos interesses do país (CANO, 2007) ou do local onde estejam atuando.

No entanto, empreendimentos simplificados e tradicionais ainda se mantêm paralelamente ao sistema vigente. Neste sentido, iniciativas – ainda com baixa visibilidade - vêm se sustentando e estruturando como alternativas econômicas (leia-se lucrativas) baseadas em valores de justiça social, respeito à natureza e desenvolvimento local. Propostas como o *Comércio Justo*, a *Economia Solidária* e os *sistemas agro-alimentares locais* possuem particularidades que se firmam como potencial apoio às experiências da agricultura familiar e que serão brevemente apresentadas a seguir.

Independentemente da estratégia econômica abordada, é importante pontuar o conceito de lucro, uma vez que não pode ser entendido como o “preço” do capital. No capitalismo ele é, na verdade, resultado da produção, compra e venda de bens e serviços (CANO, 2007). Para Marx, citado por

Carmo (1995), o lucro, que é a manifestação histórica da evolução do modo de produção capitalista, é a categoria com a qual se procura diferenciar o valor de mercado do custo de produção da mercadoria. Porém, o valor da mercadoria pode não ser o mesmo do preço de venda, uma vez que, no *mercado*, fatos circunstanciais e concorrenciais podem provocar a desigualdade entre esses dois montantes. O importante é que, mesmo que a mercadoria seja vendida abaixo do seu valor, a fração correspondente ao lucro permanece de tal forma que o preço de custo fixa o limite inferior do preço de venda da mercadoria (MARX, s.d.). Na agricultura, aos preços da mercadoria é preciso ainda acrescentar a parte relativa aos recursos naturais no processo produtivo, em especial a terra (CARMO, 1995).

2.5.1 O Comércio Justo

O Comércio Justo, ou Fair Trade, é um movimento iniciado na Europa, na década de 1960⁸, que busca o fortalecimento das relações comerciais internacionais entre países do norte com os países do sul, com objetivo de valorização do produto e de seu produtor. Em 1989 é criado o IFAT (International Fair Trade Association), hoje World Fair Trade Organization (WFTO ou Organização Mundial do Comércio Justo), que é o órgão representativo global de mais de 350 organizações. Mais de um milhão de pequenos produtores e trabalhadores estão organizados em 3.000 organizações de base, em mais de 50 países do sul. Seus produtos são vendidos em milhares de lojas de Comércio Justo ou *World shops*, supermercados e muitos outros pontos de vendas no norte e, cada vez mais, em pontos de venda no hemisfério sul. O movimento está envolvido em discussões com representantes políticos nas instituições europeias e fóruns internacionais por um comércio internacional mais justo.

Em 1997, foi criada a Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), uma instituição “guarda chuva” voltada à coordenação do registro,

⁸ Em 1964, a OXFAM criou a primeira Organização de Comércio Justo. O nome 'Oxfam' vem de Oxford Committee for Famine Relief, um comitê criado para a erradicação da fome, fundado na Grã-Bretanha em 1942. Na mesma época nasceu na Holanda a importadora *Fair Trade Organisatie*.

monitoramento e promoção das entidades voltadas ao comércio justo. No Brasil o café, por ser uma *commoditie* de exportação, é um dos principais produtos comercializados recebendo a certificação “FLO”, sendo a mais bem sucedida experiência de selo no comércio justo. Os critérios acordados para o café referem-se: ao preço mínimo garantido, a aquisições exclusivas de grupos democraticamente organizados de pequenos produtores, à previsão de crédito para a pré-colheita e ao acordo de compra por prazos longos e não a cada ano (CARVALHO, 2002).

A proposta direciona a discussão para os conceitos de *justiça social e cadeias produtivas*. As principais entidades internacionais atuantes no Comércio Justo uniformizaram a definição do termo em 2001, como:

"Comércio Justo é uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável através de melhores condições de troca e a garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados - principalmente do Sul. (SCHNEIDER, 2007)."



Figura 3 Selos do movimento internacional para o Comércio Justo - Fair Trade

Já a NEWS (Network of European World Shops), rede europeia de lojas do Comércio Justo conceitua como:

“uma *parceria entre produtores e consumidores* que trabalham para ultrapassar as dificuldades enfrentadas pelos primeiros, aumentar o seu acesso ao mercado e promover o processo de desenvolvimento sustentado.”

O comércio justo tem sido fomentado por alguns grupos nacionais como a *Faces do Brasil*⁹ que é uma plataforma de entidades e atores do movimento do *Comércio Justo e Solidário*, tendo propostas que casam com o movimento de Economia solidária, que será descrito a seguir. As organizações de

⁹ Atuando desde 2001, na articulação de entidades públicas e privadas brasileiras contextualizadas historicamente no fomento à produção de base solidária.

comércio justo estão engajadas no apoio aos produtores, na conscientização e informação e em campanhas para promover mudanças nas regras e práticas do comércio *internacional* convencional.

Para alguns, o comércio justo é uma forma de reduzir disparidades econômicas entre os países ricos e os periféricos, estabelecendo canais alternativos de comercialização para produtos provenientes de processos produtivos preocupados com o desenvolvimento da comunidade e a qualidade do ambiente (Fairtrade Foundation, apud CARVALHO, 2002). Segundo Carvalho (2002) o movimento pelo comércio justo não é homogêneo. Nos países ricos, diferem em termos da existência ou não do objetivo de lucro, embora todas as entidades busquem o equilíbrio financeiro nas suas operações comerciais. Nos países periféricos, a maior parte tem uma forte orientação comunitária, apesar das diversas alternativas encontradas para organização formal de suas atividades poderem ou não contar com a parceria do Estado, sendo que algumas já refletem vários anos de experiência.

2.5.2 A Economia Solidária

As iniciativas para o fortalecimento econômico com foco em estratégias de geração de trabalho e renda em nível nacional estão fortemente concentradas no movimento da Economia Solidária, muito embora estejam intimamente relacionadas da proposta do Comércio Justo. No Brasil este movimento surge (ou ressurge) historicamente, sobretudo a partir dos anos 1980, com base em um grande leque de experiências associativas que passam a se organizar, no campo e na cidade, em distintos contextos econômicos e sociais. Empresas falidas ou em crise, recuperadas pelos trabalhadores; grupos e associações comunitárias de caráter formal ou informal; associações e cooperativas constituídas por agricultores familiares e assentados da reforma agrária; cooperativas urbanas (de trabalho, consumo e serviços); grupos de finanças solidárias, entre outras iniciativas, integram as práticas organizativas, bastante diversificadas, presentes nessa construção.

É somente nos anos 1990, no entanto, que o termo “Economia Solidária” passa a ser mais amplamente utilizado, articulando conceitualmente essas

distintas experiências, seja em seu questionamento ao sistema econômico capitalista, seja como uma estratégia coletiva de geração de trabalho e renda (SCHMITT e TYGEL, 2009). Atualmente¹⁰ a Economia Solidária foi incorporada como política pública em centenas de municípios e em 18 estados, tornando-se objeto de ensino, pesquisa e extensão em mais de 100 universidades em todas as regiões do Brasil (SINGER, 2008).



Figura 4 Logo da Economia Solidária

Gaiger (2006) destaca a importância e similaridade desta forma social solidária de produção com o campesinato, já que há uma unidade entre a posse e o uso dos meios de produção da economia camponesa. Dessa forma, afirma que a economia solidária possui foco no trabalho *cooperativo e na autogestão*, com perspectivas de mudança social, contenção de pobreza e como alternativa ao próprio capitalismo. Alguns autores descrevem a economia solidária como um *novo modo de produção, não-capitalista* (TIRIBA, 1997; SINGER, 2000; VERANO, 2001, apud GAIGER 2006). Farid Eid (2007) afirma que a Economia Solidária fomenta a inversão de orientação da produção priorizando a tomada coletiva de decisões, onde se pretende que o trabalho seja capaz de se utilizar do capital.

Os Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) podem ser de produção de bens, de prestação de serviços, de fundos de crédito (cooperativas de crédito e os fundos rotativos populares), de comercialização (compra, venda e troca de insumos, produtos e serviços) e de consumo solidário. Possuem as seguintes características: 1) coletivas (organizações

¹⁰ Em 2007 foi produzido um *Atlas da Economia Solidária* que revelou no país um total de 22 mil empreendimentos econômicos solidários - EES, que associavam cerca de 1,7 milhões de pessoas e movimentavam anualmente cerca de R\$ 6 bilhões.

supra-familiares, singulares e complexas, tais como associações, cooperativas, empresas autogestionárias, clubes de trocas, redes, grupos produtivos, etc.); 2) seus participantes ou sócios são trabalhadores dos meios urbano e/ou rural que exercem coletivamente a gestão das atividades, assim como a alocação dos resultados; 3) são organizações permanentes, incluindo os empreendimentos que estão em funcionamento e as que estão em processo de implantação, com um grupo de participantes constituído e atividades econômicas definidas; 4) podem ter ou não um registro legal, prevalecendo a existência real; 5) realizam atividades econômicas que podem ser de produção de bens, prestação de serviços, de crédito (ou seja, de finanças solidárias), de comercialização e de consumo solidário.

Descrivendo sobre a interconexão entre *Agroecologia* e *Economia Solidária*, Santos *apud* Schmitt e Tygel (2009) afirmam que o caráter contra-hegemônico dessas ações de resistência ao modelo de desenvolvimento econômico contribui para que as mesmas apresentem um caráter descontínuo e, por vezes, contraditório. O êxito dessas alternativas de produção e de organização comunitária no que diz respeito à realização de seu potencial emancipatório depende, em boa medida, de sua capacidade de integrar processos de transformação econômica e *mudanças culturais, sociais e políticas*, construindo *redes de colaboração e apoio mútuo* e estabelecendo *laços* com um movimento social mais amplo.

Schmitt e Tygel afirmam ainda que é consenso para muitos que a Economia Solidária parte de uma racionalidade distinta da economia capitalista. As novas relações sociais e econômicas, mediadas pelo trabalho associado e pelos princípios de solidariedade e cooperação, desenvolvidas no âmbito dessa nova economia, *requalificam os sentidos do trabalho, da produção, do consumo e das trocas*, fortalecendo práticas de reciprocidade e contrariando a idéia de que o ser humano se comportaria, naturalmente, com base no desejo de maximizar seu lucro.

2.5.3 As Economias Locais

No início do século XX ainda a maioria das famílias viviam em fazendas e a maioria dos alimentos era cultivada ou comercializada localmente. No entanto, após a II Guerra Mundial os sistemas agro-alimentares se expandiram e se consolidaram (industrialização, transportes, insumos, refrigeração, etc.). No final dos anos de 1960 o desejo de se alimentar de produtos locais, se alinhou com o movimento ambiental e mais recentemente, esta aspiração ganhou novo impulso (MARTINEZ, 2010), especialmente em alguns países como o caso dos Estados Unidos.



Figura 5 Campanhas para o consumo de produtos locais, nos Estados Unidos.

Alguns autores (HINES, 2000; KING et al, 2010; MARTINEZ, 2010) destacam a importância das *economias locais* na promoção de comunidades e na promoção de empregos coerentes com realidades particulares. O desenvolvimento endógeno de economias locais não está ultrapassado¹¹, pois é um modo de viver “artístico” e portador de grande conhecimento, como demonstrado em princípio, por muitas agro-culturas tradicionais (LEISA, 2001).

Nos Estados Unidos, os alimentos locais continuam sendo uma parcela pequena da agricultura deste país, no entanto a demanda por alimentos locais cresceu, chegando aos consumidores através de uma variedade de modalidades da cadeia de abastecimento e pontos de comercialização. Podem ser vendidos em supermercados; em lojas especializadas ou pequenas cadeias de supermercados regionais, em restaurantes, escolas, ou hospitais, ou

¹¹ O New Oxford American Dictionary definiu a palavra “locavore” no ano de 2007, como sendo a pessoa que tenta comer apenas alimentos cultivados ou produzidos dentro de um raio de 100 milhas. No entanto, há pouco consenso que 100 milhas equivale ao local (MARTINEZ, 2010).

através de uma variedade de estabelecimentos de venda direta (direct-to-consumer) (MARTINEZ, 2010).

Alguns princípios de economias locais foram sugeridos por Pretty (1998) e adaptados por LEISA (2001), indicando cinco diretrizes para fortalecê-las:

1) Utilização de recursos locais ao invés de recursos externos, como: a) prática de agricultura orgânica ou “agricultura sustentável de baixo uso de insumos externos”¹²; b) sistemas alimentares locais e venda direta; c) campanhas de “compra local”; d) geração de energia renovável;

2) Reciclagem de recursos financeiros dentro do sistema através da compra de bens e serviços locais, com: a) moeda local e sistemas de trocas; b) cooperativas de crédito e outras modalidades de micro-finanças; c) bancos comunitários;

3) Agregação de valor à produção local antes da venda, com: a) processamento e manufatura local; b) rotulagem e certificação de alimentos e madeira; c) venda direta, Agricultura Apoiada pela Comunidade (AAC) ou Community Supported Agriculture (CSA); d) Eco-turismo / agroturismo - cultural;

4) Conexão de pessoas e instituições para fortalecimento de laços de confiança e mais trocas: a) redes de compra local; b) democracia e governança participativa para o planejamento da comunidade; c) fortalecimento de instituições locais, grupos de agricultores e cooperativas;

5) Aproveitar as oportunidades externas para atrair recursos externos, especialmente dinheiro, conhecimento, habilidades e novas tecnologias: a) venda de produtos de qualidade, após agregação de valor; b) programas de intercâmbio “agricultor para agricultor” (farmer to farmer/ campesino a campesino); c) rádio rural, internet e outros programas de comunicação; d) subsídios governamentais ou não governamentais para o desenvolvimento rural.

¹² Tradução do conceito LEISA: Low External Input of Sustainable Agriculture, apresentado no livro: REIJNTJES, C.; HAVERKORT, B.; WATERS-BAYER, A. **Agricultura para o futuro**: uma introdução à agricultura sustentável e de baixo uso de insumos externos. Tradução de John Cunha Comerford. Rio de Janeiro: AS-PTA, 1994. 324 p.

Um exemplo importante a ser destacado de venda direta são as CSAs também conhecidas por *Agricultura Apoiada pela Comunidade (AAC)* ou também *Agricultura Motivada pelo Consumidor (AMC)* e são um modelo em que o consumidor compartilha os riscos e benefícios com os agricultores. Estas iniciativas receberam influência do austríaco Rudolf Steiner (1861-1925), pai da agricultura biodinâmica¹³ e da antroposofia, que reforçava a importância da associação entre produtor-consumidor através de interesses mútuos. Sixel (2003), afirma que tais princípios despertam o interesse das pessoas que vivem nas cidades. Estas se ligam a uma fazenda ou sítio, e se ajudam como podem, tornando-se fiéis fregueses, colaborando na formação de mercados regionais ou tornando-se associados solidários mútuos.

Há iniciativas como essa por toda parte, como forma de enfrentamento autônomo à globalização do mercado mundial. Na Europa, existe, desde 2004, uma rede de atores interessados em parcerias locais solidárias entre produtores e consumidores chamada URGENCI¹⁴ - *Rede Urbano – Rural: Gerando novas formas de intercâmbio entre cidadãos*, que procura articular todos os movimentos ao redor do mundo, formada por cidadãos, pequenos agricultores, consumidores, ativistas e atores políticos. Esta rede articula as *Parcerias Locais Solidárias entre Produtores e Consumidores (LSPPC – Local Solidarity Partnerships between Producers and Consumers)* e possui quatro princípios fundamentais:

- 1) *Parceria*: caracterizada por um compromisso mútuo com a oferta de produtos (dos camponeses) e a compra (pelos consumidores) dos alimentos produzidos durante cada estação;
- 2) Promoção de *troca de local*. LSPCCs fazem parte de uma abordagem ativa de “relocalização” da economia;
- 3) *Solidariedade* entre os atores: a) compartilhando os riscos e os benefícios da produção, adaptado ao ritmo natural das estações, patrimônio natural, cultural e de saúde; b) pagando-se um *preço justo*

¹³ O ponto central da agricultura biodinâmica é que o ser humano conclui que a suas intenções espirituais estão baseadas numa verdadeira cognição da natureza. Ele quer transformar sua fazenda ou sítio em um organismo em si, concluso e maximamente diversificado; um organismo do qual a partir de si mesmo seja capaz de produzir uma renovação. A Agricultura Biodinâmica é praticada em mais de 50 países e são uniformemente comercializados sob a marca DEMETER, que garante uma cultura agrícola baseada nos campos culturais/espirituais, políticos/legais, econômicos e ecológicos (SIXEL, 2003).

¹⁴ URGENCI: Urban - Rural Network: Generating new forms of Exchange between Citizens - <http://www.urgenci.net>

- suficiente para habilitar as famílias camponesas a viverem de forma digna;
- 4) Contato *produtor/consumidor*: baseado na confiança e na troca direta, sem intermediários, nem hierarquia, nem subordinação.

Dessa forma, nota-se a existência de inúmeras estratégias que podem vir a contribuir para o fortalecimento tanto da agricultura familiar como de empreendimentos coletivos, e que podem ser explorados de maneira que privilegiem processos endógenos/locais de desenvolvimento, estabelecendo um diálogo direto entre meio urbano e rural.

2.6 A formação do preço nos diferentes mercados

De maneira geral, discussões sobre os *mercados* enfatizam os *mecanismos de formação dos preços* e, portanto, de alocação dos recursos a partir dos quais uma sociedade se reproduz e se desenvolve e que só podem ser compreendidos por meio da interação social concreta, localizada, específica entre os atores. No entanto, como já apresentado, os mercados podem ser estudados sob outro ângulo, como estruturas sociais que absorvem os elementos *culturais* de cada realidade, podendo moldar as instituições econômicas e os negócios (DI MAGGIO, 1994, apud ABRAMOVAY, 2004).

Os princípios do comércio justo e solidário reforçam o debate sobre a justiça na *formação do preço*, que deve ser acordado por meio do diálogo e da participação, ou seja, através da relação entre atores, objetivando-se transparência entre as partes envolvidas na comercialização, ao longo da cadeia produtiva. O preço deve cobrir não somente os custos de produção, mas permitir uma produção socialmente justa (sem exploração social, inclusive entre homens e mulheres) e ecologicamente segura (sem o uso de agrotóxicos).

Esta abordagem é coerente com os princípios dos mercados locais e regionais, na medida em que são estabelecidos *laços de confiança* entre os agentes comerciais e produtivos, garantindo assim decisões democráticas na formação do preço, com contratos e definição de margens transparentes.

Porém, sob o contexto da economia capitalista, as regras são objetivas. O preço de mercado de um bem produzido e comercializado embute,

necessariamente, o preço de custo da mercadoria e o lucro sobre os meios de produção investidos. O preço final da mercadoria, no mercado, tem que cobrir, de alguma forma, as remunerações das três grandes classes sociais existentes no capitalismo: os trabalhadores, cujos salários fazem parte do preço de custo, o lucro como a retribuição ao capital empregado pelos capitalistas-arrendatários e a renda da terra reservada aos seus donos.

Assim, o preço, ao refletir as relações de produção sob o regime capitalista, vai comportar, além dos custos de produção em que se encontra a remuneração dos trabalhadores, as frações correspondentes às remunerações dos agentes econômicos das outras classes sociais (CARMO, 1995). Dessa forma, os *custos totais de produção* incluem os custos de produção, o lucro (mais a renda da terra) e a remuneração a que o empresário tem direito por ser um trabalhador como os demais. A receita total e os custos totais viabilizam o empresário capitalista na produção em concorrência perfeita (LEFTWICH¹⁵ apud CARMO, 2005).

Embora, a formação dos preços pela teoria econômica, e a sua efetivação nas trocas comerciais, constituam faces de uma mesma moeda, as incertezas quanto ao preço recebido pelos agricultores e o preço esperado pelo produto à época da tomada de decisão para produzir, vão sempre existir, nos diferentes tipos de concorrência mercantil, à exceção dos monopólios puros (CARMO, 2005).

Segundo Carmo (2005) a instabilidade dos preços de mercado é uma característica do capitalismo. A redução do risco dos preços de mercado flutuar abaixo dos preços esperados, que contém as fatias do lucro médio e renda da terra, vai depender das políticas públicas de sustentação dos preços de venda das mercadorias agrícolas, que estimulem os empresários capitalistas a manterem seus capitais na agricultura. De toda forma, se por um longo período de tempo não for incorporado o lucro médio e a renda da terra nos preços de

¹⁵ LEFTWICH, R. H. **O sistema de preços e a alocação de recursos**. São Paulo: Pioneira, 6ª edição, 1983.

mercado, os empresários capitalistas, muito provavelmente, saem da atividade e vão investir seu capital em outras áreas de economia.

Carmo (2005) também afirma que diferentemente de uma empresa capitalista, numa unidade familiar agrícola o critério de maximização de utilidade não é a obtenção da maior lucratividade possível para a satisfação de necessidades empresariais de lucro. A *lógica do consumo* é muito forte nos agricultores familiares, e aumentando o tamanho da família crescerá a intensidade do *trabalho*. Porém, o emprego do trabalho camponês é delimitado pelo objetivo fundamental de satisfazer as necessidades familiares decorrentes da reprodução do conjunto familiar, e não individualmente. Dessa forma, capital e patrimônio se confundem, podendo ocorrer prosperidade familiar sem *renda capitalista*. Nesse sentido, não necessariamente o preço recebido pelo agricultor familiar inclui a parcela relativa ao lucro médio e a renda da terra, fato que não limita a sua continuidade na exploração da propriedade, até mesmo em prazos mais longos.

O preço definido pela agricultura familiar, portanto, segue lógicas diferenciadas no uso dos meios de produção em relação à agricultura empresarial e principalmente de meios de produção não agrícolas, que manipulam matérias primas.

2.7 Políticas Públicas e participação para o desenvolvimento rural

Constata-se que a 'agricultura orgânica' possui pontos de estrangulamento na produção, comercialização e institucionalização que precisam ser superados. Destaca-se o *acesso a mercados* e os *prêmios* nos preços, frequentemente incertos, mesmo em mercados de exportação. As *normas técnicas* não são adequadas às diferentes realidades tecnológicas, econômicas, políticas, geográficas, climáticas e culturais (FONSECA, 2009). Diante destes entraves técnico-econômicos, o cenário político para a agricultura familiar de base ecológica vem ganhando espaço concreto no Brasil nos últimos anos, com a estruturação de um conjunto de políticas agrícolas diferenciadas para a agricultura familiar (IBGE, 2006) com uma série de leis e

programas públicos sendo regulamentados e aplicados a partir de iniciativas de alguns ministérios, secretarias¹⁶ e sociedade civil.

O principal programa é o 1) Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), criado em 1995¹⁷ para o financiamento de projetos individuais ou coletivos de geração de renda para agricultores familiares e assentados da reforma agrária, possuindo baixas taxas de juros para financiamentos rurais. Carneiro (1997), debatendo sobre o PRONAF afirma que a agricultura familiar foi, há décadas, relegada a segundo plano e até mesmo esquecida pelo Estado, e têm sobrevivido em meio à competição de condições e recursos orientados para favorecer a grande produção e a grande propriedade – setores privilegiados no processo de modernização da agricultura brasileira. Afirma que a tentativa de ruptura do programa é intencional e explícita no texto do PRONAF, quando ele chama a si o desafio de construir um novo paradigma de desenvolvimento rural para o Brasil, sem os vícios do passado (PRONAF, 1996 apud CARNEIRO 1997).

Outro programa importante é o 2) Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)¹⁸, em conjunto com o programa Bolsa Família/ Programa Fome Zero, criado no ano de 2003. Operacionalizado pela Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), apoia e realiza a *compra direta* de produtos da agricultura familiar, em situações de baixa de preço ou em função da necessidade de atender a demandas de alimentos de populações em condição de insegurança alimentar.

Neste mesmo ano foi criada a 3) Secretaria Nacional da Economia Solidária (SENAES), vinculada ao Ministério do Trabalho e Emprego- MTE, no momento em que se fundava o Fórum Brasileiro de Economia Solidária

¹⁶ Como o Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA; o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome- MDS; o Ministério do Meio Ambiente - MMA; o Ministério do Trabalho e Emprego – MTE; o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – MAPA, dentre outros.

¹⁷ No ano de 2006 foi criada a Lei nº 11.326, que define a Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Para o acesso aos benefícios do PRONAF, os agricultores familiares e empreendedores familiares rurais devem possuir a DAP (Declaração de Aptidão ao PRONAF) que é um instrumento de identificação do agricultor familiar para acessar políticas públicas, servindo tanto para agricultores organizados em grupos formais ou informais.

¹⁸ Decreto Nº 6.447, de 7 de maio de 2008, que Regulamenta o art. 19 da Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003

(FBES). Somente ano de 2010, criou-se o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS)¹⁹, tornando-se o Brasil, o primeiro país do mundo a regulamentar esse setor. A Economia Solidária busca fortalecer os mercados locais, ampliando seu foco para a geração de trabalho e renda e erradicação da pobreza e sendo considerada uma estratégia política de desenvolvimento.

Diante destas perspectivas positivas para a Economia Solidária²⁰, será necessária uma ampla articulação com os atores comerciais de todas as categorias: lojas especializadas (em comércio justo ou em produtos orgânicos, etc.), redes de grande distribuição como supermercados e atacadistas (centrais de distribuição no atacado), feiras locais permanentes e temporárias, entre outros, como forma de garantir o envolvimento deste elo central de aproximação entre produtores e o grande consumo. Além de trabalhar na formação de consciências para o consumo responsável justo e solidário (FACES DO BRASIL s.d.).

Outra iniciativa que tem sido destacada pela oportunidade de comercialização à agricultura familiar é o 4) Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)²¹, regulamentado em 2009, e que garante que no mínimo 30% (trinta por cento) dos recursos totais destinados ao programa deverão ser utilizados na aquisição de gêneros alimentícios *diretamente da agricultura familiar e do empreendedor familiar rural* ou de suas organizações, priorizando-se os assentamentos da reforma agrária, as comunidades tradicionais indígenas e comunidades quilombolas. Destacam que deve ser dada prioridade, sempre que possível, aos alimentos orgânicos ou agroecológicos.

¹⁹ SNCJS é um conjunto de parâmetros: conceitos, princípios, critérios, atores, instâncias de controle e gestão, organizados em uma estratégia única de afirmação e promoção do Comércio Justo e Solidário em nosso país. Organizado em um documento que mescla mecanismos de regulamentação e de fomento, o SNCJS pretende se consolidar como política pública, através da promulgação de uma lei que o institucionalize (FACES DO BRASIL s.d.).

²⁰ A regulamentação pública vem sendo construída pelo Grupo de Trabalho Interministerial formado por representantes do MTE (SENAES), MDA (SAF e SDT), MMA, SEBRAE Nacional, FACES do Brasil, FBES e Organizações de Produtores Familiares no Comércio Justo e Solidário (OPFCJS), desde a sua criação em Audiência Pública em abril de 2006, e cujo texto normativo encontra-se em consulta pública. Este sistema tem dialogado com o Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA), instituído em 2003 (MDA), e como as agendas do Conselho Nacional de *Segurança Alimentar e Nutricional* – CONSEA (FACES DO BRASIL-documento s/data).

²¹ Lei 11.947 de 16 de junho de 2009

Em 2004 surge 5) a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (PNATER)²², que preconiza novos enfoques metodológicos e incentiva a *agroecologia*, sugerida como o novo paradigma tecnológico para o desenvolvimento sustentável. Na PNATER a inclusão social da população rural brasileira mais pobre é o elemento central de suas ações e determina como público alvo, os produtores familiares tradicionais, assentados por programas de reforma agrária, e outros públicos definidos como beneficiários dos programas do Ministério do Desenvolvimento Agrário (BRASIL, 2004). Neste mesmo ano criou-se também o Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais (PRONAT), vinculado à Secretaria de Desenvolvimento Territorial e ao MDA. A abordagem territorial do desenvolvimento assumiu lugar de destaque nas políticas públicas estatais, norteando também ações originárias de distintas organizações da sociedade.

Em 2008, ocorreu a implantação do Programa Territórios da Cidadania, um desdobramento do PRONAT e das políticas de desenvolvimento rural direcionadas à dinamização de territórios com características e demandas peculiares, constituídos por pequenos municípios localizados em regiões que compreendem áreas e atividades rurais e urbanas, superando a ênfase setorial do mundo rural.

Para o caso específico da agricultura de base ecológica, criou-se em 2003 a 6) lei dos Sistemas orgânicos de produção, para em 2009 ser regulamentado o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica – SisOrg²³, que será aprofundado a seguir.

No âmbito do Estado de São Paulo, existe uma lei, sancionada em 2007 que institui o 7) Programa de Incentivo ao Sistema Orgânico de Produção

²² Lei nº 12.188, de 11 de janeiro de 2010 – que Institui a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural para a Agricultura Familiar e Reforma Agrária (PNATER) e o Programa Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural na Agricultura Familiar e na Reforma Agrária (PRONATER), executado junto com o INCRA- Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária. Cabe mencionar as ações iniciais da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMBRATER) na linha do “Repensar da Extensão Rural”, em meados dos anos 80, entre outras iniciativas.

²³ Instrução Normativa nº 50, de 5 de novembro de 2009. No entanto foi o a disposição legal que instituiu o selo foi o Art. 115 do Decreto 6.323/2007.

Agropecuária e Industrial²⁴. Esta lei garante benefícios aos produtores que comprovem, através de documentação legal, estarem com a certificação e controle de qualidade orgânica reconhecidos pelos órgãos oficiais.

Diante da diversidade de programas e leis existentes em favor da agricultura familiar, surgiram também espaços de diálogo entre poder público e sociedade civil como fóruns e conselhos públicos que buscam propor diretrizes para formulação e implementação de políticas públicas. Os conselhos públicos, existentes em âmbito municipal, regional, estadual e até federal (incluindo inúmeras demandas sociais), constituem-se como inovação política, acatando as reivindicações da sociedade civil, de descentralização do poder, a partir das décadas de 1990. A Secretaria de Agricultura e Abastecimento (SAA) do estado de São Paulo, por intermédio da Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI), iniciou em 1992, um processo de reestruturação da instituição, no qual se previa a criação de 40 Conselhos Regionais de Desenvolvimento Rural (CRDRs), tendo como sedes as 40 unidades administrativas dos Escritórios de Desenvolvimento Rural (EDRs) (BRASIL, 1995).

Outro conselho paulista re-estruturado recentemente é o CEDAF²⁵ (Conselho Estadual de Desenvolvimento da Agricultura Familiar do estado de São Paulo) com discussão de temas como: Crédito Fundiário, Assistência Técnica e extensão rural (ATER), PRONAF, Desenvolvimento Territorial e um Grupo Temático denominado Desenvolvimento Rural Sustentável.

Dessa forma, nota-se que junto dos desafios a serem enfrentados nos sistemas agrícolas familiares (e de base ecológica ou 'orgânica') de produção, um grande número de possibilidades e oportunidades também têm surgido diante da mobilização social e interesse público. Se em um primeiro momento as experiências voltadas para a agricultura familiar perdiam espaço diante da modernização agrícola, atualmente vêm encontrando um cenário mais favorável para atender as demandas e objetivos de vida, através da manutenção das atividades rurais familiares, incluindo aí possibilidades ligadas à assistência técnica e comercialização da produção. Apontamentos de

²⁴ Lei nº 12.518, de 2 de janeiro de 2007

²⁵ Decreto nº 56.673, de 18 de janeiro de 2011, que reorganiza CEDAF

agentes envolvidos especificamente com o tema da comercialização de produtos orgânicos surpreendem ao afirmar que existem recursos financeiros e espaços disponíveis. No entanto, o que falta ainda são *projetos e pessoas* interessadas em acessá-los (SERRANO, 2010).

3 METODOLOGIA

3.1 Enfoque sistêmico e o universo social

Ao contrário da ciência convencional, que compartimentaliza o conhecimento, a Agroecologia propugna pela necessidade de se gerar um conhecimento sistêmico, contextualizador e pluralista, nascido a partir das culturas locais (GUZMAN, 2005). A aproximação com a experiência prática do agricultor familiar, tanto na produção como na comercialização, foi objetivo direto desta pesquisa. Tal metodologia, denominada pesquisa-ação, é usualmente utilizada pela Sociologia e Antropologia Social, e também preconizada pela Agroecologia (MINISTÉRIO, 2004; VERDEJO, 2006). Na América Latina, Paulo Freire e Orlando Fals Borda deram à pesquisa-ação uma dimensão crítica e conscientizadora, sendo considerada como referencial de uma nova epistemologia, às vezes chamada “construcionismo”, cuja idéia principal é a construção do conhecimento pela interação de vários atores sociais (THIOLLENT, 2000; FREIRE, 1976; VERDEJO, 2006).

Existem diversas variantes de pesquisa-ação como pesquisa participante ou pesquisa cooperativa. Em primeira aproximação, todas elas oferecem contribuições para o suporte de atividades de extensão com ênfase investigativa, ora com ênfase educativa ou comunicativa.

No contexto da pesquisa e capacitação em áreas rurais Albadejo e Casabianca (*apud* Thiollent, 2000) mostraram que, na pesquisa-ação, o pesquisador confronta-se com situações em que suas próprias atividades interferem diretamente nas diferentes etapas de sua abordagem, pois: ele deve

participar da ação para detectar, coletar ou produzir dados pertinentes; a interpretação dos dados não pode ser realizada sem a participação ativa de seus parceiros sociais, pela mobilização dos saberes locais; a administração da prova passa por um “teste na ação” (problem solving) e, mesmo que não se limitem a isso, os critérios de validação abrangem as percepções e representações dos parceiros sociais do pesquisador.

Em termos gerais, a pesquisa-ação é definida como um tipo de pesquisa organizada de modo participativo, com a colaboração de pesquisadores e membros ou grupos implicados em determinada situação ou prática social, de modo a identificar os problemas, buscar soluções e implementar possíveis ações deliberadas coletivamente deliberadas. Tal metodologia está associada a uma postura ética que visa um tipo de emancipação, com discussão e autonomia dos participantes, não esquecendo o aparato instrumental (sistematização e procedimentos). Thiollent também afirma que é fato que a pesquisa-ação e, de modo geral, a pesquisa participativa, promovem o trabalho em redes, no sentido de um relacionamento entre pessoas, grupos, instituições, etc.

A análise dos dados foi realizada de maneira a estabelecer uma relação entre as representações sociais, considerando as manifestações sociais identificadas; a forma de organização do agricultor e dos consumidores; o tipo de comercialização adotada, analisando as dificuldades de produção e comercialização. Assim, adotou-se o conceito de representação social como um sistema de valores, de noções e de práticas (ABREU, 2006).

Utilizou-se para a coleta dos dados, roteiros semi-estruturados, gravador, máquina fotográfica e caderno de campo (WHITAKER, 2002). Algumas das informações coletadas foram postadas no site: domatoaoprato.blogspot.com. A coleta de dados sobre os níveis intermunicipais e sobre os agroecossistemas foi fundamentada pelo *Método de diagnóstico de sistemas agrários*, difundido por FAO/INCRA (1999), levando-se em conta, em escalas regionais e micro-regionais, os sistemas agrários da região de Campinas, compreendendo uma breve caracterização do contexto e evolução sócio-econômica e agroecológico local.

A partir do estudo prévio/global e de revisão bibliográfica sobre o tema, as etapas da pesquisa foram dinâmicas e muitas vezes simultâneas. Para a caracterização dos estabelecimentos que comercializam produtos da agricultura familiar de base ecológica (certificada ou não), foram localizados os respectivos distribuidores/fornecedores, para então identificar as demandas regionais. As principais *cadeias produtivas* acompanhadas foram as de hortaliças e frutas, com destaque para a cultura do morango.

Quanto à dimensão socioeconômica, utilizou-se as bases teóricas da *sociologia compreensiva*²⁶ de Max Weber (COHN, 1986) e da Nova Sociologia Econômica (NSE) (MARQUES e PEIXOTO, 2003), fundamentada em análises de *manifestações sociais concretas*, no sentido simbólico ou cultural e econômico das ações sociais e seus efeitos sobre as práticas.

As experiências coletivas identificadas por meio da investigação participante foram: o grupo de consumo Trocas Verdes, localizado no distrito de Barão Geraldo - Campinas e o Sistema Participativo de Garantia²⁷ (SPG) da Associação de Agricultura Natural de Campinas e região (ANC).

A coleta de dados aconteceu entre os meses de julho de 2009 à fevereiro de 2011. Foram realizadas 25 visitas entre distribuidores e estabelecimentos comerciais, como feiras, super e hipermercados, etc. Também aconteceram 20 (vinte) visitas em propriedades rurais; sendo 14 (quatorze) de agricultores familiares orgânicos; visitas em três festas regionais, 20 (vinte) eventos que compreendem palestras, feiras, fóruns relacionados com o tema da pesquisa, além da participação em aproximadamente 20 (vinte) reuniões internas dos coletivos de consumo Trocas Verdes e da certificação participativa da ANC.

As principais propriedades visitadas foram:

Oficina Agrícola Cândido Ferreira (distrito de Sousas – Campinas); Chácara Canto da Mata (distrito de Sousas - Campinas); Chácara Pau-d'Arco (Jarinú); Fazenda São José (Santo Antônio de Posse); Fazenda Nata da Serra (Serra Negra); Fazenda Pereiras (Itatiba); Horta comunitária Parque Itajaí

²⁶ Que se apóia em fatos históricos, na ação e em características das sociedades contemporâneas.

²⁷ Ou Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC)

(Campinas); Sítio São Bento/ São José (Valinhos/Jarinú); Sítio Catavento (Indaiatuba); Sítio Aparecida do Camanducaia (Jaguariúna); Sítio dos Ipês (Monte Alegre do Sul); Sítio São Sebastião (Jarinú); Vila Yamaguishi (Jaguariúna).

Os principais distribuidores e pontos de comercialização visitados foram:

Carrefour Campinas-Valinhos; Carrefour Bairro (Campinas); Ceasa Campinas; Cio da Terra (Jarinú); Dalben (Campinas); Ecomercado e restaurante Avis Rara (Sousas); Família Orgânica (Itatiba); Feiras: Bosque dos Jequitibás, Parque Ecológico Emílio José Salim, Centro de Convivência Cultural Carlos Gomes (ANC - Campinas); e Parque da Água Branca (AAO-São Paulo); Galassi (Campinas); Hipermercado Extra (Campinas); Pão de Açúcar Norte-Sul (Campinas); Pão de Açúcar Verde (Indaiatuba); Raízes Zen restaurante (Barão Geraldo); Rede Terra Mater de produção e consumo (Piracicaba); Russi supermercados (Valinhos); Trocas Verdes - Coletivo de consumidores (espaço Céu-aberto - Barão Geraldo); Vila Yamaguishi (Jaguariúna).

As principais atividades acompanhadas/desenvolvidas, no âmbito da pesquisa foram:

Feiras e eventos: Feira/palestra sobre os Sistemas Participativos de Garantia, Trocas Verdes (17/10/2009); Feira e roda de conversa sobre moeda social, Trocas Verdes (13/03/2010); Evento Terra Madre Day em Jundiaí, apresentação sobre compras coletivas (10/12/2009); 11º Feira Estadual de Economia Popular Solidária, Porto Alegre - RS (10/2009); VI Feira Regional de Economia Solidária de Campinas (4 a 8/11/2009); 8º Festa do Morango e Produtos Orgânicos, Socorro (julho/2010); 27º Festa do Morango, Jarinú (julho/2010); Encontro/palestra sobre o Sistema Participativo de Garantia, Bragança Paulista (06/2010); V Encontro Latino Americano e do Caribe de Agricultura Orgânica, Lima - Peru (5 a 7/09/2010); 9º Semana Orgânica de Campinas, com apresentação do grupo Trocas Verdes (28/09/2010); I Seminário Campinas Sustentável – ITAL (4/10/2010); I Fórum Paulista de Agroecologia, Ufscar - Araras (13 a 5/10/2010).

Reuniões: Reunião de planejamento anual Trocas Verdes (24/03/2010); Reunião Comissão da Produção Orgânica- CPOrg-SP (11/maio/2009; 31/agosto/2009); reunião do *convivium* Slow Food - Campinas (05/08/2010); Mesa redonda de grupos de consumidores (SESC Piracicaba- 14/10/2009); Reunião de Grupos de Consumo e Economia Solidária - Esalq-USP - Piracicaba (26/02/2010); Reunião de formalização da OPAC - ANC (22/11/2010) com auditoria do Ministério da Agricultura; Reunião do Fórum Latino Americano de Sistemas Participativos de Garantia- Lima- Peru; Oficina de construção do Sistema de Certificação Participativa do Estado de São Paulo – Fórum Paulista de Economia Solidária – Campinas (07/08/2010); 1º Oficina da Articulação de Agroecologia da Unicamp - projeto da Rede de Agroecologia da Unicamp (29/09/2010); Reunião da Articulação Paulista de Agroecologia – APA (13 à 15/10/2010); Palestra com o diretoria da IFOAM - Instituto de Economia Agrícola- SP (10/2010); Reunião da Rede de Agroecologia Leste Paulista- Mantiqueira Mogiana (15/10/2010).

Os grupos pesquisados referendaram o livre consentimento e apoio dos atores participantes quanto à investigação. Assim, foram apresentados os objetivos, métodos, benefícios previstos e eventuais riscos e incômodo da pesquisa, sendo garantido à comunidade o retorno dos benefícios e resultados obtidos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 MERCADOS ORGÂNICOS E A CERTIFICAÇÃO PARTICIPATIVA

4.1.1 Como garantir a qualidade do alimento? Regulações dos mercados e os Sistemas Participativos de Garantia

Ao estudar os mercados orgânicos, sejam eles locais ou globais, inevitavelmente faz-se necessária a discussão de formas de *certificação*, que têm como objetivo garantir a confiança e informação aos consumidores quanto à qualidade e procedência do produto, desempenhando um papel importante tanto no comércio regional, nacional quanto internacional, uma vez que permite a exportação da produção, além da caracterização do diferencial do processo produtivo (garantindo a possível obtenção de preços especiais).

Fonseca (2009) apresenta alguns benefícios da certificação, muito embora o custo da produção aumente, como: 1) auxílio no planejamento da produção (há necessidade de documentação e isso pode melhorar a eficiência da unidade de produção); 2) contribui para o desenvolvimento do mercado, dos serviços de extensão e da pesquisa (os dados coletados pela certificação podem ser muito úteis para o planejamento do mercado, para a difusão e para a pesquisa); 3) cria transparência ao tornar pública a informação sobre produtores e produtos; 4) aumenta a credibilidade e melhora a imagem da

agricultura orgânica; 5) facilita a introdução de créditos especiais ou subsídios, já que define o grupo que será beneficiado.

Farina et al. (2002) justifica a importância das *certificadoras* afirmando que existe uma assimetria de informações (entre produtores, fornecedores e consumidores) nas cadeias de produtos orgânicos. Segundo Rezende e Farina (2001), a certificação define atributos de um produto, processo ou serviço e garante que eles se enquadram em normas predefinidas. A certificação por terceira parte, ou por auditoria é o principal processo de certificação reconhecido internacionalmente, sendo coordenado por uma empresa que presta serviço a um agricultor individual ou a grupos de produtores.

Nas diferentes partes do mundo, a construção de um mercado especial para os produtos orgânicos teve como ponto de partida o desejo dos consumidores de ter acesso a produtos mais saudáveis e o desejo dos agricultores de serem reconhecidos seus esforços de produzir de maneira limpa/ ecológica. E com o estabelecimento da legislação brasileira algumas dificuldades inerentes à prática foram surgindo.

Aquilo que era, inicialmente, desejo pela obtenção de uma marca que identificasse o trabalho do produtor, tornou-se um emaranhado de *leis, normalizações, credenciamentos, contratos, certificados, selos e interesses comerciais poderosos* (MEIRELLES, 2003 apud SCHIMITT e TYGEL, 2009).

Assim sendo, o procedimento de certificação, fruto da globalização atual, submete o agricultor – ou qualquer outro interessado - a normas que muitas vezes geram desconfiança, e que por conseguinte desperta insegurança e/ou medo entre as partes. As empresas que aferem a qualidade dos produtos são movidas pelo pressuposto de que o produtor desconhece ou possui dúvidas quanto ao processo produtivo. No entanto, ao realizarem exclusivamente uma auditoria sobre a produção, desvinculado de uma orientação técnica ao agricultor, reduzem-se as possibilidades de estabelecimento de vínculos positivos entre as partes, quando são estipulados elevados preços pelos serviços de assistência técnica prestados. Soma-se a este fato a contradição vivenciada pelo agricultor que sabe que pratica uma agricultura limpa, mas

necessita ser inspecionado, enquanto que, do seu vizinho, que faz uso de agrotóxicos regularmente, pouco é exigido.

Meirelles (2007) aponta que a partir do surgimento das regulações (marcos legais) para a agricultura orgânica, alguns impasses surgiram em torno do tema da certificação. O exemplo gerado a partir da União Européia²⁸ em 1991, ao criar suas regulamentações foi seguido por quase todos os países que criaram suas leis a partir desta data. Um dos pontos-chaves destas leis foi a obrigatoriedade da certificação para todos os que querem ingressar no chamado *mercado de produtos orgânicos*. Esta exigência provocou um imediato crescimento do mercado de trabalho para as certificadoras, que rapidamente se multiplicaram. Com o passar dos anos o sistema de certificação se aperfeiçoou, criando novas exigências e sofisticando os procedimentos. Por um lado, estes movimentos deixaram as regras mais claras e facilitaram o crescimento dos mercados nos países do norte. Por outro, não propiciaram o ingresso de milhares de pequenos produtores orgânicos que não puderam se adaptar a estes novos procedimentos e exigências.

Assim, os Sistemas Participativos de Garantia surgem a partir do vazio deixado pelas regras da certificação, como alternativas mais inclusivas aos produtores orgânicos. Segundo Meirelles (2007), a certificação por auditoria 1) possui uma metodologia inadequada, muitas vezes inflexível e burocrática; 2) gera dependência dos agricultores e consumidores a uma entidade prestadora de serviços; 3) gera altos custos, para pagamento de técnicos, deslocamentos e honorários da empresa; 4) gera obrigatoriedade por parte do produtor orgânico de pagar para acessar o direito de estar no mercado de produtos orgânicos.

Em 2009 a IFOAM disponibilizou um primeiro levantamento sobre os SPGs pelo mundo, conforme mapa a seguir (figura 6 e tabela em anexo), não garantindo a exatidão das informações. Destacam-se as experiências

²⁸ Os países membros da União Européia foram os primeiros a publicar um conjunto de diretrizes. Em 1991, foi publicada a Council Regulation 2092/91 que, desde então, vem sofrendo inúmeras emendas. Novo regulamento foi publicado em 20 de julho de 2007 e entrou em vigor em primeiro de janeiro de 2009 n.º 834/2007 de 28 de Junho de 2007.

brasileiras - especialmente pela iniciativa da Rede Ecovida-, peruana e indiana, com maior número de famílias participantes.

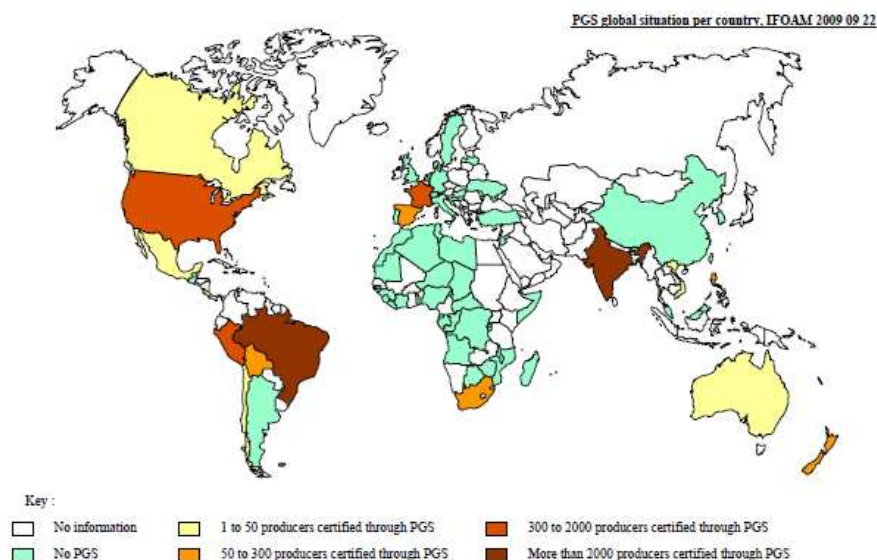


Figura 6 Mapa dos Sistemas Participativos de Garantia globais, por países. Fonte: IFOAM 2009



Figura 7 Experiências de Sistemas Participativos de Garantia na América Latina

A tendência de aceitação dos SPGs nas regulamentações nacionais dos países da América Latina e Caribe é uma realidade (FONSECA, 2009). A IFOAM coordena, desde 2006, o Grupo Regional Latino Americano e do Caribe (GALCI)²⁹ e, no ano de 2009 formou-se o Fórum Brasileiro e o Fórum Latino Americano de SPGs. Atualmente estas instâncias estão compostas pelas instituições descritas na tabela a seguir. Confirma-se assim a diversidade de iniciativas de SPGs em países latino-americanos como: Equador, Bolívia, Argentina, Costa Rica, Colômbia e Peru.

Tabela 1 Organizações participantes dos Fóruns Brasileiro e Latino Americano de SPGs	
BRASIL – Regiões	
Norte	ACS – Associação de Certificação Socioparticipativa da Amazônia Rede Tapiri
Nordeste	Rede XIQUE-XIQUE (*) ARCA – Associação da Rede Cearense de Agroecologia
Centro Oeste	APOMS – Associação de Produtores Orgânicos de Mato Grosso do Sul ADAO – Associação para o Desenvolvimento da Agropecuária Orgânica
Sudeste	ABIO – Associação de Agricultores Biológicos do Rio de Janeiro ANC - Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região (*)
Sul	Rede Ecovida (*)
América Latina	
Equador	Red Ecológica de Loja
	Colectivo Agroecologico- PROBIO – Corporación Ecuatoriana de Agricultores Biológicos
Bolívia	APOEB – Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia
	Asociacion Nacional ECO Feria
Costa Rica	CEDECO- Corporación Educativa para e Desarrollo Costarricense
Argentina	SPG em Cañuelas
	Rincon Ecológico
Perú	ANPE – Asociación Nacional de Productores Ecológicos
Colômbia	Red de Mercados Ecologicos
México	Red Mexicana de Tianguis y Mercados Organicos
Fonte: Dados da Pesquisa.	
*Organismos que representaram o Fórum Brasileiro na reunião do Fórum Latino-americano	

A seguir apresenta-se uma linha do tempo onde se identificam diversos eventos que contribuíram para o reconhecimento dos SPGs, assim como do

²⁹ O GALCI é uma organização não governamental que atualmente representa organizações (membros IFOAM), como associações de produtores, comerciantes, certificadores, ONGs e indivíduos da América Latina e no Caribe (IFOAM, 2006).

“movimento orgânico”. No Brasil, o processo para a regulamentação da agricultura orgânica se iniciou a partir da década de 1990 por demanda do mercado interno e das certificadoras, culminando na construção participativa (através de fóruns e grupos de trabalho com diversos representantes interessados) da Instrução Normativa (IN) nº 007 do Ministério da Agricultura, no ano de 1999. No entanto, a regulamentação desta IN, no ano de 2002 não se deu de maneira democrática, mobilizando diversas pessoas para o Encontro Nacional de Agroecologia, neste mesmo ano. Criou-se, a partir daí, o Grupo de Agricultura Orgânica (GAO), com objetivo de discutir esta regulamentação (GAO, 2004).

No ano seguinte é publicada a legislação nacional e paralelamente se mantém o trabalho de articulação entre os sistemas participativos, com a criação dos Fóruns nacional e latino-americano de SPGs. Por fim, a IN nº 19, de 28 de maio de 2009, passa a aprovar os mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica, dentre eles os SPGs. Com o início da fiscalização, a partir do ano de 2011, os SPGs vêm ganhando visibilidade, suscitando inúmeros desafios e dúvidas quanto ao funcionamento do sistema.

Tabela 2 Linha do tempo do movimento orgânico e SPGs, nacional e internacional		
1 9 7 0	1972	Criação da IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) - França
1 9 8 0	1985	Fundação da Associação de Agricultores Biológicos (ABIO) do Rio de Janeiro – RJ
1 9 9 0	1989	Fundação da Associação de Agricultura Orgânica - AAO - SP
	1991	Fundação da Associação de Agricultura Natural de Campinas e região- ANC –SP
	1992	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento - CNUMAD- ECO-92 e 9th IFOAM Internacional Scientific Conference - São Paulo
	1994	Início discussões sobre a legislação Brasileira
	1995	Comitê Nacional de Produtos Orgânicos – Brasil
	1997	Criação do International Organic Accreditation Service (IOAS) - IFOAM
	1999	Inst. Normativa nº 007 /1999 – primeiras normas orgânicas brasileiras
2 0 0 0	2000	Normas Sistema de Garantia Orgânico - SPGs estabelecido pela IFOAM
		Rede Ecovida - Região Sul do Brasil
	2002	Certificação Participativa discutida no Seminário da conferencia da IFOAM - Canadá
		I ENA- Encontro Nacional de Agroecolgia – Rio de Janeiro
		Criação do GAO- Grupo de Agricultura Orgânica – sobre a regulamentação
	2003	Lei n. 10.831 brasileira de Agricultura Orgânica
	2004	Oficina sobre Certificação Alternativa , Centro Ecológico, IFOAM/MAELA. Torres – BR.
	2005	Regulamentação da Lei 10.831 e Criação Grupo de Trabalho SPG da IFOAM.
	2006	I IFOAM Conference on Organic Certification - University of Minnesota
		II Encontro Nacional de Agroecologia - Recife –Brasil
		I Congresso Brasileiro de Agroecologia - Porto Alegre
	2007	Seminário Latino Americano de SPG - Antonio Prado - RS- Brasil
Criação do Fórum Brasileiro e Latino Americano de SPGs - RS- Brasil		
2009	IN nº 19 / 2009, que aprova os mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica brasileiros	
	II Reunião do Fórum Latino Americano SPG - Lima – Peru	
2 0 1 0	2010	Primeira SPG regulamentada no Brasil: ANC- Campinas
		2011
FONTE: Contribuições da pesquisa, com base no histórico do reconhecimento dos SPG no âmbito continental e internacional (2007)- Fórum Brasileiro de SPGs		

Sánchez (2009) enumera que a certificação participativa: 1) melhora a comercialização; 2) garante preços mais justos, já que os custos tendem a ser transparentes e eventualmente menores; 3) favorece o consumo; 4) promove os mercados locais e nacionais; 5) possui metodologia com capacidade informativa; 6) promove canais curtos de comercialização; 7) melhora a viabilidade das propriedades; e sugere ações estruturais corretoras por parte da administração pública, como o apoio a canais de comercialização apropriados.

Diante deste contexto, percebe-se que os sistemas participativos têm trilhado um caminho que vem se estruturando a partir de intensa mobilização de representantes do movimento ecológico, dispostos a criar identidade regional, nacional e mundial, demonstrando potencial para que as experiências endógenas da agricultura familiar de base ecológica se consolidem como uma alternativa ao modelo de certificação convencional. No entanto, tais iniciativas ainda são pontuais e pouco visíveis, diante do cenário nacional e mundial, sendo carentes recursos humanos (técnicos) e financeiros para que se efetive a proposta nas distintas regiões que ainda não possuem tais sistemas e redes pré-organizados. Sobre este ponto, sabe-se que para a realidade dos sistemas participativos exige-se um grau de organização coletiva e capital social que não é comum à sociedade contemporânea, por motivos que vão desde a ocupação geográfica até arranjos econômicos essencialmente individualistas.

O interessante é que os SPGs, independentemente de serem regulamentados e fiscalizados, são sistemas com capacidade de se auto-replicarem e difundirem naturalmente. Petrovics et al. (2010) afirmam que, especialmente em localidades distantes dos centros urbanos, grupos de agricultores e consumidores têm o poder de criar suas próprias normas de validação social, através da manutenção de valores inerentes à cada rede social, como foi o caso da rede Ecovida, que será descrito a seguir.

4.1.2 A legislação brasileira e o controle social na garantia da conformidade

Como já introduzido, foi a partir dos anos 1980 que o setor da 'agricultura orgânica' foi levado a, gradualmente, obedecer as inúmeras diretrizes (plano de manejo e avaliação de conformidade) ditadas pelas certificadoras que atuavam no mercado, sendo que muitas iniciativas surgiram e outras pararam de funcionar. O IBD de Botucatu (antigo Instituto Biodinâmico, que anteriormente era vinculado à Associação de Agricultura Biodinâmica-ABD), foi pioneiro nas avaliações de conformidade e, com o tempo, outras empresas e também associações de produtores se formaram, dentre elas, a empresa francesa Ecocert, em Santa Catarina, a OIA - Brasil (Organização Internacional Agropecuária), com sede em São Paulo, dentre outras.

Foi no ano de 1994 que o Ministério da Agricultura iniciou um processo de normatização da produção, para o fornecimento de um selo de qualidade para a comercialização de produtos orgânicos³⁰, culminando na legislação de orgânicos, vigente desde 2003 e regulamentada pelo decreto Nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007, junto de diversas Instruções Normativas³¹ sobre a produção orgânica. Dessa forma, o segmento de produtos de base ecológica passa a ser regulamentado pelo Estado, e os Sistemas Participativos de Garantia tornam-se assegurados por lei.

Rebelatto dos Santos (2005) descreve que a estrutura desta regulamentação foi elaborada a partir de um processo de intensa consulta pública e participação popular de diversos atores interessados no tema, porém, inicialmente, não houve esta participação. Após embates iniciais, o Ministério convidou as organizações e pessoas que representavam a diversidade de experiências no Brasil. Com o novo processo, verifica-se uma clara divergência entre as diferentes instituições envolvidas. De um lado, as que seguiam o

³⁰ O conceito de sistema orgânico de produção agropecuária e industrial descrito na *Lei de orgânicos*, nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, abrange os denominados termos: ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológicos, permacultura e outros.

³¹ A legislação está ainda em processo de construção, estando atualmente com algumas INs em consulta pública. Foram recém aprovadas as INs sobre: 1) produção e comercialização de sementes e mudas orgânicas; 2) comercialização, transporte e armazenamento de produtos orgânicos em estabelecimentos orgânicos; 3) produção de têxteis orgânicos, dentre outras.

modelo proposto pela IFOAM, naquele momento fortemente representado pelas certificadoras (inspetores ou auditores desconectados das iniciativas a serem certificadas), de outro, as organizações de base, que defendiam que o selo orgânico era desnecessário. Argumentava-se, inclusive, que era preciso colocar um “selo vermelho” naqueles produtos produzidos com agrotóxicos e não um “selo verde” nos orgânicos.

Em função da diversidade dos sistemas orgânicos de produção, foram regulamentados três mecanismos de controle para a garantia da qualidade orgânica, que são: certificação por auditoria, sistemas participativos de garantia e o controle social na venda direta. Independentemente do mecanismo utilizado pelos produtores, todos integrarão o Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos. A descrição de cada um desses organismos vem a seguir e também ilustrados na figura 08:

1) *Organização de Controle Social*³² (OCS): grupo, associação, cooperativa ou consórcio a que está vinculado o agricultor familiar em venda direta, previamente cadastrado no MAPA.

2) *Organismo de Avaliação da Conformidade Orgânica* (OAC): instituição que avalia, verifica e atesta que produtos ou estabelecimentos produtores ou comerciais atendem o disposto no regulamento da produção orgânica, podendo ser:

a. *Certificadora (empresa)*;

b. *Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade* (OPAC);

Tais organismos (OPACs) podem ser uma organização que assume a responsabilidade formal pelo conjunto de atividades desenvolvidas num Sistema Participativo de Garantia da qualidade orgânica. Deve ser constituído por uma *comissão de avaliação* e um *conselho de recursos*, ambos compostos por representantes dos núcleos ou grupos de cada SPG.

³² É denominado “Controle social”, o processo de geração de credibilidade organizado a partir da interação de pessoas ou organizações, sustentado na participação, comprometimento, transparência e confiança das pessoas envolvidas no processo de geração de credibilidade.

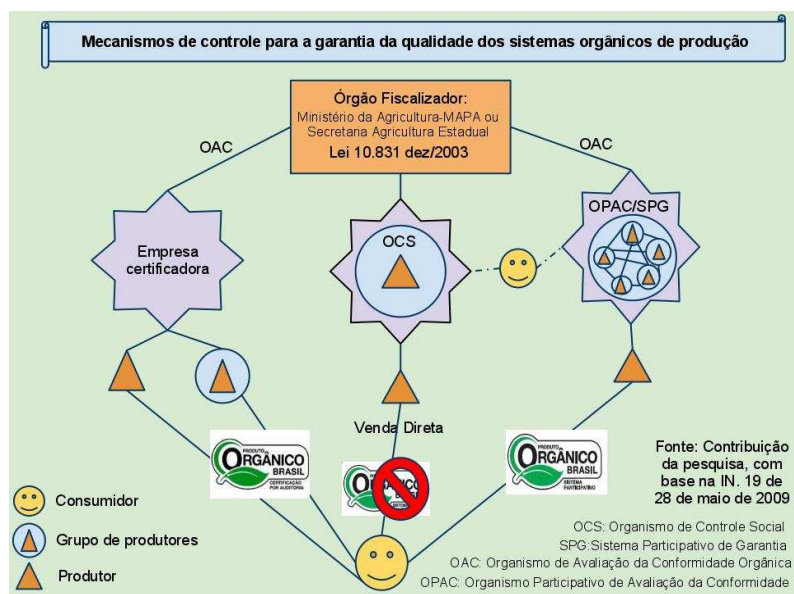


Figura 8 Mecanismos de controle para a garantia da qualidade dos sistemas orgânicos de produção. Fonte: Contribuições da pesquisa com base na IN nº19 de 28 de maio de 2009

Segundo o artigo 3º da lei, em caso de *comercialização direta* aos consumidores, por parte de agricultores familiares, inseridos em processos próprios de organização e controle social e previamente cadastrados junto a um 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, somente as modalidades de certificação por auditoria e os SPGs estão autorizados a usar o selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (*SisOrg*).

A lei também incentiva à *integração entre os diferentes segmentos da cadeia produtiva e de consumo* de produtos orgânicos, além da *regionalização da produção* e comércio desses produtos. Dessa forma, a legislação atual é considerada positiva e inovadora, pois procura organizar o setor, além de garantir o controle social por instituições de base, mas, no entanto, exclui a participação de iniciativas que não estejam organizadas em um determinado grau de coletividade.

Atualmente apenas três SPGs foram regulamentados, sendo eles a Rede Ecovida – região sul do Brasil; a Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO) e a Associação de Agricultura Natural de

Campinas e Região (ANC) - São Paulo. Ao longo do ano de 2010 as entidades se organizaram em busca da adequação de suas normas, a fim de receberem a auditoria do Ministério da Agricultura para este credenciamento nacional. Atualmente estão cadastradas 31 instituições, com apenas três certificadoras por auditoria (tabela 3). Existem mais duas em processo³³, sendo que várias certificadoras ainda não deram entrada junto ao MAPA.

³³ O procedimento do credenciamento demora em torno de seis a oito meses, assim sendo, durante o ano de 2011 devem se credenciar mais um ou duas instituições apenas.

Tabela 3 Mecanismos de controle da qualidade orgânica cadastrados	Estado
Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPACs)	
1. Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região - ANC	São Paulo
2. Rede Ecovida de Agroecologia	RS/ SC/ PR Região Sul
3. Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro
Organização de Controle Social (OCS)	
1. Grupo Vida e Preservação	Distrito Federal - Brasília
2. Associação de Produtores Orgânicos do Município de Mantenópolis - ES	Espírito Santo
3. Associação Veneciana de Agroecologia - Universo Orgânico	
4. Associação de Agricultores Familiares Tapuio Ecológico	
5. Associação de Agricultores Familiares Agroecológicos Orgânicos de Campinho - Vero Sapore	
6. Associação Chão Vivo	
7. Pedra do Índio	
8. ARPA - Associação Regional dos Produtores Agroecológicos	Mato Grosso
9. Associação dos Produtores Orgânicos Terra Fértil em Brejo da Madre de Deus.	Pernambuco
10. Associação dos Trabalhadores Rurais do Assentamento 21 de Novembro	
11. Associação dos Pequenos Produtores Rurais da Comunidade de Prata Grande-ASPRAG	
12. Associação de Agricultores e Agricultoras de Ribeirão-AFLORA	
13. Associação das Famílias Agroecológicas de São Severino e seus Arredores - AMATERRA.	
14. Associação dos Pequenos Produtores Rurais da Comunidade de Palmeiras Chã Grande	
15. Associação dos Pequenos Produtores Rurais de Porteiras	
16. Associação Comunitária de Produtores Rurais de Palmeiras	
17. Associação dos Pequenos Produtores Rurais do Sítio Água Branca	
18. Associação dos Moradores de Rainha dos Anjos	
19. Organização dos Produtores Orgânicos do Município de Amarají	
20. Cooperativa de Produção e Desenvolvimento Rural e Urbano - CONDRUP	
21. Associação dos Agricultores de Base Familiar e Cultivo Orgânico da Região do Mocotó	
22. Associação Rural de Desenvolvimento Sustentável de Lagoa do Saco - ARDSLS	Rio Grande do Norte
23. Associação de Produtores e Produtoras da Feira Agroecológica de Mossoró - APROFAM	Rio Grande do Sul
24. Cooperativa Arco Iris	
25. OCS Porto/Viamão	
Certificação por Auditoria – “terceira parte”	
1. IBD Certificações	São Paulo
2. Ecocert Brasil	Santa Catarina
3. Instituto de Tecnologia do Paraná – TECPAR	Paraná
Fonte: www.prefiraorganicos.com.br/agrorganica/mecanismosdecontrole.aspx , Acesso em fevereiro, 2011.	

Segundo presidente da Câmara Temática de Agricultura Orgânica – CTAO³⁴, Romeu Matos Leite³⁵ com base em informações do MAPA, foi feito um balanço nacional do setor de orgânicos após a implementação da lei e existem 9.000 unidades de produção orgânica certificada (participativa e auditada). Segundo informações do Ministério da Agricultura, estimam que este número corresponda a 70% das propriedades orgânicas do país e que os dados do IBGE (2006), que apontaram 90.497 agricultores orgânicos no país, não correspondem com a realidade. Nesta pesquisa, a pergunta feita foi se o agricultor utilizava agroquímicos ou não, e aqueles que responderam que não, foram considerados como orgânicos. A meta do MAPA é que mais de 15 mil produtores se cadastrem no novo sistema durante o ano de 2011, sendo que estes dados deverão ser disponibilizados através do site eletrônico do governo “www.prefiraorganicos.com.br”.

A grande dificuldade encontrada é que várias certificadoras não estão cadastradas, o que acarreta prejuízos para os agricultores que precisam do certificado para suas transações comerciais. Segundo Leite, a saída encontrada pelas certificadoras está sendo a *elaboração de acordos* entre as empresas que já estão regularizadas com as que ainda não estão.

Nota-se um período de grandes transformações e readaptações com a regulamentação da lei, que envolve interesses comerciais de diversas empresas, sejam elas certificadoras, de produtores ou de comerciantes. As

³⁴ A Câmara é um fórum de âmbito nacional, de interação do setor público privado e tem por objetivo a aproximação das partes envolvidas com a agricultura orgânica para que juntas possam propor medidas e orientar as políticas públicas destinadas ao setor. Foi instalada em 15 de março de 2004 e é composta por representantes de entidades empresariais e de trabalhadores, de organizações não-governamentais e de órgãos públicos relacionados com os diferentes segmentos da cadeia produtiva orgânica, como Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo - SDC/ MAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA/MAPA, Companhia Nacional de Abastecimento - CONAB/MAPA, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC, Secretaria de Agricultura Familiar - Ministério do Desenvolvimento Agrário - SAF/MDA, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, Rede Ecovida, Associação Brasileira de Agroecologia – ABA, Associação Brasileira de Agricultura Biodinâmica – ABD, dentre outros. (www.prefiraorganicos.com.br).

³⁵ É também produtor da Vila Yamaguishi - Jaguariúna e responsável técnico da Associação de Agricultura Natural de Campinas e região e um dos grandes fomentadores dos Sistemas Participativos de Garantia, junto à construção da legislação brasileira.

Comissões da Produção Orgânica³⁶ de cada estado (CPOrg-SP), possuem a finalidade de auxiliar neste diálogo entre os diversos atores, coordenando a participação efetiva da sociedade no planejamento e gestão das políticas públicas ligadas à agricultura orgânica nacional.

4.1.3 O pioneirismo da Rede Ecovida

A Rede Ecovida foi constituída em 1998 como a primeira rede de certificação participativa do Brasil, abrangendo os estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Os objetivos da Rede são: o desenvolvimento e multiplicação de iniciativas em agroecologia; estimular o trabalho associativo na produção e consumo de produtos ecológicos; ter uma *marca e um selo* que expressam o processo, o compromisso e a qualidade (REDE ECOVIDA, 2007).



Figura 9 Selo da Certificação Participativa da Rede Ecovida

Em levantamento realizado em junho de 2005, a Rede Ecovida era composta por 21 núcleos regionais em distintos estágios de organização, que abrangem 180 municípios e reúnem 2.438 famílias de agricultores organizados em 272 grupos, associações e cooperativas. Também conta com 28 ONG's; pequenas agroindústrias; 17 comercializadoras de produtos ecológicos e seis cooperativas de consumidores; além de colaboradores. Quanto à comercialização, há 137 feiras ecológicas em todo o sul do Brasil ligadas à Ecovida. Apesar das feiras se constituírem na forma de comercialização mais estimulada pela Rede, seus integrantes também realizam vendas em supermercados e no mercado externo, além de experiências de

³⁶ Regulamentadas pela Instrução normativa nº 54, de 22 de outubro de 2008. Esta instância responde diretamente à Comissão Nacional da Produção Orgânica (CNPOrg), que foi criada com a finalidade de auxiliar as ações necessárias para o desenvolvimento da produção orgânica brasileira. Nos estado de São Paulo diversas entidades participam desta comissão e as representações podem ser consultadas no site: <http://www.prefiraorganicos.com.br/>

comercialização nos chamados mercados institucionais em municípios e estados (REBELATTO DOS SANTOS, 2005).

Com objetivo de efetivar estratégias comerciais para o escoamento de alimentos agroecológicos, um grupo de instituições de agricultores familiares e algumas entidades de assessoria ligadas à Rede organizaram o *Circuito Sul de Circulação de Alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia*. A gestão do circuito se fundamenta em reuniões mensais de planejamento e monitoramento das atividades e negociação dos preços, ocorrendo em rodízio, promovidas desde 2006, data da fundação do circuito. Um dos princípios do sistema é que as organizações que vendem para o circuito devem se comprometer a comprar produtos. Dessa forma acaba havendo menor circulação de dinheiro, pois ocorrem muitas trocas de produtos. A composição de preços em cada núcleo é conhecida por todos, permitindo que haja debates sobre formas de racionalização dos custos.

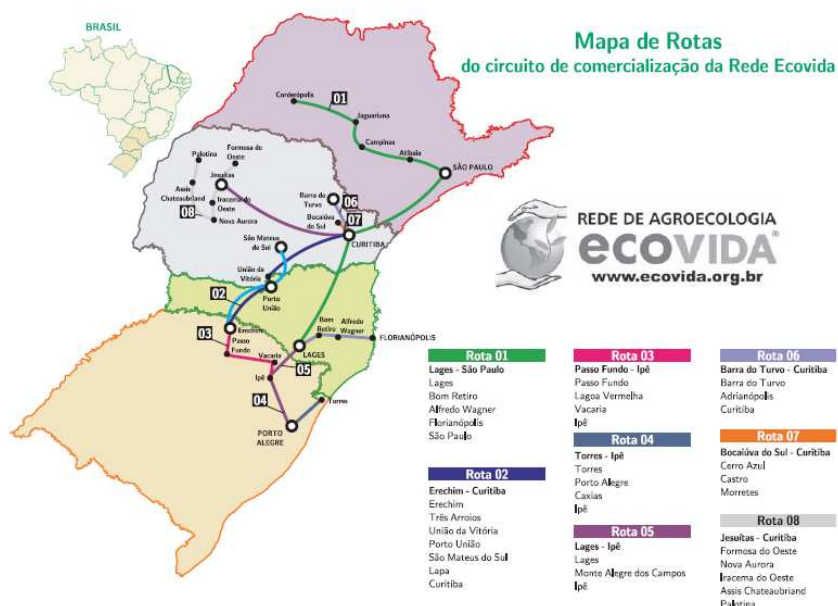


Figura 10 Mapa das rotas do circuito de comercialização da Rede Ecovida - Sul.
Fonte: Magnanti (2008)

A política de comercialização solidária segue também o princípio da justiça e da transparência na valoração dos produtos, sendo necessário avaliar periodicamente os critérios para a formação dos preços. Para tanto, consideram-se todas as etapas do processo produtivo, observando

essencialmente que o trabalho das famílias agricultoras seja justamente remunerado e que, ao mesmo tempo, os produtos sejam acessíveis aos consumidores (MAGNANTI, 2008). Afirma-se que a necessidade de luta pela ampliação e consolidação das políticas públicas voltadas para a comercialização da agricultura familiar agroecológica, assim como os programas de compras institucionais, como o PAA e o PNAE devem ter seus formatos aprimorados e ser mais abrangentes.

Quanto à certificação participativa, baseia-se no princípio do controle social dos riscos ambientais na medida em que estabelece um controle mútuo dos agricultores com relação ao cumprimento das normas da produção agroecológica, sendo estas estabelecidas no seio da própria rede. O grupo de famílias de agricultores deve ter um comitê de ética, para questões relativas ao cumprimento das normas e a mesma estrutura acontece no âmbito dos núcleos regionais, sendo os representantes responsáveis pelas visitas periódicas (anuais) às propriedades a serem certificadas. A visita gera um relatório que embasa a liberação do selo e/ou do certificado que têm validade de um ano (SERVA e ANDION, 2004). O organograma apresentado abaixo ilustra a estrutura que passa a nortear os Sistemas Participativos de Garantia, a partir da legislação vigente, que foi fortemente inspirada na dinâmica de trabalho da Rede Ecovida.

Para fazer parte da rede, os agricultores devem realizar uma reunião mensal do seu grupo, onde são discutidos, dentre outros assuntos, o cumprimento das normas estabelecidas pela rede. Estas reuniões devem ser realizadas nas propriedades, sendo feito rodízio, de modo que o grupo possa verificar in loco o andamento da evolução da produção com relação aos princípios da agroecologia e critério da rede local. Assim, espera-se que o controle social dos riscos ambientais mediante a obediência às normas da Rede seja centrado no grupo de produtores cujos membros estão numa situação de proximidade geográfica, podendo exercer um controle regular e permanente uns sobre os outros.



Figura 11 Estrutura do Sistema Participativo de Garantia- SPG. Fonte: Apresentação em Power Point de Romeu M. Leite, 2010.

4.1.4 A Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região – ANC e a construção do SPG local

No ano de 1991 nasce a Associação de Agricultura Natural³⁷ de Campinas e Região, a ANC, fruto dos ideais de produtores que já desenvolviam um trabalho com agricultura sustentável.



Figura 12 Logo da Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região

³⁷ Sobre o conceito de Agricultura Natural, na época o termo “orgânico” ainda não estava fortalecido e na capital paulista a Associação de Agricultura Orgânica - AAO já vinha dando seus primeiros passos. Assim, resolveram agregar aos princípios da associação o conceito da agricultura natural segundo as referências dos mestres japoneses Mokiti Okada, Masanobu Fukuoka e Hirashi Fujii, através de práticas pouco intervencionistas e que respeitam os processos naturais. Este conceito foi sedimentado mundialmente por volta da década de 1930.

A ANC se destaca neste contexto de mercado, pois é a única associação com foco no produtor rural ecológico da região, administrando as três feiras locais, além de organizar eventos³⁸ ambientais. É uma organização não governamental e surgiu inicialmente com a demanda de se comercializar produtos de base ecológica na região, mas que por fim, passou a desenvolver um trabalho centrado na certificação da produção regional. A instituição se manteve ao longo dos anos com bastante trabalho voluntário e contribuições dos sócios (técnicos, agricultores e simpatizantes).

Maatman e Schrades (2009), afirmam que um papel específico e crucial que deve ser desempenhado pelas organizações de produtores, é que elas (1) estimulem o espírito empresarial através da prestação de informações e consultoria e outros serviços de capacitação; (2) fortaleçam o poder de mercado (de negociação), através da comercialização coletiva e pela melhoria da coordenação entre os produtores; (3) beneficiem as economias de escala através de armazenamento e processamento coletivo; (4) representem os interesses dos agricultores em representações e negociações políticas.

Atualmente a principal atividade da associação é a certificação de produtos orgânicos, através do SPG, tendo sido a primeira instituição³⁹ a receber o credenciamento pelo Ministério da Agricultura. Antes desse credenciamento, a certificação era feita pela equipe técnica da ANC que realizavam as auditorias necessárias para tal finalidade. Hoje, no entanto, se algum produtor tem interesse em participar da OPAC da ANC ele deverá se integrar em algum dos grupos existentes ou pertencer a um grupo próprio de produtores.

A formação dos núcleos se deu inicialmente com três grupos (Americana, Mogiana e Bragança – hoje denominado de grupo de Vargem) e

³⁸ No ano de 2007 recebeu o prêmio ouro na categoria ONG do Projeto Ambiental da Rede Anhangüera de Comunicação – RAC. Organizou inúmeros eventos sobre agricultura ecológica, dentre outros temas, como transgênicos. O principal evento organizado anualmente, em parceria com outras instituições é a Semana da Agricultura Orgânica de Campinas - referendada pela lei municipal Lei nº 11.230/02 e alterada pela Lei nº 11.618/03 e emenda PL. nº 414/04., que teve em 2010 a sua 9ª edição.

³⁹ Ofício nº 84/2010/COAGRE/DEPROS/SDC/MAPA- Brasília, 24 de dezembro de 2010

atualmente está constituído por oito grupos (figura 13) que representam 50 propriedades localizadas em diferentes municípios da região, além de possuir três grupos colaboradores.

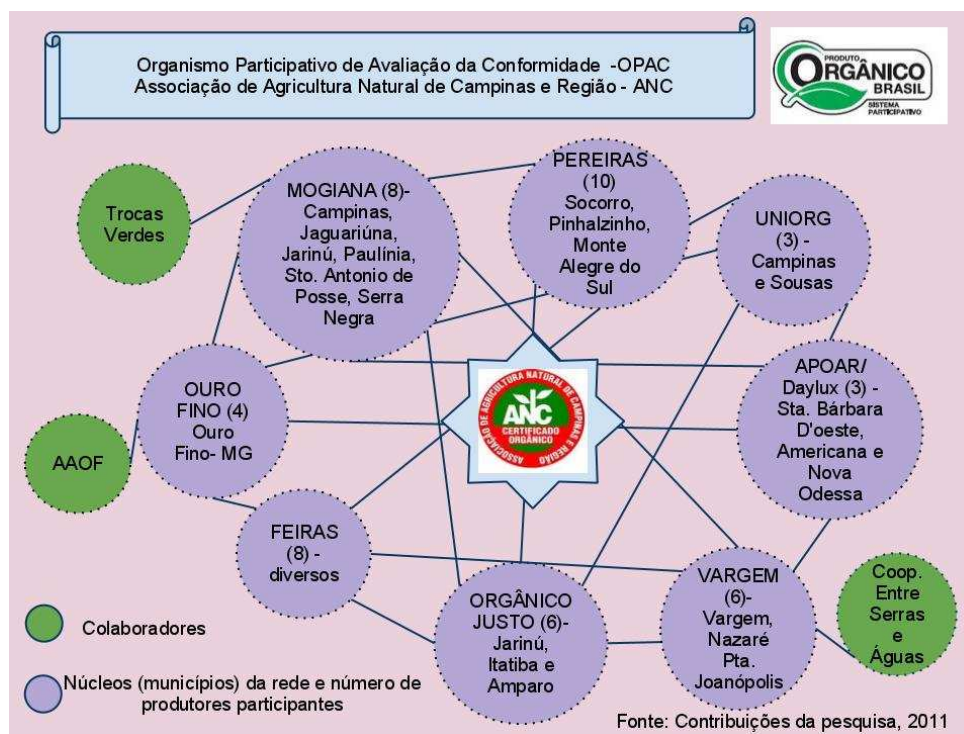


Figura 13 Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade- OPAC da Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região. Fonte: SPG - ANC e contribuições da pesquisa

Dos grupos envolvidos com a OPAC destacam-se os colaboradores da rede: a Associação Agroecológica de Ouro Fino, a Cooperativa Entre Serras e Águas e o grupo Trocas verdes, um dos objetos desta pesquisa e que será descrito a frente.

A Associação Agroecológica de Ouro Fino, Minas Gerais (AAOF) é composta de pequenos produtores rurais (proprietários, meeiros, arrendatários e seus respectivos cônjuges), e foi fundada em 1999, sendo que a maioria são produtores de café. Para este grupo, que já participava de uma das feiras da ANC, o SPG conseguiu contemplar um objetivo que já era prática da associação, o controle social local, através da participação. Diferentemente deste caso, outros núcleos da OPAC, nitidamente em processo de articulação em função do perfil diversificado dos participantes, ainda estão assimilando

este novo modo de “certificar” a produção, já que demanda comprometimento e confiança entre as partes.

A Cooperativa Entre Serras e Águas, foi fundada em maio de 2007, no município de Bragança Paulista através de uma parceria entre sindicato dos bancários, Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI), Casa da Agricultura e Sescop (Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no estado de São Paulo). Hoje, conta com a produção de 62 agricultores familiares cooperados dos municípios de Vargem, Joanópolis, Socorro, Atibaia e Nazaré Paulista. Desde setembro de 2010 a cooperativa foi selecionada para fornecer produtos da agricultura familiar para a merenda escolar do município de Atibaia. O contrato em Atibaia envolve 51 produtores da cooperativa para fornecer 31 itens, sendo 10 orgânicos. O cumprimento integral da “lei dos 30% da merenda” em Atibaia abre um novo e importante espaço de comercialização, pois valores repassados para as prefeituras pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) são altamente significativos.⁴⁰ As maiores dificuldades estão na organização dos produtores rurais em um grupo formal - associação ou cooperativa- como exige a lei.

No organograma da ANC (figura 14), observa-se que o SPG é um braço da instituição toda, composto por duas comissões: de avaliação e de recursos, além de dois representantes de cada grupo participante do sistema, totalizando 16 participantes diretos.

⁴⁰ Ao longo de 2010, poucos municípios conseguiram cumprir essa meta, que pretende atender às instituições de ensino da rede pública municipal, estadual e distrital, entre escolas, creches e entidades filantrópicas. Disponível em http://www.ocb.org.br/site/agencia_noticias/

**ORGANOGRAMA DA ASSOCIAÇÃO DE AGRICULTURA NATURAL DE CAMPINAS
E REGIÃO:**

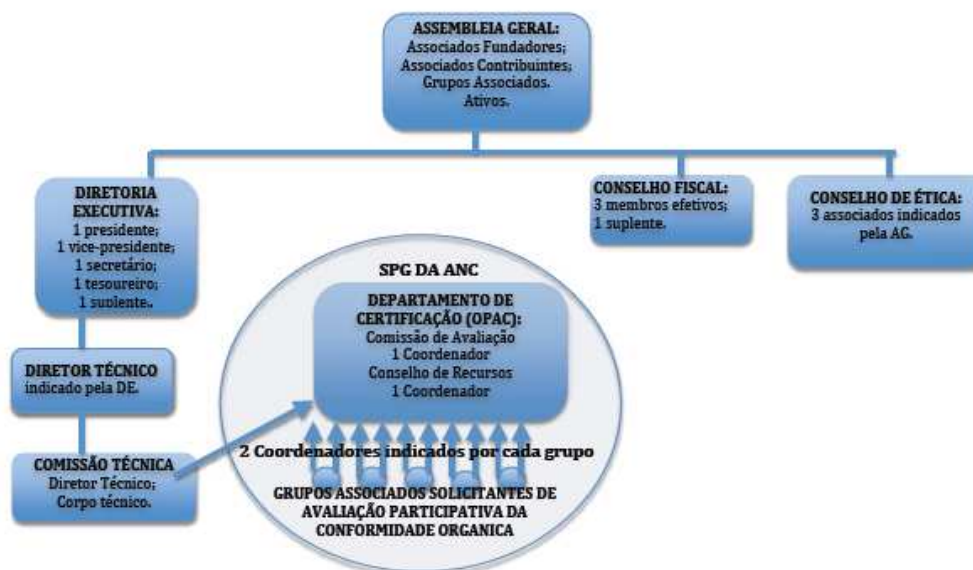


Figura 14 Organograma da Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região (ANC). Fonte: Database IFOAM

O processo de adequação para o Sistema Participativo de Garantia exigiu grandes esforços da equipe técnica, realizado a partir de um intenso trabalho de articulação e transferência de informação aos possíveis grupos interessados na nova proposta coletiva de certificação, assim como readequação dos documentos e estatuto da associação.

O procedimento de avaliação da conformidade ganha complexidade uma vez que os agricultores precisam internalizar práticas como planejamento, registros e monitoramento das atividades produtivas. Os agricultores ficam obrigados a realizar visitas entre si, o que na maioria das vezes, devido à distância entre as propriedades, rotina diária do campo e hábitos individuais, ainda não favorecem para que tais encontros aconteçam naturalmente.

Dos produtores que aderiram ao sistema, muitos não possuíam certificação e outros mudaram do sistema de certificação por auditoria para os sistemas participativos. Inúmeros contatos estão sendo feitos com a associação neste momento de início da fiscalização do sistema pelos órgãos

públicos, especialmente pela divulgação de tais novidades na mídia⁴¹. Porém nota-se que a desinformação ainda é grande, pela novidade do sistema.

Dessa forma, a ANC, único sistema Participativo de Garantia do estado de São Paulo vem carecendo de uma melhor estrutura organizativa para acolher novos grupos e administrar tais projetos de certificação, que são mais complexos do que o sistema por auditoria que aconteciam anteriormente.

Para avaliação e verificação da conformidade devem-se organizar grupos de produtores, mediante critérios como localização e/ou afinidade, composto por até 12 participantes. Estes devem estabelecer normas próprias de funcionamento sendo escolhidos dois representantes para atuarem em contato direto com a OPAC/ANC, através das comissões de avaliação e recursos. Tais comissões auxiliam na coordenação da OPAC como um todo, além de atuarem, em caso de desconfianças quanto às práticas não conformes, solicitando a revisão de vistorias ou análises de produtos ou processos. Devem acontecer dois tipos de visitas anualmente: as *visitas de pares*, composta por membros do próprio grupo e a *visita de verificação* (ou cruzada), composta por participantes de outros grupos.

Para cada visita realizada são elaborados relatórios, que são encaminhados à OPAC. Assim sendo, a comissão, analisa os documentos e autorizará ou não a utilização do selo de produto orgânico.

Sobre os custos do gerenciamento do sistema, pelo fato de ser um início de trabalhos, foi necessária a contratação de um técnico para auxiliar na organização de relatórios e demais documentos. Dessa forma, os custos neste momento, onde a adesão de grupos de produtores ainda não é alta, fez com que inviabilizasse a participação de um grupo. Os agricultores optaram por continuar sem a certificação, uma vez que haviam compreendido que neste sistema praticamente não haveria gastos, porém, além da gestão administrativa que a legislação exige através de relatórios, as diversas visitas também encarecem o processo. As distâncias variam em um raio de até

⁴¹ No dia 31 de janeiro de 2011 o Globo Rural exibiu uma matéria sobre a legislação dos sistemas orgânicos, com depoimentos de dois técnicos da ANC. No dia 25 de março deste ano, o Globo repórter exibiu um programa todo dedicado aos sistemas orgânicos de produção, tendo sido apresentadas as experiências de produtores da ANC.

aproximadamente 100 quilômetros entre os núcleos. Sobre este ponto, a proposta descentralizada do coletivo (OPAC) favorece o diálogo na busca de soluções a fim de integrar os grupos envolvidos. Assim, permite-se que cada grupo, diante de suas particularidades, elabore contrapropostas que serão analisadas pelo coletivo. Espera-se também que o coletivo, diante de sua equipe de técnicos, produtores e parceiros organizem-se para a captação de recursos que auxiliem nos trabalhos, assim como na redução dos custos do sistema.

Um dos aspectos negativos identificados na legislação é a proibição da OPAC atuar enquanto uma OCS, para fins de venda direta. Dessa forma, agricultores que não conhecem nenhum grupo ou não pretendem participar deste sistema coletivo, realizando apenas vendas individualmente, e gostariam/precisam da validação da produção, devem recorrer à outra organização social, que no caso ainda não existe nem regionalmente nem no estado de São Paulo. Assim, a ANC, configurada anteriormente como uma associação de produtores individuais, passou a articular trabalhos de vários grupos, enquanto OPAC.

Percebe-se que o trabalho oficial destas organizações de controle social, em nível global e nacional ainda tem muito a avançar, a fim de que sejam internalizadas as regras deste novo cenário da certificação, especialmente para novos participantes. Na medida em que os agricultores ou outros atores se envolvem e participam do sistema, aumenta-se o entusiasmo diante das possibilidades de aprendizado e de mercado. Uma dessas parcerias ainda em processo de consolidação foi com o grupo de consumidores que realizam compras coletivas de alimentos orgânicos, em Barão Geraldo. A visão e objetivo dos consumidores, diferentemente dos produtores, auxilia na redefinição dos propósitos deste novo modo de certificar e avaliar a qualidade do produto. Fortalece-se assim a confiança entre todos os atores da rede, antes que sejam feitas cobranças ou exigências sobre determinadas práticas agrícolas, diante de uma realidade rural carente de orientação e assistência técnica agroecológica, ao mesmo tempo em que as demandas dos consumidores, chegam diretamente aos produtores.

4.2 REGIÃO DE CAMPINAS, PARTICULARIDADES DE UM TERRITÓRIO

4.2.1 Urbanidade

A região definida para esta pesquisa possui características particulares que faz com que o desenvolvimento de ações ligadas à agricultura familiar devam ser mais reconhecidas e valorizadas. O município de Campinas, em seu intenso processo de crescimento, permitiu que o desenvolvimento urbano se alastrasse para todo seu entorno, irradiando suas características aos municípios vizinhos. Este fato rendeu à região, no ano 2000 o título de Região Metropolitana, se configurando como a terceira região metropolitana do estado de São Paulo, delimitando uma grande conurbação, denominada de *macrometrópole*, (figura 15), estando a 100 km da Região Metropolitana de São Paulo, bastante próxima também da Metrópole da Baixada Santista.

A Região Metropolitana de Campinas - RMC possui uma área de 3.673 Km² e uma população estimada de 2.798.477 milhões de habitantes (IBGE, 2010), sendo constituída pelo agrupamento de 19 municípios⁴². Ao se considerar a aproximação do eixo São Paulo-Campinas, são 22 milhões de habitantes unidos pela primeira macrometrópole do hemisfério sul, composta por 65 municípios⁴³. A administração regional é feita sob diferentes arranjos geo-políticos, o que lhe confere grande complexidade. No âmbito estadual, a

⁴² Americana, Arthur Nogueira, Campinas, Cosmópolis, Engenheiro Coelho, Holambra, Hortolândia, Indaiatuba, Itatiba, Jaguariúna, Monte Mor, Nova Odessa, Paulínia, Pedreira, Santa Bárbara d'Oeste, Santo Antônio de Posse, Sumaré, Valinhos e Vinhedo. Foi criada pela Lei Complementar Estadual nº 870, no ano 2000.

⁴³ Revista Megacidades – Jornal O Estado de São Paulo. 3 de Agosto de 2008. Na projeção da Emplasa - Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano, a macrometrópole deverá ser ainda maior com a conurbação de São Paulo e Campinas com a Baixada Santista, o Vale do Paraíba e a região Piracicaba-Limeira, totalizando 28 milhões de habitantes em 102 municípios.

Região Administrativa de Campinas é composta por 90 municípios, totalizando mais de cinco milhões de habitantes.

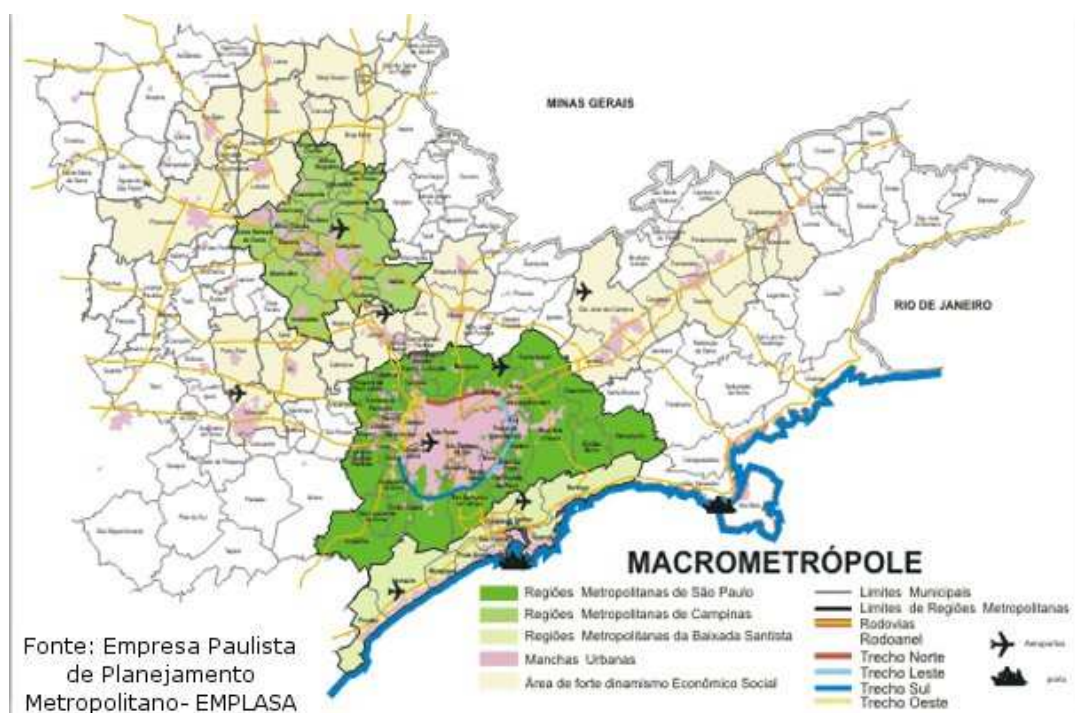


Figura 15 Macrometrópole paulista. Fonte: Instituto Geográfico e Cartográfico- IGC/ Departamento de Estrada de Rodagem - DER, 2003. Elaboração EEMPLASA.

A agricultura teve papel de destaque na história da cidade de Campinas, que se aproveitou do fértil solo de terra roxa. A primeira cultura agrícola da cidade foi a cana-de-açúcar (cadeia produtiva do açúcar), logo suplantada pelo ciclo do café, em meados do século XIX. Em pouco tempo, a economia cafeeira impulsionou um novo período de desenvolvimento da cidade, que assumiu rapidamente o primeiro lugar no estado de São Paulo⁴⁴ (SEADE, 2006).

Nessa época a população de Campinas concentrava um grande contingente de trabalhadores escravos e livres, empregados em plantações e em atividades produtivas rurais e urbanas. Nas duas primeiras décadas do século XX, o estado de São Paulo dobrou sua população: de 2.282.279

⁴⁴ Devido ao seu grande progresso também ficou conhecida como a "Princesa d'Oeste", referência esta por estar a oeste da capital do estado.

habitantes, em 1900, para 4.592.188, em 1920 (SEADE, 2006). Todos os municípios apresentaram crescimento populacional, principalmente nos da região de Campinas e do planalto ocidental, impulsionado pela expansão da lavoura cafeeira. A economia cafeeira propiciou o surgimento e a integração, através das ferrovias, da maior parte dos núcleos que dariam origem aos atuais municípios da RMC, favorecendo o recebimento de imigrantes de todo o mundo.

Com a crise da economia cafeeira e as mudanças políticas no país, a partir da década de 1930, a economia urbana – notadamente industrial – adquiriu predominância na estrutura produtiva da região. No entanto, a industrialização no período pós 1960 possibilitou uma rápida modernização e diversificação da agricultura, com destaque para a cana-de-açúcar, laranja, avicultura, horticultura, fruticultura e rebanho leiteiro.

Entre as décadas de 1970 e 1980, a cidade praticamente duplicou de tamanho, chegando à 1,2 milhões de habitantes, por conta de fluxos migratórios internos, crescendo a uma taxa muito superior à estadual. Na década de 1990, os municípios situados ao norte/nordeste de Campinas foram incorporados na dinâmica econômica e espacial metropolitana. A expansão urbana ocorreu pelo *espraiamento* da urbanização de baixa ocupação nas áreas mais externas da mancha metropolitana, agora também através de loteamentos e condomínios horizontais de médio e alto padrão construtivo e baixa densidade, que elevam o preço da terra.

Tal crescimento populacional, no entanto, não foi observado nas áreas rurais, conforme dados do IBGE (2010), que retratam o esvaziamento do campo, frente ao crescimento das cidades. Assim, a região especializou-se na produção de bens exportáveis e de produtos modernos rentáveis. A marca maior dessas transformações é a expansão articulada das atividades agropecuárias com as industriais e terciárias, com destaque, entre essas últimas, para serviços financeiros, transporte, armazenagem, comercialização, além dos serviços produtivos de apoio. Assim, com uma agropecuária regional altamente mecanizada, com uso de sementes de alta qualidade e da presença de culturas de alto valor agregado, como a fruticultura e floricultura, a região

responde por apenas 2,38% do valor adicionado gerado na atividade agropecuária do Estado, contra 40,55% do setor de serviços e 57,06% do industrial (SEADE, 2006).

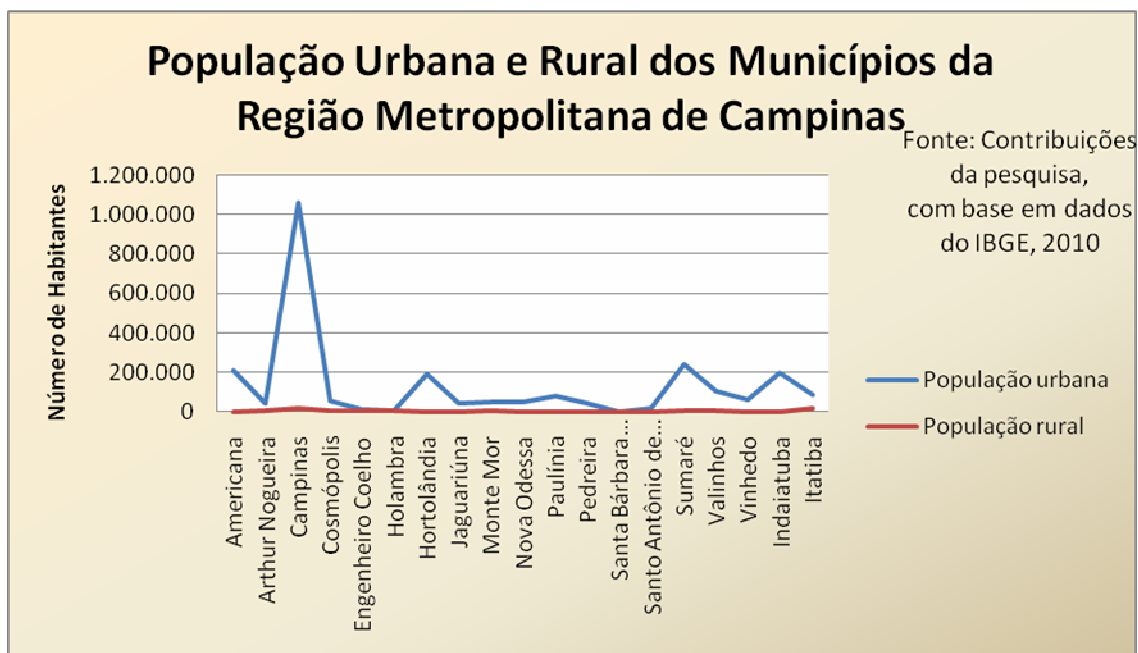


Figura 16 População urbana e rural dos municípios da Região Metropolitana de Campinas. Fonte: Contribuições da pesquisa, com base em dados IBGE (2010)

A RMC é a segunda região mais importante do estado de São Paulo, possuindo um importante entroncamento rodoviário⁴⁵ e é responsável por 9,1% do PIB paulista, que responde por 10,9% do *valor adicionado* da indústria paulista, destacando-se pelo moderno parque industrial e tecnológico — fruto de um plano de instalação de "*tecnopolos*"⁴⁶. Essa característica tecnológica da indústria campineira, aliado ao padrão de urbanização metropolitano, determina a existência de um setor de serviços dinâmico, responsável por 7,0% do valor adicionado de serviços do Estado (SEADE, 2006).

⁴⁵ A Rodovia Anhanguera (1948), a Rodovia dos Bandeirantes (1978), a Rodovia Santos Dumont (década de 1980), a Rodovia Dom Pedro I, Rodovia Governador Ademar de Barros, a Rodovia Jornalista Francisco Aguirre Proença e a Rodovia Professor Zeferino Vaz (ou Tapetão), que é o principal acesso à REPLAN (Refinaria do Planalto Paulista)

⁴⁶No ano de 2000, a partir de um levantamento publicado pela Wired Magazine traz a público o maior diferencial de Campinas, sua produção científico-tecnológica, incluindo a região como um dos 46 locais no planeta classificados como *Pólos Tecnológicos Mundiais*. Desde então, Campinas vem sendo progressivamente identificada como a "Região da Ciência e da Tecnologia" no país (MIQUELINO, 2005).



Figura 17 Principais setores de atividade da Região Metropolitana de Campinas - São Paulo. Fonte: Observatório Metropolitano - Indicadores da RMC (2008)

4.2.2 Ruralidades e Desenvolvimento Regional

A atividade agropecuária é menos concentrada regionalmente do que a *indústria e serviços*. Os seis primeiros municípios por ordem de importância – Engenheiro Coelho, Artur Nogueira, Valinhos, Campinas, Holambra e Cosmópolis – são responsáveis por 55% do *valor adicionado*⁴⁷ agropecuário. Em 2001, em virtude da elevação do preço, a laranja assumiu o papel de principal cultura, especialmente nos municípios de Engenheiro Coelho e Artur Nogueira. no cálculo das contas regionais do estado de São Paulo (SEADE, 2003).

⁴⁷ É o valor adicional que adquirem os bens e serviços ao serem transformados durante o processo produtivo.

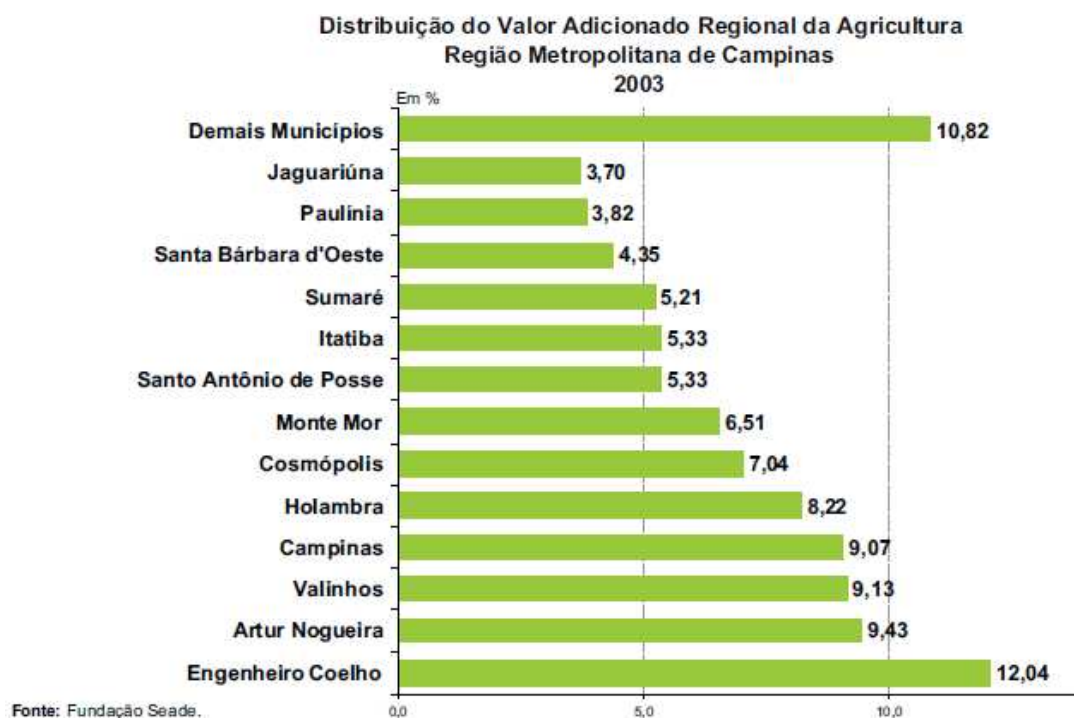


Figura 18 Distribuição do Valor Adicionado Regional da Agricultura - RMC. Fonte: Fundação SEADE (2003)

Na porção oeste da região administrativa de Campinas, no entorno dos municípios de Piracicaba e Araras, destaca-se a agroindústria sucroalcooleira. No entorno do município de Limeira, além da atividade industrial, destaca-se a citricultura. Na porção *leste*, no entorno dos municípios de Bragança Paulista, Atibaia e Jundiaí também podem ser destacados, juntamente com a indústria, a fruticultura de mesa e o turismo (BRAGA, 2010). Já na face sul, com relevo mais declivoso, aparecem as frutas para consumo *in natura* como figo, goiaba, uva, atemóia, pêssigo, caqui, dentre outras como o morango (FRANCISCO & SILVA, 2006).

Segundo dados do IBGE (2006), as culturas mais importantes quanto à área ocupada são: pastagem – refletindo a importância da pecuária; eucalipto; cana-de-açúcar; milho; café; hortaliças diversificadas e frutas como a goiaba, uva de mesa, figo, caqui, dentre outras. As cadeias produtivas do tomate e laranja também se destacam. A tabela 4 apresenta o valor da produção dos principais produtos da região, destacando-se as produções de frutas de mesa como uva, goiaba, figo, caqui e pêssigo frente à produção estadual.

Valor da Produção, segundo Principais Produtos Agrícolas
Região Metropolitana de Campinas
2004

Principais Produtos	Valor (em mil R\$)	% do Produto no Valor Total da RMC	% do Produto no Total do Produto do Estado
TOTAL	332.079	100	2,02
Cana-de-açúcar	112.852	33,98	1,73
Laranja	64.577	19,45	1,86
Tomate	27.516	8,29	8,32
Uva	22.746	6,85	11,75
Goiaba	18.328	5,52	42,76
Milho	15.702	4,73	1,20
Figo	12.248	3,69	88,47
Mandioca	11.809	3,56	4,57
Pêssego	6.530	1,97	10,52
Caqui	6.170	1,86	8,64
Batata-inglesa	5.788	1,74	1,17
Café (beneficiado)	5.236	1,58	0,70
Tangerina	4.087	1,23	2,23
Limão	4.036	1,22	1,81
Manga	3.690	1,11	4,66
Abacate	3.345	1,01	11,53
Demais Produtos	7.419	2,2	-

Fonte: IBGE. Produção Agrícola Municipal – PAM 2004.

Tabela 4 Valor da Produção, segundo principais produtos agrícolas - RMC. Fonte: IBGE. Produção Agrícola Municipal (2004)

Francisco e Silva (2006) afirmam que em alguns municípios da RMC, a fruticultura tem importância expressiva. Valinhos é o maior produtor brasileiro de figo, além da produção significativa de Figo da Índia. Vinhedo, Valinhos e Indaiatuba sobressaem-se como produtores de uva niagara rosada, enquanto Campinas se destaca como produtor de goiaba branca. Nas olerícolas, Monte Mor não apenas produz tomate como também é sede de empresas classificadoras e atacadistas. A floricultura é representada pelo município de Holambra como o maior produtor e exportador brasileiro de flores. As principais cadeias produtivas da região, segundo o Plano Regional de Desenvolvimento Rural Sustentável, elaborado pela CATI são: olericultura e fruticultura, com destaque para as culturas da *uva*, *morango* e *caqui*, além da cana de açúcar (CATI, 2010-2014).

O gráfico a seguir, sobre a cultura da uva - principal fruta cultivada regionalmente por área plantada ilustra a diminuição de cultivo entre os anos de 1995/1996 a 2007/2008. Silva et al., (2006) em trabalho sobre a tradição do

cultivo da uva no estado de São Paulo afirmam que o valor da terra no EDR de Campinas é o mais alto do Estado de São Paulo, com valor médio da Terra Nua⁴⁸ de segunda ao redor de R\$14 mil/ha, em novembro de 2004 e afirmam que este fato se dá muito provavelmente devido à “invasão” imobiliária na região, que vem avançando sobre a zona rural.

O módulo rural de Campinas é de dois hectares ou 20.000 m². O desmembramento de áreas para uso não agrícola, podem ocorrer desde que seja para atividades de apoio à agropecuária, ou para uso previamente aprovado pela municipalidade e depois pelo INCRA (PINTO, 2002).

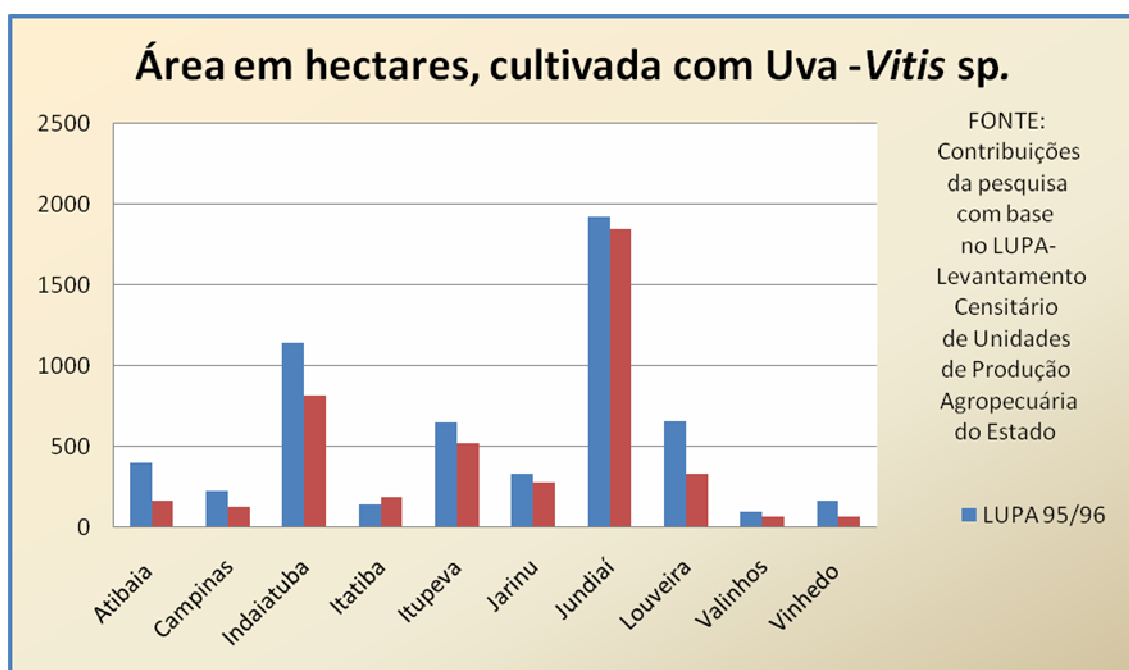


Figura 19 Área em hectares, cultivada com uva (*Vitis* sp.). Fonte: Contribuições da pesquisa com base no LUPA- Levantamento Censitário de Unidades de Produção Agropecuária do Estado de São Paulo anos 1995/96 e 2007/2008

Com base em dados do Levantamento Censitário de Unidades de Produção Agropecuária do Estado de São Paulo (Projeto LUPA⁴⁹ - CATI, 1995/1996 e 2007/2008), identifica-se a redução de área plantada e número de

⁴⁸ É o valor do imóvel, excluindo os valores das construções, das instalações e das benfeitorias; das culturas permanentes e temporárias; das pastagens cultivadas e melhoradas, bem como das florestas plantadas.

⁴⁹ Nome do censo agropecuário realizado pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento, no Estado de São Paulo. A primeira edição do projeto aconteceu em 1995/1996 e a segunda, em 2007/2008.

unidades de produção agrícola em praticamente todas as principais culturas produzidas regionalmente, como a uva, caqui, morango, pêssego, goiaba, figo, salvo algumas exceções onde determinada região investiu na produção, como o caso de Itatiba com o caqui e Atibaia para o morango.

Assim sendo, a área rural da região não é homogênea, apresentando características particulares, diante do uso e ocupação da região, ligados à história política-econômica da região.

4.2.2.1 Ensino e pesquisa

A região de Campinas também consolidou-se no campo técnico-científico através de renomadas instituições como a Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), a Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC), o Laboratório Nacional de Luz Síncrotron, o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD) e uma unidade da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

No tocante ao ensino e pesquisa com enfoque na agricultura familiar e agroecologia têm-se inúmeros trabalhos da EMBRAPA e da UNICAMP. A primeira, com sua unidade especializada no Meio Ambiente, com sede em Jaguariúna, vem auxiliando na articulação e condução de uma rede de agroecologia regional que criou laços entre produtores a partir de trocas de experiências entre si. Por volta do ano de 1990 representantes de organizações de agricultores e de instituições públicas da região Leste Paulista realizaram uma série de encontros e vivências com objetivo de melhorar a organização da produção local da agricultura familiar, com enfoque na qualidade socioambiental, assim como apoiar à *comercialização de alimentos orgânicos*, destacando também a importância da criação de unidades de validação e divulgação de tecnologias dessa dimensão (CORRALES e FAGUNDES, 2007).

Assim, estabeleceu-se a denominada Rede Regional de Agroecologia Mantiqueira Mogiana⁵⁰ (ROSSI et al., 2007), fazendo menção à Serra da

⁵⁰ Os municípios-núcleos são: Amparo, Bragança Paulista, Campinas, Espírito Santo do Pinhal, Jaguariúna, Jundiá, Mogi Mirim, Monte Alegre do Sul, Nazaré Paulista, Pedra Bela, Santo

Mantiqueira e à Companhia Mogiana de Estradas de Ferro criada em 1872, com sede no município de Campinas. Entre os anos de 2005 e 2007 inúmeras atividades com foco na agricultura familiar de base ecológica aconteceram, como eventos, fóruns, dias de campo, a partir da aprovação de um projeto patrocinado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário. Esta rede engloba diversos municípios pertencentes à RMC (figura 20), assim como outros mais à leste, em direção ao sul de Minas Gerais.

Esta Rede está alicerçada em núcleos micro - regionais que fundamentalmente contam com a participação e trabalho de diversos parceiros que atuam localmente nos municípios. Adota metodologias participativas como norteador dos trabalhos e envolve os atores sociais vinculados à produção agrícola.

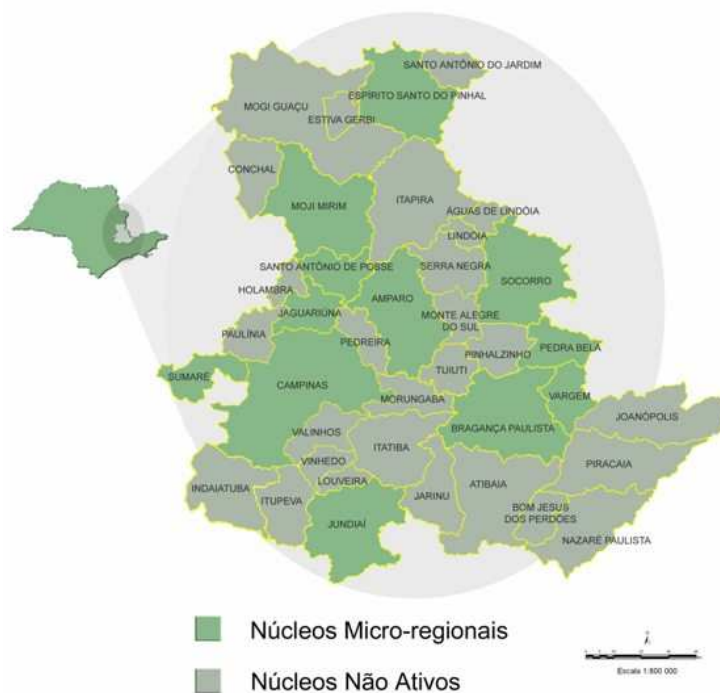


Figura 20 Rede Regional de Agroecologia Mantiqueira Mogiana. Fonte: Rede de agroecologia

A UNICAMP além de diversos projetos focados na agricultura familiar e assentamentos da reforma agrária, iniciou recentemente a articulação de uma

Rede de Agroecologia⁵¹, que potencializará as ações locais e regionais em favor dos diversos atores envolvidos regionalmente. Conta com aproximadamente 50 participantes neste momento inicial, possuindo uma sede, localizada no centro de Campinas, com espaço amplo, e com nítido potencial para fortalecer ações como a comercialização de produtos de base ecológica.

Esta rede⁵² se propõe, assim como tantas outras parcerias, a estreitar os laços entre atores locais e as Articulações Paulista e Nacional de Agroecologia (APA e ANA, respectivamente), que reúne movimentos, redes e organizações engajadas em experiências concretas de promoção da agroecologia, de fortalecimento da produção familiar e de construção de alternativas sustentáveis de desenvolvimento rural.

Outra iniciativa, fundada em 2002, que fomenta a difusão e troca de conhecimentos sobre ciência, tecnologia e inovação é a Fundação Fórum Campinas (FFC), que é coletivo de instituições⁵³ de pesquisa e ensino que tem atuação destacada na RMC, articulando ações como eventos e debates com a proposta de contribuir com o desenvolvimento econômico e social.

Importante destacar outro organismo focado na formação e informação rural: o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), que através dos Sindicatos rurais, realiza treinamentos e cursos profissionalizantes nas mais diversas áreas como a produção orgânica, tendo construído o “Canal do Produtor”⁵⁴, que capacita o profissional ligado ao campo em um sistema de educação à distância.

⁵¹ Projeto Rede de Agroecologia da Unicamp: integração ensino, pesquisa e extensão na construção participativa de saberes agroecológicos. MDA/SAF/ CNPq Nº58/2010, coordenado pelo Pró Reitor de Extensão Mohamed Ezz El-Din Mostafa Habib - <http://proj058redeagroecologiaunicamp.blogspot.com/>

⁵² <http://www.agroecologia.org.br/>

⁵³ Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer (CTI); Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD); CATI; EMBRAPA; Instituto Agrônomo de Campinas (IAC); Instituto Biológico- IB; Instituto de Zootecnia (IZ); Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL); Laboratório Nacional de Luz Síncrotron (LNLS); Pontifícia Universidade de Campinas (PUC) e UNICAMP.

⁵⁴ <http://eadsenar.canaldoprodutor.com.br/>

4.2.2.2 Assistência Técnica e Extensão Rural

As entidades de extensão mais atuantes na região, com enfoque no meio rural são a CATI, com os Escritórios de Desenvolvimento Rural – EDR⁵⁵, que são responsáveis pelos Conselhos (regionais e municipais) de Desenvolvimento Rural (CDRs) e a APTA⁵⁶ (Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios), ambas vinculadas à Secretaria de Agricultura do Estado de SP.

Esta agência *regionalizou* seus trabalhos em 2002, quando foram criados 15 *pólos*, compostos por inúmeros pesquisadores. A região de Campinas situa-se no pólo “Centro de Insumos Estratégicos” com duas Unidades de Pesquisa de Desenvolvimento (UPD), uma na cidade de São Roque e outra em Sorocaba. No entanto, é com o Pólo Regional Leste Paulista⁵⁷, sediado em Monte Alegre do Sul, que a região de Campinas acaba tendo mais envolvimento, especialmente por terem linhas de pesquisa sobre temas como fruticultura, horticultura, agricultura familiar e agricultura orgânica.

Já a CATI, responsável pelo *Plano Regional de Desenvolvimento Rural Sustentável*, descreve que a região possui histórica e inequívoca vocação rural, havendo espaço e oportunidade para os mais variados sistemas produtivos - da agricultura orgânica à agricultura altamente tecnificada - de acordo com as preferências individuais e as demandas do mercado (CATI, 2010-2014).

O documento faz menção à importante diversidade étnica da região, onde cerca de 70 grupos penetraram nos chamados sertões paulistas, atraídos pela dinâmica da economia cafeeira, entre as últimas décadas do século XIX e as primeiras décadas do século XX. A presença destas populações, na

⁵⁵ O EDR de Campinas abrange os municípios de Campinas; Campo Limpo Paulista; Elias Fausto; Hortolândia; Indaiatuba; Itatiba; Itupeva; Jarinu; Jundiaí; Louveira; Monte Mor; Morungaba; Paulínia; Sumaré; Valinhos; Várzea Paulista; Vinhedo e centralizam inúmeros eventos e reuniões como as dos Conselhos Regionais (e municipais) de Desenvolvimento Rural.

⁵⁶ Sua estrutura compreende os Institutos Agrônomo (IAC), Biológico (IB), Economia Agrícola (IEA), Pesca (IP), Tecnologia de Alimentos (ITAL) e Zootecnia (IZ) e 15 Pólos Regionais distribuídos estrategicamente no Estado de São Paulo, bem como o Departamento de Gestão Estratégica (DGE).

⁵⁷ Abrange os territórios dos municípios de: Águas de Lindóia, Amparo, Atibaia, Bom Jesus dos Perdões, Bragança Paulista, Conchal, Espírito Santo do Pinhal, Estiva Gerbi, Itapira, Itatiba, Jarinu, Joanópolis, Lindóia, Mogi Guaçu, Mogi Mirim, Monte Alegre do Sul, Morungaba, Nazaré Paulista, Pedra Bela, Pedreira, Pinhalzinho, Piracaia, Santo Antônio da Posse, Santo Antônio do Jardim, Serra Negra, Socorro, Tuiuti, Vargem. <http://www.apta.sp.gov.br/polos/>

somatória com as populações locais e de outras regiões brasileiras, contribuiu de maneira profunda para a transformação deste território, conferindo diferentes características culturais, sociais, econômicas e políticas. Destacam-se assim as etnias suíça, alemã, holandesa e especialmente a japonesa e italiana.

A mão-de-obra utilizada nas cadeias produtivas locais é do tipo familiar, empregando também funcionários, meeiros, diaristas e arrendatários, com exceção da cana-de-açúcar, que acaba sendo terceirizada pelas usinas. Os canais de comercialização são: comércio na propriedade; comércio local (mercados, feiras); comércio regional (mercados, feiras e atacados); agroindústria; cozinha industrial; CEAGESP (Companhia de Entrepostos de Armazéns Gerais de São Paulo) e CEASA (Centrais de Abastecimento Campinas).

No plano são destacados, como pontos positivos: 1) a proximidade de grandes centros consumidores; 2) a presença de associações de produtores; 3) a possibilidade da comercialização através do Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar; 4) a possibilidade da comercialização para merenda escolar; 5) a exploração de novos nichos de mercado com a utilização de novas cultivares, variedades ou híbridos de tomate; 6) as novas tecnologias para agregação de valor ao produto in-natura; 7) as novas tecnologias de produção; 8) o marketing; 9) o aumento do consumo; 10) as embalagens diferenciadas; 11) a diversificação; 12) os municípios integrantes do Circuito das Frutas; 13) a presença de associações de produtores e uma federação; 14) o programa Agrotec⁵⁸ – Circuito das Frutas; 15) as festas de frutas.

As ameaças citadas são: 1) descapitalização; 2) mudanças de clima; 3) atravessadores; 4) exploração imobiliária; 5) êxodo rural; 6) mão-de-obra migrando para atividades não agrícolas; 7) pressão imobiliária sobre as áreas rurais; 8) crescimento urbano desordenado; 9) falta de segurança no meio rural

⁵⁸ O Agrotec é um programa de eventos técnicos de produção e mercadologia que tem como objetivo o desenvolvimento rural do Circuito das Frutas. É resultado de uma parceria da iniciativa pública, por meio da CATI Regional Campinas e da iniciativa privada. Tem como objetivo divulgar a fruticultura regional em vários aspectos e buscar informações de tecnologia e negócios com rentabilidade para o produtor rural.

(roubo de equipamentos e máquinas); 10) pressão do mercado consumidor quanto à adoção das boas práticas agrícolas.

Com base nos dados do LUPA, a área cultivada com fruticultura vem diminuindo, assim como o número de unidades produtivas também. A figura 21 apresenta a diminuição de unidades produtivas na cadeia produtiva do morango, confirmando o relato dos agricultores entrevistados. Demonstra-se que a fruticultura regional vem lentamente perdendo espaço para outras atividades sendo que os motivos vão desde a venda das propriedades para incorporadores (de condomínios residenciais e empreendimentos industriais), ou abandono das práticas produtivas em função de dificuldades como falta de mão-de-obra associada à descontinuidade do trabalho familiar.

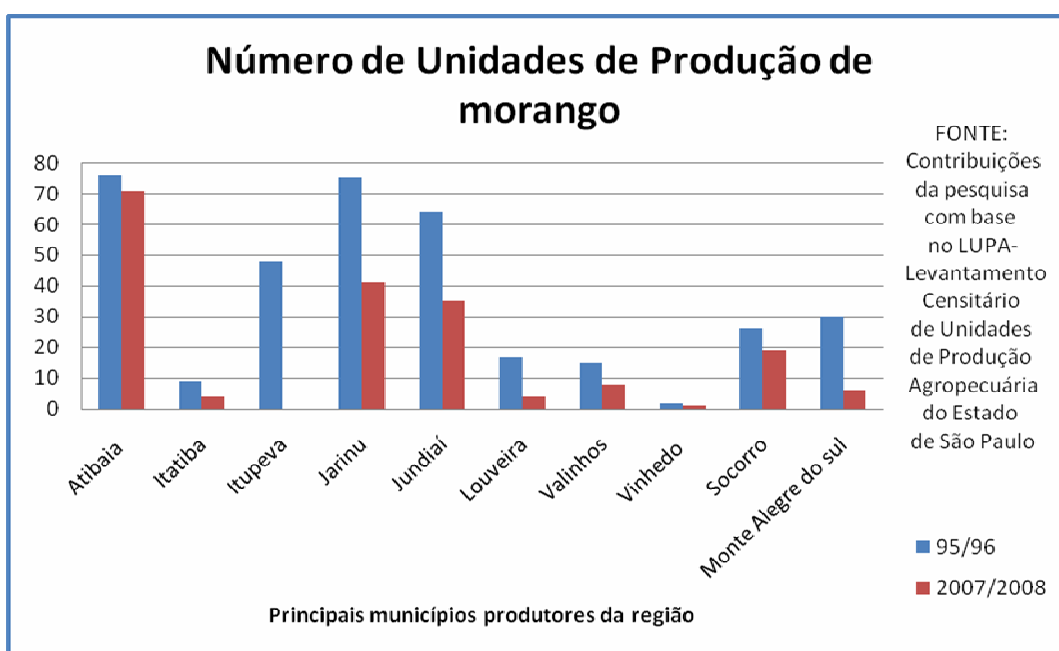


Figura 21 Evolução do número de unidades de produção de morango entre o censo agropecuário de 1995/96 e 2007/2008. Fonte: Elaboração a partir de dados do LUPA (CATI, 1995/96 – 2007/2008).

Sobre aspectos culturais, o plano cita a falta de identidade das comunidades rurais pela não manutenção das tradições culturais, por influência da mídia (globalização), havendo, como consequência, desprestígio do meio rural e suas tradições, dificultando assim o trabalho com foco no turismo rural. Sobre as políticas de uso do solo, afirmam que estas se mantêm focadas tradicionalmente nas atividades urbanas, onde o planejamento territorial

regional é considerado desnecessário. A lógica da propriedade privada, e não do interesse coletivo, é que dita a apropriação dessas áreas.

Foram listadas inúmeras diretrizes para o desenvolvimento regional. Algumas delas (tabela 5) focadas em aspectos envolvidos com os mercados da agricultura familiar são destacadas pela importância de temas como fortalecimento de iniciativas coletivas (associativismo e cooperativismo); mercados e turismo local (venda direta); marketing e gerenciamento da produção rural; além de revalorização do rural através de articulação com atores públicos e privados.

Tabela 5 Proposições do Plano Regional de Desenvolvimento Rural Sustentável – CATI/ Campinas 2010-2014	
Diretrizes	Estratégias
Melhorar a renda agropecuária	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitar os produtores rurais. - Apoiar o emprego de tecnologias de produção e modelos de gestão mais adequados. - Incentivar o associativismo e cooperativismo. - Utilizar marketing agrícola.
Incentivo ao associativismo e ao cooperativismo	<ul style="list-style-type: none"> - Campanha de sensibilização aos produtores ainda não organizados. - Motivação dos produtores já organizados, mas pouco atuantes. - Capacitação de produtores rurais e de técnicos públicos. - Apoio às associações e cooperativas existentes.
Implantação de pontos de comercialização nas rodovias para as associações e cooperativas	<ul style="list-style-type: none"> - Pressão sobre os governos estadual e municipal e sobre as concessionárias para a liberação e construção dos pontos.
Incentivar a venda direta	<ul style="list-style-type: none"> - Cadastrar produtores interessados. - Treinar produtores em administração e gestão rural. - Promover vendas institucionais (merenda escolar).
Aperfeiçoar a comercialização	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitar os produtores rurais. - Apoiar o emprego de tecnologias de produção e modelos de gestão mais adequados. - Incentivar o associativismo e cooperativismo. - Utilizar marketing agrícola.
Promover alternativas de negócios à agropecuária	<ul style="list-style-type: none"> - Orientar e apoiar produtores rurais no estabelecimento e manutenção de agronegócios.
Incentivar o turismo rural	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas de orientação, reuniões, palestras e cursos.
Desenvolver o marketing agrícola	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitar os produtores rurais e os técnicos públicos. - Realizar campanhas conjuntas, inclusive de valorização da área rural da região.
Marketing de incentivo ao consumo de frutas	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgar a importância do consumo de frutas em diferentes mídias.
Estimular a comercialização das frutas do município e da região nas festas	<ul style="list-style-type: none"> - Contatar as Prefeituras e empresas organizadoras das festas.
Respeitar a área rural da região	<ul style="list-style-type: none"> - Gestão junto aos órgãos municipais e estaduais competentes.
Valorizar a área rural da região	<ul style="list-style-type: none"> - Articulação junto aos órgãos públicos. - Campanha de valorização da área rural da região. - Articulação política.
FONTE: Plano Regional de Desenvolvimento Rural Sustentável de Campinas (2010-2014)	

Diante do cenário apresentado e das proposições listadas, percebe-se que o contexto regional possui um direcionamento que reforça os encaminhamentos necessários para que a agricultura familiar especialmente focada em processos ecológicos ganhe notoriedade e incentivo.

Apesar de todas estas características favoráveis política e institucionalmente, a região de Campinas não possui projetos de grande porte

para o incentivo à Agroecologia, desenvolvimento rural e ao acesso a mercados. Este fato é reflexo de pouca sensibilidade para a interligação de princípios tecnológicos com princípios sociais e humanos. O uso da terra é feito meramente como um bem de capital, uma vez que a grande maioria dos detentores de terras já não depende mais diretamente dela para a reprodução familiar. O discurso da sustentabilidade aqui, de maneira geral, acaba sendo essencialmente focado em processos tecnológicos e de marketing, e não de uso sustentado do capital ecológico.

4.2.2.3 Turismo das Frutas

A partir de 1990, estabeleceu-se nesta região, pelo governo do estado de São Paulo, uma política de desenvolvimento regional econômico, a partir do contexto favorável à fruticultura, denominado de Circuito das Frutas⁵⁹, a fim de divulgar e estruturar o turismo em espaço rural (agroturismo). Segundo dados da CATI/GDR (2002/2003), a área total cultivada por frutas nestes municípios chega a aproximadamente nove mil hectares e meio e o valor bruto de produção de frutas, de todos os municípios do circuito, chega a aproximadamente 196 milhões de reais. Comprova-se assim a importância da fruticultura para a região, que responde por 55% da produção nacional de frutas, sendo a maior e mais importante área produtora do estado de São Paulo.

⁵⁹ Compreende os municípios de: Atibaia, Jundiaí, Itatiba, Louveira, Valinhos, Vinhedo, Jarinu, Morungaba, Indaiatuba, Itupeva, sendo que Valinhos, Vinhedo, Itatiba e Indaiatuba também fazem parte da Região Metropolitana de Campinas. - Lei nº 47.180 de 2 de outubro de 2002 - www.circuitodasfrutas.com.br

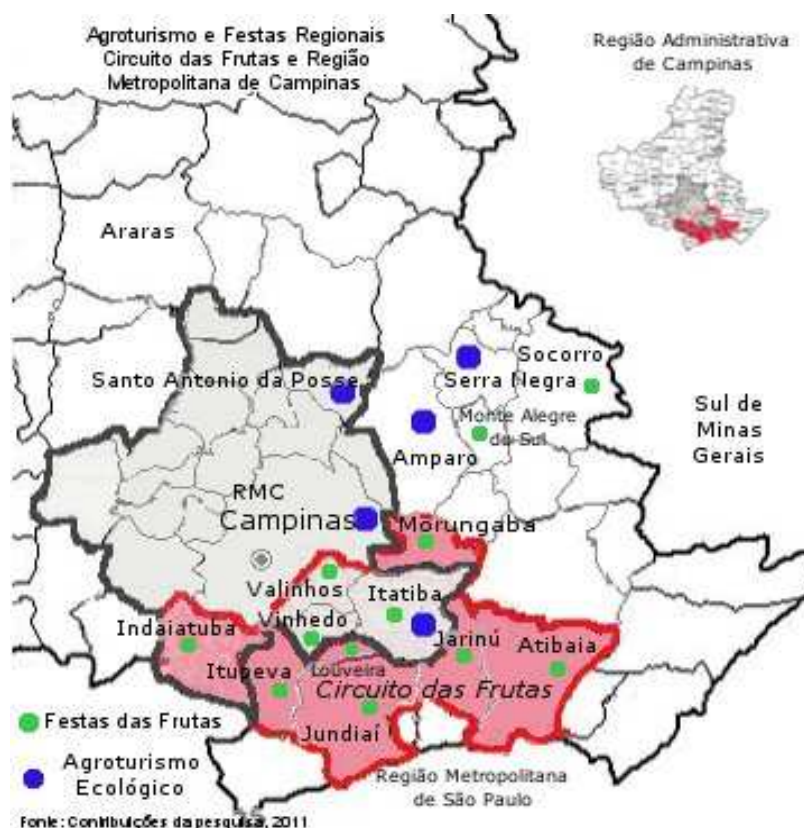


Figura 22 Agroturismo e festas regionais entre a Região Metropolitana de Campinas e o Circuito das Frutas. Fonte: Contribuições da pesquisa

Quando se fala sobre a importância do turismo, Santos et al. (2006) afirmam que através da agricultura tem-se um patrimônio cultural tangível e intangível, e que no Circuito das Frutas existe a presença de ambos, representados pela fruta (patrimônio tangível) e seu modo de cultivar (patrimônio intangível). O turismo apropria-se dessa ideia, constituída pelo patrimônio, para que a atividade turística ocorra de modo a trazer uma alternativa de renda para o seu realizador.

A importância cultural do circuito das frutas pode ser mais bem compreendida pela tradição das festas locais, que são oportunidades de comercialização dos produtos, no período da safra, conforme calendário a seguir. Destaca-se o município de Socorro⁶⁰, único localizado fora do circuito das frutas e que tem organizado duas festas do morango, sendo uma delas

⁶⁰ Este município já pertence ao pólo turístico vizinho, denominado de Circuito das Águas que compreende os municípios de Águas de Lindóia, Amparo, Jaguariúna, Lindóia, Monte Alegre do Sul, Pedreira, Serra Negra e Socorro.

focada na produção orgânica de hortaliças, com destaque para a cultura do morango.

Tabela 6 Calendário de Festas do Circuito das Frutas		
Festa (edição no ano de 2010)	Local	Mês
62º Festa do Figo e 17º Expogoiaba	Valinhos	Janeiro
29º Festa da Uva	Jundiá	Janeiro
49º Festa da Uva	Vinhedo	Fevereiro
8º Festa do Caqui	Itatiba	Fevereiro
43º Festa da Uva	Louveira	Março
1º Festa das Frutas e Hortaliças	Indaiatuba	Maio
27º Festa do Morango	Jarinú/Atibaia	Junho/Julho
9º Festa do Morango	Socorro	Julho
8º Festa do Morango e Produtos orgânicos	Socorro	Julho
2º Festa do Maracujá	Morungaba	Julho
16º Festa do Morango e da Cachaça	Monte Alegre do Sul	Agosto
30º Festa do Morango e das Flores	Atibaia	Setembro
16º Festa do Morango	Jundiá	Setembro
10º Festa do Pêssego	Atibaia	Outubro
5º Festa da Ameixa	Jarinú	Dezembro
8º Festa da Uva	Itupeva	Dezembro
Fonte: Contribuições da pesquisa com base na agenda do Circuito das frutas		



Figura 23 Festas Locais: comercialização, exposição e cultura tradicional.

Nota-se, com estes eventos, que a *safr*a das frutas fica registrada para o consumidor em função do evento anual, o que contribui para o entendimento – fundamental para a agricultura de base ecológica - de que cada produção

possui uma época de colheita, muito embora a maioria das frutas seja encontrada ao longo do ano todo.

A realidade local demonstra primeiramente o perfil de agricultores convencionais buscando no agroturismo opções de aumento da renda, porém quando se aborda o turismo vinculado à agricultura de base ecológica, confirma-se o perfil da *modernidade ecológica* com um agricultor diversificado, vinculado ao mercado e ciente da problemática ou risco ambiental atual (BELLON e ABREU, 2006). Dessa forma, ampliam-se as alternativas de divulgação das atividades da agricultura familiar associadas ao contexto territorial, em função da prévia estruturação do circuito das frutas.

Os exemplos regionais de agroturismo ecológico, ou seja, que além da prática agrícola, oferecem opções de turismo, identificados na pesquisa foram: a Fazenda São José, em Santo Antônio de Posse; a Fazenda Pereiras, em Itatiba (única cadastrada e situada exatamente no circuito das frutas); a Fazenda Nata da Serra, em Serra Negra; o Sítio duas Cachoeiras, em Amparo; e o Ecomercado Avis Rara, distrito de Sousas – Campinas, que trabalha mais diretamente com o Ecoturismo.

Soares et al. (2008) descrevem que o agroturismo contribui para aumentar a renda, através da comercialização da produção, gerando emprego, criando condições para fixar a população no campo, valorizando sua cultura e desenvolvendo práticas voltadas à apreciação da paisagem e à preservação ambiental. Dessa maneira o agroturismo aparece como uma alternativa para os agricultores familiares permanecerem no campo, não abandonando sua principal vocação, a agricultura. As autoras afirmam que, seguindo exemplo europeu, de maneira geral quem desenvolve o turismo são os chamados *neorurais*, ex-citadinos que vêm fixando residência no campo. Brandenburg (2005) afirma que o rural ambientalizado oferece, além de produtos, uma natureza reconstruída, própria para atividades turísticas, de lazer e outras, de mediação da sociedade urbana e industrializada com a realidade natural.

4.2.2.4 Agricultura familiar de base ecológica no SPG

O perfil dos agricultores que participam do SPG da ANC é bastante diversificado, incluindo desde agricultores familiares até produtores-técnicos com maior grau de investimento e empreendedorismo em sua produção, fato que comprova as características do rural contemporâneo, onde tradicional e moderno passam a conviver em uma mesma realidade. Com diversidade de atores, redefine-se o rural a partir de novas sociabilidades que articulam redes envolvendo atividades de reconversão ecológica ou ambiental, caracterizando assim um cenário com distintas ruralidades (WANDERLEY, 2001; BRANDENBURG, 2005).

De maneira geral, tais agricultores, mantêm viva a ligação com o cultivo da terra e a preocupação com a qualidade do alimento produzido, sendo os primeiros consumidores de sua produção. Estão cientes de que a troca quer seja de técnicas, sementes ou de informações, acabam sendo as grandes vantagens dos SPGs.



Figura 24 Agricultura ecológica regional e o Sistema Participativo de Garantia

As distâncias geográficas entre os núcleos/grupos alcançam um raio de aproximadamente 100 km da sede da associação. Dos produtores mais próximos à região metropolitana de Campinas, o perfil é bastante heterogêneo,

incluindo uma comunidade rural, uma instituição de reabilitação psicossocial, uma instituição filantrópica e agricultores individuais. O mapa a seguir (figura 25) foi elaborado com base nos municípios onde existem representantes participando em algum dos núcleos do SPG, para dar dimensão geográfica da abrangência atual da rede de certificação participativa.

Região de abrangência do Sistema Participativo de
Garantia da Associação de Agricultura Natural de
Campinas e Região- ANC

Fonte: Contribuições da Pesquisa, 2011



Figura 25 Mapa da região de abrangência do SPG da Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região - ANC. Fonte: Contribuições da pesquisa.

O território que define iniciativas com a agricultura familiar é bem distribuído ao redor do município de Campinas. Destacam-se duas localidades com iniciativas importantes. Uma ao norte, próximo ao município de Jaguariúna com vários agricultores familiares que fornecem boa parte da produção ecológica consumida na região. E outra mais ao sudeste de Campinas, que abrange os municípios do Circuito das Frutas e vai em direção ao sul de Minas

Gerais. Esta zona coincide com a área de abrangência da Rede Leste de Agroecologia, Mantiqueira Mogiana.

Ao norte, destaca-se a iniciativa coletiva da Vila Yamaguishi⁶¹, fundada no ano de 1987, entre os municípios de Jaguariúna e Holambra. Com número de habitantes que varia em torno de 30 pessoas, a vila vem praticando, através da produção agrícola, diversas atividades que vão além da produção e comercialização, incluindo aí a realização de cursos com temas voltados à harmonia entre homem e natureza. Produzem alimentos orgânicos há 20 anos, utilizando inicialmente os conceitos “saudáveis e seguros”. Atualmente a vila Yamaguishi participa do processo de certificação participativa organizado pela ANC, recebendo a denominação de “orgânico”.

A vila, que é reconhecida nacionalmente pela produção dos ovos de “galinhas felizes”, possui aproximados 60 hectares de terra cultivados de maneira integrada e consorciada, destacando-se a horticultura diversificada, com banana, mandioca e milho em sistemas agroflorestais. Os lucros obtidos vão para um caixa único do coletivo, que formam grupos de trabalho divididos por setores, chamados de órgãos: lavanderia, cozinha, escritório, criação de galinhas, plantações de verduras, legumes e frutas. Os moradores da vila se reúnem diariamente para organização das tarefas, e ao anoitecer se encontram para discutir temas relacionados à convivência.

A produção e as estratégias de comercialização regionais são muitas e diversificadas (tabela 7), com predominância para vendas regionais e diretas, através de algumas rotas de distribuição estabelecidas pelos distribuidores. Nota-se que com o fortalecimento do SPG e conseqüente aproximação de mais grupos, novas conformações locais e oportunidades de comercialização vão sendo trilhadas.

⁶¹ Em 1953 foi lançada no Japão por um agricultor chamado Miyozo Yamaguishi, a idéia e o plano de realização de uma “sociedade ideal”. Essa sociedade tem como base a harmonia da natureza com a ação humana. Deu-se então início ao que se chamou de Movimento Yamaguishismo, fundando as Associações Yamaguishi. Existem Vilas Yamaguishi no Brasil, Suíça, Alemanha, EUA, Coréia, Tailândia, Austrália e em mais de 40 locais no Japão. Nessas vilas, várias famílias de voluntários e buscam cultivar outros valores além das posses materiais.

Tabela 7 Principais produtos e alternativas de comercialização	
Principais Produtos	
Frutas	Morango, maçã, mamão, pitaia, amora, figo, lichia, maracujá, banana, caqui, citros, manga, jabuticaba, cereja do Ceilão.
Verduras	Alface, agrião, brócolis, ervas e temperos.
Legumes	Tomate, pepino, abobrinha, cenoura, vagem, quiabo, berinjela, pimentão, jiló.
Leguminosas	Feijão e amendoim
Grãos e cereais	Milho
Raízes e Tubérculos	Batata
Animais e derivados	Leite, queijo, manteiga, iogurte, ovos, carneiros
Outros	Geléias, cachaça, cana-de-açúcar, castanheira, pães.
Principais formas de comercialização dos produtores do SPG	
1	Feiras em Campinas (e São Paulo - AAO)
2	Venda para distribuidores locais e entregas em domicílios (pela Internet)
3	Venda em lojas especializadas
4	Loja própria
5	Direto na propriedade e Turismo rural
6	Grupo de compra coletiva – consumidores
7	Venda para distribuidores atacadistas
8	Cooperativa de produtores e Cestas
9	Para supermercados
Fonte: Dados da pesquisa	

A presença dos distribuidores, embora possa ser entendida como mais um intermediário na cadeia produtiva (o *atravessador*), ainda é fundamental para o produtor que não possui esquema próprio ou não se encontra articulado para a comercialização, assim como para o lojista ou empresa que faz distribuição em domicílio, e que carece do produto. Foi identificada uma empresa que compra verduras e legumes de produtores localizados à quase 200 km de distância para redistribuir localmente, justamente pela baixa oferta encontrada localmente.

As práticas ecológicas, especialmente na horticultura e fruticultura, exigem muita mão-de-obra. O emprego de trabalho é intensivo em função das práticas de plantio e manejo, como as adubações, controle de doenças com caldas e insumos, cobertura morta, *arranquio* de plantas espontâneas, plantio

de *adubos verdes*, compostagem de matéria orgânica de origem animal (COSTA e CAMPANHOLA, 1997), dentre outras como colheita e comercialização.

A cultura do morangueiro na região é predominantemente cultivada de maneira convencional, especialmente por tratar-se de uma espécie de alta demanda tecnológica e cultural, exigindo “insumos” e informações inerentes a esta cadeia produtiva⁶². Destaca-se, neste setor, o alto uso de agrotóxicos e a grande dependência dos produtores convencionais – e orgânicos – à aquisição de *mudas*, que se encontram atualmente concentradas em um sistema mercadológico “commoditizado” de variedades e patentes.

A tabela 8 apresenta características de seis produtores, sendo que apenas os números V e VI não produzem morango, e o produtor V produz tomate como principal cultura. As informações apresentadas estão relacionadas com o tipo de agricultura e comercialização praticada (tecnificação e manejo), levando-se em conta a escolaridade e acesso a informação, mão-de-obra utilizada, diversidade de produção e a certificação.

⁶² A EMBRAPA implementa o programa PIMo - Produção Integrada do Morango, organizando reuniões e eventos, difundindo o programa que reduz o uso de agrotóxicos através de monitoramento de pragas chave. Sobre esse assunto, com o Brasil sendo maior consumidor de agrotóxicos do mundo, iniciou-se, em abril/2011 uma campanha permanente contra os agrotóxicos e a favor da vida, pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra- MST, com apoio da Articulação Nacional de Agroecologia (ANA).

Tabela 8 Características de produtores de frutas, verduras e legumes de base ecológica da região de Campinas						
PRODUTOR	I	II	III	V	VI	VI
ÁREA CULTIVADA (hectare)	5 ha	4,5 ha	0,1 ha	5 ha	10 ha	5 ha
MÃO-DE-OBRA H - homem e M - mulher	1H e 1M + 1H temporário	1H e 2M, + filhos	1H e 1M	Própria + 7 empregados 6 H e 1 M	Própria + 12 empregados	3 H, 1 M, + filha e namorado
ESCOLARIDADE	1º grau	1º grau	Superior Eng. Agrônomo	Superior Eng. Agrônomo	Superior Sociólogo	2º grau
PRODUÇÃO	MORANGO	MORANGO + 7 tipos HORTALIÇAS	Início de MORANGO	25 tipos HORTALIÇAS, início de MORANGO	20 tipos HORTALIÇAS, TOMATE (principal)	25 tipos HORTALIÇAS diversos
COMÉRCIO	Venda direto no sítio e Distribuidores locais	Feirante em Campinas e AAO - SP	Grupo de consumo e Distribuidor convencional	Agroturismo e distribuidores (locais e atacadistas)	Distribuidores (locais, atacadista)	Feirante Campinas e Distribuidores locais
CERTIFICAÇÃO	Antes 2010: não tinha Hoje SPG	Antes 2010: Ecocert Hoje SPG	Não tem Em processo SPG	Antes 2010: IBD Hoje SPG	Antes 2010: AAO-cert e IBD Hoje Ecocert sócio AAO	Antes 2010: Ecocert Hoje SPG
PRINCIPAL DIFICULDADE	Acesso a mercado	Mão-de- obra	Solo degradado e Acesso a mercado	Mão-de-obra	Perdas e riscos	Mão-de-obra
MUNICÍPIO	Monte Alegre do Sul	Jarinú	Jarinú	Itatiba	Indaiatuba	Jaguariúna

Fonte: Dados da pesquisa

A diversificação da produção é a prática mais comum dentre os agricultores da região, embora alguns optem por se especializar em determinados produtos, como o caso do morango. Existem também produtos diferenciados à venda como: brotos, inhame, alcachofra, flor de capuchinha, gengibre, cará, verduras de origem japonesa como a couve tinguensai e kabu. A produção não atinge grande escala produtiva.

A cadeia produtiva do morango concentra significativos elementos tecnológicos através do uso de plásticos, para a cobertura de estufas e do solo (*mulching*); de cestas e embalagens; do intenso uso de insumos externos (adubos químicos e agrotóxicos); além da existência de um expressivo mercado de mudas. Assim, as práticas reproduzidas pelos agricultores seguem, via de regra, a de modelos de alto uso de insumos externos e consequente baixa diversidade de espécies e poucas práticas ecológicas/naturais.

A área dos cultivos das propriedades ecológicas identificadas variou aproximadamente entre dois e cinco módulos rurais⁶³, dependendo do uso do solo, que no caso é principalmente com olericultura, com destaque para a força de trabalho familiar. Dados do censo agropecuário nacional (IBGE, 2006) mostram que a agricultura familiar ocupa duas vezes mais pessoas do que a construção civil, no entanto, o pessoal ocupado no setor agropecuário da região de Campinas, é praticamente inexpressivo diante do contexto industrial e de serviços.

Destaca-se neste ponto, o fato de que uma das principais dificuldades levantadas pelos agricultores é justamente a falta de mão-de-obra para auxiliar nas atividades do campo. As cidades têm atraído os trabalhadores por diversos motivos, dentre eles: os salários (a diária paga para o trabalhador rural varia em torno de R\$25,00 a R\$40,00) e o tipo do serviço.

Outro ponto são as perdas inerentes à atividade agrícola especialmente nos circuitos longos de comercialização. Neste caso, os distribuidores

⁶³ O módulo rural é uma unidade de medida agrária, expressa em hectares, que busca refletir a interdependência entre a dimensão, a situação geográfica do imóvel rural, a forma e as condições do seu aproveitamento econômico. Segundo o censo nacional a área média dos estabelecimentos familiares era de 18,37 ha, e a dos não familiares, de 309,18 ha (IBGE, 2006).

atacadistas acabam recusando produtos ou por não atenderem aos padrões exigidos pelas redes varejistas ou por estragarem durante o transporte. Nesses casos a venda é perdida, e os produtos ou são descartados (compostagem) ou devolvidos ao produtor quando solicitado. No caso da venda direta, agricultores lidam com as perdas de maneira diferente, uma vez que não se efetivou a venda. O produto acaba sendo reintegrado em seu próprio sistema, não tendo prejuízo a partir de transação comercial. Faulin e Azevedo (2003) descrevem sobre a insegurança e a relação de dependência entre os diferentes elos de um sistema agroindustrial - ou em circuitos longos de comercialização - destacando elementos como: 1) perecibilidade (fatores naturais do processo produtivo); 2) elevada participação de frete (e pedágios) no custo dos produtos; e 3) importância da qualidade e regularidade dos insumos.

O *acesso a mercados* confirma-se como outro fator limitante para a agricultura familiar de base ecológica local. A logística de compra e distribuição, transporte do meio rural para o urbano exige uma grande articulação do próprio produtor. As *centrais de abastecimento* desempenham um importante canal para a comercialização com as redes varejistas da região, mas para os produtores orgânicos e suas particularidades, não existe esta *estrutura de comercialização* consolidada, com rotas coletivas e comuns construídas, a exemplo da rede Ecovida e outras redes.

Portanto, exige-se que o agricultor se articule com outros *parceiros* (incluindo aí os consumidores e poder público) se apropriando das regras do mercado de produtos orgânicos e das regulações pertencentes a ele. A venda direta na propriedade, quando bem localizada acaba sendo uma alternativa escolhida por alguns, podendo agregar serviço com estratégias de “colha e pague” e agroturismo. Mas são poucas as situações em que o produtor irá comercializar em um só canal de venda. Os arranjos de comercialização devem ser tão dinâmicos e flexíveis quanto às improbabilidades do sistema produtivo.

A gestão rural também está diretamente associada ao nível de envolvimento com o mercado através da criação ou não de novas estratégias e oportunidades de venda. A agricultura familiar carece de assistência técnica

tanto para melhorar suas práticas ecológicas, como para avançar em estratégias úteis de gerenciamento da propriedade rural.

Outro fato está ligado com o processo de certificação. A existência de um Sistema Participativo de Garantia na região de Campinas tem gerado novas possibilidades de fortalecimento de processos coletivos, como um caminho 'natural' para agregar mais produtores familiares regionais. No entanto, os custos envolvidos ainda constituem um fator limitante para determinados agricultores. Um grupo ainda não efetivou o processo com o SPG por dificuldades quanto ao valor proposto como as primeiras mensalidades do sistema (R\$ 85,00 por produtor/mês). A divisão de valores passa a ser questionada se deverá ser proporcional à renda, área produzida, cultura, ou mantida através de divisão igualitária entre os participantes do SPG.

A troca de certificadora, por parte de alguns produtores se deu ou porque estes já estavam envolvidos com a ANC enquanto associação (feirantes), ou porque tomaram conhecimento do novo sistema por colegas produtores e articulação da própria ANC e resolveram 'experimentar' o novo sistema.

No entanto, em outras realidades a situação não é a mesma. Inúmeros agricultores estão impossibilitados de comercializarem seus produtos como orgânico, pela ausência de certificadoras ou SPGs disponíveis para que o agricultor se credencie. Outras certificadoras locais como a Certificadora Mokiti Okada (CMO) e a OIA não receberam o credenciamento do MAPA, o que tem gerado a perda do selo para os agricultores que já era certificados por elas, porém a estratégia adotada tem sido parcerias entre as certificadoras.

Assim, além de decidir para qual mercado escoar a produção, o produtor deve encontrar uma certificadora para se associar. No entanto, caso não tenha o selo, somente lhe resta a alternativa de vender direto e, ainda assim, ele deverá se cadastrar em uma Organização de Controle Social (OCS), que não lhe dá direito de usar o selo, caso queira. Dessa forma, ou o agricultor se agrega a um grupo ou empresa certificadora, ou ele está fora do mercado *orgânico*, limitando-se a oferecer seu produto como "sem agrotóxico" ou similar.

Os SPGs têm potencial para aumentarem em número, em função do cenário favorável para a produção orgânica e a Agroecologia como um todo. Este sistema, apesar de ser um processo de validação da produção, por estar intimamente relacionado com o mercado orgânico, abre grandes perspectivas de fortalecimento das *economias locais*.

Cristovão e Tibério (2008) apresentam os fatores que potencializam as economias locais, como a presença de agricultores articuladores e líderes; a facilidade de comunicação; visão estratégica; parcerias; localização; unidade; além do apoio de consumidores, conforme descreve a tabela a seguir.

Tabela 9 Fatores de Sucesso dos Sistemas Alimentares Locais
1. Agricultores catalisadores, entusiásticos, com forte vontade de contribuir com a sua criatividade e experiência.
2. Comunicação entre todos os interessados, dos produtores aos consumidores e à comunidade, incluindo o governo local, líderes e instituições.
3. Visão de longo prazo, que permita que os projetos ganhem raízes e que se construam relações de confiança com a comunidade, como consumidores e outros atores.
4. Liderança democrática e colaborativa, que dê um forte sentido de direção e estabilidade.
5. Coesão e orgulho da comunidade na promoção dos seus valores, nomeadamente dos seus produtos e tradições culinárias.
6. Apoio de líderes e técnicos locais, nomeadamente na promoção de projetos, estabelecimento de incentivos e acesso a financiamentos.
7. Consumidores mobilizados, com preferência por produtos locais e de agricultura biológica, com voz na comunidade.
8. Localização relativamente central, fácil acessibilidade e atratividade dos espaços de venda.
Fonte: Adaptado de Hultine <i>et al.</i> (2007, 72-75), In: Cristóvão y Tibério (2008)

Para Schimtt e Tygel (2009), a construção de mercados diferenciados, seja para produtos orgânicos ou agroecológicos, seja para os produtos da *Economia Solidária*, coloca no centro do debate algumas questões cruciais, incluindo: 1) normas e critérios de enquadramento e seus possíveis impactos sobre práticas de comercialização já existentes; 2) a capacidade desses novos mercados de garantir (ou não) a inclusão de grupos e produtores com menor capacidade de mobilização de recursos políticos, econômicos e

organizacionais; 3) as regulações entre o Estado e as organizações da sociedade civil na gestão compartilhada desses mercados; 4) a interação entre esses nichos ou segmentos de mercado e lutas mais abrangentes contra as diferentes formas de exploração do trabalho humano e dos recursos naturais impostas pelas relações mercantis capitalistas.

Os *sistemas agroalimentares locais* podem auxiliar no processo de garantia da qualidade e procedência da produção, de forma natural e endógena. Especialmente quando conectados com consumidores, podem tornar-se grandes difusores de valores histórico-culturais, além de ecológico-naturais. Assim, a compreensão sobre as diferenças entre os mercados (e processos produtivos) pode direcionar as ações para diferentes propostas de desenvolvimento rural.

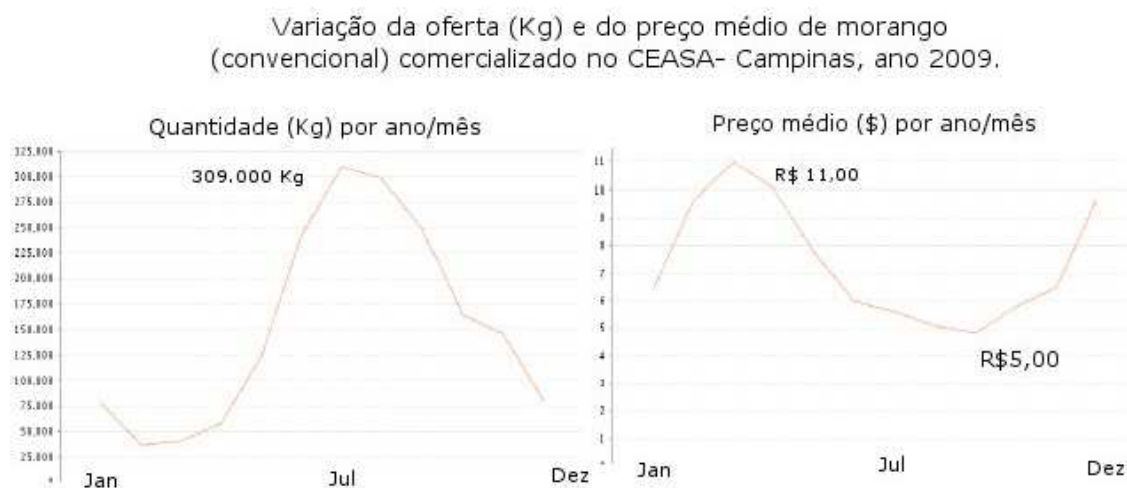
4.2.2.4.1 A formação do preço

Os preços dos alimentos orgânicos podem ser considerados um dos entraves para o rápido desenvolvimento da produção orgânica no Brasil (DAROLT, 2001). O preço final da mercadoria no mercado tem que cobrir, de alguma forma, as remunerações das três grandes classes sociais existentes no capitalismo: os trabalhadores, cujos salários fazem parte do preço de custo, o lucro como a retribuição ao capital empregado pelos capitalistas-arrendatários e a renda da terra reservada aos seus donos. Assim, o preço, ao refletir as relações de produção sob o regime capitalista, vai comportar, além dos custos de produção em que se encontra a remuneração dos trabalhadores, as frações correspondentes às remunerações dos agentes econômicos das outras classes sociais (CARMO 1995).

A concorrência econômica entre o sistema orgânico e o convencional é injusta, pois a agricultura convencional exclui dos cálculos da formação de preço a contabilidade ambiental, exteriorizando os impactos ambientais (DAROLT, 2001). E, diante da produção orgânica reduzida e bastante pulverizada, quando comparada à produção convencional reforça-se as questões econômicas destacadas por CANO (1937):

“Quanto mais escassa for a oferta de um bem em um dado mercado, maior o nível absoluto e relativo atingirá o seu preço, e, em sentido inverso, quanto mais abundante sua oferta, menor será seu nível de preço. O preço em si nada mais é que a quantidade de moeda requisitada para a compra ou a venda de uma unidade de um bem qualquer – *preço absoluto*. Quando, no entanto, cotejamos o preço de um bem em relação ao preço de outro bem, estamos tratando de *preços relativos*. Os preços relativos, portanto, traduzem-se em importantes indicadores para os organizadores da produção, em termos de decisões de escolha de produtos, processos técnicos, insumos e fatores a serem utilizados na produção. O sistema de preços, portanto, presta-se a “ajustar” a oferta à procura, constituindo-se, pois, no elemento básico da distribuição do fluxo real entre as famílias, não levando em consideração as necessidades individuais ou coletivas, mas tão-somente o poder de compra individual (CANO, 1937)”.

Nos gráficos a seguir comprova-se que a quantidade de morango (no caso convencional) ofertado/vendido no CEASA - Campinas é inversamente proporcional ao preço médio do quilo do produto. A produção de base ecológica também apresenta, proporcionalmente, tais oscilações ligadas à safra, principalmente em produtos com alto valor agregado, como o morango.



Fonte: Prohort- Programa Brasileiro de Modernização do Mercado Hortigranjeiro- CONAB, elaboração da ilustração da autora

Figura 26 Oferta de morango (convencional) e preço médio (Kg) comercializado no CEASA- Campinas, ano 2009. Fonte: Programa Brasileiro de Modernização do Mercado Hortigranjeiro (PROHORT/CONAB)

Quando sobram produtos, no fim de feira, por exemplo, ou com prazo de validade vencido, diminui-se o preço final. Ou seja, a necessidade de se fazer

vendas rápidas, para evitar as perdas é uma preocupação constante, e dessa forma os preços acabam caindo, para melhorar as vendas. Um produtor ecológico relata:

“O padrão de preços dos alimentos é ditado por uma lógica perversa. Vender abaixo do preço é normal.”

Os agricultores entrevistados afirmam que assim como os custos de produção estão aumentando, as receitas também estão. A produção de alimentos diferenciados (como ervilha torta, abobrinha italiana, morango, etc.) acaba compensando as eventuais diferenças entre os preços. Dos produtores entrevistados nota-se que muitos definem o preço antes de uma análise sobre os custos de produção, levando-se em conta essencialmente o preço ditado pelo mercado. Assim sendo, a formação do preço de produtos agrícolas pela agricultura familiar - que ainda não se apropriou de métodos de gerenciamento de produção - acontecem especialmente em função do mercado consumidor e das indicações dadas pela concorrência. Sobre este ponto, um agricultor entrevistado afirma:

“O produtor até tenta embutir os custos de produção no preço, contudo é inviável, já que o consumidor já tem um padrão de preços que está acostumado a pagar.”

Quando se leva em conta os distintos canais de comercialização e os tipos de produtos ofertados, observam-se diferenças na variação do preço final. A figura 28 representa uma comparação entre venda direta, venda através de distribuidor local – para coletivo de consumidores - e em circuito longo, através de distribuidor atacadista, na cadeia produtiva do morango de base ecológica.

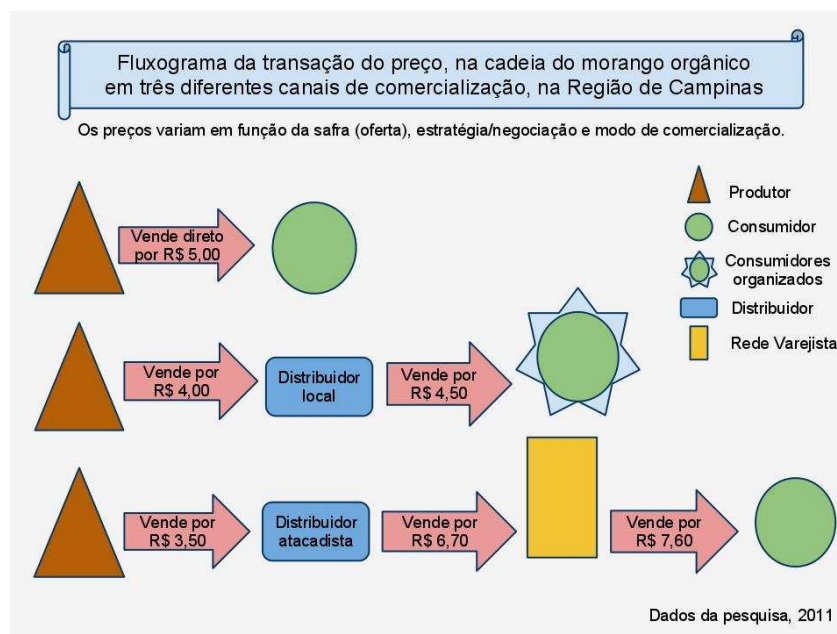


Figura 27 Representação do fluxo de transação do preço, na cadeia produtiva do morango ecológico, em três diferentes canais de comercialização, na região de Campinas. Fonte: Dados da pesquisa.

Nos circuitos curtos de comercialização, diferentemente das redes varejistas, os preços dos produtos oscilam menos ao longo do ano. Os agricultores afirmam que o preço da feira não sofre variação de forma intensa como acontece no mercado convencional, permanecendo por muitos meses, e até anos com o mesmo preço.

Realizar a venda direta permite que o produtor coloque um preço coerente (justo) para com sua atividade produtiva, sendo menor que o preço aplicado pelas redes varejistas e eventualmente até maior do que quando comercializado por distribuidores locais. Feirantes e produtores que comercializam direto na propriedade afirmam que vale a pena esta forma de venda, pela manutenção da autonomia para com seu projeto produtivo.

Contudo, como nem todos os produtores possuem perfil e condições para realizar a comercialização por este canal, o distribuidor acaba sendo um parceiro importante no escoamento da produção. No caso do grupo de consumidores, nota-se que a centralização e volume de pedidos permitiram o estabelecimento de uma negociação entre consumidor e produtor.

As duas pontas do circuito longo de comercialização assumem os reflexos desta cadeia, quando se fala sobre o preço do produto. De um lado o

consumidor encontra preços altos e, de outro, o produtor é pressionado pelos demais agentes da cadeia, tendo que aceitar um preço ditado pelo distribuidor. Nos circuitos convencionais, os produtores entregam os produtos sem saber o valor que será pago, recebendo somente algumas semanas após a venda. Já nos circuitos longos de produtos ecológicos as dificuldades são com as devoluções de produtos e dependência quanto à formação do preço, e neste sentido o depoimento de um produtor orgânico confirma:

“O varejista sempre ganha porque ele tem os instrumentos. Se o preço sobe, ele sobe, se o negócio desce, ele não desce o preço”- produtor local.

Já no mercado local de base ecológica, nota-se a importância dada pelos distribuidores locais para que os agricultores determinem o preço de seu produto. E, pelo fato de a cadeia ser curta e conseqüentemente mais transparente que os circuitos longos, o preço tende a não ficar oscilando ao longo do ano.

Um produtor ecológico que comercializa para distribuidores atacadistas identifica que é importante fortalecer os meios alternativos de produção e comercialização, porém destaca que os consumidores estão atentos à lógica global, ou seja, os supermercados, que por sua vez, dependem dos distribuidores:

“nas feiras você não dá conta de comprar tudo que precisa ou deseja, além de ter somente algumas vezes por semana.”

Assim, a estratégia produtiva adotada é a produção em quantidade para ganhar em escala, além de optar por um produto como “carro-chefe”, o que demanda maior especialização. Tais fatores, como escala de produção e assistência técnica, implicam em maiores custos (investimento técnico, em mão-de-obra e insumos) por unidade de produto, refletindo no relativo aumento de preços.

4.2.3 Rede Sócio-Técnica

O quadro a seguir ilustra as conexões entre os principais atores locais. São universidades estaduais, federais e particulares, instituições de ensino, pesquisa e extensão rural, além de núcleos sociais representando ONGs e

outros grupos de interesse na construção da proposta da Agroecologia, no âmbito local.

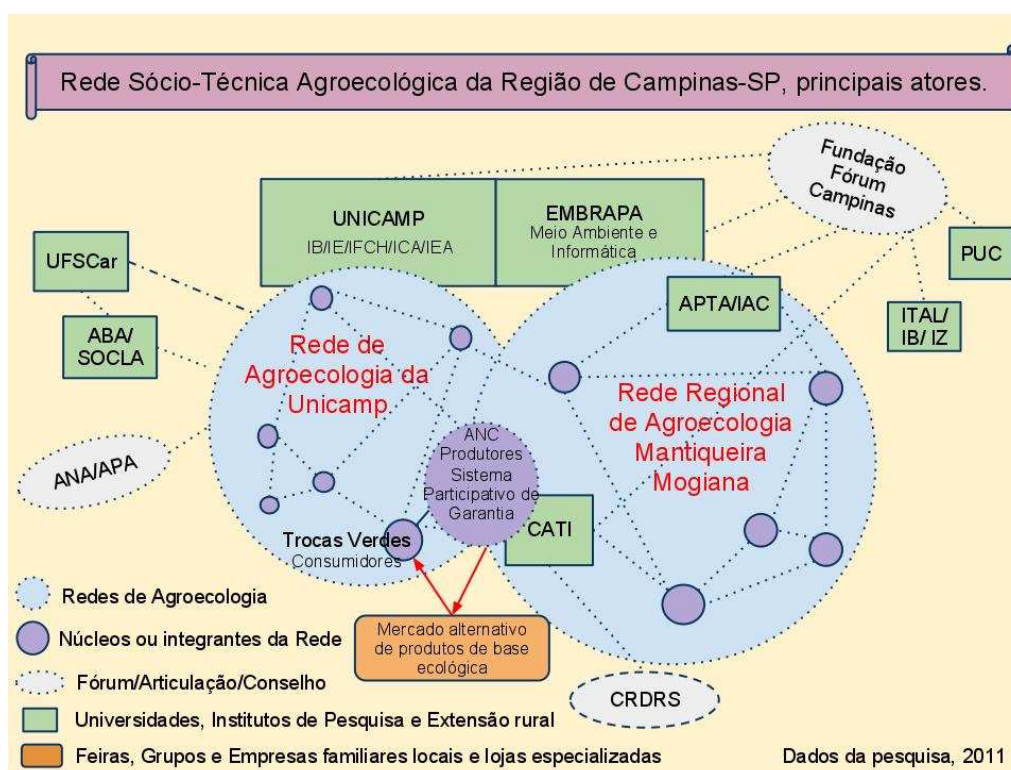


Figura 28 Rede sócio-técnica Agroecológica da região de Campinas, principais atores. Fonte: Contribuições da pesquisa.

As redes consolidadas, assim como os núcleos ou integrantes, se configuram como uma estrutura cíclica, representando as trocas de saberes. Na forma oval temos os segmentos que fomentam e articulam debates sobre as demandas da sociedade civil como fóruns, articulações e o Conselho Regional de Desenvolvimento Rural Sustentável.

As instituições de referências, no alto da imagem, são responsáveis pela formação de atores chaves e na condução de iniciativas ligadas à construção do conhecimento. Na base está o mercado, como referência econômica para a geração de renda e manutenção da agricultura de base ecológica. No centro do quadro, destacados com setas vermelhas, estão situados: o Sistema Participativo de Garantia, o grupo de compra coletiva e a CATI, pelo maior envolvimento com o tema estudado, atuando como articuladores no diálogo entre o campo e a cidade. Estes também desempenham um papel fundamental de *troca de conhecimentos* que não é visto nos sistemas produtivos ou nas

certificadoras convencionais. Esta trama de atores inter-relacionados favorece um retorno que vai além do fluxo monetário proporcionado pela comercialização de seus produtos.

Destaca-se o SEBRAE⁶⁴, que tem as pequenas e micro empresas como público-alvo, mas não está inserido diretamente nesta rede local como um parceiro. Esta instituição, desde 2004, investe esforços no Comércio Justo, reconhecendo nele uma das mais importantes alternativas de acesso aos mercados para uma grande parte de seus clientes.

O SEBRAE definiu como uma de suas ações estratégicas o desenvolvimento de mecanismos de inteligência comercial, com vistas ao *acesso a mercados pelos pequenos empreendimentos*, como os Arranjos Produtivos Locais (APLs). Ressalta-se assim, a importância de agrupamentos que tenham governanças atuantes e comprometidas com o tecido empresarial e com a comunidade, e que estejam dispostas a disponibilizar pessoas e recursos, além de uma base física operacional no território para abrigar um núcleo de inteligência comercial (SEBRAE, 2004; SCHNEIDER, 2007).

Entende-se por *inteligência comercial* a capacidade de transformar dados em informações e informações em conhecimentos, com foco no mercado, que levem à realização de negócios. Neste sentido, espera-se que a inteligência comercial atue como um radar para agrupamentos de pequenos empreendimentos, inseridos num determinado território, proporcionando-lhes o conhecimento das inovações, das tendências, das oportunidades e das ameaças identificadas no seu ambiente, podendo instruir e orientar a tomada de decisão das empresas, com vistas à conquista, à ampliação ou à manutenção de mercados.

⁶⁴ Participando desde o início da plataforma FACES e do Grupo de Trabalho responsável pela elaboração do Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário, o SEBRAE lançou em 2005 o projeto de Comércio Justo, que visa desenvolver metodologias e ferramentas que possam subsidiar o processo de acesso a este mercado específico por parte dos pequenos produtores.

4.3 CIRCUITOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DE BASE ECOLÓGICA

4.3.1 Canais de comercialização

Atualmente, a comercialização de produtos orgânicos é um dos principais entraves a serem equacionados tanto para o sucesso do agronegócio orgânico (DAROLT, 2002) como para a autonomia e manutenção da segurança dos agricultores familiares de base ecológica, no campo. Assim sendo, a *distribuição* de alimentos é um dos gargalos dos sistemas de comercialização.

Os estudos sobre os mercados ecológicos e a atual legislação de produtos orgânicos têm aprofundado o debate sobre as formas de comercialização de tais produtos. Tem-se então, dois sistemas de distribuição distintos: um *convencional e longo*, representado principalmente pelo grande e médio varejo (hiper e supermercados), oriundo de centrais de distribuição atacadistas; e outro, denominado *local e curto*, composto por iniciativas regionais, onde o agricultor e o consumidor estão mais próximos.

Existem algumas experiências de agricultores brasileiros que vêm sendo assessorados por ONGs e projetos de órgãos públicos de extensão rural, que passaram a experimentar diferentes formatos de comercialização, com destaque para as feiras ecológicas, cooperativas de consumidores e lojas especializadas na comercialização de alimentos orgânicos (KARAN, 2006).

São muitas as potencialidades de comercialização da produção agroecológica, mas são sérias as dificuldades de viabilização tanto das etapas

produtivas como as subseqüentes. Apesar disso, experiências no nordeste brasileiro mostram que é possível falar em viabilidade da produção agroecológica e da sua comercialização no âmbito de experiências localizadas (grupos de produtores familiares ou de assentamentos) que se beneficiam do suporte de ONGs e organizações de agricultores, que estão cumprindo com seu papel inovador, quanto ao acesso aos mercados⁶⁵ (BLOCH, 2008).

Estudos de Rezende e Farina (2005) 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 lucros econômicos, que tem incentivado a entrada desorganizada e muitas vezes oportunista de agentes que se beneficiam de um ambiente regulatório ainda deficiente.

Kathounian (2001, p.46) afirma que o mercado orgânico se caracteriza como um nicho, possuindo uma demanda muito grande e generalizada, mas que, no entanto, a produção embora crescente, ainda não acompanha o mesmo ritmo. Este autor discorre também sobre o embate entre o ideal de comercialização direta agricultor-consumidor e a comercialização impessoal e distante, via supermercado, que força os preços para baixo na sua relação com os atacadistas distribuidores, que por sua vez forçam ainda mais para baixo os preços aos agricultores. E neste sentido, afirma que o grande desafio das iniciativas de comercialização em atacado seriam aquelas organizadas segundo a lógica de encurtar o caminho entre produtor e consumidor, de personalizar a produção, em lugar de “comoditizá-la” e de reforçar as economias locais.

Dessa forma, o mercado de produtos orgânicos revela, à sociedade civil, novas mediações, novos interesses, novos atores, se estruturando por novos mecanismos regulatórios (STRINGHETA e MUNIZ, 2003). Segundo Carmo

⁶⁵Este estudo foi feito com três iniciativas agrícolas do nordeste. Descrevem sobre a rápida expansão das feiras agroecológicas, o crescimento das vendas no comércio justo internacional, e o grande potencial do Programa de Aquisição de Alimentos - PAA. Afirmam que em cada um desses mercados os volumes ainda são pequenos e há muita margem para crescer. Além disso, outros modos de comercialização podem ser explorados como: mercados municipais, lojas de produtos agrícolas, balcões de produtos na Internet, venda direta do produtor para o consumidor, entre outros.

(2005), como o problema não se resume apenas ao meio rural, é o conjunto da sociedade, *campo e cidade*, que deve se conscientizar da necessidade de se estabelecer novas formas de organização social e de produção na agricultura. A efetiva participação da pequena produção familiar agrícola tem que ser bandeira de luta, também da população urbana, que necessita de alimentos não contaminados e preços baixos.

Serva e Andion (2007) e diversos autores, dentre eles Ferreira e Brandenburg (1998); Byé, Schmidt e Schmidt, (2002); Paulilo e Schmidt, (2003), em trabalho sobre a dimensão econômica da agroecologia, reforçam a importância de se priorizar estudos sobre a dimensão dual produção-consumo em detrimento do ponto de vista apenas da produção.

Segundo Martins et al. (2006), existem agricultores que produzem em menor escala e com maior diversidade, que atendem diversificados pontos de comercialização em mercados locais, e que incorporam os custos da distribuição, para agregar mais valor ao seu produto. Outros produtores, mais pulverizados e sem condições de arcar com os custos da distribuição, entregam, sob contrato, sua produção a empresas especializadas na distribuição de produtos hortícolas e ficam somente com a preocupação de manter a produção.

A cadeia produtiva das hortaliças pode ter inúmeras conformações, em função dos arranjos locais. Cassiolato e Lastres (2003, p. 27) definem Arranjos Produtivos Locais (APLs), por aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais, que têm foco em um conjunto específico de atividades econômicas e que apresentam vínculos entre si. Cassiolato e Szapiro (2003) apresentam os aspectos comuns das abordagens de aglomerados locais, definidos por Lemos (1997) sendo, eles: proximidade geográfica, atores (grupos de pequenas empresas, associações, ensino, pesquisa, etc.), e características como: fluxo intenso de informações, identidade cultural entre os agentes, relações de confiança entre os agentes, assim como complementaridades e sinergias.

A figura 29 representa estratégias locais de comercialização. Ao centro da imagem, o produtor pode optar pelas seguintes estratégias: venda direta na

propriedade, participação em feiras, venda no coletivo de consumidores, venda para distribuidores locais. Estes, ou realizam entregas (delivery) direto em residências ou ainda, entregam para distribuidores atacadistas, que, por sua vez, encaminham às redes de supermercado. As cooperativas e associações seriam também estratégias de comercialização muito importantes, em função das compras governamentais, no entanto são ainda pouco comuns pelo baixo perfil associativista/cooperativista da agricultura regional.



Figura 29 Circuitos de comercialização de produtos de base ecológica (hortaliças e frutas), algumas estratégias identificadas. Fonte: Contribuições da pesquisa.

Assim como cabe ao consumidor optar em qual local irá consumir, cabe ao produtor optar por um canal de venda, segundo sua experiência própria, sua rede de relacionamentos e oportunidades mais próximas e viáveis. A tabela a seguir sintetiza os principais pontos identificados e seus respectivos fornecedores e/ou produtores, subdividido em duas categorias: o varejo, representando as redes internacionais, nacionais e pequeno varejo especializado, e a venda direta pelas feiras-livres ecológicas, entregas em domicílio e grupo de consumidores.

Tabela 10 Principais atores do mercado ecológico da Região de Campinas			
Tipo	Distribuição	Ponto de venda ao consumidor final	
VAREJO	Rede Internacional	Atacado: Carrefour e Carrefour Bairro (7)*: marca <i>Viver</i> e Supermercados Dia	
	Rede Nacional	Wall-Mart (2), SAM's Club (1)	
		Rio do Una (S. José dos Pinhais-PR); Caisp (Ibiúna); Cio da Terra (Jarinú); Korin (Atibaia); Cultivar(São Roque); Ecovida (Jarinú);	Pão de Açúcar (7) sendo 1 loja verde em Indaiatuba, Extra (2) e Compre Bem (3): marca <i>Taeq</i> ; Galassi (4); Russi (2); Oba Hortifruti (8); Covabra (2); Dalben (2); Enxuto (8);
Pequeno Varejo Especializado	Local: Família Orgânica; Sítio a Boa Terra (Itobi);	Ecomercado Avis Rara (Distrito de Souza); Almazém; Sabor da Natureza; O bom verdureiro; Mundo Verde;	
V. DIRETA	Feira-livre	Vila Yamaguishi;	Bosque dos Jequitibás; Centro de Convivência; Parque Ecológico;
		ITCP- Incubadora de Cooperativas populares da Unicamp	Feira em escola Waldorf, condomínios, etc.
	Entregas/Delivery Pedido por internet		Família Orgânica (Campinas); Sítio a Boa Terra (Itobi); Vila Yamaguishi (Jaguariúna);
	Grupo de Consumidores		Trocas-Verdes (Distrito de Barão Geraldo)
	Direto na propriedade		Colha e pague ou barraca na estrada
Fonte: Dados da pesquisa () *Número de estabelecimentos			

É frequente a falta de abastecimento regular e baixa variedade de produtos, especialmente quando comparados à diversidade de itens que o mercado convencional oferece aos consumidores. Nos mercados definidos como venda direta, muitas vezes a venda não é exatamente direta, pois quem faz a entrega são ou funcionários (motoristas) de um coletivo de produtores ou um distribuidor local. O conceito adotado, neste caso, diferentemente do adotado na legislação, contempla os circuitos curtos de comercialização.

Pelo dinamismo do setor, ao longo da pesquisa identificam-se grupos que pararam de comercializar, outros que redirecionaram suas vendas para outros mercados consumidores, assim como parcerias sendo construídas e refeitas, numa velocidade muito grande, o que reforça a complexidade nos estudos destas redes locais.

4.3.2 Principais Mercados

4.3.2.1 Central de Abastecimento de Campinas

Um canal de comercialização fundamental da região de Campinas é a Central de Abastecimento “CEASA Campinas”. Atualmente, ela é classificada como um grande entreposto, que comercializa de 2 a 6% do total comercializado nacionalmente, sendo o quarto no ranking de comercialização por instituições gestoras do sistema de abastecimento brasileiro por entrepostos (CONAB, 2009).

A abrangência desta Central é significativa, recebendo compradores de praticamente todas as regiões do Estado de São Paulo, abastecendo mais de 500 municípios. Fora do estado, os produtos comercializados na Central atingem, principalmente, o sul de Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Rio de Janeiro e norte do Paraná. Este mercado movimenta 56 mil toneladas de frutas, verduras e legumes por mês distribuídos em 841 pontos de venda (boxes e pedras) e com 589 atacadistas (permissionários). Recebe cerca de 20 mil clientes por mês dos mais variados ramos - atacadistas, supermercados, varejões, hotéis, restaurantes, entre outros – que vêm de todas as regiões do país, em especial dos estados de São Paulo e Minas Gerais.

A agricultura orgânica não possui um espaço consolidado na CEASA, inexistindo a comercialização de tais produtos. No início dos anos de 1990 houve acordos entre Ceasa e a Associação de Agricultura Natural de Campinas e região - ANC, para o uso do local, porém tal iniciativa não vingou por dificuldades de logística geral.

4.3.2.2 Redes varejistas

Os mercados municipais⁶⁶, as bancas de frutas, as vendas em caminhões e carros porta a porta e as feiras livres são importantes canais de venda na região, com tradição de longa data. No município de Campinas são mais de 80 feiras que acontecem de terça a domingo, em vários bairros da cidade. Estes espaços têm se caracterizado por serem essencialmente de distribuidores de alimentos, que compram produtos na Ceasa ou que pegam alguns produtos diretos no campo. O pequeno varejo, representado por quitandas, sacolões e 'mercadinhos' são expressivos, porém raramente encontram-se produtos de base ecológica. Diversas lojas e redes varejistas de médio e pequeno porte são encontradas na região de Campinas como a rede Oba Hortifruti, Galassi, Dalben, Covabra e Russi.

O destaque são as grandes redes de supermercados, que também são pioneiras em nível nacional⁶⁷: Carrefour, Walmart e Pão de Açúcar. Segundo dados da Associação Paulista de Supermercados (ANPAS), a regional de Campinas, que inclui 92 cidades, num raio de 200 km, indo até Jundiaí, possui mais de 1000 lojas. No município de Campinas, existem 158, considerando-se lojas de médio e grande porte.

Segundo o relatório do projeto Brasil Food Trends 2020 (ITAL, 2010), em pouco mais de meio século de história, o segmento de supermercados passou por muitas transformações. Os espaços com a oferta de produtos cresceram

⁶⁶ Campinas possui um Mercado Municipal (o mercadão), fundado em 1908, que mantém ainda hoje a tradição de importante centro de compras, possuindo 143 boxes dos mais variados tipos de produtos. Seu prédio, tombado em 1982, está localizado no centro do município.

⁶⁷ Segundo dados da Folha de São Paulo (fev/2011) existem no Brasil hoje: 1647 lojas do grupo Pão-de-Açúcar (incluindo as bandeiras: Extra, Compre Bem, Sendas, Assai e Ponto Frio); 480 do Wal-Mart ((incluindo as bandeiras BIG, Bom Preço, Hiper Bom Preço, Sams Club e Maxxi Atacado) e 642 do grupo Carrefour (incluindo a bandeira Dia, dentre outras)

continuamente até 1970, popularizando o formato de hipermercado. A rápida aceitação desse formato deveu-se também ao período de inflação, quando os lares brasileiros eram abastecidos apenas uma vez por mês, no dia em que o trabalhador recebia o salário. Para aproveitar ao máximo o valor do dinheiro, ele comprava em grande quantidade e, de preferência, no mesmo lugar.



Figura 30 Evolução da concentração de lojas de auto-serviço (% sobre o faturamento/número de lojas de auto-serviços no estado de SP) – Fonte: Ranking ABRAS/Nielsen (2009) – estrutura do Varejo Brasileiro - Nielsen

Outros autores destacam como resultado mais importante dessa nova onda de transnacionalização, sobre a organização dos mercados dos países em desenvolvimento, a aceleração do *domínio*⁶⁸ da grande distribuição, na forma de super e hipermercados cada vez mais regionalizados. Os investimentos nesse setor assinalam um futuro com lojas compactas e sortimento cada vez mais com foco nas preferências e hábitos de consumo da vizinhança. Contribui para isso a escassez de espaços nas grandes cidades, estimulando a supervalorização imobiliária e conseqüente redução do tamanho dos hipermercados e das lojas de grande porte (ITAL, 2010).

Fonseca et al. (2009) e Terrazan (2009) comprovam em pesquisas que os canais mais expressivos de concentração de venda são as grandes redes de supermercados. Na capital paulista este canal recebe 64,3% do volume total comercializado na cidade, os pequenos e médios supermercados representam 24,7% desta comercialização urbana. Juntas, as grandes e pequenas redes supermercadistas representam 89% do volume de frutas

⁶⁸ Fonseca e Nobre (2002) afirmam que atualmente temos uma *ditadura do varejo* em nosso sistema agroalimentar.

verduras e legumes orgânicos comercializado na cidade de São Paulo pelos coordenadores atacadistas mais representativos do setor para esta região.

Os canais preferenciais para venda de produtos orgânicos ao consumidor variam com a cultura dos diferentes países. Na Suécia, Dinamarca e Grã-Bretanha, os supermercados, dominam a distribuição dos produtos. A venda em lojas especializadas representa um canal muito importante em países como Holanda e Alemanha. O segmento de vendas diretas ao consumidor, muito popular no Japão, por exemplo, só tem um pouco de expressão na Alemanha (NEVES, 2005). Segundo Vivas (2008), em pesquisa na Espanha, 80% das compras são feitas em supermercados. Na Suécia, três cadeias de supermercados controlam 95,1% do mercado, na Dinamarca três cadeias monopolizam 63%, e na Bélgica, Áustria e França umas poucas companhias dominam mais de 50%.

Assim sendo, o supermercado representa uma possibilidade real e importante de veiculação dos orgânicos, mas é preciso ter em mente a necessidade da diversificação dos circuitos. O grande varejo permite que uma fatia de consumidores urbanos descubra o produto orgânico e o torne mais conhecido, mas é preciso igualmente fortalecer e estimular o mercado mais restrito, o do circuito curto de lojas e feiras de produtos naturais (AZEVEDO, 2006).

Como consequência dessa mudança na dinâmica do consumo, (e dificuldades de ajustamento de produção) crescem as experiências de agricultores familiares ou até de porte médio que estão apresentando dificuldades financeiras para se ajustar à nova realidade do mercado, e estão desistindo da produção orgânica ou reduzindo sua área (CARVALHO, 2006). Fonseca e Nobre (2002) citam sobre a fuga dos processadores/distribuidores de produtos orgânicos dos grandes supermercados, que procuram, cada vez mais, a entrega em domicílio.

As redes varejistas operam em um sistema centralizado de captação de pedidos e distribuição, através do gerenciamento nas Centrais de Distribuição - CD, coordenando integralmente a logística de todas as lojas da rede. Nestas grandes redes pode-se encontrar produtos orgânicos separadamente dos

produtos convencionais e com embalagens diferenciadas (sempre com bandejas de isopor e filme plástico envolvendo praticamente todos os hortifrutis) e com selo onde se pode identificar a origem do distribuidor atacadista e, quando for o caso, a marca própria⁶⁹ do varejo em questão. Tais produtos acabam se confundindo com outros que possuem certificações de qualidade, não orgânica e não apresentam de fato a origem da produção. Cientes desta realidade e demanda, algumas redes organizaram estratégias que tentam trazer a informação ao consumidor.

Na rede Pão de Açúcar existe o programa “Qualidade desde a origem”⁷⁰, que permite que o consumidor rastreie pela internet parte dos produtos (a informação disponibilizada muitas vezes não condiz com a realidade complexa das cadeias produtivas). Outra prática, que tenta compensar a problemática global, é o investimento em ações para atrair clientes preocupados com a preservação do meio ambiente, o que, muitas vezes se mostra apenas como mais uma estratégia de *marketing verde*, conhecido também como “greenwashing”⁷¹. No município de Indaiatuba foi inaugurada, no ano de 2008 uma loja com uma proposta “verde” específica, com programas de reciclagem, reutilização de energia, certificados, etc. A disposição interna dos produtos foi organizada estrategicamente, sendo que os produtos orgânicos encontram-se logo na entrada, com um cartaz que ilustra a sazonalidade da produção.

⁶⁹ No caso as marcas referidas são: Taelq: Pão de Açúcar, Viver: Carrefour e Sentir Bem: Wal-Mart.

⁷⁰ <http://www.qualidadedesdeorigem.com.br/>

⁷¹ Também citado como *ecobranqueamento*, ou ainda *lavagem verde*. Termo utilizado para designar um procedimento de *marketing* utilizado por uma organização (empresa, governo, etc.) com o objetivo de dar à opinião pública uma imagem ecologicamente responsável dos seus serviços ou produtos, ou mesmo da própria organização.



Figura 31 Publicidade e campanhas das redes varejistas direcionadas aos consumidores

No entanto, tais campanhas de reciclagem e de redução de uso do plástico, estão concentradas essencialmente no consumidor final e quase nunca nos produtores e fornecedores destes materiais. Dessa forma, as campanhas possuem um apelo emocional e ideológico muito forte, que acabam conquistando alguns consumidores. A rede Wal-Mart possui o programa “Clube dos produtores”⁷² que, há mais de seis anos, dá apoio a produtores e famílias ligadas ao agronegócio de diversos estados, conferindo um selo próprio, e, segundo os informantes, mais qualidade no processo produtivo. Outra tendência atual, afirmada nas entrevistas é que as redes passem a produzir seus próprios produtos, numa perspectiva de melhorar a logística, o que solidificará de vez o monopólio destas grandes redes, rompendo com os produtores rurais.

⁷² O projeto já está em 11 estados do país (Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Bahia, Pernambuco, Alagoas, Paraíba, Ceará, Rio Grande do Norte, Sergipe), abrangendo os produtores e as lojas destes estados.

4.3.2.3 Distribuidores atacadistas

Na região de Campinas, são identificados dois principais fornecedores⁷³ locais para as redes supermercadistas, são eles a Cooperativa Agropecuária de Ibiúna (CAISP)⁷⁴, fundada em 1995 e que abastece a rede Wal-Mart, e a empresa Cio da Terra, de Jarinú, principal distribuidor da rede Pão de Açúcar, desde 2005.

O proprietário da empresa foi um dos administradores da Fazenda Santo Onofre, que, no início dos anos 2000, foi umas das principais distribuidoras de hortaliças e frutas orgânicas junto com a Horta & Arte e a Cultivar, antigas distribuidoras associadas à Associação de Agricultura Orgânica – AAO.

Esta empresa comercializa para aproximadamente 200 pontos de venda entre a região de Campinas, São Paulo e Ribeirão Preto. São certificados como distribuidores pela Ecocert e possuem aproximadamente 30 produtores da região cadastrados. São 21 funcionários trabalhando direto com a produção, além de oito promotores que ficam em alguns supermercados, dois vendedores externos e três funcionários da administração. Possuem dois caminhões próprios além de terceirizarem o frete em situações específicas. Na sede fica a administração e um barracão ou casa de embalagens, onde os produtos são descarregados, selecionados, higienizados, embalados, etiquetados, armazenados, para serem novamente transportados para o supermercado.

⁷³ A Korin também é uma empresa com atuação na região, fundada em 1994, baseada na filosofia e no método de Agricultura Natural de Mokiti Okada, com produção agrícola e animal (Frango verde) em Ipeúna, porém seu principal mercado é a cidade de São Paulo, muito embora tenha produtores/fornecedores e produtos nos mercados da região.

⁷⁴ <http://www.caisp.com.br/>

Distribuidor atacadista: Seleção, limpeza, embalagem e rotulagem dos produtos que vão para as redes varejistas



Figura 32 Distribuidor atacadista: seleção, limpeza, embalagem e rotulagem dos produtos

Neste processo as perdas são significativas, pois durante a seleção excluem-se os produtos danificados, com falta de calibre e/ou padrão. A maioria do descarte é separada para alimentação animal e/ou pilha de composto, ou ainda devolvida aos produtores quando solicitada. Os maiores gastos da empresa são com transporte, embalagem (bandeja de 'PVC'/isopor, saquinho, etiqueta, papelão) e funcionários. A dinâmica da compra e venda se dá a partir de acordo fechado com os produtores, em função de contrato prévio com a rede varejista. São elaborados relatórios das entregas semanais, sendo identificadas todas as perdas.

O preço do produto muda de loja para loja (devido à clientela/localização do mercado) e são constantemente reajustados. A relação entre supermercado e fornecedor de produtos orgânicos é diferente dos produtos convencionais, pois, diante da baixa oferta, o desafio do varejo é manter as prateleiras com diversidade e quantidade mínima de produtos. Neste processo, o varejo, acostumado com a lógica das cadeias convencionais pressiona constantemente as distribuidoras, que, por sua vez, têm que pagar *bonificação*

às *redes* no fim do mês, variando de 5 a 20% da venda total. Dessa forma, as distribuidoras acabam exercendo pressão sobre seus fornecedores, quando a produção entregue não é condizente com a proposta acordada.

Nota-se que o circuito longo de comercialização de alimentos ecológicos regional centraliza-se praticamente numa única empresa distribuidora. Este fato tem ligação com a pequena oferta de produtos, com a experiência específica do empresário no setor e com a organização exigida para estes circuitos. Esta centralização também está relacionada com a conceituação dos produtos orgânicos como nicho de mercado, assim as redes ou investem em divulgação, especialmente como marketing ecológico, visando atrair consumidores específicos ou acabam não se interessando, em função da oferta irregular e perdas.

4.3.3 Perspectivas

As redes varejistas tenderão a buscar saídas para minimizar as dificuldades da cadeia e continuar atraindo os clientes, com opções de entrega em domicílio, compra pela internet, além da disposição e apresentação, de maneira que atraiam os consumidores para o diferencial dos produtos (livre de agrotóxicos, certificação, embalagens atraentes ou coerentes com a proposta).

Betano et al. (2005) ressaltam a importância do marketing para produtos com valores éticos e sociais, atuando como horizonte na construção de uma nova relação com o mercado, aproveitando nichos de mercado, como o consumo solidário e segmentos com grande potencial, como o de produtos agroecológicos. Políticas de mercado devem priorizar a criação de sistemas de informação e implementar políticas de marketing para adequar produtos às necessidades da demanda, buscando canais (com informações visuais) que aproximem o consumidor do produtor rural.

Sabe-se que o grande varejo tende a dificultar o acesso aos mercados de pequenos produtores, especialmente os individuais, sem condições de arcar com investimentos em transporte, logística e instalações e tendo que assumir maiores riscos na comercialização. Os grandes supermercados dependem

cada vez mais de fornecedores altamente profissionalizados, contexto no qual a pequena produção enfrenta nítida dificuldade, ou inviabilidade de inserção.

O depoimento de um produtor e distribuidor ecológico da região é bastante significativo nesse sentido, demonstrando incompatível ligação entre a proposta ecológica e local, com a proposta corporativa e global:

“Estamos vivendo um momento em que grandes grupos procuram se aproveitar dos esforços dos produtores para montar suas redes de comercialização.”

Tais preocupações dizem respeito à autonomia da agricultura familiar e ao fortalecimento destas redes locais, assim como a desvalorização do trabalho na agricultura de base ecológica. Estes depoimentos apontam os desafios reais que precisam ser enfrentados.

A concorrência é um fator chave em qualquer empreendimento econômico. A tabela 11, da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS, 2009) mostra os atributos que têm influenciado nas estratégias de venda dos varejos supermercadistas. E, dentre eles, o de maior ameaça são as estratégias de venda direta (ou clube de compras), seguido da “guerra de preços”.

Tabela 11 Concorrência do varejo 2010	
Atributos	Ranking 2010
Lojas atacadistas vendendo direto ao consumidor / Clube de Compras	1
Guerra de preços	2
Informalidade	3
Serviços oferecidos ao consumidor	4
Flexibilização das condições de pagamento ao consumidor	5
Extensão do horário do atendimento	6
Desenvolvimento de novos formatos de loja	7
Utilização de cartões de fidelidade	8
Presença do pequeno varejo	9
Marca própria	10
Desenvolvimento de novas seções dentro da área de vendas	11
Utilização da internet e do comércio eletrônico	12
A venda direta do atacado para consumidores/ clube de compras, a guerra de preços e a informalidade permanecem sendo as principais ações da concorrência que preocupam o varejo neste ano - Fonte: Brasil 2010/ABRAS.	

Com o aumento da concorrência das cadeias varejistas, os pequenos estabelecimentos deverão também se organizar em redes para sobreviver ou,

como alternativa, identificar nichos específicos nos quais podem se diferenciar em outras variáveis além do preço. Ressalta-se que as mudanças no perfil do consumo de alimentos não permitem ações isoladas, mas sim uma *estreita coordenação entre todos os elos dessa grande e complexa cadeia produtiva*, que se inicia nos insumos agropecuários, passa pela produção dos alimentos in natura, pela industrialização, pelas redes atacadistas e varejistas, bem como pelos serviços de alimentação. Todos esses elos interagem ainda com os agentes reguladores nacionais e internacionais e institutos de ensino, pesquisa e tecnologia, entre outros. Dessa forma, fica evidenciado que é inviável assegurar ao produto final atributos diferenciados (de qualidade, sustentabilidade e/ou ética) sem que haja uma *ação sistêmica* do segmento (ITAL, 2010).

4.4 CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO E AS COMPRAS COLETIVAS

4.4.1 Mercados alternativos

Na medida em que a produção e o mercado de alimentos orgânicos foram se expandindo, durante os anos 1990, tanto no contexto internacional quanto no Brasil, os supermercados passaram a ser uma opção para comercialização. As tradicionais “lojas de produtos naturais” e as “feiras-livres” passaram a ter um papel secundário, coexistindo com novas estratégias de comercialização, também de menor importância, como cestas domiciliares e mercados especializados (GIUVANT, 2003). Dessa forma, as opções de venda de produtos orgânicos fora das redes varejistas ainda são poucas e esparsas quando comparadas à densidade populacional e de opções do varejo convencional. Vossenar et al. (2004), destacam como *mercados alternativos*: a entrega de cestas a domicílio; vendas na unidade de produção junto com agroturismo; pequeno varejo nas cidades do interior; além de nichos de mercado menos convencionais, como o do comércio justo e solidário (Fair Trade) existente nos grandes centros dos países mais pobres.

As vendas diretas na região de Campinas são: feiras *verdes*; pedidos feitos por telefone ou internet com entrega em domicílio; lojas especializadas, alguns restaurantes e um grupo de compra coletiva. Pirat (2007) em pesquisa

exploratória inicial sobre a agricultura orgânica da região de Campinas citou as feiras, cestas e distribuidores, como as formas mais comuns de comercialização dos produtos na região de Campinas. Desde então este cenário, que é muito dinâmico, mudou: as vendas pela internet ainda não tinham ganhado força como nos últimos anos e surgiu um grupo de consumidores que faz compras coletivas semanais. Ademais, novas perspectivas de distribuição encontram-se em processo de diálogo entre os produtores locais, a partir da Rede de Agroecologia da Unicamp, com sede no Centro de Integração Social (CIS), bairro Guanabara, Campinas e dos avanços do Sistema Participativo de Garantia.

Quando observamos o movimento da Economia Solidária, nota-se que as principais estratégias adotadas no Brasil são as *feiras* da economia solidária e as *lojas virtuais* (ainda em explorações iniciais). As *lojas solidárias* ainda não são opções palpáveis regionalmente e até nacionalmente, assim sendo o Projeto Nacional de Comercialização Solidária tem previsto para o ano de 2011 o primeiro *Encontro de pontos fixos de comercialização solidária*, para auxiliar no diálogo entre os grupos existentes.

4.4.1.1 Feiras verdes

As feiras-verdes são sempre destacadas quando o assunto é a comercialização de produtos orgânicos (BURG, 2005; WUERGES, 2007; DO RIO APA, 2007). Para Godoy e Anjos (2007), percebe-se ainda hoje que as feiras têm desempenhado um papel muito importante na consolidação econômica e social, especialmente da agricultura familiar sob o ponto de vista do feirante. Representa também um espaço público, sócio-econômico e cultural, extremamente dinâmico e diversificado sob o ponto de vista do consumidor. Segundo Wuerges (2007) e Singer (2008), a criação de feiras-livres agroecológicas é imprescindível como alternativa às grandes redes varejistas, com vistas a popularizar a produção e o consumo de orgânicos, além da importância delas para o contato pessoal do consumidor com o produtor.

Cristóvão e Tibério (2008) descrevem a experiência da economia local norte-americana⁷⁵ e os “Farmers Markets”, sendo mercados de venda direta, com crescente popularidade nos EUA (e em outros países), que funcionam uma ou duas vezes por semana, em espaços públicos, como praças, parques e áreas de estacionamento. Alguns casos possuem infra-estrutura permanente e em outros as bancas são montadas apenas no dia de realização do mercado. Dados de 2008 apontam um total de 4.685 mercados do produtor nos Estados Unidos (USDA, 2008).

Na região de Campinas existem, além das feiras-livres convencionais, três feiras ecológicas que acontecem a 20 anos em praças e parques públicos, contando com a participação de três a oito produtores, sendo que existe um feirante-comercializador. Alguns feirantes e produtores da região de Campinas também participam da feira administrada pela AAO no Parque da Água Branca - São Paulo.

**Feiras ecológicas locais:
Bosque dos Jequitibás, Parque ecológico e Centro de Convivência**



Figura 33 Feiras ecológicas locais

Os feirantes, embora em número pequeno, possuem um perfil diversificado, sendo produtores associados à ANC; produtores com certificado de terceiros e comerciantes que pagam uma anuidade diferenciada para cada

⁷⁵Um dos *slogans* utilizados pelo governo americano era “Buy Fresh, Buy Local” (Compre fresco, Compre local), traduzindo claramente o incentivo ao consumo de produtos locais e o apoio à reconstrução e sustentabilidade de sistemas alimentares locais. Atualmente, o slogan do governo americano é o programa “Know your farmer, Know your food” (Conheça seu agricultor, Conheça seu alimento), mantendo o incentivo aos mercados de produtores locais.

categoria. Assim, para participar das feiras, o agricultor arca com o custo da anuidade da certificadora, a anuidade da associação, o aluguel da barraca, e o custo do transporte.

Para a organização do controle e certificação dos produtores e distribuidores da feira, frente ao Sistema Participativo de Garantia, formou-se um *grupo da feira*, onde foram eleitos dois responsáveis para representar as demandas e organização interna do espaço. As regulações para os quesitos de comercialização estão sendo atualmente re-organizadas no processo interno do sistema participativo, para que as regras e acordos sejam transparentes para todo o grupo.

As feiras são um espaço onde se cria laços entre os produtores e os consumidores regulares. Tanto os consumidores esporádicos, como os “fiéis” aumentaram em número ao longo dos últimos anos, segundo relato dos feirantes.

As barracas não são padronizadas e não há a exposição dos preços dos produtos em todas as bancas. Alguns produtores se destacam em função da diversidade e quantidade de produtos, fazendo com que, naturalmente, cada produtor vá adequando sua produção, buscando a diferenciação. No entanto, a troca de produtos é muito comum, o que favorece a relação de amizade e parceria entre todos os feirantes.

4.4.1.2 Lojas especializadas

As lojas especializadas em produtos naturais e orgânicos são espaços que, quando bem localizadas, podem se consolidar como uma alternativa para as economias locais, através da comercialização de produtos diversificados e diferenciados, incluindo artesanatos. Na Europa, as *worldshopes*, ou *lojas solidárias* atestam o grande potencial de mercado para o artesanato que é uma importante fonte adicional de renda para o agricultor familiar. A primeira delas surgiu na Holanda, em 1969 e hoje já são mais de três mil e quinhentas lojas organizadas através da rede europeia de lojas de comércio justo. A viabilidade econômica das lojas de comércio justo está intimamente relacionada com sua profissionalização. Elas surgiram

vinculadas às organizações de comércio justo, com o objetivo principal de sensibilizar os cidadãos europeus e contando basicamente com voluntários e ativistas do movimento. Acompanhando o crescimento do volume de vendas, essa prática vem sendo substituída pela profissionalização do setor, tanto em relação aos trabalhadores, quanto à imagem corporativa, através da adoção de posturas mais atentas ao mercado, como, por exemplo, o desenvolvimento de estratégias de marketing, para atrair o público consumidor.

Um aspecto fundamental da comercialização nas lojas específicas é o fato de constituírem bons espaços para trabalhar a informação/educação do consumidor. Em diversos países europeus, as pequenas lojas servem de cenário para a realização de oficinas e de debates sobre o tema comércio justo e para a mobilização de grupos de consumo responsável, como propostas de boicote ou posicionamentos em relação a determinado acontecimento mundial (ZERBINI e PISTELLI, 2003).

Estas lojas que antes nasciam sem muita perspectiva econômica de manutenção, hoje estão mais fortalecidas em função do aumento na demanda. Dentre as lojas especializadas de produtos naturais e orgânicos existentes no município destacam-se: a loja Sabor da Natureza; o Ecomercado Avisrara, no distrito de Sousas, e a recém inaugurada loja da franquia Mundo Verde⁷⁶.

O Ecomercado Avisrara, re-inaugurado no ano de 2006⁷⁷ e localizado em Área de Proteção Ambiental (APA), no distrito de Sousas, foi estruturado com base em sete eixos: habitação, alimentação, saúde, educação, arte, cultura e lazer. Construído a partir de técnicas de bioarquitetura, conta com grande diversidade de serviços oferecidos, sendo considerado o único empório e restaurante no Brasil que oferece somente produtos orgânicos. O espaço comporta uma loja de artesanatos, roupas, livros, restaurante vegetariano e orgânico, espaço de terapias holísticas, além de promover eventos como cursos, palestras e visitas - turismo rural e realizar entregas de produtos

⁷⁶ A Mundo Verde, maior rede de varejo (e franquias) de produtos naturais, orgânicos e para o 'bem-estar' da América Latina, iniciando no estado do Rio de Janeiro e avançando pelo Estado de São Paulo. Em Campinas sua primeira loja foi inaugurada em um bairro nobre, no segundo semestre de 2010. A rede possui mais de 160 lojas em todo Brasil e pretende atingir a marca de 450 unidades até 2015.

⁷⁷ No ano de 1991 foi inaugurada a primeira loja Avis Rara, no shopping Galleria - <http://www.avisrara.com.br/>

orgânicos de produtores locais. Esta proposta comercial é diferenciada, porém a sua localização não contribuiu para a maior visibilidade do projeto, que, segundo a empresária idealizadora e parceira do Sistema Participativo de Garantia da ANC, ainda não tem gerado um retorno econômico esperado.

4.4.1.3 Distribuidores locais

Existe na região dois distribuidores consolidados no mercado, que atuam em nível regional, com possibilidades de compra por telefone ou internet e entregas em casa, sendo que ambas participam do processo de certificação participativa - SPG. A primeira, a Vila Yamaguishi, atua há mais de 20 anos no mercado e a segunda, a Família Orgânica iniciou seus trabalhos no ano de 2006.

A Vila Yamaguishi realiza entregas em domicílio por toda região de Campinas, incluindo diversos bairros e vários municípios da região, como Valinhos, Vinhedo, Jaguariúna, Holambra, Mogi Mirim, Itatiba e Jundiaí, totalizando *14 rotas* diferentes. Também participam de cinco feiras, incluindo uma na cidade de São Paulo (AAO), além de fornecerem a parceiros lojistas de Campinas e São Paulo. Possuem quatro peruas Kombi para as entregas semanais e contam com o trabalho de nove funcionários.

Além da produção própria, compram de mais de 10 produtores da região e fazem o processo de seleção, limpeza e embalagem. As principais demandas são a produção de frutas e variedade de produtos. Como dificuldades encontradas, a logística na organização e recebimento de produtos são os pontos mais sensíveis. Recebem mensalmente produtos de base ecológica oriundos da Rede Ecovida (dos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná), que são comercializados na região e também na capital paulista. Recebem em média 200 a 250 pedidos via internet por semana, com faturamento mensal de R\$30.000,00.



Figura 34 Distribuidores Locais (entrega em domicílio)

Já a Família Orgânica, micro-empresa regional, que articula a produção e a comercialização, atende consumidores da região de Campinas e São Paulo. Aproximadamente 700 famílias agricultoras estão envolvidas direta e indiretamente com a empresa, incluindo as famílias do sul do Brasil, e os produtos processados que comercializam.

Realizam entregas semanais para consumidores que fazem pedidos pela internet, a partir de uma lista (formato Excel) que disponibilizam semanalmente por e-mail, com uma diversidade de mais de 300 produtos. Os prazos para os pedidos são até domingo e as entregas acontecem às quintas feiras, com pedido mínimo de R\$40,00 com taxa de entrega dependendo do local.

Os pedidos costumam ser em pequena quantidade e diversificados, exigindo uma boa logística entre produtores e consumidores. Esse contexto torna o setor muito dinâmico na efetivação de parcerias e na concretização de rotas e fluxos para facilitar as entregas. Muitas rotas tiveram que ser reformuladas para a real viabilidade das entregas.

Quando a pesquisa de campo foi feita, a organização dos pedidos (seleção, higienização e separação) era toda feita em uma propriedade parceira da empresa, porém atualmente já existe outro sistema em

funcionamento. Os produtos vão a granel, em caixas ou em sacos grandes, que muitas vezes retornam. Pouca embalagem é utilizada, já que os próprios consumidores a recusam.

Diferentemente do mercado convencional, neste empreendimento ecológico e regional, quem determina os preços são os produtores, fortalecendo um dos princípios do comércio justo. Nesse sentido a rede local vai sendo valorizada a partir de laços de confiança entre as relações de comercialização.

A partir da inconstância de pedidos e conseqüente dificuldade de planejamento da produção, a empresa iniciou o projeto *Assine orgânicos*, que busca fortalecer o compromisso do consumidor para com a proposta ecológica, ajudando a alavancar as vendas na cidade de Campinas, num momento em que a empresa estava quase desistindo do sistema 'delivery'. Assim, o consumidor paga adiantado o valor de R\$100,00, que vai sendo descontado ao longo do mês, e dessa forma, ganha desconto em outros serviços oferecidos pela empresa, como cursos, programas de educação ambiental, turismo rural e assessoria. O projeto *Assine orgânicos* tem ajudado a compor uma cartela mais fixa de clientes que são atendidos preferencialmente, caso haja falta de produtos.

A principal dificuldade apontada é o descompasso entre a organização dos agricultores e o processo de distribuição (logística). Segundo os empresários, o trabalho ainda é muito e o retorno econômico é pequeno. Identificam a produção de base ecológica como uma ideologia e opção de vida, por acreditarem na agricultura orgânica e optarem pela produção e comercialização de alimentos saudáveis.

Outra estratégia dessa empresa vai ao encontro da proposta do movimento mundial denominado *Slow Food* que valoriza a *ecogastronomia* e procura manter elos com os agricultores e consumidores. A empresa mantém parcerias com restaurantes e chefes de cozinha que utilizam alimentos de base ecológica e que, eventualmente, caíram em desuso na alimentação moderna.

O *Slow Food* representa uma associação internacional sem fins lucrativos fundada em 1989 na Itália, que surge como resposta aos padrão

alimentar do tipo “*fast food*”, ao ritmo acelerado da vida atual; ao desaparecimento de tradições culinárias regionais; ao decrescente interesse das pessoas na sua alimentação, na procedência e sabor dos alimentos e sobre a importância da escolha alimentar. No Brasil existem inúmeros núcleos (ou *convivium*) que procuram destacar determinados produtos com características locais e culturais. Existe um *convivium* em Campinas ainda em processo de articulação. Para o movimento, um sinônimo de *consumidor* é *co-produtor*, partindo do pressuposto de que quando se obtêm informação sobre o processo produtivo e apóia-se efetivamente os agricultores, estes se tornam parceiros na produção.

4.4.2 Grupos de consumidores

4.4.2.1 Movimentos mundiais

A mobilização de consumidores em favor de alternativas de comercialização pode ser vista por todo o mundo. A associação de consumidores orgânicos dos Estados Unidos (Organic Consumer Association - OCA⁷⁸), fundada em 1998 tem feito uma campanha denominada “Quebrando as cadeias” (Breaking the Chains - BTC), referindo-se às cadeias de distribuição de alimentos e ao poder da sociedade ao direcionar sua opção de consumo (para propostas mais seguras, ecológicas e mais justas).

Outras tantas iniciativas ao redor do mundo, que buscam valorizar e aproximar a produção e consumo tem sido identificadas, a partir da década de 1970. Alguns registros afirmam que as primeiras experiências vieram do Japão, e que hoje encontram-se bem desenvolvidas e com milhões de membros envolvidos, sendo denominado Teikei, que significa “cooperação”, “negócio comum” ou “conexão”. Na França o movimento é conhecido como AMAP (Associations pour maintien d'une agriculture paysanne – Associação para Manutenção da Agricultura Camponesa), criado em 2001. Na Bélgica é

⁷⁸ Possuem mais de 850.000 integrantes e afirmam que milhões de consumidores verdes em todo o mundo, têm rompido as cadeias de controle acionário, apoiando a agricultura orgânica e produtos produzidos localmente. <http://www.organicconsumers.org/aboutus.cfm>

chamado Voedselteams e em Quebec, Canadá é a ASC (Agriculture soutenue par communauté – Agricultura sustentada pela comunidade).

Steven Mcfeden (2004), um dos pioneiros⁷⁹ do sistema americano, que surgiu nos anos de 1980, como CSA (Community Suported Agriculture - Agricultura Apoiada pela Comunidade) ressalta os princípios da agricultura biodinâmica e toda a filosofia de Rudolf Steiner (1861-1925) sobre a conexão entre produtor e consumidor como chave da proposta. Mcfeden afirma que em 1990 existiam 60 CSA's e em 2004, já eram cerca de 1.700 e nota que há outro nível de desenvolvimento deste sistema ocorrendo internacionalmente. A Austrália está iniciando uma rede, além da Hungria, Índia, Hong Kong, Holanda e especialmente a Inglaterra, além de Brasil, Argentina, Venezuela, França, Dinamarca e Alemanha.

A idéia chave das CSAs é que os consumidores assumem ativamente a responsabilidade de manter as terras produzindo (assim como seus riscos) e fazer com que ela fique disponível e acessível aos produtores durante um longo prazo. Diante da percepção de que as comunidades locais têm uma ampla gama de necessidades e de renda, os consumidores se comprometem com a comunidade agrícola, através de um pagamento fixo por uma parte da colheita. Assim sendo, os agricultores apresentam um orçamento com os custos reais da exploração, firmando um acordo com os consumidores.

Embora os números gerais das CSAs tenham subido ao longo dos anos, tem havido uma significativa “taxa de atrito” e muitas iniciativas faliram. As causas mais comuns são: 1) os agricultores não recebem o suficiente pelo seus esforços, não tendo a habilidade de crescer de forma adequada; 2) desentendimento entre membros da comunidade; 3) as terras agricultáveis são arrendadas.

⁷⁹ Inicialmente o trabalho de um grupo de universitários fundou a *California Action Network*, nos anos de 1970, que veio mais tarde mudar seu nome para CAFF (Community Alliance with Family Farmers/ Aliança Comunitária com os Agricultores Familiares)



Figura 35 Distribuição de comunidades CSA nos Estados Unidos. Fonte: Slow Food Utah- Slow Food USA Convivium (CSA Farms).

Susan Witt, vinculada a uma CSA, relata que um fator de motivação por trás do crescimento da proposta foi a conscientização sobre os problemas da economia global, assim como sua origem urbana:

"Até agora o domínio das mega-corporações tem se tornado tão evidente que muitas pessoas reconhecem o perigo e a necessidade de criar algo seguro, local e sustentável. CSA faz isso. Não é fácil, mas funciona."

Destaca-se, nos Estados Unidos, a recente conexão entre o movimento de *agricultura orgânica* e o movimento de *alimentação saudável*⁸⁰ (health food), citado por Belasco (1989) e Peters (1979) no livro *Agrarian Dreams, the paradox of organic farming in California*, de Julie Guthman (2004). Este último movimento emergiu após os anos de 1960, no sul da Califórnia, em um período de revolução comportamental (a contracultura⁸¹) quando surgiram as lojas de alimentos saudáveis. Guthman descreve que neste local a agricultura é caracterizada por uma primeira geração de agricultores, que viram nesta prática, um antídoto aos excessos da agricultura industrial.

No entanto, pelo fato de as CSAs tenderem a estar perto de áreas urbanas, McFeden (2004) afirma que encontra-se geralmente um alto valor da

⁸⁰ Seguindo a tendência contemporânea, aliado à discussão de alimentos orgânicos e saudáveis, tem se fortalecido o movimento do alimento (Food movement) citado por Pollan (2010) que tem como grande respaldo o trabalho da primeira dama, Michelle Obama, que incentiva mercados de produtores locais (Farmer markets).

⁸¹ Surgimento dos hippies, em protestos contra a Guerra Fria e a Guerra do Vietnã, além de manifestações civis a favor dos negros, dos homossexuais, assim como o feminismo.

terra, além das questões fundiárias. Várias CSAs são criadas em terras arrendadas e isso as torna vulneráveis, assim sendo, elas podem, em um primeiro momento, melhorar a fertilidade da terra, porém, noutra etapa, perder o uso dela. Dessa forma, torna-se importante a reflexão sobre como garantir e proteger o uso da terra, para o surgimento e manutenção de uma proposta agrícola cooperativa e limpa. McFeden (2004) afirma também que muitos *jovens*, entre 20 e 30 anos querem cultivar a terra e alimentar pessoas, no entanto muitos não podem pagar pela terra, observando assim, que as CSAs movem-se cada vez mais para terras de propriedade comunitária.

Quanto à autonomia da proposta, destaca-se que o crescimento das CSAs não será gerado por um programa de governo ou por campanhas publicitárias de organizações sem fins lucrativos. Afirma-se que ela deve ser gerada a partir de uma avaliação dos benefícios reais que podem vir de fazendas apoiadas pela comunidade. Reforça-se que, desde os seus primórdios, a CSA não foi apenas uma abordagem nova e inteligente ao mercado, mas existe pela necessidade de renovação da agricultura através da sua ligação saudável com a comunidade humana que depende da agricultura para a sobrevivência. Tudo o que se requer é terra boa e uma comunidade disposta a cuidar dela para que ela possa alimentá-los, assim, a *cooperação* tem sido a chave para estas estratégias perdurarem e amadurecerem ao longo de vários anos.

4.4.2.2 Grupos nacionais e locais

Segundo Meirelles (2004), referindo-se ao Brasil, as cooperativas de consumo ou grupos de consumidores são menos frequentes, já que propõem uma lógica diferenciada, que busca uma produção agrícola mais harmônica com a natureza. Podemos identificar distintas formas de organização de consumidores, sendo que algumas delas não possuem como objetivo acordos diretos (cobrindo os riscos) entre consumidores e produtores.

As experiências de cooperativas/associações ou grupos de consumidores ainda estão em processo de identificação. Um levantamento inicial de 107 entidades que trabalham com a comercialização ou consumo de

produtos agroecológicos foi elaborado por Grosso e Tygel (2003), sendo identificadas duas iniciativas⁸² especificamente focadas no consumo: a Rede Ecológica, do Rio de Janeiro e a Associação de Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná (ACOPA).

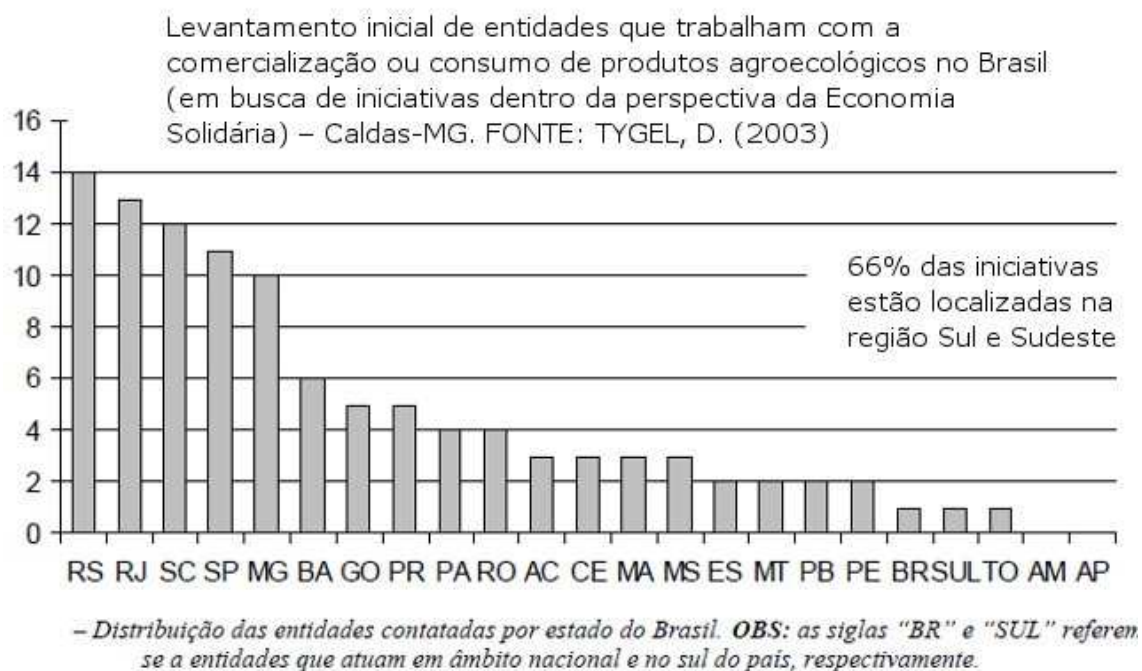


Figura 36 Levantamento inicial de entidades que trabalham com a comercialização ou consumo de produtos agroecológicos com a perspectiva da Economia Solidária. Fonte: Tygel (2003)

Outros esforços específicos para a sistematização de dados sobre Grupos de Consumo Responsável (GCR), enquanto redes solidárias, têm sido feitos. Em 2009 realizou-se o Levantamento do Perfil dos Grupos de Consumo no Brasil: “Consumo como intervenção – um olhar sobre as experiências de consumo coletivo” e até março de 2010 havia 14 iniciativas⁸³ (PISTELLI, 2010), destacadas na tabela 12.

⁸² O documento faz menção também à ECOTORRES e à ONDA - Organização de redes de comercialização solidária em Florianópolis, porém não encaminharam o questionário da pesquisa em tempo.

⁸³ Das iniciativas levantadas, somente parte foi estudada na pesquisa. Isso ocorreu porque algumas não tiveram possibilidade de responder ao levantamento das informações e outras porque foram identificadas somente após o início da sistematização dos dados. Dessa forma, as iniciativas estudadas na pesquisa são: Rede Ecológica, Rio de Janeiro/RJ; MICC – Movimento de Integração Campo Cidade, São Paulo/SP; Trocas Verdes, Campinas/SP; Rede Sementes de Paz, São Paulo/SP; Cooper Ecosol, Passo Fundo/RS; Cooperativa GiraSol, Porto Alegre/RS; RedeMoinho, Salvador/BA.

O quadro a seguir foi organizado cronologicamente e nota-se que o surgimento ou regulamentação da maioria destas iniciativas acontecem no fim dos anos 1990 e início do ano 2000.

Tabela 12 “Grupos de consumidores responsáveis” de produtos da agricultura familiar e de base ecológica			
nº	Nome	Local	Ano
1	ADAO – Associação para o Desenvolvimento da Agropecuária Orgânica	Fortaleza - CE	1997
2	ADAO – GO - Associação para o Desenvolvimento da Agricultura Orgânica (*)	Goiânia - GO	1999
3	COOPET – Cooperativa dos Consumidores de Produtos Ecológicos de Três Cachoeiras	Três Cachoeiras – RS	1999
4	ECOTORRES – Cooperativa de Consumidores de Produtos Ecológicos de Torres (**)	Torres - RS	1999
5	ACOPA – Associação de Consumidores de produtos Orgânicos do Paraná (**)	Curitiba - PR	2000
6	Rede ecológica (*) (**)	Rio de Janeiro - RJ	2001
7	Viver Mais - Cooperativa de Consumidores de Produtos Ecológicos de Araranguá	Araranguá - SC	2003
8	Rede Xique-Xique (*)	São Miguel do Gostoso/RN	2004
9	Cooper Ecosol – Cooperativa (formalizada) de Produção e Consumo Solidário Passo Fundo Ltda (*)	Passo Fundo - RS	2005
10	Cooperativa GIRASOL (formalizada) (*)	Porto Alegre - RS	2006
11	Compras Coletivas Florianópolis/SC (*)	Florianópolis - SC	2006
12	Compra Coletiva de Produtos Orgânicos (*)	Itajaí - SC	2007
13	Trocas Verdes (*)	Campinas - SP	2007
14	Rede produção e Consumo – Terra Mater (*)	Piracicaba - SP	2007
15	Sementes de paz (*)	São Paulo - SP	2007
16	Rede moinho (*)	Salvador - BA	2008
17	MICC – Movimento de Integração Campo Cidade (*)	São Paulo - SP	2008
18	Techne (*)	Natal - RN	

Fonte: Dados da Pesquisa, com base no levantamento inicial (**) e secundário (*)

Pistelli (2010) descreve sobre a diversidade dos grupos de consumidores através da forma de trabalho, uma vez que podem ser associações e cooperativas, formais e informais, capilares ou singulares. As *Redes Singulares* são os grupos de consumo formados por um coletivo de consumidores que possuem um eixo centralizado de gestão e até mesmo de disseminação dos produtos (entrega/retirada), o qual se relaciona diretamente com os produtores. Já as *Redes Capilares* são os grupos de consumo formados por diferentes coletivos de consumidores organizados em núcleos (caracterizados por localização geográfica, ambiente de trabalho, etc.) que descentralizam a gestão e a disseminação dos produtos (entrega/retirada) e

podem possuir variados graus de autonomia, dependendo da proposta do grupo. Essas iniciativas possuem sistema de gestão descentralizado, priorizando ao máximo a relação direta entre produtores e consumidores. Costumam ter uma sede onde os consumidores retiram as mercadorias e, em raros casos, realizam entregas em domicílio. Os principais desafios que enfrentam estão relacionados à logística (pagamentos, transporte, gestão dos pedidos), ao alcance da viabilidade econômica e à mobilização dos consumidores para além da compra.

As experiências da região sul do Brasil, caracterizadas pela existência de lojas fixas, são ricas pelo contexto da agricultura familiar e por iniciativas agroecológicas, surgindo antes mesmo da discussão do comércio ético e solidário. A rede Xique-Xique, do Rio Grande do Norte e a ADAO/GO são duas experiências que têm dialogado tanto com o Fórum Brasileiro – e Latino Americano - de Sistemas Participativos de Garantia, como com o movimento da Economia Solidária e consumo responsável. A Rede Ecológica - RJ é referência na região sudeste enquanto grupo informal por opção, possuindo nove núcleos de consumo, com pedidos feitos por lista de produtos.

No estado de São Paulo, a rede Sementes de Paz, atua em sete núcleos na capital paulista, se autodenominando como empreendimento solidário, sem formalização. As compras funcionam através de pedidos de produtos frescos por cesta e pedido de produtos secos feito por lista, com entrega semanal. Trabalham com frete "parcerizado" e afirmam que todo trabalho tem que ser pago. Esta rede, junto com as outras duas experiências paulistas (Rede produção e consumo Piracicaba e Trocas Verdes) iniciou um diálogo na tentativa do fortalecimento entre os coletivos de consumidores locais⁸⁴ e movimento da economia solidária, a partir das demandas do Fórum Brasileiro de Economia Solidária - FBES.

⁸⁴ No dia 26 de fevereiro de 2010 aconteceu em Piracicaba uma reunião entre os três grupos de consumidores junto com representantes do Fórum Brasileiro de Economia Solidária na Escola Superior de Agronomia Luiz de Queiroz- ESALQ- USP, para contribuições dos coletivos de consumo sobre o gerenciamento e logística de suas redes para o sistema operacional *Cirandas*.

O Cirandas⁸⁵ é uma iniciativa do FBES que tem como objetivo oferecer ferramentas na internet para promover a articulação econômica, social e política de quem se interessa pela Economia Solidária ou vive dela. Seus principais objetivos são: potencializar o fluxo de saberes, produtos e serviços da Economia Solidária; oferecer ferramentas para a constituição de consolidação de redes e cadeias solidárias; ser um espaço de divulgação da economia solidária e de busca de seus produtos e serviços para consumidores individuais e coletivos (públicos, privados e grupos de consumidores) e permitir a interação entre vários atores em comunidades virtuais⁸⁶ e espaços territoriais, temáticos e econômicos.

O debate sobre a integração de rotas de distribuição foi um aspecto mencionado a partir das dificuldades entre contexto geográfico e logístico das entregas. No entanto, as particularidades de cada região e empreendimentos, como o sistema do rodízio em São Paulo e pedágios, entregas por produtores, fretes e distribuidores, aliados à ausência de articulação entre os produtores ainda dificultam um amadurecimento para o estabelecimento de rotas e circuitos maiores.

4.4.2.3 A experiência do grupo de compras coletivas Trocas Verdes



Figura 37 Logo do grupo de compras coletivas: Trocas Verdes

⁸⁵ O Cirandas criou em parceria com a Colivre (um empreendimento solidário de desenvolvimento de softwares livres), o software Noosfero, que hoje é uma referência no universo de softwares livres no país: <http://cirandas.net/>

⁸⁶ Conforme estudo da Virtual Supermarket of the Future (ITAL, 2010) o mundo virtual proporcionará às pessoas o conceito de vida simples, com sentimentos e valores no centro das atenções. Tempo, espaço, paz, meio ambiente e proximidade terão ainda mais importância no mundo real. O trabalho significativo, que o trabalhador fará com prazer, será mais importante do que o alto salário, porque ele poderá passar mais tempo com a família e os amigos. Nesse contexto, o varejo alimentar poderá ser descrito como a versão virtual da “loja da esquina”, com ênfase no diálogo e aconselhamento sobre produtos e suas formas de preparo. Conquistar a confiança do consumidor será o grande desafio para as lojas virtuais do futuro.

No ano de 2007, um grupo de jovens amigos, estudantes de Ciências Sociais e Antropologia, iniciou uma proposta que articularia consumidores do distrito de Barão Geraldo, Campinas e produtores de base ecológica da região. Atualmente um leque diverso de profissionais participa, buscando, através da economia solidária e da agroecologia, uma proposta cooperativista, com a manutenção de relações de ajuda mútua. A compra direta dos produtores assim como a descoberta da realidade agrícola, através de visitas a campo, faz parte da proposta, além do interesse em expandir este conhecimento com palestras e eventos para a comunidade local.

A auto-gestão⁸⁷ e o voluntariado são tidos como base do grupo, permitindo a aproximação de consumidores e apoiadores na construção da proposta, caracterizando o grupo como um coletivo horizontal, sem diretores ou empreendedores. Dessa forma, o grupo está dividido em comissões de trabalho, sendo elas: produtores, consumidores (para receber novos participantes), finanças, informática, eventos/comunicação, e uma comissão para as terças-feiras – para o dia das *trocas*. Recentemente o grupo, a partir de um processo interno de reflexões e planejamento “contratou” dois integrantes (a trabalharem em dias intercalados) para se responsabilizarem pelas tarefas do dia das entregas, como forma de melhorar a gestão e os serviços.

Eid e Pimentel (2008) afirmam que os empreendimentos solidários, para sobreviverem, são obrigados a lidar com o mercado, compreendendo-o como um procedimento de trocas recíprocas, complementares e que estão marcados historicamente pela utilidade dos bens. Nos procedimentos de trocas deve-se estabelecer um sistema de relações econômicas e sociais que permita ganhos a ambos.

⁸⁷ Tauille e Debaco (2002) afirmam que o conceito de autogestão está descrito na literatura de maneira incipiente, mais como um ideal de democracia econômica e gestão coletiva a ser perseguido do que como uma possibilidade prática. Os autores apresentam a experiência da ANTEAG (Associação Nacional de Trabalhadores em Empresas de Autogestão e Participação Acionária), entidade precursora do movimento de autogestão urbana no país, na década de 1990.



Figura 38 Grupo de compras coletivas - Trocas Verdes

Assim sendo, as compras coletivas do “Trocas Verdes” beneficiam diretamente aproximadamente 100 consumidores (sendo que muitos destes se dispõem a realizar um trabalho voluntário), a partir de uma média de 25 pedidos semanais (ano 2010), além dos benefícios indiretos gerados pelo coletivo. Também são aproximadamente 60 famílias produtoras beneficiadas diretamente, incluindo agricultores individuais e grupos organizados, além de participantes do coletivo que criam produtos (artesanatos e alimentos), revendem ou trazem excedentes de seus próprios quintais. A definição sobre quais produtos (e produtores) comprar é feita seguindo viabilidades e coerências de cada momento, gerida pela comissão de produtores.

Os pedidos são feitos entre sexta-feira e domingo, inicialmente através de planilha de Excel, e hoje captados a partir de um software e site elaborado por programadores e integrantes do coletivo. As entregas são feitas às terças-feiras, no fim da tarde, em um espaço de um parceiro do grupo, chamado Céu Aberto, onde são realizados cursos, palestras, oficinas de temas variados ligados ao autoconhecimento e práticas como meditação, yoga, terapias alternativas, artes, etc.

Outros grupos de consumidores atuam através de pontos fixos, como lojas. Pistelli (2010) descrevendo o sistema da Cooperativa de Passo Fundo relata a existência de uma Central de Vendas⁸⁸ aberta diariamente, onde o produtor deixa o produto e quando é vendido ficam 10% para cobrir os custos da loja. No Trocas Verdes, as despesas eram custeadas, até março de 2011, através da cobrança de 10% sob o valor de cada compra. Atualmente o grupo alterou a dinâmica aumentando para 15% o valor retido para o coletivo, porém, para voluntários do dia, coordenadores (dois integrantes que trabalham em dias intercalados, recebendo uma contribuição mensal) e integrantes das comissões (que devem ser ativos, a partir de avaliação nas reuniões mensais), a taxa fica mantida no valor de 10%. As compras movimentam aproximadamente R\$1.500,00 por semana e a lista de produtos inclui desde pães, hortaliças diversificadas, massas, patês e bolos, até sabonetes naturais.

Os principais agricultores familiares vinculados ao grupo são: 1) uma vila de famílias produtoras que atuam regionalmente como distribuidores locais e participam do SPG da ANC; 2) um grupo de produtores assentados da reforma agrária do assentamento rural Horto Vergel, em Mogi-Mirim, que são assessorados inconstantemente pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP) na distribuição da produção; 3) um grupo de agricultura peri-urbana de Campinas chamado de Horta Comunitária do Parque Itajaí ou cooperativa “Cio da terra”, que permanece acompanhando as retiradas das encomendas enquanto aproveita para vender produtos extras; 4) um produtor individual que participa do processo de certificação; dentre outros produtores com produtos mais específicos, como pães e outros. Outros produtores já forneceram para o grupo, mas por motivos particulares ou por logística de rota não puderam continuar comercializando.

Especialmente aos produtores que não possuem certificação, o grupo realiza visita para conhecer as iniciativas, mantendo um vínculo de respeito e confiança bastante próximo das famílias. A parceria entre o coletivo e o Sistema Participativo de Garantia da ANC é ilustrada na figura a seguir, e

⁸⁸ O movimento financeiro da loja é em torno de R\$10.000,00 a R\$15.000,00 por mês.

representa um potencial do coletivo como agente de extensão rural, apesar do processo ainda se encontrar em início de diálogo entre as iniciativas Urbano-Rural. Procura-se ilustrar as formas de organização social com que o coletivo se relaciona, sendo produtores individuais e coletivos, como grupos formalizados ou não.

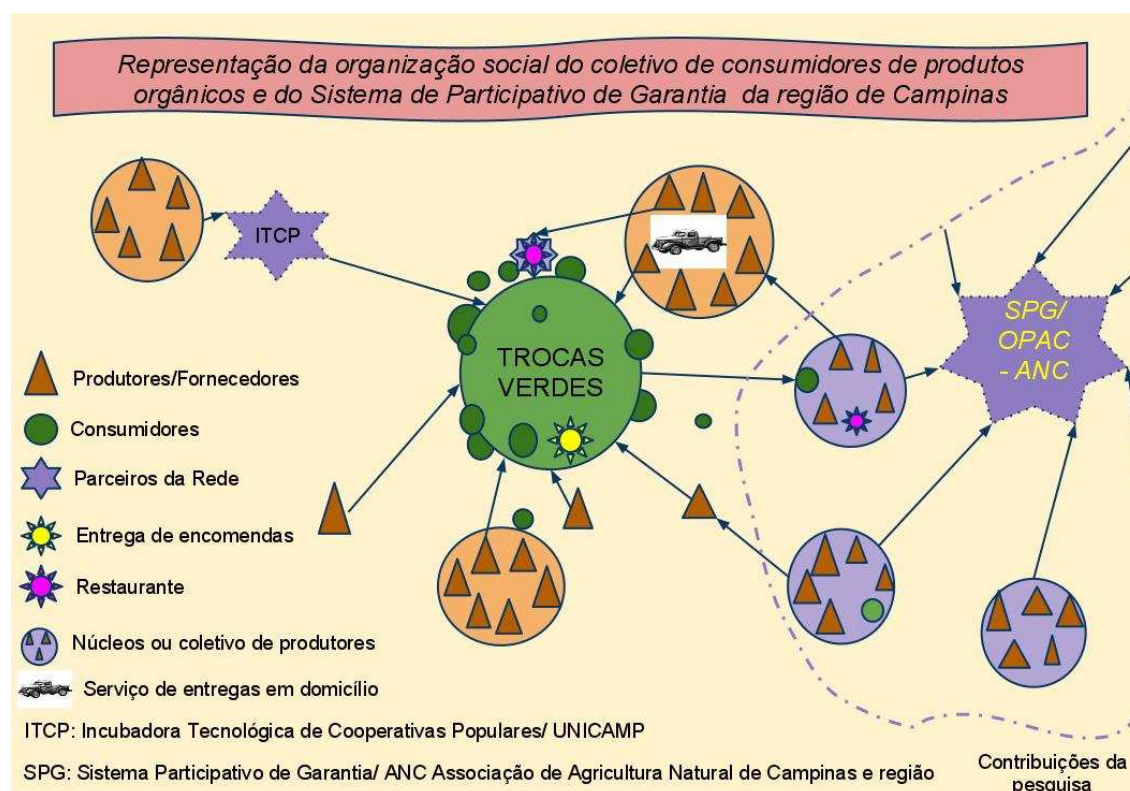


Figura 39 Representação da organização social do coletivo de consumidores de produtos orgânicos “Trocas Verdes” e do Sistema Participativo de Garantia da região de Campinas - ANC. Fonte: contribuições da pesquisa.

Nota-se que algumas parcerias são fundamentais para o funcionamento do coletivo, ou seja, depende-se delas para a continuidade do fornecimento da produção. No entanto, noutras o papel é inverso, atuando como fomentador e articulador de iniciativas de base ecológica⁸⁹. Por seu caráter prático, que conecta o rural com o urbano, o coletivo integra o conhecimento de pessoas de diferentes áreas e favorece, através dos canais virtuais, trocas de informações e oportunidades. No entanto tal envolvimento depende da participação e interesse de cada consumidor.

⁸⁹ No ano de 2010 o coletivo articulou a entrega de sementes de adubação verde para agricultores familiares, referente ao programa Pró-orgânico do Ministério da Agricultura-MAPA.

Neste sistema de *encomendas* feitas ao distribuidor, diferente das feiras, os consumidores não podem escolher seus produtos, pois o pedido já fora feito previamente. Assim, a qualidade dos produtos pode não agradar o consumidor; ou ainda haver falta de produtos; além de erros, como trocas de produtos entre os consumidores. No entanto, no *Trocas Verdes* existem também alguns produtores que levam produtos extras, o que caracteriza o local como um espaço *híbrido*, de entrega de encomendas, aliado a venda direta, como feira.

Um dos pontos constantemente discutidos pelo grupo é a expansão e regulamentação das atividades, através da institucionalização numa pessoa jurídica. Nesse sentido, a dificuldade está em como expandir, gerando oportunidade de trabalho e renda para mais agricultores e parceiros, sem perder o foco na cooperação e autogestão das atividades. Os desafios são vários, que vão desde limite de espaço, trabalho-voluntário, oferta de produtos, inconstância de pedidos e até a desconfiança sobre as práticas produtivas.

Sobre esse ponto, Pistelli (2010) apresenta a experiência da formalização da Cooperativa de consumidores Ecosol (Cooperativa de Produção e Consumo Solidário Passo Fundo Ltda. - RS) que, diante do aumento no número de pedidos - que chegou a 90 - cresceu o impasse entre institucionalizar o grupo de consumo ou parar com a experiência para evitar problemas futuros. Assim, em 2005, o grupo fundou a cooperativa, incorporando, como associados, cotistas consumidores que compunham o grupo e alguns fornecedores de produtos solidários que participaram e contribuíram durante os cinco anos do seu funcionamento. No ano seguinte, estruturou-se um ponto fixo e permanente de comercialização – com dois funcionários, além de manter os pedidos por lista mensal que foi o primeiro método de consumo do grupo, que iniciou com 10 ou 15 pedidos. No caso da lista, o associado tem um desconto de 7% a 10% nos produtos comprados.

O grupo Trocas Verdes inevitavelmente presta um serviço à comunidade, tanto urbana como rural e segue um processo de amadurecimento em questões de organização coletiva do empreendimento e uso do espaço. Irradia-se assim esta iniciativa para outras regiões, através de um trabalho de diálogo com outras experiências solidárias.

4.4.3 Conexão das redes econômicas solidárias e agroecológicas

O diálogo entre empreendimentos econômicos e solidários e os sistemas produtivos de base ecológica está convergindo atualmente⁹⁰, especialmente em função da execução do *Projeto Nacional de Comercialização Solidária*, vinculado à Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) e ao Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS). Atualmente 100 empreendimentos econômicos solidários⁹¹ estão sendo preparados para habilitação e participação no SNCJS, e estão previstos seminários nacionais e regionais de comercialização solidária, encontro de pontos fixos de comercialização e de marcas, além de feiras estaduais, internacionais e microregionais.

Dessa forma, assim como o *movimento orgânico* se mobilizou para validar os SPGs conforme a legislação brasileira, a Economia Solidária também objetiva o controle social e avaliação da conformidade dos empreendimentos econômicos solidários de maneira ‘participativa’, referendando assim tanto as iniciativas da agricultura familiar, como de grupos urbanos. A proposta é não excluir do sistema os agricultores em processo de conversão para a agroecologia (transição agroecológica) e nem repetir as debilidades do *sistema orgânico* vigente⁹², e sim, ampliar as trocas entre a economia solidária e a agricultura familiar.

O SNCJS está atualmente, estruturando duas formas de certificação/caracterização: um selo *organizacional*, para os empreendimentos, e um selo de *produto/serviço* que compreende o cumprimento de critérios compartilhados por todos os atores econômicos envolvidos na produção, comercialização e consumo deste produto ou serviço, conforme imagem a seguir:

⁹⁰ Nos meses de fevereiro /março/abril representantes do Instituto Marista de Solidariedade (IMS), Fórum de SPGs estão articulando um documento orientador para um edital público que apóie os Sistemas Participativos de Garantia.

⁹¹ Em anexo segue a lista de Empreendimentos Econômicos Solidários selecionados, referente ao Edital - UBEE/IMS – N. 01/2010 - Instituto Marista.

⁹² Uma debilidade já citada é o impedimento da OPAC atuar como uma OCS, para os casos de venda direta.



Figura 40 Representação sobre os principais atores envolvidos com os selos 'organizacional' e 'de produto', definidos pelo Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS). Fonte: Faces do Brasil

Dessa forma, nota-se, a partir da pesquisa realizada, um momento de diálogo entre os atores da rede sócio-técnica local, na soma de esforços entre os distintos movimentos⁹³ (agricultura familiar e economia solidária). O grupo de consumidores possui um perfil que vislumbra na economia solidária, alternativas de geração de renda e acesso a mercados, enquanto que a demanda pela certificação e garantia da qualidade dos centros urbanos impulsionou a estruturação de um Sistema Participativo de Garantia que é referência nacionalmente. Neste contexto, os produtores rurais ainda pouco ou nada conhecem, sobre o que vêm a ser a Economia Solidária.

Para que o Projeto Nacional de Comercialização Solidária se estruture e fortaleça, segundo o Instituto Marista de Solidariedade (IMS)⁹⁴, executor do programa, é fundamental um levantamento dos *pontos fixos* de comercialização e das *marcas* criadas, além de um *mapeamento das cadeias produtivas solidárias* no Brasil, para melhor compreensão e articulação das mesmas. Assim, necessita-se maior conexão entre os atores de todo o processo produtivo da agricultura familiar, cientes das particularidades e

⁹³ O movimento de Economia Solidária, incluindo aí o Fórum Brasileiro e Paulista de Economia Solidária, o Instituto Marista de Solidariedade (IMS) e os parceiros da região de Campinas têm articulado inúmeros eventos, feiras e debates sobre o tema, incluindo uma oficina (21 de setembro/2010) para a construção do Sistema Participativo de Garantia de São Paulo.

⁹⁴ www.ims.org.br

limitações encontradas no meio rural, assim como das dificuldades de planejamento e empreendimento de projetos rurais de base ecológica.

Quando não há consenso, diálogo ou entendimento sobre os processos sociais e naturais por trás do viés econômico da comercialização, os acordos são rompidos, gerando prejuízos e desconfiança. Se não existir parceria, cooperação e compreensão sobre o processo produtivo, a destinação final do produto ao mercado acaba sendo uma dificuldade para o produtor, fazendo com que muitos agricultores busquem alternativas (individuais), ou então, abandonem a prática agrícola.

Assim, o trabalho cooperativo ou associativo é cada vez mais estimulado, quer seja para o acesso a recursos, ou para o estabelecimento de núcleos de apoio técnico e/ou comercial, para o acesso a mercados ou às regras criadas para ele, como os SPGs e EES. Dessa forma, a partir de iniciativas coletivas, conduzidas por lideranças de espírito comunitário e empreendedor, pode-se ver germinar idéias inovadoras, ainda que sob um contexto de grande disputa, individualismo, rompimento cultural e distanciamento com a natureza.

Em pesquisa realizada em Santa Catarina (SANTIN, 2005) percebeu-se a importância aglutinadora dos canais de comercialização, visto como eixo articulador de grupos. No entanto, estes esforços de socialização constituem-se ainda como estruturas frágeis, pois dependem, sobretudo, da capacidade individual de algumas lideranças dentro das redes ou da vontade política das autoridades locais. De acordo com os dados da pesquisa, entre os agricultores da região, sejam eles vinculados à agroecologia ou à agricultura convencional, não existe a cultura da *ajuda mútua* como a troca de serviços, mutirões ou dias trabalhados nas atividades agrícolas entre agricultores de determinadas comunidades, um costume em muitas comunidades rurais tradicionais brasileiras, como herança dos sistemas de colônias. Porém, a autora afirma que existe na verdade uma *rede de ajuda mútua* através da troca solidária de produtos agrícolas entre os agricultores, ao invés de troca de mão-de-obra específica, com o objetivo de atender as necessidades de mercado. Esta troca, realizada numa lógica de reciprocidade e cooperação e com objetivos comuns,

permite que se apóiem mutuamente no sentido de satisfazer as demandas de produção diversificada exigida pelo consumidor, garantindo cada um a satisfação de sua clientela específica (SANTIN, 2005). Esta característica é fortemente percebida entre os atores identificados, nos sistemas agroalimentares locais da região de Campinas.

Sobre o trabalho cooperativo, Tauile e Rodrigues (2005) afirmam que ele leva o trabalhador a se sentir efetivamente um participante de todo o empreendimento, sendo ele proprietário dos meios de produção e co-gestor da administração e planejamento, assim como trabalhador na produção. Este fato acarreta em uma mudança de sua função econômica, pois como proprietário participa das “sobras” dos resultados e como co-gestor e trabalhador na produção interessa-se por todo o processo de produção, inserindo-se na vida do empreendimento não apenas como vendedor de sua força de trabalho, mas como agente solidário de um empreendimento coletivo.

Neste sentido, Gaiger (2006) coloca algumas exigências aos empreendimentos solidários como: assumir a base técnica herdada do capitalismo, ou, procurar desenvolver as forças produtivas específicas e apropriadas à Economia Solidária; e cotejar-se com os empreendimentos capitalistas, dando provas de superioridade do trabalho associado perante as relações assalariadas. Diante dessas questões, o autor salienta que o papel da economia solidária é o de mostrar que a autogestão não é inferior à gestão capitalista no desenvolvimento das forças produtivas (SINGER, 1999), pois a empresa associativa, dispondo de mecanismos democráticos de ajuste de decisões, é mais maleável às mudanças técnicas e às intempéries do mercado. Além disso, o maior interesse por parte dos trabalhadores garante mais empenho no aprimoramento do processo produtivo, reduzindo desperdícios e negligências, e gerando uma racionalidade solidária de compromisso com o empreendimento. No entanto, para isso, devem os empreendimentos solidários aprimorar a formação de *trabalhadores-gestores*, focando em estratégias cooperativas de gestão para a integração entre propostas urbanas e rurais.

As entidades locais devem ser encaradas como “agências de desenvolvimento” capazes de descobrir potenciais de geração de renda e de

estimular o *esforço auto-reflexivo*, permitindo uma visão crítica das formas de inserção social em que estão baseados. As entidades componentes da rede devem ser exemplares quanto ao caráter público do controle e da avaliação do que fazem. Esta obrigação traduz-se na necessidade de que os processos de avaliação a que se submetem a rede e suas organizações sejam os mais abertos possíveis e contribuam para que a sociedade possa ampliar sua reflexão sobre o sentido, as conquistas e os dilemas das várias formas de intervenção social (ABRAMOVAY, 2000). Neste sentido, as entidades participantes de circuitos locais de comercialização devem ser coerentes com princípios *éticos* pautados pelo respeito mútuo.

As redes e circuitos, portanto, devem ser tão longas quanto os princípios colaborativos alcancem, garantindo a autonomia dos diferentes grupos, através da reprodução de grupos sociais. A diversidade de atores, especialmente nas proximidades com os centros urbanos, favorece mais trocas entre campo e cidade e, por conseguinte, as oportunidades precisam ser conectadas, ao unir o desejo do consumidor, com a necessidade de comercialização do produtor.

Assim, os mercados regionais e as experiências sociais locais, por serem estruturas de uma mesma rede, devem incorporar as premissas da gestão *solidária* de processos, ou seja, cooperação, ampliando a relação de proximidade entre parceiros locais (empreendedores e agricultores familiares), potencializando-se naturalmente redes alternativas de trocas de informações e produtos, que por sua vez contribuem para uma nova leitura do trabalho associado e do trabalho rural.

5 CONCLUSÕES

Diante de um cenário de intensa urbanização, centrado em empreendimentos imobiliários, industriais e empresariais de grandes corporações e redes varejistas, a região de Campinas consolida-se como um pólo industrial, científico, tecnológico e de turismo, com expressivo mercado consumidor. Apresenta também características rurais histórico-culturais particulares através dos cultivos de frutas e hortaliças pela agricultura familiar.

A produção e comercialização de alimentos de base ecológica (orgânicos) é ainda muito baixa quando comparada às convencionais, no entanto, nota-se, mais recentemente, a consolidação de políticas, programas, grupos e instituições que atuam com foco nas práticas ecológicas, como universidades, institutos de pesquisa e extensão, contribuindo para o fortalecimento de redes sócio-técnicas e de comercialização regional.

Os mercados orgânicos, entendidos aqui como estruturas sociais, possuem múltiplos formatos (pequenas, médias e grandes redes varejistas; feiras; lojas especializadas; entregas em domicílio; cooperativas, compras coletivas, etc.) diante das particularidades dos sistemas ecológicos de produção e das configurações urbanas. Distribuidores atacadistas e locais desempenham importante função ao longo das cadeias produtivas, no escoamento da produção. No entanto, para o melhor aperfeiçoamento da distribuição regional, torna-se importante a definição, entre produtores, distribuidores, de roteiros e circuitos de comercialização frente à pequena

oferta de produtos ecológicos e solidários. As parcerias entre distribuidores e restaurantes, consumidores e empresários dispostos a cooperar com os sistemas alimentares também se tornam estratégias necessárias para o amadurecimento dos arranjos produtivos locais.

As estratégias para o crescimento do varejo devem levar em conta o aumento da produção e a conscientização/informação ao consumidor quanto às particularidades e origem dos sistemas de base ecológica, utilizando o marketing a favor do produtor. A comunicação através das mídias sociais virtuais (blogs, facebook, twitter, cirandas.net, etc.) é um importante veículo no diálogo com a nova geração de consumidores. O varejo deve também localizar-se estrategicamente (mercados de vizinhança/bairro), com organização agradável e funcional que desperte emocionalmente os consumidores. A atenção para a qualidade e diversidade na oferta de alimentos também ganha importância, com possibilidades de se fortalecer a comercialização de produtos da economia solidária, a exemplo das lojas solidárias, na Europa.

Assim, indo ao encontro da proposta ecológica, o movimento da Economia Solidária vem tomando corpo com a criação, em 2010, do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS) que tem incentivado programas voltados à agricultura familiar e à comercialização solidária, especialmente através de feiras de economia solidária, espaços de comercialização virtual e “grupos de consumidores responsáveis”.

As compras coletivas por “grupos de consumidores responsáveis” diferenciam-se dos demais sistemas de comercialização por caracterizarem-se como empreendimentos econômicos solidários que auxiliam na articulação entre redes agroecológicas e de economia solidária, trazendo informações sobre alimentação consciente e agricultura ecológica. Estes grupos podem atuar também no *controle social* da produção regional e, quando junto aos Sistemas Participativos de Garantia (SPG), como Organizações de Controle Social (OCS).

Os SPGs, que têm como objetivo inicial a certificação orgânica, possuem um grande potencial para contribuir com as economias locais criando espaços de negociação e trocas comerciais (e técnicas) entre os parceiros. Também

dão visibilidade às experiências da agricultura familiar de base ecológica, consolidando uma rede regional de *assistência técnica e extensão rural* que permite o envolvimento de consumidores e demais interessados, garantindo transparência ao processo de certificação.

Assim, apesar de a regulamentação da agricultura orgânica (Lei Federal 10.830/2003) trazer inúmeros benefícios, como a integração do sistema de certificação em um selo único nacional e a validação dos Sistemas Participativos de Garantia (SPG) como mecanismos de controle da qualidade orgânica, as leis e regulações também criam obstáculos. Passam a ser exigidos intensos trâmites burocráticos que além de, num primeiro momento, restringirem o acesso ao mercado orgânico, pela ausência de organismos regulamentados, desafiam os grupos de produtores participantes dos SPGs com novas demandas de gestão e custos, que ainda não estão devidamente equalizados de maneira a viabilizar a participação de todos os interessados.

Nota-se que tanto os grupos de consumo responsáveis como os sistemas participativos de garantia têm o trabalho voluntário como prática intrínseca. Esta característica apresenta-se por serem propostas coletivas e cooperativas, e relacionam-se com a carência de estratégias empreendedoras, administrativas e gerenciais, diante de um contexto de poucos recursos financeiros e também humanos, voltados às práticas ecológicas da agricultura familiar.

Também os empreendimentos comerciais que distribuem alimentos de base ecológica sobrevivem economicamente com certas dificuldades, em um mercado pouco estável. Outras dificuldades para o avanço da agricultura orgânica vão desde a revalorização da agricultura familiar e suas práticas até os riscos e perdas inerentes aos ciclos produtivos e comerciais, incluindo 1) a carência de trabalhadores no campo, 2) baixa assistência técnica (também em gerenciamento da produção) aos agricultores, 3) logística para a distribuição de produtos, além do 4) acesso aos mercados, apesar das iniciativas públicas positivas de compra direto da agricultura familiar (PAA) e venda para a merenda escolar (PNAE).

Algumas alternativas encontradas para contornar os obstáculos envolvem projetos coletivos, territorializados e em rede, que buscam a aproximação entre consumidor e produtor através de estruturas e acordos de apoio mútuo, como a experiência dos mercados do produtor (farmers markets) e principalmente das CSAs (Community Supported Agriculture), nos Estados Unidos. Assim, a adoção de estratégias políticas e/ou comunitárias, através de parcerias entre os atores da cadeia produtiva e cidadãos interessados no desenvolvimento do setor se torna fundamental para a manutenção e fortalecimento da agricultura familiar de base ecológica e das economias regionais.

Reforça-se que a aproximação da cidade com o campo deve ser objeto tanto das agendas sociais, políticas como pedagógicas. Enquanto não houver a reconexão com a (importância da) realidade sócio-cultural de cada território rural, questões como oferta, preço, disponibilidade e qualidade dos produtos (especialmente ecológicos), continuarão sendo fatores fortemente controlados e manipulados pelas grandes corporações existentes, incluindo aqui a mídia.

Necessita-se que sejam criadas condições de inversão da crise agrária, proporcionando emprego e renda a contento aos agricultores, ampliando-se a oferta de alimentos de qualidade à população, a fim de se garantir segurança nutricional, soberania alimentar e diminuir os riscos ambientais. Dessa forma, ressalta-se a importância de se *pensar e agir* sob o âmbito *local*, a partir do entendimento de que a agricultura familiar de base ecológica e os empreendimentos solidários se configuram como iniciativas que resistem ao sistema vigente, resgatando saberes, adaptando ou criando tecnologias de maneira inovadoras, refletindo-se, em longo prazo, em transformações sociais com vistas ao desenvolvimento rural em bases sustentáveis.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOWAY, R. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. **Economia Aplicada**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 379-397, abr./jun. 2000.

_____. As redes, os nós as teias: tecnologias alternativas na agricultura. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, n. 6, p. 159-177, nov./dez. 2000.

_____. Desenvolver os territórios fortalecendo o empreendedorismo de pequeno porte. In: FÓRUM INTERNACIONAL TERRITÓRIO, DESENVOLVIMENTO RURAL E DEMOCRACIA, 1., 2003, Fortaleza. **Relatório final**. Brasília: Banco do Nordeste; IICA; Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2003. 35 p.

_____. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 35-64, 2004.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS. **Ranking ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados**. São Paulo: Abras/Nielsen, 2010.

ABREU, L. S. de. **A construção da relação social com o meio ambiente: percepções e representações de risco agroecológico entre agricultores familiares na Mata Atlântica Brasileira**. Campinas, 2006.

ABREU, L. S. de; LAMINE, C.; BELON, S. Trajetórias da agroecologia no Brasil: entre movimentos sociais, redes científicas e políticas públicas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROECOLOGIA, 6.; CONGRESSO LATINOAMERICANO DE AGROECOLOGIA, 2., 2009, Curitiba. **Anais...** Associação Brasileira de Agroecologia- ABA, 2009. p. 1611- 1615. v. 2.

ABREU, L. S. de; KLEDAL, P.; PETTAN, K.; RABELLO, F.; MENDES, S. C. Desenvolvimento e situação atual da agricultura de base ecológica no Brasil e no Estado de São Paulo. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 26, n. 1/3, p. 149-178, jan./dez. 2009.

ALBALADEJO, C.; CASABIANCA, F. (Ed.). **La recherche-action: ambitions, pratiques, débats: études et recherché ser les systems agraires et le développement**. Paris: INRA, 1997. 212 p.

ALTIERI, M. Agroecología: principios y estrategias para una agricultura sustentable em América Latina del siglo XXI. In: MOURA, E.G.; AGUIAR, A. C.

F. O desenvolvimento rural como forma de aplicação dos direitos no campo: princípios e tecnologias. São Luís: UEMA, 2006. p. 83-99.

_____. **Agroecologia:** bases científicas da agricultura alternativa. Rio de Janeiro: AS-PTA, 1989.

ARAÚJO, E. V. de; KARAM, K. F. **Estudo dos mercados locais de produtos ecológicos:** potencialidades e limites: estudo de caso nas regiões de Curitiba/PR e Caxias do Sul/RS. Brasília: MDA, 2007. Projeto “Apoio para o aprimoramento da comercialização dos produtos da agricultura familiar de base ecológica com foco no desenvolvimento de mercados locais e na regulamentação e institucionalização dos sistemas participativos de garantia.”

AZEVEDO, E. de. **Alimentos orgânicos:** ampliando os conceitos de saúde humana, ambiental e social. Tubarão: Unisul, 2006.

AZEVEDO, P. F. **Nova economia institucional:** referencial geral e aplicações para a agricultura. São Carlos: UFSCar, 2000.

BELASCO, W. J. **Appetite for change.** New York: Pantheon, 1989.

BELLON, S.; ABREU, L.S. Rural social development: small scale agriculture in Sao Paulo, Brazil. In: HOLT, G.; REED, M. (Ed.). **Sociological perspectives of organic agriculture:** from pioneer to policy. Farnham: CABI Publishing, 2006. p. 243-260.

BETANHO, C.; EID, F.; OLIVEIRA, R.M.C. de. **Economia solidária e marketing no cooperativismo de reforma agrária: um estudo com educandos do iterra.** Em: LAUDEMIR LUIS ZART; SANDRO BENEDITO SGUAREZI; WILSON LUCONI JR.; GILMAR LAFORGA. (Org.). Processos organizacionais socioeconômicos na economia solidária. 1 ed. Cáceres. : Editora UNEMAT. 2009.v. 3, p. 121-138.

BLOCH, D. **Agroecologia e acesso a mercados:** três experiências na agricultura familiar da região Nordeste do Brasil. 2008. 193p. Consultoria para OXFAM/GB. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/9633266/Agroecologia-y-Acesso-a-Mercados>> Acesso em: 10 jul 2010.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 1980.

BRAGA, R. Desenvolvimento regional e sustentabilidade na região administrativa de Campinas, São Paulo, Brasil: uma avaliação a partir da estrutura urbano-regional. In: CONGRESSO LUSO BRASILEIRO PARA O PLANEJAMENTO URBANO, REGIONAL, INTEGRADO E SUSTENTÁVEL, 4., 2010, Faro. **Anais...** Faro. Portugal: PLURIS, 2010. 10 p.

BRANDENBURG, A. Movimento agroecológico: trajetórias, contradições e perspectivas. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, n.6, p. 11-18, 2002.

_____. Ciências sociais e ambiente rural: principais temas e perspectivas analíticas. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 1- 12, jan./jun. 2005.

BRASIL. Decreto 56.673, de 18 de janeiro de 2011 **Reorganiza o Conselho Estadual de Desenvolvimento da Agricultura Familiar - Cedaf/SP e dá providências correlatas**. Diário Oficial do Estado de São Paulo, São Paulo, v. 121, n. 13 São Paulo, jan. 2011.

BRASIL. Decreto 6.323, de 27 de dezembro de 2007. **Regulamenta a Lei no 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências**. Diário Oficial da União, Brasília, 28 dez. 2007.

BRASIL. Decreto 40.103, de 25 de maio de 1995. **Dispõe sobre a Organização do Sistema Integrado de Agricultura e Abastecimento**. Diário Oficial do Estado de São Paulo, São Paulo, 26 maio 1995. Seção 1, p. 1-2.

BRASIL. Decreto 6.447, de 7 de maio de 2008. Regulamenta o art. 19 da Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003, que **institui o Programa de Aquisição de Alimentos**. Diário Oficial da União, Brasília, 8 mai. 2008 n. 87, Seção 1, pág. 1.

BRASIL. Instrução Normativa nº 19, de 28 de maio de 2009. **Aprova os mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica e dá outras providências**. Diário Oficial da União, Brasília, 29 mai. 2009. Seção 1, p. 16.

BRASIL. Instrução Normativa nº 50, de 5 de novembro de 2009. **Institui o selo único oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica**. Diário Oficial da União, Brasília, 6 nov. 2009. Seção 1, p. 5.

BRASIL. Instrução Normativa nº 54, de 22 de outubro de 2008. **Regulamenta a Estrutura, Composição e Atribuições das Comissões da Produção Orgânica**. Diário Oficial da União, Brasília, Out.2008.

BRASIL. Lei nº 12.518, de 02 de janeiro de 2007. **Autoriza o Poder Executivo a instituir o Programa de Incentivo ao Sistema Orgânico de Produção Agropecuária e Industrial no âmbito do Estado de São Paulo**. Diário Online, 2007. p.7.

BRASIL. Lei nº 11.947 de 16 de junho de 2009. **Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar – Programa Nacional de Alimentação Escolar.** Diário Oficial da União, Brasília, n. 113, 17 jun. 2009. Seção 1, p. 2.

BRASIL. Lei n.º 10.831, de 23 de dezembro de 2003. **Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências.** Diário Oficial da União, Brasília, n.250, 24 dez. 2003. Seção 1, p.8.

BRASIL. Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006. **Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais.** Diário Oficial da União. Brasília, 27 jun. 2006.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. Instituto de Cooperação para a Agricultura. **Cadeia produtiva de produtos orgânicos.** Brasília: IICA; MAPA/SPA, 2007. 108p.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. Instituto de Cooperação para a Agricultura. **Controle social na venda direta ao consumidor de produtos orgânicos sem certificação.** Brasília, 2009. 24p.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. **Mecanismos de controle para a garantia da qualidade orgânica.** Brasília, 2009. 56p.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. **O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica.** Brasília, 2009.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. **Produtos orgânicos: sistemas participativos de garantia.** Brasília, 2009. 44 p.

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. **PRONAF: Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar.** Brasília, 1996. 37 p.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural.** Brasília, 2004.

BURG, C. I. As mulheres agricultoras na produção agroecológica e na comercialização em feiras no sudoeste paranaense. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 7., 2006, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2006.

BYÉ, P.; SCHMIDT, V.; SCHMIDT, W. Transferência de dispositivos de reconhecimento da agricultura orgânica e apropriação local: uma análise sobre a Rede Ecovida. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, n. 6, p.81-93, 2002.

CANO, W. **Introdução à economia**: uma abordagem crítica. 2. ed. São Paulo: UNESP, 2007.

CAPORAL, F. R. **Agroecologia não é um tipo de agricultura alternativa**. Brasília, 2005. Disponível em: <<http://www.coopgirasol.com.br/UserFiles/Leituras/Agroecologia%20nao%20e%20um%20tipo%20de%20agricultura%20alternativa.pdf>>. Acesso em: dez 2010.

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./jun. 2002.

CAPRA, F. **As conexões ocultas**: ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultirx, 2002. 296p.

CARMO, M. S. do. A produção familiar como locus ideal da agricultura sustentável. **Agricultura em São Paulo**, São Paulo, v. 45, n. 1, p. 1-15, 1998.

_____. Agricultura familiar: lucratividade e sustentabilidade. **Cadernos da FACECA**, Campinas, v. 14, n. 12, p. 157-171, jul./dez. 2005.

_____. Agroecologia: novos caminhos para a agricultura familiar. **Revista Tecnologia e Inovação Agropecuária**, São Paulo: APTA/ SAASP, v.1, n.2, p.28-40, dez. 2008.

CARMO, M. S. do; COMITRE, V. Pensar localmente agir localmente: a perspectiva territorial no rural contemporâneo. In: CONGRESSO LATINOAMERICANO DE SOCIOLOGIA RURAL, 8., 2010, Porto de Galinhas. **Anais...** Porto de Galinhas, 2010. 20 p.

CARMO, M. S. do; PINTO, M S V; COMITRE, V. Estratégias agroecológicas de intervenção em assentamentos humanos: extensão para um rural sustentável. In: FERRANTE, V. L. B.; WHITAKER, D.C. (Org.). **Reforma agrária e desenvolvimento**: desafios e rumos da política de assentamentos rurais. Brasília: MDA; São Paulo: Uniara, 2008. Parte III. p. 239-270.

CARNEIRO, M. J. Política pública e agricultura familiar: uma leitura do Pronaf **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro: UFRRJ, v. 8, p. 70-82, abr. 1997.

CARVALHO, Y. M. C. de. Agricultura orgânica e o comércio justo. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v.19, n.2, p.205-234, maio/ago. 2002.

_____. Alternativas de comercialização: certificação e comércio de produtos orgânicos. In: SEMINÁRIO DE COMERCIALIZAÇÃO E AGROINDÚSTRIA FAMILIAR, 2006, São Paulo. **Comercialização e Agroindústria familiar: desafios e conquistas**. Brasília: MDA/ SAF/PRONAF/ ITESP, 2006. p. 129-144.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M. O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. In: LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E.; MACIEL, M. L. (Org.). **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**. São Paulo: Relume Dumará, 2003. cap.1. p. 21-34.

CASSIOLATO, J. E.; SZAPIRO, M. Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. In: LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E.; MACIEL, M. L. (Org.). **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**. São Paulo: Relume Dumará, 2003. cap.2. p. 35-50.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COORDENADORIA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA INTEGRAL/ GRUPO DE DESENVOLVIMENTO RURAL (CATI/GDR). **Programa municipal de valorização da zona rural de Campinas**. Campinas, 2004. Apresentação de Power Point.

COORDENADORIA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA INTEGRAL (CATI). **Projeto LUPA: levantamento censitário das unidades de produção agropecuárias do estado de São Paulo**. Coordenadoria de Assistência Técnica Integral. Disponível em: <<http://www.cati.sp.gov.br/projetolupa/>>. Acesso em: 15. fev. 2011.

_____. **Plano Regional de Desenvolvimento Rural Sustentável: regional Campinas**. Conselho Regional de Desenvolvimento Rural, Escritório de Desenvolvimento Rural de Campinas. Período de vigência: 2010 a 2014. Disponível em: <http://www.cati.sp.gov.br/new/cmdr_plano.php?cod_mun=109>. Acesso em: 05. Abr. 2011.

CHAYANOV, A.V. **La organización de la unidad económica campesina**. Buenos Aires: Nueva Vision.,1974. 339 p.

COHN, G.; WEBER, F. **Sociologia**. 3. ed. São Paulo: Àtica, 1986.

COLEMAN, J. S. **Foundations of social theory**. Cambridge: Harvard University Press, 1990.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO (CONAB). **Diagnóstico dos mercados atacadistas de hortigranjeiros**. Programa de Modernização do Mercado Hortigranjeiro - PROHORT. Companhia Nacional de Abastecimento -

MAPA. Disponível em: <<http://www.ceasa.gov.br/dados/publicacao/pub47.pdf>>. Acesso em: 10. Nov. 2010.

CORRALES, F. M.; FAGUNDES, G. G. **Experiências em agroecologia:** caminhos percorridos e perspectivas nas regiões da Mantiqueira-Mogiana e do Pontal do Paranapanema. Rede de Agroecologia Mantiqueira-Mogiana, Ministério do Desenvolvimento Agrário. Campinas: Embrapa. dez. 2007. 58p.

COSTA, M. B. B. da; CAMPANHOLA, C. **A agricultura alternativa no estado de São Paulo.** Jaguariúna: Embrapa Meio Ambiente, 1997. 63p.

CRISTÓVÃO, A.; TIBÉRIO, M. L. **Comprar fresco, comprar local:** será que temos algo a aprender com a experiência americana? In: COLÓQUIO HIBÉRICO DE ESTUDOS RURAIS, CULTURA, INOVAÇÃO E TERRITÓRIO, 2008, Coimbra. **Anais...** Coimbra. CIER, 2008.

DAROLT, M. R. Agricultura orgânica: aspectos gerais, situação atual e perspectivas. In: REUNIAO SUL-BRASILEIRA DE FEIJÃO; REUNIAO ANUAL PARANAENSE, 2001, Londrina. **Anais...** Londrina: IAPAR, 2001. p.64-69.

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

DAROLT, M. R.; CONSTANTY, H. Producers and consumers relationship strategies in the organic market in Brazil. In: CONFERENCE OF THE INTERNATIONAL SOCIETY OF ORGANIC AGRICULTURE RESEARCH ISOFAR, 2., 2008, Italy. **Cultivating the future based on science.** Modena: ISOFAR/IFOAM, 2008. p. 518-521.

DELGADO, G. C.; Expansão e modernização do setor agropecuário no pós-guerra: um estudo da reflexão agrária. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 15, n. 43, 2001. p.157-72.

DEMATTEIS, G. Sistema Local Territorial (SLOT): um instrumento para representar, ler e transformar o território. In: ALVES, A. F.; CORRIJO, B. R.; CANDIOTTO, L. Z. P. (Org.). **Desenvolvimento territorial e agroecologia.** São Paulo: Expressão Popular, 2008. p. 33-46.

DIMAGGIO, P.; LOUCH, H. Socially embedded consumer transactions: for what kind of purchases do people most often use networks? **American Sociological Review**, v. 63, p. 619-637, 1998.

RIO APA, H. C. G. Dinâmica da comercialização de produtos orgânicos na Ecofeira da Lagoa da Conceição (Florianópolis, SC). Florianópolis, 2007. **Monografia** curso de Agronomia, Universidade Federal de Santa Catarina. 2007.

DULLEY, R.D.; TOLEDO, A.G.F. **Preços agrícolas orgânicos**: uma questão controversa. Disponível em: <http://www.planetaorganico.com.br/TrabDulleyAless.htm>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

EHLERS, E. **Agricultura sustentável**: origens e perspectivas de um novo paradigma. São Paulo: Livros da Terra, 1996. 178 p.

EID, F.; CHIARIELLO, C. L. A Economia Solidária diante do debate entre os pensamentos liberal e marxista contemporâneo sobre a organização do trabalho nas cooperativas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS DO TRABALHO, Salvador. **Anais...** Salvador: 2007.

EID, F.; PIMENTEL, A. E. B. Contribuição ao debate teórico sobre desenvolvimento local e cadeias produtivas. **Revista Conexões**: Revista do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Belém, v. 1, n. 1, p. 3-203, ago./dez. 2008.

FACES DO BRASIL. **Comércio justo no Mundo**: conceitos e princípios. Disponível em: <<http://www.facesdobrasil.org.br/comerciojustonomundo.html>>. Acesso em: 05 out. 2010.

_____. **Comércio justo no mundo**: histórico do movimento Disponível em: <<http://www.facesdobrasil.org.br/>>. Acesso em: 15 jan. 2011.

_____. **Sugestão de diretrizes para inserção do tema CJS no Sistema Brasileiro de SAN**. Disponível em: <www.facesdobrasil.org.br/.../437-comercio-justo-e-solidario-cjs-no-sistema-brasileiro-de-seguranca-alimentar-e-nutricional-san.html>. Acesso em: 10 mar. 2011.

FAIR TRADE FEDERATION. **Code of practice**: Fair Trade membership practices. Disponível em: <<http://www.fairtradefederation.org/ht/a/GetDocumentAction/i/12162>>. Acesso em: 05 jan. 2011.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). **Agricultural management, marketing and finance service**. Rome, 2007.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION / INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA AGRÁRIA (FAO/INCRA). **Diretrizes de política agrária e desenvolvimento sustentável**. Brasília, março 1994. Versão resumida do Relatório Final do Projeto UTF/BRA/036.

_____. **Guia metodológico**: diagnóstico de sistemas agrários. Brasília, 1999. 58p.

FARINA, E. M. M. Q. et al. **Estudo do sistema agroindustrial de produtos orgânicos no estado de São Paulo**. São Paulo: SEBRAE, 2002. 289 p.

FAULIN, E. J.; AZEVEDO, P. F. Distribuição de hortaliças na agricultura familiar: uma análise das transações. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 33, n. 11, nov. 2003. 14 p.

FERREIRA, A. D.; BRANDEMBURG, A. (Org.). **Para pensar outra agricultura**. Curitiba: UFPR, 1998.

FONSECA, M. F. de A. C. **Agricultura orgânica: regulamentos técnicos para acesso aos mercados dos produtos orgânicos no Brasil**. Niterói : PESAGRO-RIO, 2009. 119 p.

_____. Cenários no SAA no século XXI: algumas tensões e negociações encaradas pelo enfoque orgânico e agroecológico. In: CONFERÊNCIA VIRTUAL GLOBAL SOBRE PRODUÇÃO ORGÂNICA DE BOVINOS DE CORTE, 2002, Local. **Anais...** Disponível em: <<http://www.cpap.embrapa.br/agencia/congressovirtual/pdf/portugues/05pt02.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

FONSECA, M. F. de A. C.; CAMPOS, F. F. de. **Organic market in the state of Rio de Janeiro – Brasil: an option for family farmers searching for competitiveness in fruits, legumes and vegetables segment**. 20 p. Disponível em: <<http://www.rimisp.org/ifsa/php/simposio/documentos/253.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2011.

FONSECA, M. F. de A. C.; NOBRE, F. G. de A. Fatores estimuladores e inibidores do crescimento da produção e da demanda pela agricultura orgânica. **Pesquisa Agropecuária & Desenvolvimento Sustentável**, Niterói, v. 1, p. 71-89, 2002.

FONSECA, M. F. de A. C.; ALMEIDA, L. H. M. de; COLNAGO, N. F.; SILVA, G. R. R. Características, estratégias, gargalos, limites e desafios dos circuitos curtos de comercialização de produtos orgânicos no Rio de Janeiro: as feiras. **Revista Brasileira de Agroecologia** [on line], v. 4, n. 2, p. 2599-2602, nov. 2009.

FÓRUM PAULISTA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. Apresentação de power point. PINHO, L. (Org.). **Sistema participativo de garantia**. 2010. Disponível em:<<https://docs.google.com/leaf?id=0B2V5mreW634bZDMwNTNINTctODIjNi00NWm2LTliM2ltNzFiYmQ2ZTE5ZGEx&sort=name&layout=list&num=50>>. Acesso em: 15 jan. 2011.

FRANCISCO, V. L. F. dos S.; SILVA, P. R. Agricultura na região metropolitana de Campinas. **Análises e Indicadores do Agronegócio**, São Paulo, v. 1, n. 12, dez. 2006.

FREIRE, P. **Ação cultural para a liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO. **Alimentação escolar**: apresentação. Disponível em: <<http://www.fnde.gov.br>>. Acesso em: 05 out. 2010.

GAIGER, L. I. A economia solidária diante do modo de produção capitalista. In: **Economia Solidária**, São Leopoldo: UNISINOS, v. 1, 2006. 19 p. Disponível em: <www.ecosol.org.br>. Acesso em: 15 out. 2010.

_____. Significados e tendências da economia solidária. In: **SINDICALISMO e economia solidária**. São Paulo: CUT, 1999. p. 29-42.

GRUPO DE AGRICULTURA ORGÂNICA (GAO). **Construindo a certificação participativa em rede no Brasil**: cartilha para subsidiar as oficinas locais. Florianópolis: Grupo de Agricultura Orgânica, 2004. 44p.

GLIESSMAN, S. R. **Agroecologia**: processos ecológicos em agricultura sustentável. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GODOY, W. I.; ANJOS, F. S. dos. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. **Revista Brasileira de Agroecologia** [on line], v.2, n.1, p. 364-368, fev. 2007.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, New York: University Of Chicago, v. 91, p. 481-510, 1985.

GUIVANT, J. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. **Ambiente e Sociedade** [on line], v. 6, n. 2, p. 81, 2003.

GUIVANT, J.; FONSECA, M. F. de A. C.; RAMOS, F. S.V.; SCHWEIZER, M. **Os supermercados e o consumo de FLV orgânico certificado**. Niterói: PESAGRO-RIO, 2003. 109p.

GUTHMAN, J. **Agrarian dreams**: the paradox of organic farming in California. San Diego: University of California Press, 2004, 250p.

GUZMÁN, E. S. Agroecologia e desenvolvimento rural sustentável. In: AQUINO, A. M. de.; ASSIS, R. L. (Ed.). **Agroecologia**: princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável. Brasília: Embrapa Informação tecnológica, 2005. 517p.

HAND, M. S. Local food supply chains use diverse business models to satisfy demand. **Economic Research Service/USDA**, Amberwaves, v. 8, n. 4, p. 19-23, 2010.

HINES, C. **Localization: a global manifesto**. London: Earthscan Publications, 2000. 290 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo agropecuário 1995/96**. Rio de Janeiro, 1996.

_____. **Censo agropecuário 2006: Brasil, grandes regiões e unidades da federação**. Rio de Janeiro: MPOG, 2009.

INTERNATIONAL FEDERATION OF ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENTS (IFOAM). **Rules of procedure of GALCI**. Lima: GALCI Founding Assembly, 2006. Disponível em: <http://www.ifoam.org/about_ifoam/initiatives/pdfs/GALCI_%20RoP.pdf>. Acesso em: 10 out. 2010.

_____. **Participatory guarantee systems for organic agriculture**. 2008. Disponível em: <http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/pgs.html>. Acesso em: 10 out. 2010.

_____. **Principles of organic agriculture**, 2005. Disponível em: <http://www.ifoam.org/about_ifoam/principles/index.html>. Acesso em: 10 out. 2010.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA DE ALIMENTOS (ITAL). **Brasil Food Trends 2020**. Campinas: ITAL; São Paulo: FIESP, 2010. 176 p.

KAGEYAMA, A. A. **Desenvolvimento rural: conceitos e aplicação ao caso brasileiro**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

KANTAR WORLD PANEL. Retratos do varejo APAS – Associação Paulista de Supermercados. In: CONGRESSO DE GESTÃO EM SUPERMERCADOS, 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: APAS, 2009.

KARAN, K, F. Comercialização, consumo e consumidor de produtos agroecológicos: um estudo de caso na região da Grande Florianópolis. **Revista Brasileira de Agroecologia** [on line], v. 1, n.1, p. 1045-1048, nov. 2006.

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

KAUCHAKJE, S.; PENNA, M. C.; KLAUS, F.; DUARTE, F. Redes socio-técnicas y participación ciudadana: propuestas conceptuales y analíticas para el uso de las TICs REDES. **Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales - REDES**, Barcelona, v. 11, n. 3, p. 1-26, dic. 2006.

LAMARCHE, H. (Coord.). **A agricultura familiar, uma realidade multiforme: comparação internacional**. Campinas: Unicamp, 1993.

LOW EXTERNAL INPUT SUSTAINABLE AGRICULTURE (LEISA). Farmers return to the local economy. **LEISA Magazine**, Amersfoort: ILEIA, v.17, n.2, p. 4-5, jul. 2001.

MAATMAN, A.; SCHRADER, T. Theme overview: enhancing farmers' entrepreneurship: creating conditions for growth. **LEISA Magazine on Low External Input and Sustainable Agriculture**, Amersfoort, v. 25, n. 2, p. 6 - 8, jun. 2009.

MAGNANTI, N. J. Circuito Sul de circulação de alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia. **Agriculturas**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 26-29, jun. 2008.

MARQUES, R.; PEIXOTO, J. (Org.). **A Nova sociologia econômica: uma antologia**. São Paulo: CELTA, 2003.

MARTINE, G. Fases e faces da modernização agrícola brasileira. **Planejamento e Políticas Públicas**, Brasília: IPEA, v.1, n.3, p.3-44, jun. 1990.

MARTINS, V. A.; FILHO, W. P. C.; BUENO, C. R. F. Preços de frutas e hortaliças da agricultura orgânica no mercado varejista da cidade de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.36, n.9, p. 42-52, set. 2006.

MARTINEZ, S. W. Varied interests drive growing popularity of local foods. **Economic Research Service/USDA**, Amberwaves, v. 8, n. 4, p. 10-18, 2010.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, s.d. v. 4. 374 p.

McFADDEN, S. **The history of Community Supported Agriculture: part I, II and III**. Rodale Institute, 2004. Disponível em: <<http://newfarm.rodaleinstitute.org/features/0104/csa-history/part1.shtml>>. Acesso em: 07 mar. 2011.

MEIRELLES, L. Sistemas Participativos de Garantia: origem, definição e princípios. **Revista de Agricultura Ecológica de AGRECOL**, Cochabamba, Bolívia, n. 7, 2007. Disponível em: <www.centroecologico.org.br/certificacao_download.php> Acesso em: 10 maio, 2010.

_____. **Regulation of the participatory guarantee systems in Brazil: a case study**. International Federation of Organic Agriculture Movements [on line] 2010. Case study commissioned by IFOAM. Disponível em: <http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/pgs/pdfs/RegulationofPGSinBrazil-casestudy.pdf> Acesso em: 10 mar. 2011.

MEIRELLES, L.; SANTOS, L.C.R. Ecovida Agroecology Network: developing credibility. In: International Federation of Organic Agriculture Movements-

IFOAM (Ed.). **Participatory guarantee systems: case studies** Brazil, India, New Zealand, USA. Germany, 2005. p. 33-44.

MINISTÉRIO do Desenvolvimento Agrário. **Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural**. Versão Final: 25/05/2004. MDA, Brasília: 2004.

MIQUELINO, F. L. de C.; LEITE, M. A. D. F. D. **Dossiê Cendotec Campinas**. 2005. Disponível em: <<http://www.cendotec.org.br/pdf/dossiecampinaspr.pdf>>. Acesso em: 05 ago 2009.

NEVES, C. P. N. Certificação como garantia da qualidade dos produtos orgânicos. In: AQUINO, A. M.; ASSIS, R. L. (Ed.). **Agroecologia: princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável**. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2005. p.239 – 256.

NIELSEN. **Estrutura do varejo brasileiro**. São Paulo: Nielsen, 2010.

OBSERVATÓRIO METROPOLITANO – Indicadores da RMC. Região Metropolitana de Campinas. Apresentação de power point. Campinas: AGENCAMP, 2008. Disponível em <<http://www.observatoriometropolitano.com.br/mapainterativo.php>> Acesso em 10 fev 2011

O QUE É um preço Justo? **Boletim Comércio Justo**, Lisboa, n. 2, 2006. Disponível em: <<http://coresdoglobo.org/boletim/02destaque.htm>>. Acesso em: 15 fev. 2010.

PAULILO, M. I.; SCHMIDT, W. (Org.). **Agricultura e espaço rural em Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 2003.

PETERS, S. **The land in trust: a social history of the organic farming movement**. 1979. 337f. Thesis (Ph.D. in – Sociology) - McGill University, Montreal, 1979.

PETROVICSA, S.; CHIONCELB, N.; KARNERB, S.; SALZERA, I. Organic plus – (re)politisation of the food sector? Reflections on two case studies. **9th** European IFSA Symposium, 4-7 July 2010, Vienna ,Austria.

PINTO, L. A. C. G. A população do rural contemporâneo de Campinas. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS POPULACIONAIS, 13., 2002, Ouro Preto. **Anais...** Ouro Preto, 2002. 17 p. Disponível em: <http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/anais/pdf/2002/GT_MA_PO38_Pinto_teto.pdf> Acesso em: 18 nov. 2010.

PIRAT, M. **Dynamiques et formes de transition dès exploitations agricoles vers l’agriculture biologique au Brésil, Region de Campinas, Etat São Paulo**. Montpellier: Institut des Region Chaudes, 2007. 117 p.

PISTELLI, R.; A experiência da Cooper Ecosol e os aportes do consumo responsável na consolidação de novos paradigmas de produção e consumo. In: MORAES, L.; BORGES, A. (Org.). **Novos paradigmas de produção e consumo**: experiências inovadoras. São Paulo: Instituto Pólis, 2010. p.179-219.

PLOEG, J. D. van der. **Camponeses e impérios alimentares**: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: UFRGS, 2008. 372 p.

_____. Revitalizing agriculture: farming economically as starting ground for rural development. **Sociologia Ruralis**, Reino Unido, v. 40, n.4, p. 497-511, 2000.

POLLAN, M. **The food movement**. 2010. Disponível em: <<http://www.nybooks.com/articles/archives/2010/jun/10/food-movement-rising/?page=2>>. Acesso em: 18 dez. 2010.

PRETTY, J. **Taking back the middle for local economies**. 1998. Disponível em: <<http://www2.essex.ac.uk/ces>>. Acesso em: 10 mar. 2011.

PRIMAVESI, A; **Agroecologia**: ecosfera, tecnosfera e agricultura. São Paulo: Nobel, 1997.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

RABELATTO DOS SANTOS, L. C. **Certificação Participativa em rede**: um processo de certificação adequado à agricultura familiar agroecológica no sul do Brasil. Santa Catarina, 2005. Relatório técnico final – Cnpq. Disponível em: <www.centroecologico.org.br/certificacao_download.php> Acesso em: 10 nov. 2010.

RADOMSKY, G. F. W. Práticas de certificação participativa na agricultura ecológica: rede, selos e processos de inovação. **Revista IDEAS**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 133-164, jan./jun. 2009.

REDE ECOVIDA. **Uma identidade que se constrói em rede**. Lapa, 2007. p. 1-46. (Caderno de Formação, 1).

REIJNTJES, C.; HAVERKORT, B.; WATERS-BAYER, A. **Agricultura para o futuro**: uma introdução à agricultura sustentável e de baixo uso de insumos externos. Tradução de John Cunha Comerford. Rio de Janeiro: AS-PTA, 1994. 324 p.

REZENDE, C. L.; FARINA, E. M. M. Q. Assimetria informacional no mercado de alimentos orgânicos. In: CONGRESSO DA INTERNATIONAL FARM

MANAGEMENT ASSOCIATION, 15.,.. 2005, Campinas. **Anais...** Cidade de
Publicação: Editora, ano. CD-ROM.

RODRIGUES, V. L. G. O conselho municipal de desenvolvimento rural de
Campinas e o grupo de desenvolvimento rural sustentável: aproximações e
divergências. In: CONGRESSO DA SOBER, 47., 2009, Porto Alegre.
Desenvolvimento Territorial e Ruralidade. Brasília: SOBER, 2009.

ROSSI, A.S. et al. Rede regional de agroecologia: um plano piloto: um sistema
de informações integradas na gestão rural sustentável. **Revista Brasileira de
Agroecologia**, Porto Alegre, v. 2, n.1, p. 1724-1730, 2007.

SACHS, I. **Espaços, tempos e estratégias de desenvolvimento.** São Paulo:
Vértice, 1986.

_____. **Estratégias de transição para o Século XXI:** desenvolvimento e Meio
Ambiente. São Paulo: Studio Nobel/FUNDAP, 1993.

SÁNCHEZ, P. C. **Certificación participativa de productos ecológicos
posibilidades de implantación em latinoamérica de un sistema de
certificación alternativo al de tercera parte.** 2009. 379 f. Tesis (Doctoral) –
Universidad de Almería, Almería-Espanha, 2009.

SANTIN, L. **O papel dos sistemas locais de conhecimento agroecológico
no desenvolvimento territorial sustentável:** estudo de caso junto a
agricultores familiares no litoral centro-sul do Estado de Santa Catarina. 2005.
Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Centro de Ciências Agrárias,
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

SANTOS, F. L. B.; MONTEIRO, P. C.; GUIMARÃES, R. C. S. **Construção e
fortalecimento de uma imagem turística regional a partir da valorização
dos produtos agrícolas:** um estudo de caso brasileiro. Disponível em:
<<http://www.rimisp.org/FCKeditor/UserFiles/File/documentos/docs/pdf/0511-006549-18gtfuacutelvialetiacuteciabaiochidossantospaulacamilamontei.pdf>>.
Acesso em: 10 mar. 2011

SANTOS, B. de S. Prefácio. In: SANTOS, B. de S. **Produzir para viver:** os
caminhos da produção não capitalista. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira,
2002. p. 81-130.

SCHMITT, C. J.; TYGEL, D. Agroecologia e economia solidária: trajetórias,
confluências e desafios In: PETERSEN, P. (Org.). **Agricultura familiar
camponesa na construção do futuro.** Rio de Janeiro: AS-PTA, 2009. 168 p.

SCHNEIDER, J. W. **Pesquisa mundial de comércio justo.** Brasília: Sebrae,
2007. 211p. (Série Mercado).

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Inteligência comercial para arranjos produtivos locais**: unidade de acesso a mercados. 2004. 73p. (Manual Operacional, 1).

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SERRANO, O. **Desafios e benefícios da produção e comercialização de alimentos orgânicos**. São Paulo: Câmara Municipal de São Paulo, 2011. Palestra proferida no seminário. Taquigrafia sem revisão.

SERVA, M.; ANDION, C. O controle coletivo dos riscos ambientais na produção de alimentos: uma análise do sistema de certificação participativa na rede ecovida de agroecologia. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM AMBIENTE E SOCIEDADE, 2., 2004, Indaiatuba. **Anais...** São Paulo, 2004. 20p.

SERVA, M.; ANDION, C. El papel de los consumidores en el fortalecimiento de la economía plural: el caso de las asociaciones de consumidores de productos orgánicos en el sur de Brasil. **Revista Venezolana de Economía Social**, Trujillo/Venezuela, v. 7, n. 14, p. 5-36, jul./dic. 2007.

SHIMIZU, H. Y. **A atividade agropecuária na região metropolitana de Campinas**: subsídios para a elaboração de um plano municipal de desenvolvimento rural. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Engenharia Agrícola, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.

SILVA, P. R. et al. Tradição do cultivo da uva Niagara no Estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 36, n. 1, p.33-42, jan. 2006.

SILVA, C. A.; RIBEIRO, A. C. T. MetrÓpole, trabalho e contextos da vida coletiva: algumas reflexões sobre a dimensão espacial da tecnologia social e da economia solidária. In: BOCAYUVA, P. C. C.; VARANDA, A. P. de M. (Org.). **Tecnologia social, economia solidária e políticas públicas**. Rio de Janeiro: FASE: IPPUR, UFRJ, 2009. p.113-128.

SINGER, P. Economia solidária: um modo de produção e distribuição. In: SINGER, P.; SOUZA, A. (Org.). **A Economia Solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

_____. Economia Solidária como estratégia e política de desenvolvimento. In: ANDRADE, M.R. (Org.). **Comercialização e agroindustrialização familiar**: desafios e conquistas. Brasília: MDA/ SAF: PRONAF: Itesp, 2008. p. 115-120.

SINGER, P. I.; SOUZA, A. R. de (Org.). **A Economia Solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000. (Coleção Economia).

- SIXEL, B. T. **O que é a agricultura biodinâmica**. 2003. Disponível em: <<http://www.sab.org.br/agric-biod/>>. Acesso em: 07 out. 2010.
- SOARES, M. D. O.; FAGNANI, M. A.; BERGAMASCO, S. M. P. P. Algumas contradições do turismo no espaço rural em municípios do estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.38, n.1, p. 48-53, jan. 2008.
- STRINGHETA, P.C.; MUNIZ, J.N. Mercado de produtos orgânicos: além do natural. In: _____. (Org.). **Alimentos orgânicos: produção, tecnologia e certificação**. Viçosa: UFV, 2003. p.123-138.
- SWEDBERG, R. Markets as social structures. In: SWEDBERG, R.; SMELSER, N. J. **The handbook of economic sociology**. Princeton: Princeton University Press; Russel Sage Foundation, 1994.
- SWEDBERG, R. Sociologia econômica: hoje e amanhã. **Tempo Social: Revista de Sociologia da USP**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 7-34, 2004.
- TAUILE, J. R.; RODRIGUES, H. **Economia solidária e autogestão: a criação e re-criação de trabalho e renda**. 2005. Disponível em: <www.unitrabalho.org.br>. Acesso em: 10 nov. 2010.
- TAUILLE, J. R.; DEBACO, E. S. Autogestão no Brasil: a viabilidade econômica de empresas geridas por trabalhadores. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA POLÍTICA, 7.; COLÓQUIO LATINO-AMERICANO DE ECONOMISTAS POLÍTICOS, 2., 2002. Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2002.
- TERRAZZAN, P. **Caracterização da logística de distribuição de hortaliças orgânicas na cidade de São Paulo**. 2009. 133f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de São Carlos- UFSCar, Araras, 2009.
- THIOLLENT, M. A metodologia participativa e sua aplicação em projetos de extensão universitária. In: THIOLLENT, M.; ARAÚJO FILHO, T.; SOARES, R. L. S. (Org.). **Metodologia e experiências em projetos de extensão**. Niterói: Eduff, 2000. 341 p.
- TYGEL, D. **Levantamento inicial de entidades que trabalham com a comercialização ou consumo de produtos agroecológicos no Brasil: em busca de iniciativas dentro da perspectiva da Economia Solidária**. Caldas: Programa de Economia Solidária da Embaixada da França, 2003.
- UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE (USDA). **Number of farmers markets continues to rise in U.S.** Washington: Department of Agriculture's Agricultural Marketing Service, 2008.
- VEIGA, J. E.; O Brasil rural ainda não encontrou seu eixo de desenvolvimento. **Estudos Avançados**, São Paulo, v.15, n.43, p. 101-119, 2001.

VERDEJO, M.E. **Diagnóstico rural participativo**: guia prático DRP. Brasília: MDA/ Secretaria da Agricultura Familiar, 2006. 62p.

VIVAS, E. La distribución moderna: la invasión de los supermercados. **Viento Sur**, Espanha, n. 94, 2008. Disponível em: <<http://www.vientosur.info>>. Acesso em: dia mês abreviado ano.

VOSSENAAR, R.; WYNEN, E. (Ed.). **Trading opportunities for organic food products from developing countries**. India: UNCTAD; Impression Communications, 2004. 163 p.

WANDERLEY, M. N. B. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. **Estudos, sociedade e agricultura**, Rio de Janeiro, n. 21, p. 42-61, out 2003.

_____. A exploração familiar no Brasil. In: LAMARCHE, H. (Coord.). **A agricultura familiar, uma realidade multiforme**: comparação internacional. Campinas: Unicamp, 1993. v.1. 336p.

_____. A ruralidade no Brasil moderno: por un pacto social pelo desenvolvimento rural. In: GIARRACCA, N. (Comp.). **¿Una nueva ruralidad en América Latina?** Buenos Aires: CLACSO, 2001. p. 31-44.

_____. O lugar dos rurais: o meio rural no Brasil moderno. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 1997, Natal. **Anais...** Natal: SOBER, 1997. p. 90-113.

_____. O agricultor familiar no Brasil: um ator social da construção do futuro. In: PETERSEN, P. (Org.). **Agricultura familiar camponesa na construção do futuro**. Rio de Janeiro: AS- PTA, 2009. 168 p.

WEZEL, A.; BELLON, S. DORÉ, T.; FRANCIS, C.; VALLOD, D.; DAVID, C. **Agroecology as a science, a movement and a practice**: a review. Paris: INRA, 2009.

WHITAKER, D. C. A. **Sociologia rural**: questões metodológicas emergentes. São Paulo: Letras à Margem, 2002. 256 p.

WUERGES, E. W. Feiras-Livres como uma forma de popularizar a produção e o consumo de hortifrutigranjeiros produzidos com base na Agroecologia. **Revista Brasileira de Agroecologia** [on line], v. 2, n. 2, p. 567-570, out. 2007.

ZERBINI, F.; PISTELLI, R. A comercialização no contexto do comércio ético e solidário, In: FRANÇA, Cassio L. de (Org.). **Comércio ético e solidário no Brasil**. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert/ILDES, 2003. 144 p.

ZUCKERMAN, B. On Networks and markets by Rauch and Casella, eds..
Journal of Economic Literature, Pittsburgh, v. 41, p. 545-563, 2003.

7 ANEXO

7.1 Roteiros de entrevista

Roteiro 01

Supermercados - Lojas – Feiras

- 1 Identificação
 - 1.1 Estabelecimento:
 - 1.2 Razão social
 - 1.3 Endereço: Bairro:
 - 1.4 Município: Mesorregião:
 - 1.5 Fone: Fax: e-mail:
 - 1.6 Nome do Informante: Cargo/Função:
 - 1.7 Ano de fundação/implantação do estabelecimento:
 - 1.8 Ano em que iniciou a comercialização com orgânicos:
 - 1.9 Porque decidiu comercializar produtos orgânicos?
- 2 Fornecedores
 - 2.1 Atualmente existem vários fornecedores (produtores e empresas) neste setor?
 - 2.2 Mudanças e motivos de fornecedores nos últimos dois anos (considerar os produtos no geral): () trocou, () aumentou, () diminuiu
 - 2.3 Quais os critérios com relação à aquisição dos produtos orgânicos?
 - 2.4 No caso dos produtos vencidos, qual é o procedimento?
- 3 Perdas e dificuldades
 - 3.1 As perdas costumam ser muito grandes? Qual procedimento utilizado para não obterem prejuízos (rateio)?
 - 3.2 O estabelecimento oferece algum serviço/apoio ao fornecedor? Qual?() assistência técnica; () fornece insumos; () transporte; () embalagem; () certificação; () outra
 - 3.3 Costuma ocorrer falta de produtos orgânicos? Quais?
 - 3.4 Quais maiores dificuldades/ restrições enfrentadas na efetivação das compras desta cadeia produtiva?
- 4 Comercialização de produtos orgânicos
 - 4.1 Listar os principais produtos comercializados dentre os grupos apontados:

- 4.2 Existe intenção de ampliar o leque de produtos orgânicos ofertados nesse estabelecimento ou feira? (novos produtos, produtos semi-elaborados, processados, outros)
- 5 Informações do consumidor
 - 5.1 Quem são os principais compradores dos produtos que o supermercado, loja ou feira comercializa? (renda, idade, sexo, hábitos, motivações, estilo de vida, etc)
 - 5.2 Como são apresentados os produtos orgânicos para o consumidor? (separado dos outros, não há separação, em ilhas próprias). E qual o layout dos FLV na loja?
 - 5.3 Quais as estratégias desenvolvidas na comercialização de produtos orgânicos? (maior oferta de produtos, diversificação, promoção, degustação, divulgação)
 - 5.4 O produto orgânico costuma ser mais caro que o produto convencional? Se sim, por quê?
 - 5.5 Qual o procedimento para a elaboração do preço de venda? Tabelado na rede?
- 6 Informações Gerais
 - 6.1 Existem incentivos para o setor? (Sebrae, órgãos públicos) Que tipo de política pública/ação dos Governos poderia garantir o crescimento do setor?
 - 6.2 Existe algum veículo de informação que circula entre os lojistas que esclarece sobre o setor?
 - 6.3 Outras considerações

Roteiro 02

Pesquisadores, Técnicos, Extensionistas

- 1 Num panorama geral, como o Sr.(a). identifica a agricultura da região de Campinas? (tecnificada? subsidiada?) Em crescimento/desenvolvimento, ou em declínio?
- 2 Qual produção/cultivo característico e representativo ao longo dos anos?
- 3 Qual o perfil destes produtores?

- 4 Quando surgiram os primeiros produtores de base ecológica? Encontro de agricultura orgânica (2004)
- 5 Como o Sr. identifica o perfil dos produtores: são agricultores familiares, empresários/ empreendedores agrícolas, capitalistas?
- 6 Como o Sr. percebe a distribuição geográfica de tais produtores? Alguma tendência de produção regional?
- 7 Quais projetos ligados a Agroecologia (transição agroecológica) e Agricultura Familiar estão atualmente sendo implementados?
- 8 Principais parceiros ligados da Rede?
- 9 Quais conselhos (instituições, e sindicatos) têm atuado neste setor?
- 10 Como se dá o sistema de distribuição de horti-fruti na grande campinas (Ceasa/ Supermercados)? E quais as diferenças básicas na distribuição de produtos orgânicos? Por que?
- 11 Como o Sr. avalia o sistema de distribuição de alimentos de base ecológica da região de Campinas? Quais pontos poderiam melhorar? Tem havido debates e projetos para melhorias neste setor?

Roteiro 03

Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região

- 1 Quais os objetivos e ações da Associação - ANC?
- 2 Como e porque surgiu a ANC? (principais fundadores)
- 3 Quando?
- 4 Como está organizada administrativamente/organograma?
- 5 Qual é a frequência de assembléias e encontros?
- 6 Principais atividades e ações?
- 7 Principais parceiros? (prefeitura, empresas, outras associações)
- 8 Dificuldades encontradas?
- 9 Número e nome de sócios? Muitos saíram e entraram ao longo dos anos? (lista/região e tipo de produção/certificação)
- 10 Como se associar? (quanto custa, quais benefícios e deveres e obrigações?)
- 11 Como funciona a certificação?

- 3.2 Quais cursos e eventos já participou?
- 3.3 Quem deu o curso ou outras informações? SENAR(); prefeitura (); Universidades (); SEBRAE () outros () TV; () internet; () amigos
- 3.4 Já pegou algum financiamento para agricultura orgânica? Sim () Não ()
- 4 Comercialização
- 4.1.1 Para quem e onde é vendida a produção?
- 4.1.2 Mudanças e motivos de compradores nos últimos dois anos (considerar os produtos no geral): () trocou, () aumentou, () diminuiu
- 4.3 Há quanto tempo você se relaciona com a maior parte dos compradores com os quais você mantém parcerias comerciais? a) Menos de seis meses b) Mais de um ano c) Mais de dois anos d) Não temos uma relação estruturada
- 4.4.1 São estabelecidos acordos de que maneira, e com duração média de quanto tempo?: a) Pontuais – são estabelecidos a cada relação. b) Semestrais c) Anuais ou mais d) Não assinamos contratos
- 4.5 Quais os critérios com relação à venda dos produtos? () regularidade da compra, () garantia de pagamento, () outros:
- 4.6 No caso de perda de produtos, qual é o procedimento padrão?
() o comprador devolve o produto; () há um percentual de desconto antecipado; () há um percentual de desconto no pagamento final; () outra.
- 4.7 As perdas na produção (no campo) costumam ser muito grandes e freqüentes? Quais as principais causas?
- 4.8 As perdas após a venda costumam ser altas? Quais são as situações? Qual é o procedimento utilizado para não obterem prejuízos (Rateio)? Costuma assumir os riscos de perda de seus produtos na comercialização?
- 4.9 Está satisfeito com a comercialização da produção?
- 4.10 Que sugestão você teria para que a comercialização fique mais eficiente?
- 4.11 Como está o mercado hoje, comparando com o início de seu trabalho?
(mais exigente? Mais flexível? () querendo mais produtos que antes;
() querendo menos; () igual.

- 4.12 O que produz?
- 4.13 Possui registros físicos financeiros? Sabe qual é o seu custo de produção? De quais culturas?
- 4.14 Realiza controle de entradas e saídas? Com qual frequência: diariamente, semanalmente, ou mensalmente? Desde o quando?
- 4.15 Principais insumos comprados e custos de produção:
() sementes, () mudas, () adubo, () embalagens, () equipamentos, () mão-de-obra
- 4.16 Como estão os custos de produção nos últimos anos?()subindo;() estáveis;()baixando
- 4.17 O que leva em conta ao estabelecer o preço de venda? (mercado, tabela, concorrência)
- 4.18 Como se decide o que e quanto plantar?
- 4.19 Tem interesse em ampliar a área plantada? () Sim; ()Não, com que cultura?
- 4.20 Quais restrições para essa implementação? () terra; ()mão-de-obra; () dinheiro; ()mercado.
- 4.21 Considera que o resultado de comercialização é distribuído de forma justa para todos os elos da cadeia?

7.2 Sistemas Participativos de Garantia mundiais (Fonte: IFOAM, 2009)

PROUD PART IFOAM Online Global PGS Database PROUD PART			
País	Nome do Sistema Participativo de Garantia (SPG) [Participatory Guarantee Systems for Organic Agriculture]	No.	Date of Creation
Bolivia	SPG Municipal	27	2008
Brazil	ACS - Amazônia: Associação de Certificação Sócio Participativa da Amazônia	54	2003
Brazil	ADAO/GO – Associação para o Desenvolvimento da Agricultura Orgânica de Goiás	30	1999
Brazil	Sistema ABIO de Certificação Participativa em Rede - RJ	180	1985
Brazil	Rede Ecovida de Agroecologia – RS, SC, PR	3000	1998
Brazil	Rede Xique Xique - RN	800	2004
Brazil	ANC - Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região- SP	60	1991
Canada	Kootenay Local Agricultural Society	16	2008
Chile	"Tierra Viva" - Asociación de Agricultores Orgánicos de Chile	25	1993
Costa Rica	Sistema de Certificación Participativa APOT	17	2004
France	Nature et Progrès	500	1972
India	PGS Organic India Council	4547	2009
Indonesia	PAMOR Indonesia	28	2008
Mexico	Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos	1136	2004
New Caledonia	Bio Calédonia	33	2009
New Zealand	Organic Farm New Zealand	185	2002
Paraguay	SPG Coronel Oviedo	60	2009
Peru	National PGS system in Peru	1,000	2005
South Africa	PGS Umthombongashi	95	2006
South Africa	Bryanston Organic Market	40	2005
The Philippines	MASIPAG Farmers Guarantee System	200	2005
Uruguay	Red de Agroecología de Uruguay		2005
USA	Montana Sustainable Growers' Union	18	2005
USA	Certified Naturally Grown	800	2002
Vietnam	Vietnam PGS network	65	2009

Adaptado por Lisa Tassi. Disponível em:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/pgs_projects/pgs_projects/index.php

AUTO-BIOGRAFIA

Maria Elisa von Zuben Tassi

Caçula das três filhas de José Ademir Tassi e Maria Neusa von Zuben Tassi. Natural de Valinhos-SP, nasci em 9 de maio de 1982 e cresci próxima das plantas, animais e de Deus. A família materna, de origem suíça, vivia na Fazenda Tamburi em Vinhedo, produzindo café, frangos e depois uvas e mais uma diversidade de plantas. Iniciei no ano 2000 o curso de Engenharia Agrônômica na Faculdade de Ciências Agrônômicas (FCA – UNESP) em Botucatu. No ano seguinte nasceu minha filha Sarah, momento em que a Agroecologia se apresentou especialmente pelos trabalhos de Ana Maria Primavesi. Em 2002 participei do *Grupo de Agroecologia Timbó* por 3 anos, auxiliando em projetos de ensino e extensão. Concluí a graduação em 2004, com trabalho em Agroecologia e Agricultura Biodinâmica, junto à Associação de Agricultura Biodinâmica (ABD) e ao Instituto Giramundo Mutuando, onde me integrei, neste mesmo ano, ao projeto de Extensão Rural Agroecológica de Botucatu e Região (PROGERA), financiado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), permanecendo até a conclusão, em 2007. Neste período acompanhei e desenvolvi alguns trabalhos regionais com a Associação de Produtores Orgânicos de Botucatu e Região - Verde Vivo junto à certificação participativa, além de participar de redes interestaduais (Articulação Paulista de Agroecologia e Articulação Nacional de Agroecologia). Participei também da organização de eventos da área, além de atividades de conscientização ambiental e educação para o consumo (Movimento do Consumo Consciente de Botucatu). Retornei a Valinhos em 2008, iniciando trabalhos de licenciamento e compensação ambiental e horta pedagógica. Em 2009 ingressei no Programa de Pós-Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Rural, pela Universidade Federal de São Carlos (Ufscar), campus de Araras.