

PRODUTOS ORGÂNICOS NO BRASIL: INTERFACES DE SUA LEGISLAÇÃO

Camila Benjamim VIEIRA¹

Introdução

O Brasil apresenta-se como um país agroexportador, possuidor de uma farta biodiversidade, sendo um cenário vantajoso de exploração natural. Além disso, muito já se foi investido em pesquisas sobre produtos transgênicos pela iniciativa pública e privada, agregando também poder econômico as indústrias de aditivos químicos, que aumentaram, ainda mais, o mercado de produção no país. Surgindo como uma lógica oposta a essa exploração natural pelo econômico, os produtos orgânicos são expostos como uma luta de esquerda, institucionaliza-se e começa a fazer parte da agenda política Brasileira, bem como as outras áreas do desenvolvimento sustentável. Mesmo que esse novo mercado verde² apresente-se tímido perto da grande indústria agroexportadora, ele inaugura uma nova forma de se pensar a luta que se trava ao lado da temática verde, somada ao que se entende desenvolvimento econômico.

A temática da agricultura orgânica é carente de pesquisa científica pela área das Ciências Humanas, sendo que a maioria das pesquisas estão voltadas ao militarismo, principalmente quanto ao abuso no uso de insumos químicos. No entanto a consolidação desse mercado é tema importante para a sociedade e economia brasileira demandando pesquisa de cunho científico.

Ao final desse estudo buscaremos contribuir sociologicamente para a discussão sobre o mercado verde, indicando seus principais atores, lutas travadas, discursos produzidos e reproduzidos, trunfos detidos pelos porta-vozes do espaço, etc. Nesse primeiro momento realizamos a análise da legislação brasileira, para chegar aos agentes que ajudaram a legitimar esse novo mercado. Tendo em vista que “são os contextos políticos e econômicos que explicam os significados da lei ou das agências governamentais” (IANNI, 1977) e também levando em consideração para a análise que “nem as relações sociais estacam-se nos moldes

¹ Mestranda em Ciências Sociais. UNESP – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Ciências e Letras – Pós-graduação em Ciências Sociais. Araraquara – SP – Brasil. 14800-901- benjamimcamila@gmail.com

² Mercado verde é uma expressão utilizada pelos próprios agentes atuantes nesse ramo. Para o presente projeto, entende-se com “Mercado Verde”, a incorporação pelas ações empresariais dos movimentos sociais ambientais, suprimindo assim as demandas de preservação ambiental e as incorporando na lógica de mercado (VICENTE, 2011).

da lei, nem a lei fixa numa única moldura” (IANNI, 1977), distanciando assim, nossa contribuição, de uma leitura militante e do senso comum.

A inspiração teórica que utilizamos na realização deste estudo é baseada na Sociologia Econômica. A Sociologia Econômica surge no final do século XIX. Têm como teóricos que se destacam Durkheim, Weber, Simmel e Veblen. Surge como crítica à forma enviesada dos economistas praticarem sua ciência, essa forma tinha como ponto central o conceito de *Homo Economicus*, o homem racional, utilitarista, maximizador de lucros. Essa definição, aplicada na Ciência Econômica, fez com que suas análises e pressupostos desconsiderassem as interferências sociais na economia. Ao retomar estes contextos como não indiferentes, a Sociologia Econômica poderia ser definida como “a aplicação das ideias, conceitos e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos” (SWEDBERG, 2004). No Brasil, a corrente de estudos voltada para sociologia econômica busca identificar pessoas, atores e suas relações direcionadas - não necessariamente de forma racional - para a construção social de um mercado específico, segundo Jardim e Campos (2012, p.04) esses estudos somados a sociologia econômica, possuem o “[...] objetivo de revelar a existência de variáveis culturais, sociais, políticas, simbólicas e econômicas, (até então consideradas invisíveis ou eufemizadas), presentes em todas as construções existentes de mercado, ou seja, revelar que o mercado é uma construção social.”

Breve Histórico

Os produtos orgânicos são o resultado de um conjunto de variáveis presentes na agricultura orgânica, que visam criar, teórico e discursivamente, um mercado economicamente viável, ecologicamente correto e socialmente justo. Dessa forma, o desenvolvimento econômico com característica sustentável não agride o meio ambiente com o uso de aditivos químicos, cujo descarte garante também o respeito à saúde do trabalhador, que lida diretamente com a produção, além do consumidor, que deixa de ingerir esses insumos. Para que o produto seja considerado orgânico, é necessário que todo o processo de produção atenda aos princípios de respeito aos recursos naturais, relações sociais e culturais (BRASIL, 2014). A variedade que contempla os produtos orgânicos é diversificada, sendo constituída por alimentos frescos, processados, cosméticos e produtos têxteis.

Historicamente, a agricultura orgânica é um ramo da agricultura alternativa que surgiu no começo do século XX em contraposição à lógica industrial de produção. Nos anos 1970,

grupos de consumidores instruídos sobre os impactos que as técnicas agrícolas – resultantes da revolução verde – vinham causando ao homem e ao meio ambiente, impulsionaram o comércio de produtos orgânicos. No final dos anos de 1980 e início dos anos de 1990, emergiu uma grande demanda por esses produtos, resultante do aumento do número de pessoas que começaram a se preocupar com a saúde pessoal (ARÁUJO; PAIVA; FIGUEIRA, 2007).

No Brasil, a história dos produtos orgânicos se dá de forma análoga. Na década de 1970, os movimentos contrários à lógica consumista da sociedade moderna advindos da contracultura, buscavam, entre outras coisas, como contrapartida ao consumo acelerado e a mecanização, ter maior contato com a terra. Dessa forma, a agricultura alternativa e a opção por produtos orgânicos faziam parte das ações, em que a comercialização se dava através da relação de venda direta entre produtor e consumidor. No ano de 1978 surgem as primeiras cooperativas, como a COONATURA do Rio de Janeiro e a COOLMÉIA do Rio Grande do Sul, elas resultam do aumento do comércio dos orgânicos, a fim de estreitar a relação entre consumidor e produtor (ARÁUJO; PAIVA; FIGUEIRA, 2007). Na década de 1990, cresce ainda mais a demanda e muda-se o comportamento do consumidor, já que a maioria desses não faz mais parte de tais movimentos que se auto-definiam como filosóficos, mas são indivíduos preocupados com sua saúde e a de sua família (ARÁUJO; PAIVA; FIGUEIRA, 2007). O acontecimento da ECO-92, no Rio de Janeiro, fez com que as informações sobre os orgânicos fossem disseminadas e, a partir de então, os produtos orgânicos começaram a entrar nos supermercados. Logo, esse acontecimento é um marco, o mito de origem do movimento verde no Brasil, e mesmo no mundo.

O mercado mundial de produtos orgânicos tem como maiores representantes a União Europeia, os Estados Unidos e o Japão. Nesses países, além da alta renda, o mercado é movido por políticas públicas e privadas que pregam a precaução quanto à origem dos alimentos (FONSECA et al., 2009).

O primeiro registro de exportação de produtos orgânicos brasileiros foi no ano de 1988, para a Alemanha. Com a exportação o Brasil sofreu forte pressão por parte das certificadoras europeias para regularizar sua legislação. Atualmente em 2013 o mercado ganhou credibilidade quanto seus padrões de certificação e configura-se como um tradicional exportador, escoando 60% do que é produzido. A produção brasileira está concentrada nos estados do Paraná, São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Espírito Santo, que representam 70% da produção e é feita majoritariamente por agricultores familiares (FONSECA et al., 2009). Esses agricultores estão organizados em grupos de cooperativas e

associações, como a COOPERTERRA, ECOCITRUS e a Associação de Agricultura Orgânica (AAO).

A certificação

No ano de 1972, com o intuito de viabilizar o mercado mundial de orgânicos, foi criada a Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM). Essa federação visava à formalização de normas e programas de certificação em escala mundial. No entanto, as primeiras normas referentes à regulamentação mundial foram criadas a partir de 1978. As normas internacionais tinham como contexto países de clima temperado e de alta renda, dificultando o mercado de orgânicos dos demais países.

Os países de baixa renda e de clima que não se enquadrava na regra, como no caso do Brasil, tiveram que criar alternativas para a inserção no mercado institucional de regulamentação, uma delas foi o Sistema Participativo de Garantia, que hoje é referência internacional, já que ele é adotado no Brasil³. Existem, ainda, países que não possuem um sistema de regulamentação próprio e que têm a necessidade de importar certificadoras e mão de obra para realizar esse processo, o que torna a certificação extremamente onerosa e inviável (FONSECA et al., 2009).

Os critérios de regulação no Brasil levam em conta as qualidades agronômicas, zootécnicas, tecnológicas, sensoriais, nutricionais, sanitárias e éticas. Tem a preocupação de atingir a expectativas de diferentes agentes, como os produtores, os transformadores, os distribuidores e os consumidores. Importante informar que as normas no Brasil diferem-se das internacionais quanto à preocupação com a qualidade, pois as normas internacionais dão maior importância às qualidades agronômicas e zootécnicas, deixando as outras qualidades em segundo plano. Outra diferença do Brasil é que a fiscalização das normas é feita com a participação colaborativa, que conta com o controle social e a responsabilidade solidária.

Apesar de a primeira lei referente a regulamentação orgânica, lei nº 10.831/2003 (BRASIL, 2003), ter sido aprovada no ano de 2003, o marco regulatório, para o Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica (SISORG) começou somente em janeiro de 2011. O SISORG é parte do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) e tem o papel de garantir que o quadro de normas e leis no Brasil seja respeitado. Atualmente,

³ Esse tema será tratado mais adiante.

nesse quadro, são aceitos três tipos de avaliação de conformidade orgânica: a Certificação, os Sistemas Participativos de Garantia e o Controle Social para a venda direta sem certificação.

A Certificação é feita por um técnico especializado, que faz parte de uma das quatro certificadoras cadastradas no MAPA. Sendo assim, é feita por “terceira parte”, por alguém que não tenha interesse direto na certificação do produto. Esse processo pode ser feito individualmente ou em grupo e caracteriza-se como a avaliação de conformidade de maior custo para o produtor, sendo feitas por agentes de grandes ciclos comerciais. Os Sistemas Participativos de Garantia (SPG) asseguram a avaliação através da revisão de pares, isto é, cada produtor de um grande grupo avalia e é responsável pelo outro, essa avaliação pressupõe alto grau de participação e de trabalho não remunerado – reuniões feitas pelo menos uma vez por mês em uma das propriedades para a revisão da qualidade. Essas reuniões envolvem tempo e deslocamento que não são remunerados. Todavia é uma avaliação considerada de baixo custo pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA). Além dos produtores, essa avaliação conta, ainda, com técnicos e associações de consumidores, organizados em um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC) com o devido cadastro no MAPA. A última avaliação é o Controle social para a venda direta sem certificação, caracterizada por uma forma de certificação facultativa, feita na relação direta entre o produtor e o consumidor. Essa comercialização só pode ser feita por produtores da agricultura familiar, cadastrados em Organizações de Controle Social (OCS). Nesse caso, quem irá avaliar o produto será o consumidor, através da credibilidade dada a esse comerciante, tendo em vista que apenas o aspecto visual do produto não garante o não uso de adubos químicos e respeito ao trabalhador rural. A avaliação através do controle social não dá direito ao uso do selo, mas é reconhecida pelo MAPA. A participação em uma OCS dá direito ao produtor de usar placas e faixas informativas do produto orgânico vendido.

O selo é fornecido pelas certificadoras cadastradas no MAPA e, apesar de serem diferentes para cada um dos processos (feitos através de certificação feita por terceira parte e de SPG), eles são equivalentes perante a lei nº 10.831. A área de agricultura orgânica certificada no país, em 2011, era de aproximadamente 7 milhões de hectares, dividida por 7.721 produtores (CENTRO DE PRODUÇÕES TÉCNICAS, 2011).

No Brasil, só se pode comercializar produtos orgânicos importados que estejam em conformidade com a legislação brasileira ou produtos de organismos que tiverem reconhecimento mútuo com o país - decreto 6.323/07 (BRASIL, 2007). O mesmo acontece

para a exportação, ou seja, os produtos brasileiros devem estar em conformidade com o país de destino.

Discussão provisória

Agentes do marco regulatório

Através do mapeamento analítico da tramitação legislativa resultante no marco regulatório de 2011, bem como dos agentes envolvidos nesse. Observamos que a lei nº 10.831/2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, originou-se da tramitação de dois projetos de leis, são eles, os projetos nº 1.957/96 e nº 659/99 (BRASIL, 2003, 1996, 1999).

O Projeto de Lei nº 1.957/96 tem como justificativa para a sua proposição a regulamentação de um sistema de produção, que reduz o uso de insumos químicos, os quais esses além de prejudicarem a saúde do consumidor e do meio ambiente, ainda oneram a produção (BRASIL, 1996). O Autor desse, também usa como justificativa a popularização dos orgânicos, para o qual, a falta de uma terminologia específica e de normas, poderiam gerar fraudes que lesariam o consumidor e o produtor. O seu proponente é o Dep. Valdir Colato (PMDB/SC), que é Engenheiro Agrônomo, e participou de diversas ações na iniciativa privada e pública que estão relacionadas à questão agrária brasileira e em defesa do meio ambiente.

O Dep. Murilo Domingues (PTB/MT), formado em Direito, atuou no ramo empresarial. Suas atividades parlamentares estão ligadas à gestão financeira, como exemplo, temos sua titulação na Comissão de Fiscalização Financeira e Controle, mas também fez parte da Comissão de Agricultura e Política Rural, o que mostra sua aproximação com a questão agrária, sendo o proponente do Projeto de Lei nº 659/99 (BRASIL, 1999). Esse retoma o projeto do Dep. Valdir Colatto (Arquivado, em 1999). Pouco diferencia seu texto nos artigos do projeto anterior, porém, difere-se quanto sua “justificação” para o projeto, tratando da grande demanda por esses produtos no mercado interno e externo, onde uma normatização é exigida para que ajam condições de igualdade de competição, melhorando o rendimento do mercado brasileiro.

No primeiro projeto, notamos que a justificativa tem maior preocupação com a questão ambiental e popularização desses produtos. No segundo projeto, notamos um maior interesse relativo à comercialização e rentabilidade dos produtos. O diferente foco dessas justificativas

aproxima-se das diferentes trajetórias de vida dos agentes. Elas são compatíveis à relação que os diferentes agentes têm com o mundo, entretanto, essa diversidade, não impede a articulação desses agentes na construção desse mercado. Dessa forma, a construção do mercado de produtos orgânicos, aproxima-se da sociologia econômica, em que esses mercados são socialmente construídos.

O Consumidor

A fim de traçarmos um perfil dos consumidores, suas motivações na escolha pelos produtos Orgânicos e a confiança nestes, foram aplicados 26 questionários via internet, através das redes sociais. Os dados colhidos foram submetidos às análises estatísticas qualitativas, apoiadas nas considerações das antropólogas Mary Douglas (2009) e Marie France Garcia-Parpet (2012).

A maioria desses indivíduos estão na faixa etária adulta, são mulheres, pertencem a classe média e possuem no mínimo graduação. São indivíduos que partilham do mesmo princípio, que pertencem a um mercado correspondente às suas demandas. Segundo os consumidores, a motivação em optar pelos orgânicos é a preocupação com a saúde pessoal e de sua família (69%). Assim, o selo, obtido através da certificação, poderia apresentar-se como uma importante ferramenta de comunicação, já que agrega custo econômico, mas também simbólico (GARCIA-PARPET, 2012), a esses produtos que possuem a qualidade de serem livres de insumos químicos. No entanto apenas 3% dos entrevistados começaram a consumir os produtos orgânicos depois da obrigatoriedade do selo, apontando que a relação de confiança estabelecida vai além de normas escritas. A confiança pauta-se nas relações sociais formadas no âmbito da troca dentro deste mercado (DOUGLAS, 2009).

O papel do consumidor como interlocutor no processo de certificação é também confirmado através de outra estatística apresentada pelo questionário; ou seja, ao ser questionado sobre o que garante a procedência desses produtos, 41% dos consumidores apontaram ser a Venda Direta como geradora da relação de confiança, número que ultrapassa a relação certificação - dada através de auditoria - que representou apenas 24% das respostas.

Considerações finais

Através das diferenças nas justificativas e em seus agentes, o mercado de produtos orgânicos abarca interesses diversos, mostrando que vem sendo construído em convergência com diversos interesses sociais, que ora aproxima os agentes envolvidos, ora os afasta, com conflitos e consensos em torno da construção do mercado de produtos orgânicos no Brasil. Ele não foi apenas movido pelo interesse em sua rentabilidade e, também, não foi movido apenas pela preocupação com o socioambiental. Essa pesquisa em andamento nos permite uma pista que deverá ser aprofundada nas próximas fases da pesquisa: sobre a existência de outra racionalidade econômica, as quais não são apreendidas pela da teoria econômica ortodoxa.

Nossos dados exploratórios apontam que o consumidor foi e é atuante dentro do processo de certificação dos Orgânicos, papel que é reconhecido pela própria norma institucional ao regularizar a Venda Direta. O consumidor ocupa um lugar particular na legislação brasileira de Orgânicos enquanto fiscal. Em diálogo com os pressupostos da sociologia econômica, esse conjunto de agentes, os consumidores, não é um ator passivo dentro do mercado; ao contrário, mostra-se responsável pela formação e dinâmica do mesmo. Os dados indicam que o mercado de produtos orgânicos, longe de ser algo definido pela lei de oferta e procura, é construído socialmente, onde a variável confiança é bastante presente.

Agradecimentos

Agradeço a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pelo apoio acadêmico e financeiro a pesquisa em andamento. Agradeço à Prof.^a Dr.^a Maria Aparecida Chaves Jardim, orientadora dedicada desse estudo. Por fim agradeço ao Núcleo de Estudos e Pesquisa sobre Sociedade, Poder, Organização e Mercado - NESPOM⁴ - grupo de pesquisa ao qual faço parte.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, D. F. S.; PAIVA, M. S. D.; FILGUEIRA, J. M. Orgânicos: expansão de mercado e certificação. **Holos**, Natal, v.3, p.138-149, 2007.

⁴ Disponível em: <<http://www.nespom.com>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. **O que são alimentos orgânicos**. Brasília. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/organicos/o-que-e-agricultura-organica/>>. Acesso em: 13 abr. 2014.

_____. Decreto nº 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. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm>. Acesso em: 05 jul. 2015.

_____. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. **Diário Oficial [da] União**, Brasília, 24 dez. 2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.831.htm>. Acesso em: 05 jul. 2015.

_____. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 659 de 1999**. Brasília, 1999.

_____. Câmara dos Deputados. **Projeto de lei nº 1.957 de 1996**. Brasília, 1996.

CENTRO DE PRODUÇÕES TÉCNICAS [CPT]. **Copa do mundo no Brasil será orgânica: Governo federal pretende realizar uma “copa orgânica”, o que resultará em uma série de oportunidades para os mais de 90 mil produtores**. Viçosa (MG). Disponível em: <<http://www.cpt.com.br/noticias/copa-mundo-brasil-organica>>. Acesso em: 21 fev. 2011.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2009.

FONSECA, M. F. A. C. et al. **Agricultura orgânica: introdução às normas, regulamentos técnicos critérios para acesso aos mercados dos produtos orgânicos no Brasil**. Niterói,: Programa Rio Rural, 2009.

GARCIA- PARPET, M. F. Estudo de caso de ‘Mercado auto-regulado’: normas voluntárias e qualidade dos produtos da Agricultura Orgânica Dossiê de Sociologia Econômica: a construção dos mercados. **REDD: Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Araraquara, v.4, n.2, p.01-21, jan. /jul. 2012. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/redd/article/view/5177/4242>>. Acesso em: 13 abr. 2014

IANNI, O. **O estado e o trabalhador rural**. São Paulo: Contexto, 1977.

JARDIM, M. A. C; CAMPOS, R, L, S. A construção social dos mercados e a crítica das ciências econômicas. Dossiê de Sociologia Econômica: a construção dos mercados. **REDD: Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Araraquara, v. 4, n. 2, p.01-09, jan. /jul. 2012. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/redd/article/view/5174/4239>> Acesso em: 13 abr. 2014.

SWEDBERG, R. Sociologia econômica: hoje e amanhã. **Tempo Social**, São Paulo, v.16, n.2, p.7-34, 2004.

VICENTE, D. S. **Mercados verdes: etnografia do pensamento sustentável**. 2011. 248f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.