

**Certificação Orgânica e o Selo: (Des)vantagens, Segundo Produtores Ecológicos de Porto Alegre/RS**

**HILDEBRANDO MAZZARDO MARQUES VIANA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS

**TANIA NUNES DA SILVA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS

## **Certificação Orgânica e o Selo: (Des)vantagens, Segundo Produtores Ecológicos de Porto Alegre/RS**

**RESUMO:** a produção e a comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos vêm crescendo nos últimos anos. Acompanhando esse crescimento e em parte gerado pelo mesmo, o processo de certificação da produção orgânica vem ganhando destaque e relevância junto aos produtores, consumidores, governos e público em geral. Para operar em determinados canais de venda a certificação é obrigatória, excetuando a venda direta realizada na propriedade, feiras e pequenos mercados locais que podem fazer uso de outro mecanismo de controle. O objetivo desse estudo é investigar a opinião de produtores que atuam em duas das vinte e duas feiras agroecológicas na cidade de Porto Alegre/RS, acerca do valor, vantagens, desvantagens, e sua avaliação sobre a obrigatoriedade da certificação e do uso do selo, bem como mecanismos que poderiam substituí-lo. O estudo verificou que os produtores, especialmente aqueles que têm a certificação do tipo participativa, um dos três mecanismos de certificação disponíveis, dão um elevado valor às relações propiciadas pelos grupos formados para o processo de certificação, à certificação em si, mas ainda entendem que o relacionamento pessoal é o principal fator de credibilidade nas suas relações comerciais, conceito reforçado quando ocorrem no ambiente das feiras agroecológicas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Alimentos Orgânicos, Certificação, Cadeias Curtas

Conforme o Relatório Anual da IFOAM de 2018, que tabula dados de 178 países, o mundo tem 57,8 milhões de hectares dedicados cultivo de agricultura orgânica, e mais 37,6 milhões de hectares onde é realizada somente coleta dos alimentos diretamente da natureza, sem manejo. Em números absolutos de hectares e percentual de participação no total mundial destinados à produção de produtos orgânicos, tem-se a Oceania, com 27,1 milhões (47,3%), seguido pela Europa com 13,5 milhões (23,4%), América Latina 7,1 milhões (12,3%), Ásia 4.9 milhões, (8,5%), América do Norte 3,1 milhões (5,4%) e África 1.8 milhões (3,1%) (WILLER e JULIA, 2018). Entre os países, o Brasil ocupa a décima posição (950 mil), e hoje existem aproximadamente 2,7 milhões de produtores em todo mundo, um crescimento de 17,3% sobre 2016 (2,3 milhões).

O número de produtores de alimentos orgânicos certificados no Brasil pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) era de 20.995, em janeiro de 2020, representando crescimento de 253% sobre 2012, quando se iniciou o levantamento, sendo esse contingente liderado pelo Estado do Paraná (3.871), em seguida Rio Grande do Sul (3.199), São Paulo (2.372) e Santa Catarina (1.646), que juntos representam 52,81% dos produtores nacionais (BRASIL, 2020). Em Porto Alegre os produtos orgânicos podem ser encontrados em vinte e duas feiras semanais dedicadas para estes produtos, além da presença nos canais tradicionais como supermercados, mercados, minimercados ou na venda através de plataformas baseadas na internet.

Com base neste cenário, o presente estudo tem como objetivo investigar a opinião de produtores que atuam em duas feiras agroecológicas na cidade de Porto Alegre, acerca do valor e (des)vantagens, e sua avaliação sobre a obrigatoriedade do selo, somado à possibilidade de mecanismos que poderiam substituí-lo.

## 1. Revisão Literatura

Como breve contextualização do que são os alimentos orgânicos, cabe salientar que a agricultura orgânica é muito anterior à preocupação da sociedade em geral, ou governamental, e sua atual legislação. Essa preocupação está ligada à sustentabilidade. De acordo com Sachs (2002), o termo sustentabilidade se constitui num conceito dinâmico, que leva em conta necessidades crescentes das populações num contexto internacional em constante expansão. O autor definiu a sustentabilidade tendo oito dimensões principais como base: as sustentabilidades social, econômica, ecológica, territorial, cultural, ambiental, política nacional e a política internacional.

Sustentabilidade, portanto, pode ser definida como “princípio que assegura que nossas ações de hoje não limitarão a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para futuras gerações” (ELKINGTON, 2001, p.37). O conceito de sustentabilidade está atrelado a três pilares, com o uso do termo *Triple Bottom Line* (TBL), ou tripé de sustentabilidade, também referenciado como 3Ps: pessoas (*people*), referentes aos problemas sociais; planeta (*planet*), referente às questões ambientais; e, lucro (*profit*), relativo aos aspectos econômicos.

Assim, a diferenciação principal entre a agricultura orgânica e a industrial – de larga escala - ocorre principalmente com relação ao não uso de insumos químicos tóxicos, diversificação das espécies visando o não esgotamento do solo, integração entre atividades, preservação do meio ambiente, e – na sua origem – venda direta ao consumidor final em mercados regionais. Conforme acrescenta Dias et al. (2016), “o maior interesse da sociedade civil em questões relacionadas ao meio ambiente e a saúde resultaram no surgimento de um mercado consumidor potencial para os produtos alimentares alternativos, como os alimentos orgânicos, que se distinguem, principalmente, em aspectos de qualidade e credibilidade”

No que tange à certificação, segundo Dias et al. (2016), os mecanismos de acreditação são um reflexo de uma sociedade que cada vez mais baseia suas diferenciações e interações sociais no consumo, buscando dispositivos que protejam essa relação, garantam o direito do consumidor, ao mesmo tempo que assegurem a confiança e estabeleçam um mediação segura na relação produtor-consumidor. Assim, buscam-se mecanismos legais que garantam que aquilo que está descrito na embalagem, ou anunciado pelo vendedor, seja efetivamente entregue, e no caso dos alimentos orgânicos, esses atributos englobam um elemento que para o consumidor tem um peso elevado, que é o as saudabilidade. Conforme Niederle (2014), “a certificação constitui uma tentativa de transferir a um selo valores sociais que devem ser comunicados para consumidores distantes dos espaços de produção”.

Conforme Alves, dos Santos e de Azevedo (2012), até a década de 1970, no Brasil, a produção de alimentos orgânicos estava ligada a movimentos filosóficos e de bem-estar, que defendiam a retomada do contato com a terra como forma de vida. O crescimento do consumo dos produtos orgânicos e uma maior conscientização e publicidade sobre os riscos do uso de agrotóxicos levaram ao surgimento de iniciativas como cooperativas de produção e consumo de produtos agroecológicos. Aliado a isso, um movimento em prol da sustentabilidade ambiental fomentou o surgimento, em 1972, da IFOAM.

No Brasil o movimento ganhou força após a ECO 92, realizada no Rio de Janeiro no ano de 1992, gerando um cenário de discussões sobre os princípios da sustentabilidade, a produção e consumo de produtos orgânicos. Em 1994, o Ministério da Agricultura (MA), provocado por ONGs do setor que propuseram a regulamentação da certificação de produtos orgânicos, emitiu a Portaria MA nº 178 em agosto de 1994, que criou uma Comissão Especial

para propor normas de certificação de produtos orgânicos. Quatro anos após, em outubro de 1998, resultou na publicação da primeira norma brasileira para produtos orgânicos, a Instrução Normativa (IN) nº 7 de 17/05/1999 do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA).

Em 23 de dezembro de 2003, foi aprovada a Lei 10.831 definindo os conceitos de produção orgânica, englobando a questão de sustentabilidade econômica, social, cultural e ambiental, e que define que todo o produto obtido em sistema orgânico de produção agropecuário ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local. Ele também define que para serem comercializados como tal, deverão ser certificados por organismo reconhecido oficialmente, segundo critérios estabelecidos em regulamento, exceto no caso de comercialização direta aos consumidores por agricultores familiares, cuja certificação é facultativa, bastando a eles apenas o dever de serem cadastrados junto ao órgão fiscalizador (BRASIL, 2003).

Em 2009, com a publicação da IN 019, de 28 de maio de 2009, foi definido que o produto ou estabelecimento produtor ou comercializador que tenha aprovada a conformidade recebe o Certificado de Conformidade Orgânica, emitido por certificadora credenciada ao MAPA. E, mais recentemente, janeiro de 2011, de acordo com o MAPA, todos os produtos orgânicos – excetos os de venda direta da agricultura familiar – precisam apresentar o selo brasileiro do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica, chamado SisOrg (Figura 1) em sua embalagem. A lei brasileira abriu essa exceção, de isentar à obrigatoriedade da certificação e da presença do selo para produtos orgânicos quando da venda direta aos consumidores finais por agricultores familiares. Mercados como o americano e europeu não tem a opção da Certificação por Auditoria ou pelo Sistema Participativo de Garantia, que serão descritos a seguir.

**Figura 1 – Selo SisOrg de produto orgânico certificado**



Fonte: Brasil, 2020.

Assim, temos no Brasil duas possibilidades de certificação, e um terceiro mecanismo de controle de que o produto é de fato orgânico:

a) Certificação por Auditoria: é feita por um Organismo de Avaliação da Conformidade Orgânica (OAC), que pode ser público ou privado, credenciado ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), e foi devidamente creditado pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO). Obedece aos padrões e regramentos definidos em lei e ocorre nas unidades de produção ou processamento. A certificadora responsável não pode ter vínculo direto com quem produz os alimentos. As inspeções ocorrem de forma programada ou sem aviso prévio, e após a validação do processo produtivo com as normas de produção orgânica, a certificadora inclui o produtor no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos e autoriza o uso do selo SisOrg nos produtos;

b) Certificação pelo Sistema Participativo de Garantia (SPG): os SPGs caracterizam-se pela responsabilidade coletiva de seus membros através de métodos de geração de credibilidade adequados, as diferentes regiões em que os grupos estão inseridos, respeitando realidades sociais, culturais, políticas, territoriais, institucionais, organizacionais e econômicas. Cada SPG é composto por Membros do Sistema e pelo Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade (OPAC), Dentre os membros das OPACs, participam os fornecedores (produtores, distribuidores, comerciantes, transportadores e armazenadores), e os colaboradores (consumidores e suas organizações, técnicos de organizações públicas ou privadas, bem como o poder público). Os OPACs devem ser credenciados junto ao MAPA e são equivalentes às Certificadoras por Auditoria, e obrigatoriamente devem constituir uma personalidade jurídica. Entre suas atribuições, diferenciam-se da certificação por auditoria pela formação de uma Comissão de Avaliação e um Conselho de Recursos, que são quem efetivamente realiza a auditoria através de visitas de verificação da conformidade, além de estimular a troca de experiências através da integração dos produtores. Após a aprovação, as OPACs são responsáveis por incluir os produtores no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, e autorizá-los a utilizar o selo SisOrg;

c) Controle Social na Venda Direta (CSVD): é um mecanismo de controle que representa a única possibilidade que permite a venda como produto orgânico, mas não autoriza o uso do selo SisOrg, e contempla somente a venda direta do produtor ao consumidor na propriedade rural, feiras e pequenos mercados locais de produtores. A legislação estabelece que, mesmo sem os processos das certificações anteriores, os produtores devem participar de alguma Organização de Controle Social (OCS), cadastrada em órgão fiscalizador, que pode ser o MAPA, ou outro órgão fiscalizador federal, estadual ou distrital. Normalmente é realizado pelas prefeituras. As OCSs podem ser formadas por um grupo de agricultores familiares da mesma região, associação, cooperativa ou consórcio, com ou sem personalidade jurídica, conforme estabelecido na IN 019/2009. O custo dessa modalidade é inferior ao das certificações, porque elimina diversos aspectos administrativos e legais envolvidos em um processo de certificação, porém como já informado, não possibilita o uso do selo.

Conforme Fornazier e Pedrozo (2010, p.119), os sistemas de certificação exercem um importante papel de garantia do cumprimento das normas, porém ainda representam um alto custo operacional quando utilizados por pequenos produtores e agricultores familiares. Segundo Dias et al. (2016), no caso específico da certificação participativa, ela permite o acesso de produtores e a obtenção do selo a custos muito mais baixos, quando comparado a certificação por auditoria, e pode tornar viável a inserção de pequenos agricultores nos sistemas de certificação, principalmente quando aplicado a cadeias locais de produção e comercialização de alimentos. Quando o tópico é a importância da certificação, a feira sempre se destaca como canal, tanto para o produtor quanto para o consumidor, e Niederle (2014), faz essa análise acerca do tema, quando diz que :

É evidente a dificuldade de transferir a um selo a amplitude dos valores que os alimentos comportam. Por isso os mercados diretos configuram-se tão importantes para a Ecovida, porque as interfaces culturais que ali se reproduzem facilitam o reencantamento das relações de consumo alimentar (NIEDERLE, 2014, p.88) revisão de literatura

Darolt (2013) afirma, conforme segue, que a certificação participativa é um processo que proporciona custos menores e o envolvimento comunitário:

Formas de comercialização em rede com certificação participativa e presença de consumidores no processo devem se desenvolver, pois além do aspecto social conseguem atender a aspectos econômicos como bom preço, diversidade, regularidade, quantidade e qualidade demandadas pelos consumidores. Além disso, as redes fortalecem os circuitos curtos como as feiras, os pequenos varejos, os restaurantes e os programas de governo (DAROLT, 2013, p. 166).

Dessa forma, os produtores tem diversas opções quando decidem pela certificação, e vantagens e desvantagens inerentes a cada tipo. Para demonstrar as possibilidades de acesso à certificadoras, conforme dados do MAPA (BRASIL, 2019), o número de Certificadoras por Auditoria é de oito, e Certificadoras por Participação vinte e quatro. Estas apresentam números estáveis no decorrer dos últimos anos. Mas no caso das Organizações por Controle Social (OCSs) o número chega a quase trezentas.

E, além da certificação formal, existe a compreensão por parte dos produtores de que a feira em muitos sistemas é em si a certificação, o que em parte pode ser explicado pela afirmação de Niederle (2014):

Mais do que um espaço de venda, as feiras constituem um *locus* privilegiado de relações sociais. São espaços de socialização e resgate cultural, onde circulam alimentos, mas também pessoas e valores. É o local de encontro, socialização, articulação política e reprodução da identidade social. Justamente por isso, são espaços que guardam potencial para ações coletivas, fortalecendo as organizações sociopolíticas da agricultura familiar (NIEDERLE, 2014, p.89).

Por fim, conforme Niederle (2014, p.86), ao mesmo tempo em que percorreu um processo histórico de defesa à sustentabilidade, a certificação proporcionou o regramento do que é a produção orgânica, a princípio visando a valorização da agricultura agroecológica e familiar, mas que acabou criando as condições para a mercantilização através dessa institucionalização.

## **Metodologia**

O presente estudo foi elaborado utilizando a metodologia do estudo de caso. Conforme Denzin e Lincoln (2006), esta metodologia inclui em seus critérios fidedignidade, credibilidade, transferibilidade e confirmabilidade. Conforme Yin (2015), o estudo de caso é uma ferramenta que possibilita aos pesquisadores responder como determinados fenômenos ocorrem, especialmente a eventos contemporâneos e não se requer controle sobre o comportamento dos eventos, e, dentro do seu contexto real, que não tem um limite claro entre fenômeno e contexto. Com relação aos objetivos, Yin (2015) explica que podem ser categorizados de três formas, como descritivo, exploratório ou explanatório.

Nesta pesquisa, o objetivo é a investigação da relevância da certificação em circuitos curtos de produção e comercialização de produtos orgânicos, representados em duas feiras de produtos orgânicos e agroecológicos. Também investiga se os produtores valorizam essa certificação. Conforme Oliveira, Maçada e Goldoni (2009), o contexto é um aspecto relevante ao quando do estudo de caso é a descrição, pois isso dá credibilidade ao resultado, e deve contemplar descrições detalhadas do contexto da pesquisa, do local onde é realizada, do período de tempo em que ocorreu, se a coleta de dados foi feita em um ou mais momentos, se foi possível o acesso aos dados e participantes, qual foi o tempo gasto pelo pesquisador no local, e quais foram os dados coletados durante os eventos ou posteriormente.

A coleta de dados se deu em duas feiras de produtos orgânicos e agroecológicos, tradicionais canais de venda na cidade de Porto Alegre. A primeira foi a Feira de Agricultores Ecológicos (FAE), localizada no Bairro Bomfim, que ocorre aos sábados pela manhã, e a segunda a Feira Cultural da Biodiversidade (FCB), localizada no Bairro Menino Deus, que ocorre às quartas-feiras à tarde, no Município de Porto Alegre, Estado do Rio Grande do Sul. Na etapa de levantamento de possíveis participantes, foi feito contato com os coordenadores de ambas as feiras, que indicaram produtores que tivessem certificação orgânica, pré-requisito para o estudo.

As entrevistas em profundidade foram realizadas nos dias 1º e 5 de dezembro de 2018, com quatro produtores de cada feira, totalizando oito entrevistas. A duração média de cada entrevista foi de 10m26s, totalizando 1h23m33s de entrevistas. As entrevistas foram gravadas com a autorização dos entrevistados, e realizadas nas próprias feiras, durante sua montagem ou no decorrer das mesmas. Os participantes, todos da região Metropolitana de Porto Alegre e nenhum fazendo uso do CSVD (Quadro 1).

**Quadro 1 – Participantes da pesquisa**

Nome	Cód	Idade	Tempo produtor (anos)	Certificação	Ano	Duração (min)	Data
Shivanande Braga	E1	31	14	OPAC Rama	2015	13:26	01/dez
Volmir Forlin	E2	55	25	Ecovida	2009	08:05	01/dez
Leonardo Castro	E3	45	1	OPAC Litoral Norte	2014	10:23	01/dez
Ilton Saffer	E4	62	20	Ecovida	2014	07:37	01/dez
Giovanni da Silva	E5	34	6	Ecocert	2015	14:58	05/dez
Volnei Vicente	E6	30	10	Ecovida	2014	16:26	05/dez
Ruberson Nunes	E7	61	12	OPAC Rama	2015	08:03	05/dez
Paulo Lopes	E8	48	5	Ecocert	2013	04:35	05/dez

Fonte: elaborado pelo autor, 2018

Segundo Malhotra (2011), “entrevistas em profundidade são conversas pouco estruturadas com indivíduos escolhidos do público-alvo” (p.131) e “são usadas principalmente para a pesquisa exploratória obter percepções e compreensão” (p.133) do tema. Além disso, se buscou a diversidade de perfis com diferentes tempos de obtenção da certificação e de participação nas feiras ou na produção.

O roteiro de entrevistas buscou responder três tópicos divididos em sete questões, que investigavam a opinião desses produtores: 1) prós e contras da certificação; 2) custos da certificação; e 3) importância e alternativas à certificação.

As questões eram, conforme cada tópico: 1.a) das vantagens e das 1.b) desvantagens e dificuldades da certificação; 2.a) do custo em se obter a certificação e 2.b) se há impacto desse custo no preço do produto; e 3.a) se o consumidor compreende e cobra essa

certificação; 3.b) se o produtor concorda com a obrigatoriedade da mesma; e 3.c) se existem algum substituto para esse modelo de certificação.

As informações foram submetidas à análise de conteúdo proposta por Bardin (2010). Conforme o autor, a sua organização envolve três etapas principais: 1) o recorte, compreendido como a definição das unidades de análise; 2) a enumeração, que consiste na opção pelas regras de contagem; e 3) a classificação e agregação, que formam a categoria escolhida. Dentre as técnicas que permitem a análise de conteúdo, foi escolhida a análise por categoria, através da divisão do texto em partes distintas. Também foi feita a análise de conteúdo baseada nas palavras, contagem e análise, e temáticas, confrontando com a literatura, pela interpretação das respostas dos entrevistados, com o auxílio do *software* Nvivo. O uso do Nvivo permitiu, o levantamento da frequência de palavras e o agrupamento de acordo com os tópicos 1 e 3. O tópico 2, relativo a custos, por apresentar perguntas diretas, não teve análise de frequência.

Como critérios para a execução da consulta de frequência de palavras, foram definidos:

- a) extensão mínima de quatro caracteres;
- b) agrupamento com sinônimos;
- c) as cem palavras mais frequentes;
- d) exclusão de termos não relevantes a partir da análise de cobertura.

## **Resultados e discussão**

Este tópico compreende os resultados obtidos com a pesquisa e sua análise em confronto com a literatura acerca do tema.

As feiras historicamente constituem um importante canal de comercialização de hortaliças e frutas na cidade de Porto Alegre. São atualmente oito Feiras Ecológicas, feiras de rua reguladas pela Secretaria Municipal de Indústria e Comércio (SMIC) em vários pontos da cidade. Além das feiras oficiais, diversas iniciativas que se autodenominam feiras, mas que são vendas semanais promovidas em Shoppings Centers e outros pontos de venda, que recebem uma ou mais famílias de agricultores, cooperativas ou associações, não reconhecidas nem reguladas prefeitura Porto Alegre. Segundo estimativas da Câmara de Vereadores de Porto Alegre são entre trinta e cinquenta dessas iniciativas.

Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE (2018, p.10), a venda direta ao consumidor representa 72% da venda dos produtores agroecológicos, e a feira é o canal mais representativo, com 55% do total. As feiras também cumprem um papel importante ao propiciar um canal mais curto de comercialização, permitem ao produtor que pratique preços reduzidos, em comparação com canais longos, aumentando o poder de negociação dos agricultores ao diminuir despesas como, por exemplo, as de logística (WAQUIL; MIELE; SCHULTZ, 2010).

Sobre as duas feiras focos dessa pesquisa, a Feira dos Agricultores Ecologistas (FAE), que é realizada na Avenida José Bonifácio aos sábados pela manhã, é considerada a mais antiga das feiras agroecológicas do Brasil (WILLER e JULIA, 2018), foi criada em 1989 como iniciativa da extinta Cooperativa Ecológica Colméia - que existiu entre os anos de 1978 e 2004 - e foi uma das organizações pioneiras no ativismo agroecológico brasileiro. São quarenta e sete produtores e expositores, oriundos da Região Metropolitana de Porto Alegre, Serra e Litoral Norte, cidades no máximo a 200 km de distância de Porto Alegre. Os produtos

são diversificados, principalmente alimentos sazonais, em sua maioria hortaliças, frutas e verduras, mas que incluem também cogumelos, produtos processados pelos próprios produtores, como pães, bolos, biscoitos, geléias, sucos, polpas de frutas, produtos veganos e vegetarianos, entre outros.

A Feira Cultural da Biodiversidade (FCB) foi inaugurada em 2 de junho de 1999, acontece às quartas-feiras à tarde e conta com vinte expositores, em uma área coberta dentro do pátio da Secretaria Estadual de Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul. Também nasceu de uma iniciativa da Cooperativa Colméia atendendo a uma demanda de produtores e de moradores do Bairro Menino Deus em Porto Alegre. Comercializam diversos itens, e alguns dos produtores participam das duas feiras e outras feiras ecológicas que ocorrem em Porto Alegre e região.

Uma das características dessas feiras é a autogestão participativa, onde é formado um conselho de produtores que são eleitos anualmente pelos participantes, e são responsáveis pelas decisões gerais da feira, interlocução com o poder público e representação junto aos consumidores e frequentadores. Na feira do Bomfim são oito titulares e oito suplentes, e na Feira do Menino Deus são dois titulares e dois suplentes. Conforme Fornazier e Pedrozo (2010, p.121), a associação dos agricultores, também serve como uma estrutura de promoção e apoio, e inclui técnicos, nutricionista e jornalista, e historicamente tem como preocupação não somente a qualidade dos alimentos, mas também o respeito ao meio ambiente.

A feira é um canal de comercialização, o mais representativo conforme já citado, mas também exerce a função de espaço promotor da interação através da convivência, justificada por uma relação social e comercial. Ainda assim, essa relação é regida e/ou reforçada por normas para o agricultor ou produtor participarem da feira. Além de servir como um canal de vendas, Waquil, Miele e Schultz (2010) explicam que a feira representa uma construção social, um espaço de interação e troca, regido por normas e regras (formais ou informais).

Como primeiro resultado a pesquisa gerou o Quadro 2 apresenta a frequência geral das palavras transcritas de todas entrevistas:

**Quadro 2 – Frequência geral**

Palavra	Contagem
feira	44
custo	23
cliente	21
processo	17
auditoria	16
certificado	16
selo	16
consumidor	15
participativa	15
agricultor	11
certificadora	11
garantia	11
orgânica	11

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A pesquisa também levantou os termos que os produtores destacam como sendo as principais vantagens em se ter certificação (Quadro 3), sendo o termo com a maior recorrência

“Garantia”, nesse caso referindo tanto a proporcionada ao consumidor quanto ao produtor. Após a análise de cobertura, os demais termos podem ser enquadrados em uma categoria de “Troca de conhecimentos”, pois praticamente todos se referem ao aprendizado que a certificação participativa proporciona, através do grupo certificador.

**Quadro 3 – Principais vantagens da certificação**

Palavra	Contagem
Garantia	15
Conhecimento	7
Valor	6
Participar	5
Troca	9
Controle	4

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

Sobre a garantia, o principal entendimento manifestado pelos produtores é o de que a certificação é um instrumento legal que legitima sua produção e comercialização. Essa posição, porém, não é unânime. Dois entrevistados manifestaram entender a certificação como uma obrigação legal, ou uma exigência do consumidor.

Com relação às vantagens relativas à troca de experiências, ela foi enfatizada pelos produtores que possuem a certificação participativa, apesar de ser reconhecida como uma vantagem mesmo pelos que possuem a emitida através de auditoria.

Nesse ponto, dois aspectos se destacaram. A questão da convivência com outros produtores, consumidores e demais participantes dos grupos envolvidos na certificação participativa ser apontada frequentemente como uma vantagem em si. Por mais que possibilite o aprendizado de novas técnicas e processos, a questão da sociabilização proporcionada pelos grupos é relevante para esse grupo. A segunda, a formação de uma rede de contatos, que inclusive permite a entrada em outros canais. Na certificação por auditoria uma vantagem que foi enfatizada pelos produtores, mas não apareceu nas análises de frequência devido ao volume de ocorrências, foi a maior rapidez na certificação.

O que foi relatado com maior frequência como desvantagem, de modo geral, é o envolvimento e conhecimento necessários pelo grupo todo na certificação participativa, e o alto custo na certificação auditada. Na análise das desvantagens, as evidências, ao contrário das vantagens, não apresentaram uma concentração em determinado termo. Essa dispersão, também, indica a percepção dos entrevistados acerca do tema. Quando questionados sobre as desvantagens, muitos argumentaram dicotomicamente: os que possuíam certificação participativa contrapondo à certificação por auditoria, e vice-versa.

O formato de certificação participativa tende a ser mais lento, seja para inclusão, modificação de produtos, processo de credenciamento tudo o mais, é um pouco mais lento que um processo auditado. O envolvimento, logicamente, é maior também, além da necessidade de atingir certa homogeneidade com todo o grupo para uma tomada de decisões, não dependendo somente na gestão de uma certificadora por auditoria, como uma terceira parte.

Além das questões relativas ao custo e ao envolvimento, o entrevistado E5 levantou dois pontos que para ele dificultaram, ou mesmo impediram, a certificação participativa, e que serão descritos por serem relevantes: sua localização, pois a propriedade fica numa região onde nenhuma OPAC atua; e o tipo de cultivo, cogumelos, que pela complexidade do cultivo

e pela falta de produtores com conhecimento do produto aptos a certificar nesse formato. Foi um dos relatos mais longos acerca do tema, e demonstra a complexidade da certificação para determinados produtores e/ou produtos.

A questão referente a custos, conforme explicado anteriormente, por apresentar respostas diretas - O custo da certificação é repassado no preço do produto? Qual o impacto em valores ou percentual? – não teve a frequência analisada, mas de maneira geral todos os respondentes conhecem seus custos de certificação, e, mesmo quando a certificação é do tipo participativa, mensuram os gastos indiretos, como deslocamento, tempo, energia, quando dedicados à certificação. Os níveis de controle são diferentes, alguns com registros mais detalhados que os demais. No que se refere ao repasse do custo dessa certificação ao preço do produto, as respostas foram diferentes. Alguns repassam, com um controle detalhado do impacto e alguns não repassam por motivos diversos, desde não considerar relevante e vão até por estratégia de vendas.

O custo da certificação é um item relevante na composição do preço, sendo que cada tipo de certificação ou sistema de garantia apresenta custos muito diferentes, sendo que mesmo dentro do mesmo tipo de certificação existem diferenças. Conforme os relatos, na certificação por auditoria, se o produtor deseja certificar a produção de hortaliças o custo será de aproximadamente R\$ 6 mil/ano, mas uma operação de panificação custará R\$ 8 mil/ano, e outra que envolver processamento de legumes R\$ 12 mil/ano, podendo chegar até R\$ 15 mil no caso do mel.

Já a certificação participativa normalmente estabelece o pagamento de uma taxa inicial de associação, em torno de R\$ 200 reais, e uma mensalidade que varia entre R\$ 50 reais e R\$ 100 para pagamento de despesas comuns, porém demandará um envolvimento muito maior do produtor. Caso o produtor que utiliza a certificação participativa decida ampliar o escopo de produtos, o valor da mensalidade cresce em 22%. Porém nesse modelo existem os custos individuais indiretos que muitos dos produtores não controlam, como combustível, alimentação e tempo dispendidos no processo de certificação na sua e nas demais propriedades participantes. No caso de um dos produtores, o custo anual envolvendo mensalidades e despesas perfaz R\$ 3 mil/ano. Por fim, no caso das Organizações de Controle Social, que emitem um certificado que permite a venda direta, mas não permitem o uso de um selo de certificação e nem a venda indireta, o custo é praticamente zero, e envolve somente a emissão do certificado.

No último tópico os produtores foram questionados sobre a importância da certificação, através de três questões que abrangiam o consumidor, a legislação e os mecanismos de creditação alternativos, e termo com maior recorrência foi “Feira” (Quadro 4). Os demais termos, após passarem pela análise de cobertura, referem-se ao “Relacionamento” estabelecido entre o produtor e o cliente. Para ilustrar a análise foi gerada a nuvem de palavras com os termos mais citados (Figura 2).

Entre os produtores a opinião corrente é a de que o seu consumidor, em geral, não cobra a certificação porque a maioria faz parte de um público que já estabeleceu uma relação de confiança com o produtor, conhece o processo e entende a certificação. Quando a comercialização acontece na feira os mesmos entendem que este canal si é uma espécie de certificador.

#### **Quadro 4 – Importância da certificação**

Palavra	Contagem
---------	----------



consumidor e o produtor, a certificação é praticamente desnecessária. No entanto não percebem uma alternativa formal à certificação e consideram o relacionamento um fator crucial, mesmo com normas formais. Nesse tópico os entrevistados deram respostas mais elaboradas e demonstraram durante a entrevista ser uma questão complexa para uma análise rápida.

Alguns produtores têm consciência de que mesmo a venda ocorrendo na feira, muitos dos compradores são donos de negócios como restaurantes, lojas, cestas de produtos, processadores. Nesse caso a feira cumpre um importante papel de ligação entre as cadeias longas e a as cadeias curtas, quase como uma central de distribuição de alimentos orgânicos, e, em troca, trazem de seus consumidores informações que os produtores não têm acesso diretamente, aumentando a rede, contribuindo na formação de um importante nó (NIEDERLE, 2014, p.89). De fato, Porto Alegre não possui uma central específica para produtos orgânicos. Para dois entrevistados a certificação cumpre uma função de garantia que a confiança sozinha não consegue cumprir, tendo um peso maior para esses produtores.

Um dos entrevistado argumenta que o produtor orgânico precisa de uma série de certificações para comprovar os atributos de saudabilidade, cumprimento de processos e uso de insumos adequados, enquanto os produtos agrícolas convencionais não, sem trazer informações, como por exemplo, carga de agrotóxicos, tipos de insumos químicos utilizados, os riscos que carrega. Esse depoimento coloca a certificação sob um prisma pouco usual, de que o produtor orgânico tem o ônus de comprovar tudo que ele não usa, enquanto produtos com uma carga de insumos químicos tóxicos, que são comumente chamados de convencionais, não tem obrigação de trazer essa informação.

### **Considerações finais**

O aumento da demanda por produtos orgânicos, a expansão dos canais, a pressão sobre canais tradicionais como as feiras agroecológicas, impõe aos produtores um dilema: adequar-se ao mercado, no que tange as exigências formais, ou ater-se aos princípios de sustentabilidade, defendidos pela comunidade que gerou a discussão sobre agroecologia.

A legislação que regula a certificação contempla determinados princípios de sustentabilidade, mas a produção de alimentos orgânicos é cada vez mais um negócio e tende a adotar cada vez mais práticas do mercado convencional. Já ocorre, por exemplo, o uso na feira de embalagens preparadas para atender a supermercados. A adoção dessa prática na feira não deixa de representar um retrocesso, pois as redes agroalimentares alternativas surgiram justamente como resposta às contradições que o modelo hegemônico de cadeia de suprimento global de alimentos gerou como a insegurança alimentar e ambiental e desigualdades no campo.

Empresas gigantes do setor agrícola já atuam ou buscam entrar no mercado de alimentos orgânicos, principalmente em função do prêmio que o consumidor está disposto a pagar por um produto orgânico. Essas empresas têm hoje maior presença no canal supermercadista, mas naturalmente buscam outros canais. E a criação da certificação orgânica teve um papel fundamental nisso.

As feiras agroecológicas representam um canal que privilegia o agricultor familiar, mas enfrentam dificuldades à ampliação e apresentam barreiras mesmo à entrada de outros agricultores familiares, pois existem limitadores tais como espaço físico e capacidade logística. Assim, com as feiras atuais não recebendo mais expositores, acarreta em pressão pela criação de novas feiras, tanto por parte dos produtores quanto de consumidores.

Concomitantemente a demanda por produtos orgânicos e novos canais, cresce também o número de organismos de controle. Isso contribui num acesso mais fácil à certificação por parte dos produtores, mas também na mercantilização e banalização da certificação, e num conseqüente aumento da dificuldade no controle e fiscalização. E ainda que o número de certificadoras sugira competição, o custo das certificações é considerado alto e desequilibrado pelo produtor, e acaba onerando empreendimentos similares em número de pessoas ou processos de maneiras muito diferentes, especialmente quando o objetivo é ter o selo orgânico, e isso tem um peso no custo de produção que é repassado ao preço.

A certificação não garante o acesso a determinado canal, mas no entendimento dos produtores, o canal incentiva a certificação. O agricultor ou processador orgânico que participa, por exemplo, de feiras rentáveis não quer perder essa oportunidade, e valoriza a certificação por permitir acesso a esse canal em especial.

A pesquisa também demonstrou que para o grupo de produtores orgânicos que tem a certificação participativa, o benefício principal percebido é o aprendizado proporcionado pelo processo, a troca de conhecimento, de informações sobre a produção e o mercado, e a conseqüente melhoria na gestão do negócio. A certificação acaba sendo um benefício acessório. E se atuassem somente com venda direta, praticamente dispensável. Os produtores entendem a importância da certificação em canais que exigem o selo, mas creem que seu público confia na relação mais do que na certificação formal.

A maioria dos produtores afirma trabalhar somente na feira ou com venda direta na propriedade, então o objetivo das certificações por auditoria e participativa, que outorgam o selo orgânico, leva a uma consideração sobre o Controle Social por Venda Direta (CSVD). Esse mecanismo praticamente não onera ao produtor, permite a venda direta - que é a operação da maioria dos produtores entrevistados - e, entretanto, nenhum aderiu à mesma. Isso pode indicar que o benefício percebido no compartilhamento de experiências e informações pelo grupo sobrepõe-se ao benefício financeiro. A certificação participativa, pela sua natureza, pode ser entendida como um instrumento pedagógico, partindo da premissa que os participantes do processo internalizam seus procedimentos e o objetivo maior é a organização de um movimento e sua autonomia. Tudo isso estimula a integração entre agricultores e consumidores, além de representar um processo de confiança. Isso contribui na avaliação feita pelos produtores sobre a certificação não servir plenamente como instrumento de comunicação ao consumidor sobre os atributos do alimento orgânico. Na opinião dos mesmos clientes frequentes, ou mais antigos, compreendem a certificação, mas para os consumidores que estão tendo contato com o segmento a explicação dada pelo produtor do que é a produção orgânica ainda se sobrepõe ao certificado formal.

Por fim, o modelo atual de certificação desempenha uma importante função ao credenciar e tornar relações comerciais mais claras. No entanto, restam alguns pontos a serem revisitados: a mesma está cumprindo seu objetivo de inclusão social e econômica? A certificação representa a preservação do meio ambiente em que medida? O custo da certificação está adequado ao tamanho de cada empreendimento? Grandes empresas agrícolas e agricultura familiar devem ser certificadas da mesma forma e receber a mesma certificação? A certificação e o selo cumprem seu papel na comunicação dos atributos orgânicos, inclusive os sociais, ambientais e culturais? Em que medida a certificação influencia na maneira como os produtores podem alcançar ou desenvolver novos canais?

## Referências Bibliográficas

- ALVES, Alda Cristiane Oliveira; DOS SANTOS, André Luis de Sousa; DE AZEVEDO, Rose Mary Maduro Camboim. Agricultura orgânica no Brasil: sua trajetória para a certificação compulsória.. **Revista Brasileira de Agroecologia**, [S.l.], v. 7, n. 2, sep. 2012. ISSN 1980-9735
- BARDIN, L. (2010) **Análise de conteúdo**(4a ed.) Lisboa, Edições 70
- BRASIL, Lei n. 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. **Presidência da República**, Casa Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/L10.831.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.831.htm)>, 2003
- BRASIL, Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), disponível em <[www.agricultura.gov.br](http://www.agricultura.gov.br)>, acesso em 15/05/2020
- DALMORO, Marlon; LADEIRA, Wagner J. (organizadores). Barômetro dos Orgânicos, 2016. <https://www.univates.br/noticias/20241-gauchos-procuram-cada-vez-mais-por-alimentos-organicos> - acesso em 11/12/20178
- DAROLT, Moacir R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L. DE; VEZZANI, F. M. (Orgs.). Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba: Kairós, 2013. (p. 139- 170).
- DENZIN, Norman K; LINCON, Ivonna S. O Planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DIAS, V., SALVATE, N., RÉVILLION, J., SCHNEIDER, S. A importância da certificação nos circuitos curtos de alimentos orgânicos. *Revista Espacios*, v. 37, n.3, p.13-27
- ELKINGTON, John. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Businnes*. New Society Publishers, 2001
- FORNAZIER, Armando, PEDROZO, Eugênio A. A confiança entre os agricultores na garantia do atributo ecológico de sua produção. *Revista Brasileira de Agroecologia*, 5 (1):114-126, 2010
- MALHOTRA, Naresh. Pesquisa de Marketing: foco na decisão. 6 ed. São Paulo: Pearson, 2011.
- NIEDERLE, Paulo A.; Os agricultores ecologistas nos mercados para alimentos orgânicos: contramovimentos e novos circuitos de comércio. *Sustentabilidade em Debate - Brasília*, v. 5, n. 3, p. 79-96, set/dez 2014.
- OLIVEIRA, M., MAÇADA, A., & GOLDONI, V. (2009). Forças e fraquezas na aplicação do estudo de caso na área de sistemas de informação . *REGE Revista De Gestão*, 16(1), 33-49. Disponível em: <https://doi.org/10.5700/issn.2177-8736.rege.2009.36660>

RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. (2003) Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning*, 35, 393-411.

SACHS, I. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Pesquisa com Produtores Orgânicos. 2018. Disponível em: [https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Pesquisa%20com%20Produtores%20Org%C3%A2nicos%202018%20Sebrae\\_21.6.2018.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Pesquisa%20com%20Produtores%20Org%C3%A2nicos%202018%20Sebrae_21.6.2018.pdf) – acesso em 16/12/2018

WAQUIL, P. D., MIELE, M., SCHULTZ, G. Mercados e comercialização de produtos agrícolas. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010.

WILLER, Helga e JULIA, Lernoud (Eds.): *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2018*. **Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM – Organics International**, Bonn (Alemanha) 2018.

YIN, Robert K. Estudo de Caso: planejamento e métodos. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.