

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL**

**LILLIAN BASTIAN**

**TRANSIÇÃO NO REGIME SOCIOTÉCNICO ALIMENTÍCIO DOMINANTE:  
O PROCESSO DE CONVENCIONALIZAÇÃO DOS MERCADOS DE ORGÂNICOS**

**PORTO ALEGRE**

**2018**

**LILLIAN BASTIAN**

**TRANSIÇÃO NO REGIME SOCIOTÉCNICO ALIMENTÍCIO DOMINANTE:  
O PROCESSO DE CONVENCIONALIZAÇÃO DOS MERCADOS DE ORGÂNICOS**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como quesito parcial para obtenção do título de Doutora em Desenvolvimento Rural.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Dabdab Waquil

PORTO ALEGRE

2018

### CIP - Catalogação na Publicação

Bastian, Lillian

Transição no regime sociotécnico alimentício dominante: o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos / Lillian Bastian. -- 2018. 177 f.

Orientador: Paulo Dabdab Waquil.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. Convencionalização dos mercados de orgânicos. 2. Agricultura orgânica . 3. Atores . 4. Regime sociotécnico alimentício dominante. I. Waquil, Paulo Dabdab, orient. II. Título.

**LILLIAN BASTIAN**

**TRANSIÇÃO NO REGIME SOCIOTÉCNICO ALIMENTÍCIO DOMINANTE:  
O PROCESSO DE CONVENCIONALIZAÇÃO DOS MERCADOS DE ORGÂNICOS**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como quesito parcial para obtenção do título de Doutora em Desenvolvimento Rural.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Dr. Paulo Dabdab Waquil – Orientador

UFRGS

---

Profa. Dra. Chaiane Leal Agne

UERGS – Unidade Cachoeira do Sul

---

Dra. Ingrid Bergman Inchausti de Barros

UFRGS

---

Prof. Dr. Paulo André Niederle

UFRGS

Dedico esta tese para minha amada filha, meu  
companheiro e para toda a minha família.

## AGRADECIMENTOS

Ao final da jornada pelo doutorado gostaria de agradecer as pessoas e instituições que foram decisivas e fundamentais para o meu doutoramento e para a concretização desta tese. Primeiramente, gostaria de agradecer ao Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural (PGDR) e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) pela oportunidade de cursar de forma gratuita um curso de excelência em pós-graduação. Um agradecimento especial vai para meu orientador, o Professor Paulo Dabdab Waquil, por ter me acompanhado e guiado de forma dinâmica e segura possibilitando-me seguir com minha intenção de pesquisa. Agradeço ao Paulo também por ter me apoiado e atendido em tudo o que lhe solicitei.

Sou grata a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) por ter me fornecido uma bolsa mensal ao longo de todo o período doutoral. Esta instituição tem meu agradecimento também por me oportunizar uma experiência acadêmica em nível internacional, por meio do Programa Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE). Agradeço de modo especial a Professora Steffanie Scott, seus estudantes de pós-graduação, especialmente Erica e Zhenzhong, e a Universidade de Waterloo do Canadá por terem me recepcionado de forma acolhedora, e por todo o aprendizado e camaradagem durante o período no exterior.

Gostaria de estender o meu sentimento de gratificação aos colegas do doutorado e do mestrado do Brasil, pela parceria em trabalhos acadêmicos, artigos científicos, projetos de pesquisa, diálogos e pela amizade. Igualmente estendo meus agradecimentos a todas as pessoas com as quais compartilhei ao longo da pesquisa de campo e com as quais obtive e construí os dados que embasam as análises desta tese.

Agradeço aos professores do PGDR pelas oportunidades que me apresentaram durante o doutorado, principalmente os professores Sergio Schneider, Leonardo Xavier e Glauco Schultz. Agradeço à coordenação e aos docentes do Curso de Bacharelado em Desenvolvimento Rural (PLAGEDER) por tornar oportuna a minha atuação como tutora à distância. Tem meu reconhecimento e agradecimento as profissionais da secretaria do PGDR, Eliane, Danielle e Macarena. Igualmente agradeço aos demais profissionais que atuam ou atuaram nesse programa de pós-graduação e que estiveram presentes durante o curso do meu doutorado. Amplio este meu agradecimento a todos aqueles que me auxiliaram a enfrentar desafios, conseguir auxílios para participar de eventos e saídas de campo. Assim como me apresentaram oportunidades que engrandeceram a minha pesquisa na pós-graduação. Estão entre estas pessoas os profissionais das bibliotecas e assistência técnica da UFRGS.

Agradeço também a minha família e amigos. Meus pais Hermes e Bambina Maria, aos meus irmãos Marciane e Henrique e suas famílias, e aos tios e primos pelo apoio. Gostaria de incluir nestes agradecimentos as pessoas que me receberam durante as viagens de coleta de dados em São Paulo, Renata e Rosângela, e a família da Erica no Canadá. Estou grata por todo o acolhimento e conforto. Agradeço a Patrícia pela parceria e aulas de inglês e a Gil pelo incentivo. Além destas pessoas queridas, quero agradecer a todos aqueles que me apoiaram de diferentes formas ao longo desta trajetória. Finalmente não poderia deixar de agradecer a quem esteve ao meu lado durante todo o doutorado: meu companheiro Ricardo e a minha filha Luiza. Agradeço por todo o amor, apoio e compreensão.

## RESUMO

O tema da convencionalização dos mercados de orgânicos vem sendo discutido e analisado no Brasil e em outros países há aproximadamente duas décadas. No processo de convencionalização compreende-se que a agricultura orgânica manifesta parcialmente seus princípios apresentando similaridades com a agricultura agroquímica. Além da descaracterização da agricultura orgânica enquanto um sistema de produção de alimentos com princípios da saúde, ecologia, justiça e precaução, as implicações destas transformações acarretam perda de mercado pela categoria de agricultores familiares e apropriação da produção, beneficiamento e comercialização dos alimentos orgânicos pelo segmento mais capitalizado do sistema de produção de alimentos. Com intenção de compreender da melhor forma possível como este processo vem ocorrendo, o objetivo principal da tese é identificar como o processo de convencionalização está ocorrendo na região meridional brasileira. Incluíram-se na investigação agricultores, agroindústrias processadoras, lojistas e consumidores de municípios de quatro estados: São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A tese é teoricamente sustentada pela Perspectiva Multinível que compreende que um sistema sociotécnico opera conforme três diferentes níveis: o nicho tecnológico, o regime sociotécnico e a paisagem. Conforme esta perspectiva compreende-se que podem ocorrer transições no sistema sociotécnico. Estas transições podem ser incrementais ou radicais. Transições radicais são aquelas que mudam profundamente o regime e transições incrementais são as que aperfeiçoam o regime. Para operacionalizar esta pesquisa foram utilizadas as técnicas da metodologia qualitativa: entrevistas semiestruturadas com tópicos e questões, observação participante, conversas informais, diários de campo e revisão de literatura. Os dados são qualitativos e quantitativos, primários e secundários. Os resultados encontrados na tese reforçam que há especificidades no processo de convencionalização dos mercados de orgânicos. Identificou-se que os indícios da convencionalização encontrados entre os agricultores e alguns dos formatos, ações e critérios por meio dos quais os alimentos orgânicos são adquiridos, beneficiados e comercializados são particulares da região investigada. Muitos dos indícios são distintos dos identificados em outras investigações sobre a convencionalização realizadas tanto no Brasil como em outros países. Por outro lado, observou-se a adoção de formatos, ações e critérios muito similares aos do regime sociotécnico alimentício dominante. Quanto as relações entre os atores destacam-se a terceirização por meio da atuação fragmentada das agroindústrias e dos lojistas na produção e beneficiamento dos alimentos orgânicos. Descobriu-se que alguns dos atores investigados



atuam unicamente na distribuição e logística das matérias-primas e produtos. Além disso, alguns atuam controlando direta e indiretamente o acesso dos agricultores a distintos canais de comercialização. Dentre os agricultores, beneficiadoras e lojistas convencionalizados, uma pequena parcela apresenta como indícios as características da hipótese da bifurcação de grande escala e especialização produtiva. Estes e demais resultados encontrados apontam para uma ampliação da rede da agricultura orgânica com a entrada do nicho da agricultura orgânica no regime sociotécnico alimentício dominante. A agricultura orgânica encontra-se bem ancorada a este regime, mas mantém distintas expressões. Conforme a Perspectiva Multinível, muitas das atuais transições observadas no regime sociotécnico alimentício dominante são indicativos de uma futura inovação do sistema. Entretanto, é cedo para saber quais serão os impactos dessa interação. Futuramente, novas pesquisas poderão ser feitas para averiguar os desdobramentos da ancoragem do nicho da agricultura orgânica ao regime sociotécnico alimentício dominante.

**Palavras chave:** Convencionalização dos mercados de orgânicos. Agricultura orgânica. Atores. Regime sociotécnico alimentício dominante.

## ABSTRACT

The conventionalization of organic markets topic has been discussed and analyzed in Brazil and in other countries for approximately two decades. In the process of conventionalization it is understood that organic agriculture partially manifests its principles presenting similarities with agrochemical agriculture. In addition to the de-characterization of organic agriculture as a food production system with health, ecology, justice and precaution principles, the implications of these transformations entail market loss by the family farmers category and appropriation of the production, processing and marketing of organic foods by the more capitalized system of food production segments. Trying to understand this process the best way possible, the main objective of the thesis is to identify how the process of conventionalization is taking place in the southern Brazilian region. Farmers, processing industries, shopkeepers and consumers of municipalities in four states: São Paulo, Paraná, Santa Catarina and Rio Grande do Sul were included in the research. The thesis is theoretically supported by the Multilevel Perspective which understands that a sociotechnical system operates according to three different levels: the technological niche, the socio-technical regime and the landscape. From this perspective it is understood that transitions can occur in the sociotechnical system. These transitions can be incremental or radical. Radical transitions are those that profoundly change the regime and incremental transitions are the ones that perfect the regime. In order to make this research work, techniques of qualitative methodology were used: semi structured interviews with topics and questions, participant observation, informal conversations, field diaries and literature review. The data are qualitative and quantitative, primary and secondary. The results found in the thesis reinforce that there are specificities in the organic markets conventionalization process. It was identified that the indications of conventionalization found among farmers and some of the formats, actions and criteria by which organic food is purchased, benefited and marketed are particular in the investigated region. Many of the indications are distinct from those identified in other investigations of conventionalization conducted both in Brazil and other countries. On the other hand, it was observed the adoption of formats, actions and criteria very similar to those of the dominant socio-technical food regime. Regarding relations between the actors, outsourcing is highlighted through the agro-industries and tenants fragmented performance in the production and processing of organic foods. It was found that some of the actors investigated only act in the distribution and logistics of raw materials and products. In addition, some operate directly and indirectly controlling farmers' access to different

marketing channels. Among the conventionalized farmers, beneficiaries and shopkeepers, a small portion presents as evidence the characteristics of the large-scale bifurcation hypothesis and productive specialization. These and other results point to an expansion of the organic agriculture network with the entry of the organic agriculture niche into the dominant socio-technical food regime. Organic agriculture is well anchored to this regime, but it maintains different expressions. According to the Multilevel Perspective, many of the current transitions observed in the dominant socio-technical food regime are indicative of a future system innovation. However, it is too soon to know what the impacts of this interaction will be. In the future, further research may be done to ascertain the implications of the organic agriculture niche anchorage to the dominant socio-technical food regime.

**Keywords:** Conventionalization of organic markets. Organic agriculture. Actors. Dominant socio-technical food regime.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> - Distintas modalidades de agricultura, período e local de surgimento.	25
<b>Figura 2</b> - Municípios incluídos na investigação.	35
<b>Figura 3</b> - Arroz embalado visualizado em supermercado varejista.	93
<b>Figura 4</b> - Pão embalado visualizado em supermercado varejista.	95
<b>Figura 5</b> - Banana totalmente embalada comercializada em supermercado de rede varejista.	96
<b>Figura 6</b> - Alface parcialmente embalada comercializada em rede varejista.	96
<b>Figura 7</b> - Hortaliça orgânica exposta ao lado da de origem convencional em saco.	96
<b>Figura 8</b> - Hortaliças de procedências orgânica e convencional, totalmente embaladas e expostas uma ao lado da outra.	97
<b>Figura 9</b> - Expositor de hortaliças orgânicas e convencionais.	97
<b>Figura 10</b> - Refrigerador de hortaliças orgânicas.	98
<b>Figura 11</b> - Refrigerador de hortaliças orgânicas apenas.	98
<b>Figura 12</b> - Exposição concentrada de produtos beneficiados orgânicos.	99
<b>Figura 13</b> - Exposição de beneficiados orgânicos lado a lado aos produtos de origem convencional.	99
<b>Figura 14</b> - Exposição de beneficiados orgânicos lado a lado aos produtos de origem convencional.	99
<b>Figura 15</b> - Característica dos alimentos orgânicos de maior importância para os consumidores.	103
<b>Figura 16</b> - Forma de organização do atual mercado e orgânicos.	118
<b>Figura 17</b> - Processo multinível de inovação de sistemas.	122
<b>Figura 18</b> - A hipótese da convencionalização e da bifurcação na agricultura orgânica.	124
<b>Figura 19</b> - Marca varejista de orgânicos e marca dos produtores.	129

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Dois principais paradigmas da agricultura orgânica e suas consequências em termos de desenvolvimento.	45
<b>Quadro 2</b> - Práticas adotadas pelos agricultores	46
<b>Quadro 3</b> - Fatores que contribuem para definir culturas adotadas por agricultores.	50
<b>Quadro 4</b> - Origem e adoção de tecnologias.	51
<b>Quadro 5</b> - Canais de comercialização adotados pelos agricultores.	52
<b>Quadro 6</b> - Índícios, perfis e trajetórias dos agricultores investigados.	55-56
<b>Quadro 7</b> - Localização, escala produtiva e alguns dos formatos, ações e critérios adotados pelas agroindústrias beneficiadoras.	75
<b>Quadro 8</b> - Índícios da convencionalização dos mercados de orgânicos por agroindústria.	79
<b>Quadro 9</b> - Principais variáveis discutidas ao longo da seção.	82
<b>Quadro 10</b> - Caracterização das lojas consultadas para esta investigação.	86
<b>Quadro 11</b> - Estado e local onde as entrevistas ocorreram.	102
<b>Quadro 12</b> - Percepções dos consumidores sobre a forma de escoamento dos alimentos orgânicos realizada pelos agricultores.	112
<b>Quadro 13</b> - Índícios da convencionalização dos mercados de orgânicos, atores que os apresentam e elementos da hipótese da bifurcação.	140-141

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Relação entre conversão parcial ou integral e o período desde a conversão	39
<b>Tabela 2</b> - Relação entre o período desde a conversão e a grau de escolaridade dos agricultores	39
<b>Tabela 3</b> - Faixa etária dos agricultores entrevistados	40
<b>Tabela 4</b> - Relação entre perfil dos agricultores e percepção da agricultura orgânica	41
<b>Tabela 5</b> - Relação entre perfil dos agricultores e certificação adotada	42
<b>Tabela 6</b> - Relação entre perfil dos agricultores e certificação adotada	42

## LISTA DE ABREVIATURAS

ANA -	Articulação Nacional de Agroecologia
CI Orgânicos –	Centro de Inteligência em Orgânicos
CSA –	Community Supporting Agriculture
EMBRAPA –	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
IBD –	IBD Certificações
IBGE –	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDEC –	Instituto de Defesa do Consumidor
IFOAM –	Federação Internacional dos Movimentos da Agricultura Orgânica
IMO –	Institute for Marketecology
MN –	Market Nicho
PAA –	Programa de Aquisição de Alimentos
PANC –	Planta Alimentícia não Convencional
PMN –	Perspectiva Multinível
PNAE –	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PR –	Paraná
RS –	Rio Grande do Sul
SC –	Santa Catarina
SIDRA –	Sistema IBGE de Recuperação Automática
SISORG –	Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica
SP –	São Paulo
SNA –	Sociedade Nacional de Agricultura

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>16</b>
1.1	OBJETIVO GERAL .....	22
1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	22
<b>2</b>	<b>CONCEPÇÕES TEÓRICAS E METODOLÓGICAS ORIENTADORAS DA PESQUISA .....</b>	<b>25</b>
2.1	CONCEITUAÇÃO DE AGRICULTURA ORGÂNICA .....	25
2.2	A PERSPECTIVA MULTINÍVEL (PMN) .....	29
2.3	VARIÁVEIS E TÉCNICAS DE PESQUISA.....	32
2.4	ATORES ENTREVISTADOS E ANÁLISE DOS DADOS .....	34
<b>3</b>	<b>INDÍCIOS DA CONVENCIONALIZAÇÃO DOS MERCADOS DE ORGÂNICOS ENTRE OS AGRICULTORES .....</b>	<b>38</b>
3.1	PERFIS SOCIOECONÔMICOS E TRAJETÓRIAS DOS AGRICULTORES ORGÂNICOS NA AGRICULTURA ORGÂNICA.....	39
3.2	INDÍCIOS DA CONVENCIONALIZAÇÃO DOS MERCADOS DE ORGÂNICOS ENCONTRADOS ENTRE OS AGRICULTORES.....	44
3.3	INDÍCIOS DA CONVENCIONALIZAÇÃO E SUA INTERRELAÇÃO COM PERFIL E TRAJETÓRIAS DOS AGRICULTORES .....	55
<b>4</b>	<b>FORMATOS, AÇÕES E CRITÉRIOS ADOTADOS POR AGROINDÚSTRIAS BENEFICIADORAS, LOJISTAS E CONSUMIDORES NOS MERCADOS DE ORGÂNICOS .....</b>	<b>68</b>
4.1	FORMATOS, AÇÕES E CRITÉRIOS ADOTADOS PELAS AGROINDÚSTRIAS BENEFICIADORAS QUANDO ADQUIREM, BENEFICIAM E COMERCIALIZAM MATÉRIAS PRIMAS E PRODUTOS COM CERTIFICAÇÃO ORGÂNICA.....	74
4.2	FORMATOS, AÇÕES E CRITÉRIOS ADOTADOS PELAS LOJAS ESPECIALIZADAS (OU NÃO) NA AQUISIÇÃO E VENDA DE ORGÂNICOS .....	86



4.3	FORMATOS, AÇÕES E CRITÉRIOS ADOTADOS PELOS CONSUMIDORES NO MOMENTO DE ADQUIRIREM ALIMENTOS COM A QUALIDADE ORGÂNICA ..	103
4.4	PERCEPÇÕES DE AGRICULTURA ORGÂNICA VERIFICADAS ENTRE AS AGROINDÚSTRIAS, LOJISTAS E CONSUMIDORES.....	115
4.5	CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DOS CRITÉRIOS, FORMATOS E AÇÕES ADOTADOS PELAS AGROINDÚSTRIAS BENEFICIADORAS, LOJISTAS E CONSUMIDORES NOS MERCADOS DE ORGÂNICOS .....	117
<b>5</b>	<b>AS RELAÇÕES E INFLUÊNCIAS ENTRE OS ATORES AGRICULTORES, BENEFICIADORAS, LOJISTAS E CONSUMIDORES E A HIPÓTESE DA BIFURCAÇÃO.....</b>	<b>123</b>
5.1	A TERCEIRIZAÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO E DOS PROCESSOS E O AUMENTO NO NÚMERO DE ATORES EXISTENTES ENTRE AGRICULTORES E CONSUMIDORES .....	128
5.2	O CERCEAMENTO DAS POSSIBILIDADES DE COMERCIALIZAÇÃO.....	134
5.3	CONSEQUÊNCIAS DO USO DE CONTRATOS .....	138
5.4	A HIPÓTESE DA BIFURCAÇÃO .....	141
5.5	CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DAS RELAÇÕES E INFLUÊNCIAS E DA HIPÓTESE DA BIFURCAÇÃO .....	145
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>148</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>152</b>
	<b>ANEXO A – ROTEIROS DE TÓPICOS E QUESTÕES .....</b>	<b>158</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O despertar para o tema da convencionalização dos mercados de orgânicos aconteceu durante o curso de uma das disciplinas ofertadas no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural (PGDR), a disciplina DER 353 – Alimentos, Mercados e Consumo. A sensação de perceber que experiências de sucesso em agriculturas sustentáveis podem ser cooptadas pelo setor dominante do mercado de alimentos foi desagradável. Até aquele momento reconhecia a agricultura orgânica, compreendida de modo amplo como exposto pela Federação Internacional dos Movimentos da Agricultura Orgânica (IFOAM, 2005), como uma saída viável e adequada para aqueles agricultores que procuram por autonomia e trocas justas. A inquietação gerada com esta descoberta aguçou minha curiosidade e interesse pelo tema fazendo com que este se tornasse o tema de pesquisa da tese.

Após esta decisão, a convencionalização foi o assunto discutido em trabalhos finais de disciplinas e em artigos científicos. As leituras sobre este debate conduziram a um aprofundamento da compreensão sobre este processo. Compreendeu-se que o processo de convencionalização dos mercados orgânicos caracteriza-se por alterações recentes que vem ocorrendo na agricultura orgânica e em seus mercados que fraturam o modo de produção caracterizado por princípios da ecologia, saúde, precaução e justiça (IFOAM, 2005). Os debates acadêmicos a respeito deste rompimento da agricultura orgânica com seus princípios apontam para um modo de produção híbrido que apresenta alguns elementos tanto da agricultura orgânica quanto da agricultura agroquímica.

O discussão acadêmica acerca do processo de convencionalização iniciou com a publicação de Buck, Getz e Guthman (1997), reportando-se ao verificado em contexto internacional da Califórnia, Estados Unidos. Estes autores, ao analisarem o mercado das hortaliças orgânicas naquele contexto, averiguaram que havia semelhanças com o mercado dos alimentos convencionais, principalmente em termos operacionais e organizacionais. Esta publicação foi o estopim que conduziu outras pesquisas em diferentes contextos em nível planetário. A partir dos achados para o caso estadunidense, muitos pesquisadores desejaram conhecer se o processo de convencionalização se manifestava da mesma maneira em regiões específicas dos países de seus interesses (COOMBES; CAMPBELL, 1998; HALL; MOGYOROBY, 2001; WIT; VERHOOG, 2007; OELOFSE *et al*, 2011; DARNHOFER *et al*, 2009). Os resultados que estes investigadores encontraram foram variados.

Por meio das análises dos resultados destas investigações pode-se apontar como uma primeira observação o fato de que os indícios e as características do processo de convencionalização dos mercados de orgânicos não são homogêneos, mas são diferentes para países e regiões. Em alguns contextos foi identificado competição entre agricultores convencionalizados e não convencionalizados. Ao passo que em outros contextos estes agricultores com perfis distintos constituíam um arranjo em que se fortaleciam mutuamente. Ainda foram encontrados resultados que expressavam que os indícios da convencionalização não se manifestavam nas mesmas magnitudes dos identificados nas outras pesquisas, sendo fracos ou inexistentes. Nesse sentido, conforme estes resultados, é importante destacar que o processo de convencionalização não é um fenômeno universal, homogêneo e abrangente na agricultura orgânica.

Alguns dos riscos futuros inerentes a este processo mencionados por Guthman (2004) reportam ao caráter que a convencionalização pode apresentar ao se expandir. Segundo as previsões da autora, um dos principais riscos está relacionado com as influências deste processo sobre a agricultura orgânica. Segundo a autora, ao contrário do que se supõe o processo de convencionalização não dominará qualquer tentativa de resistência à integração dos mercados de orgânicos ao modelo explicitado pela agricultura agroquímica, mas operará de modo que todos os produtores orgânicos participem no setor através de uma rápida e inesperada lógica de intensificação.

Conforme essa autora existe pelo menos três ameaças relacionadas com o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos. A primeira das ameaças é a possibilidade das grandes fornecedoras de insumos de companhias internacionais influenciarem os padrões de certificação. A segunda ameaça seria a autorização do uso de insumos que podem deturpar os significados do que é um produto orgânico conforme os princípios da agricultura orgânica. A última das ameaças seria a adoção desses insumos por um amplo espectro dos produtores, entre os grandes e pequenos, capitalizados e não capitalizados.

Outras contradições relacionadas com a convencionalização que foram encontradas nos mercados de orgânicos remetem a exigências mínimas de quantidades de produtos a serem entregues pelos agricultores a agroindústrias. Conforme Wit e Verhoog (2007), na Holanda algumas propriedades tiveram que se especializar na produção de suínos e passaram a adquirir externamente os alimentos para os animais. Sob essas condições muitos produtores de suínos saíram desse mercado que agora é dominado por propriedades especializadas e de grande escala. Um comportamento parecido a esse também foi visualizado entre os avicultores daquele país.

Ainda está conexo ao debate da convencionalização a adoção do paradigma da substituição de insumos que se qualifica principalmente pela aquisição de insumos externos. A substituição de insumos foi identificada no Brasil, estado de São Paulo, em inquirição com agricultores familiares. Segundo a investigação de Almeida e Abreu (2009), um percentual de 52% de uma amostra de 23 associados com certificação produzia no máximo duas culturas destinadas ao mercado e adotava um sistema de produção via substituição de insumos agrícolas. Esses agricultores conduziam a gestão das atividades produtivas de maneira análoga à agricultura convencional.

Outro exemplo brasileiro remete a Rede Ecovida de Agroecologia. Rover e Lampa (2013, p. 24) destacam que, diante da falta de coordenação interna acarretada pela expansão da rede e pelas modificações no regime alimentar, em alguns dos núcleos regionais observa-se o estabelecimento de relações competitivas entre alguns agentes. Essas relações acontecem em um contexto organizacional em que os núcleos regionais tem significativa autonomia para escolher as estratégias comerciais adotadas. Nesse sentido, em alguns desses núcleos, há busca por canais de comercialização distantes e centralização comercial.

Conforme Niederle e Almeida (2013), o debate e o processo da convencionalização dos mercados de orgânicos estão associados com a entrada de novos atores que atuam conforme uma lógica mercantil nos mercados de orgânicos. Estes novos atores podem ser produtores, certificadoras, supermercados ou agroindústrias que, orientados pelo lucro econômico acabam provocando transformações nesse setor.

As alterações na agricultura orgânica provocadas por estes novos atores podem ser exemplificadas ao analisar as ações das redes varejistas. Conforme Tovar *et al* (2005) e Jandrey, Schultz e Souza (2017), os distintos canais de comercialização dos produtos orgânicos são capazes de determinar a natureza da atividade orgânica na propriedade onde elas ocorrem. As propriedades que vendem no comércio local e diretamente ao consumidor se inclinam para a diversificação de culturas já que, ao disporem de uma variedade maior de produtos tem a chance de vender em maior quantidade para um único consumidor. Do contrário, há uma tendência de especialização e simplificação dos sistemas de produção entre aquelas propriedades que comercializam seus produtos em redes varejistas, já que os supermercados podem solicitar uma determinada quantidade de um único produto.

Muitos destes atores não se interessavam pela agricultura orgânica anteriormente ao aumento significativo dos mercados deste nicho (BRASILBIOS, 2015; IDEC, 2010). O aumento da participação deste atores diminui as contribuições da agricultura orgânica para o desenvolvimento sustentável (OELOFSE *et al*, 2011). Se estes atores desenvolvem a

agricultura orgânica via substituição de insumos, há alguma contribuição para o desenvolvimento sustentável pela via da saúde, das pessoas e do ambiente. Entretanto, se a agricultura orgânica é desempenhada pela via da substituição de insumos, princípios da agricultura orgânica como o da justiça não são contemplados.

Outra adversidade do sistema de produção orgânica via substituição de insumos é que, segundo Altieri e Nicholls (2003), quando os cultivos orgânicos são sistemas simples (monocultivos), a regulação natural, ou seja, a capacidade do sistema de produção orgânico de gerar seus próprios mecanismos de manutenção do “equilíbrio” do agroecossistema fica prejudicada. Assim, são necessários insumos externos (orgânicos e biológicos) para subsidiar funções de controle de pragas e de fertilidade do solo que poderiam ser fornecidos naturalmente caso os sistemas fossem diversos. Ou seja, a especialização produtiva na agricultura orgânica está diretamente relacionada com a dependência externa dos insumos.

Para Niederle (2014, p. 182), a convencionalização seria a “apropriação de valores vinculados à agroecologia pelos atores líderes do sistema agroalimentar” convencional. Entretanto, assevera o autor, essa apropriação nem sempre ocorre de modo integral. Mesmo que alguns desses atores incorporem discursos e, em alguma medida, métodos de produção, beneficiamento e comercialização vinculados ao movimento alternativo da agricultura orgânica, isso não está necessariamente relacionado com práticas de preço e condições justas junto aos fornecedores dos produtos e das matérias primas, por exemplo. Ou seja, o aspecto social da agricultura orgânica pode ser pouco ou nada contemplado.

Os parágrafos acima destacam que existem diferentes formas de engajamento à agricultura orgânica dos atores que atuam nos mercados de orgânicos. Alguns autores expõem de modo dicotômico estes engajamentos (CAPORAL; COSTABEBER, 2004; RAMOS; STOREL, 2001). No entanto, percebe-se que esta polarização é inadequada para expressar a filiação dos atores a esta agricultura. As distintas formas de engajamento à agricultura orgânica não são estanques. Existem diferentes expressões de agricultura que mesclam distintas e contraditórias características de engajamento do agricultor à agricultura orgânica. Nem mesmo existe uma teoria capaz de demonstrar toda a diversidade social e produtiva que existe no mundo rural (PLOEG, 2008). O mesmo se aplica aos distintos agricultores orgânicos que motivados e estimulados por diferentes trajetórias de vida, ambientes político, institucional, econômico e social moldam suas estratégias de modo singular o que gera um conjunto de agricultores orgânicos com heterogêneas características. A capacidade de cada ser

humano de significar a agricultura orgânica conforme sua percepção faz com que existam atores que conjuguem tanto o interesse como a convicção<sup>1</sup>.

Uma controvérsia notada nesse processo é que os atores que atuam na agricultura orgânica fortemente pelo interesse econômico recebem o mesmo selo de conformidade orgânica de um agricultor que busca seguir integralmente os princípios desta agricultura. Allen e Kovach (2000) mencionam que o principal da filosofia de orgânicos é o compromisso com a sensibilidade ecológica e holística e é evidente que muitos agricultores de orgânicos compartilham esse compromisso. Entretanto, não se pode dizer o mesmo para as normas e certificadoras. Aqui nota-se uma particularidade no sentido de que as normas que regulamentam a certificação orgânica não conseguem incluir todos os princípios da agricultura orgânica entre as exigências necessárias para atestar a conformidade, ficando excluídos, principalmente, os aspectos relacionados com o princípio da justiça. Em menor proporção está ausente nas normas o compreendido nos princípios da ecologia, precaução e saúde.

Segundo Darnhofer *et al* (2009, p. 73, *tradução minha*) os valores expressos nos princípios da agricultura orgânica da IFOAM “são parcialmente codificados em regras e regulações e assim ocasionam o comprometimento de uma visão mais holística da agricultura orgânica”. Nas normas das certificadoras que atestam a conformidade orgânica, há carência dos princípios de biodiversidade, reciclagem de nutrientes, considerações sociais. Deste modo, os rótulos de orgânicos tendem a reduzir a complexidade social e natural a uma simples matéria de insumos (OELOFSE *et al*, 2011) o que tende a conduzir a agricultura orgânica para a substituição de insumos (ALLEN; KOVACH, 2000).

Segundo Allen e Kovach (2000), devido ao fato de que as normas se focam, principalmente, em insumos permissíveis tendem a sugerir que o valor dos produtos orgânicos é uma função dos insumos em vez de um inteiro processo de trabalho que envolve outros fatores, como a organização social e a convivência e coprodução com o ambiente. Para Niederle (2014), as representações parciais que as normas de certificação provocam permitem que os produtos da agricultura orgânica sejam mercantilizados e artificializados pela indústria de alimentos.

---

<sup>1</sup> Importante destacar que essas distintas formas de engajamento na agricultura orgânica não são barreira para que as ações empreendidas por esses atores de perfil díspar se complementem. Elas se complementam quando, por exemplo, aumentam a variedade dos itens de origem orgânica nos distintos canais de comercialização. O que possibilita que o consumidor encontre uma variedade maior de produtos de origem orgânica em um mesmo local de venda.

Acrescenta-se que a certificação da conformidade orgânica permite que os produtores acessem mercados distantes e que consumidores tenham à disposição itens que não são possíveis de serem produzidos na sua região. Portanto, é também uma forma de inclusão tanto do produtor como do consumidor. Contudo, a certificação orgânica não possibilitou que essa expansão do alcance do produto orgânico no espaço geográfico fosse acompanhada de uma nova definição na forma de comercializar esses produtos. Não houve uma reestruturação institucional que alterasse regras dos formatos de comercialização tal qual é exposto nos princípios da agricultura orgânica. A certificação constituiu-se em um dispositivo que permitiu a entrada do produto de origem orgânica nos meios de comercialização convencionais que existiam anteriormente ao momento da expansão e institucionalização da agricultura orgânica. E, desse modo, compõem-se como um dos principais desencadeadores do processo de convencionalização dos mercados de orgânicos.

Todos estes aspectos e indícios da convencionalização foram expostos até o momento para darem sustentação e argumentos favoráveis à intenção que se tem em investigar como o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos vem ocorrendo em uma determinada região do Brasil compreendida na região meridional. Apoiado nas ambiguidades expostas até aqui se percebe que a convencionalização dos mercados de orgânicos constituiu-se principalmente na descaracterização da agricultura orgânica enquanto uma agricultura com princípios relacionados com a saúde, precaução, justiça e ecologia (IFOAM, 2005).

As variadas implicações subjacentes ao processo de convencionalização dos mercados de orgânicos assim como as poucas investigações sobre este tema na realidade brasileira (OELOFSE *et al*, 2011; ALMEIDA; ABREU, 2009; ROVER; LAMPA, 2013) reforçam a necessidade de outras pesquisas sobre esta temática serem produzidas para o caso brasileiro, com intuito de conhecer de que forma este processo se manifesta para a região especificada.

Deste modo, considerando as contradições e impactos inerentes ao processo de convencionalização dos mercados de orgânicos expressos ao longo dos parágrafos anteriores é que se delimita como problema de pesquisa a seguinte questão: **como está ocorrendo o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos na região meridional brasileira?**

Para responder ao problema de pesquisa acima os objetivos geral e específicos são os seguintes:

## 1.1 OBJETIVO GERAL

**Identificar como está ocorrendo o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos na região meridional brasileira.**

## 1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Interrelacionar os perfis socioeconômicos, as trajetórias na agricultura orgânica e os indícios da convencionalização da agricultura orgânica identificados entre os agricultores;*
- b) elencar quais são os formatos, as ações e os critérios que agroindústrias beneficiadoras, lojas especializadas (ou não) na venda de orgânicos e consumidores adotam no momento de adquirir, beneficiar e/ou comercializar alimentos e demais produtos que apresentam a qualidade orgânica;*
- c) verificar relações que existem entre os atores dos mercados de orgânicos e explicitar influências que esses atores exercem uns sobre os outros; e*
- d) averiguar se dentre os indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos encontrados entre os atores consultados há as características de grande escala e especialização produtiva mencionadas na hipótese da bifurcação.*

A principal justificativa para a realização dessa pesquisa remete a incipiência de investigações dessa natureza no contexto brasileiro. Tais investigações encontram relevância quando se observa a magnitude das consequências vinculadas com a convencionalização dos mercados de orgânicos. Trata-se de algo com maior expressividade do que é a descaracterização da agricultura orgânica enquanto seus princípios da saúde, ecologia, justiça e precaução. De maior importância é a ameaça as conquistas de décadas de resistência e ativismo da sociedade civil em prol de agriculturas alternativas ao modelo insustentável e excludente proposto com a Revolução Verde. Investigações desta natureza são relevantes no contexto brasileiro, pois a agricultura orgânica neste país é uma oportunidade de reprodução social e econômica para o heterogêneo grupo dos agricultores familiares possibilitando-lhes melhores oportunidades de mercado e meios de vida comparados com aqueles visualizados na agricultura agroquímica. Investigações desta natureza também são necessárias para expressarem processos e tendências do mercado de produtos orgânicos que poderão orientar políticas públicas e novas estratégias de resistência dos atores da sociedade civil organizada.



É decisivo nesse processo da convencionalização dos mercados de orgânicos o estímulo de atores externos à agricultura. Alguns dos agricultores apresentam indícios da convencionalização porque há uma mudança no ambiente externo as propriedades e porque a demanda os puxa ou empurra para direções ambíguas. As transformações que estão relacionadas com a convencionalização dos mercados de orgânicos, conforme a bibliografia sobre o tema apontou, não são notadas e muito menos produzidas apenas pelos agricultores. Nesse sentido, para ter-se uma identificação fidedigna das transformações que estão em curso na agricultura orgânica relacionadas com o processo da convencionalização é necessário incluir agricultores e demais atores dos mercados de orgânicos. Nesse sentido, justifica-se a inclusão de demais atores com os quais os agricultores se relacionam quando comercializam seus produtos e/ou matérias primas orgânicas.

A escolha por empreender a pesquisa com alguns atores localizados na região meridional brasileira, nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e São Paulo – como ficará claro na metodologia – refere-se ao conhecimento prévio de prováveis exemplos do processo de convencionalização que se encontram nessa região. Pretende-se realizar uma pesquisa nesses estados também devido à “relativa” proximidade. Realizar uma pesquisa de doutoramento abrangendo atores de todas as regiões brasileiras seria inviável por custos financeiros e limites temporais.

Estruturalmente esta tese está dividida em seis partes principais. A primeira é esta introdução. Na sequência estão quatro capítulos. O Capítulo 2 é de caráter teórico metodológico. Neste são expostas as definições de agricultura orgânica e de mercados adotadas na tese. São introduzidos os delineamentos primordiais da Perspectiva Multinível (PMN) que embasa e sustenta interpretações produzidas a partir dos resultados. Também são indicadas as técnicas da metodologia qualitativa usadas na geração, coleta e análise dos dados. Assim como, são localizados os atores consultados ao longo da pesquisa de campo e é demarcada a forma como ocorreu a codificação das entrevistas e do diário de campo conforme as variáveis previamente definidas.

Nos três capítulos seguintes são apresentados e discutidos os resultados por objetivos específicos. No Capítulo 3 apresentam-se e discutem-se os resultados do primeiro objetivo específico. No Capítulo 4, da mesma forma, são introduzidos e debatidos os resultados para o segundo objetivo específico. E no Capítulo 5 faz-se a apresentação e discussão para o terceiro e o quarto objetivos específicos. Cada um destes capítulos inicia por uma revisão da literatura. Deste modo, a revisão bibliográfica desta tese é exposta em parcelas ao longo destes capítulos. Ao final de cada um destes capítulos há uma discussão que integra a revisão

bibliográfica e os resultados encontrados. Por último, na parte final desta tese são apontadas as considerações finais e indicadas prováveis pesquisas futuras relacionadas com o tema da convencionalização dos mercados de orgânicos.

## 2 CONCEPÇÕES TEÓRICAS E METODOLÓGICAS

Neste capítulo serão expressos os contornos teóricos e metodológicos desta pesquisa. Dentre estes delineamentos estão a exposição do conceito de agricultura orgânica, os pilares centrais da Perspectiva Multinível (PMN), as variáveis e as técnicas de pesquisa utilizadas, e a localização dos atores entrevistados seguida da análise dos dados. Estes tópicos são discutidos, conforme esta mesma sequência, em quatro itens ao longo deste capítulo.

### 2.1 CONCEITUAÇÃO DE AGRICULTURA ORGÂNICA

De acordo com Darolt (2002), a agricultura orgânica teve início nas primeiras décadas do século XX quando Sir Albert Howard realizou pesquisas durante 40 anos sobre a relação que havia entre as características orgânicas do solo e a saúde e resistência do homem à doenças. Howard destacava que a fertilidade natural do solo era fator determinante para a prevenção de patologias e melhores resultados quantitativos e qualitativos das plantas.

As pesquisas realizadas por Howard foram aprimoradas por Lady Eve Balfour que converteu a sua fazenda na Inglaterra em campo experimental. Outra pessoa a contribuir foi Jerome Irving Rodale que no final dos anos 1940 influenciado pelas ideias da agricultura orgânica fundou um movimento em prol da agricultura alternativa nos Estados Unidos. Foi criador da revista *Organic Gardening and Farm* (OG&F). Suas ações possibilitaram a formação da entidade *Rodale Institut* que continua envolvida com pesquisa, ensino e extensão em agricultura orgânica nesse país da América do Norte (DAROLT, 2002).

Embora atualmente hajam diferentes compreensões relacionadas com a agricultura orgânica é pertinente destacar que a agroecologia descende de um conjunto de agriculturas alternativas, como a agricultura ecológica e a regenerativa, que foram concebidas inicialmente a partir da agricultura orgânica de Howard, Balfour e Rodale (DAROLT, 2002). Na Figura 1 é possível visualizar com mais clareza essa relação<sup>1</sup>.

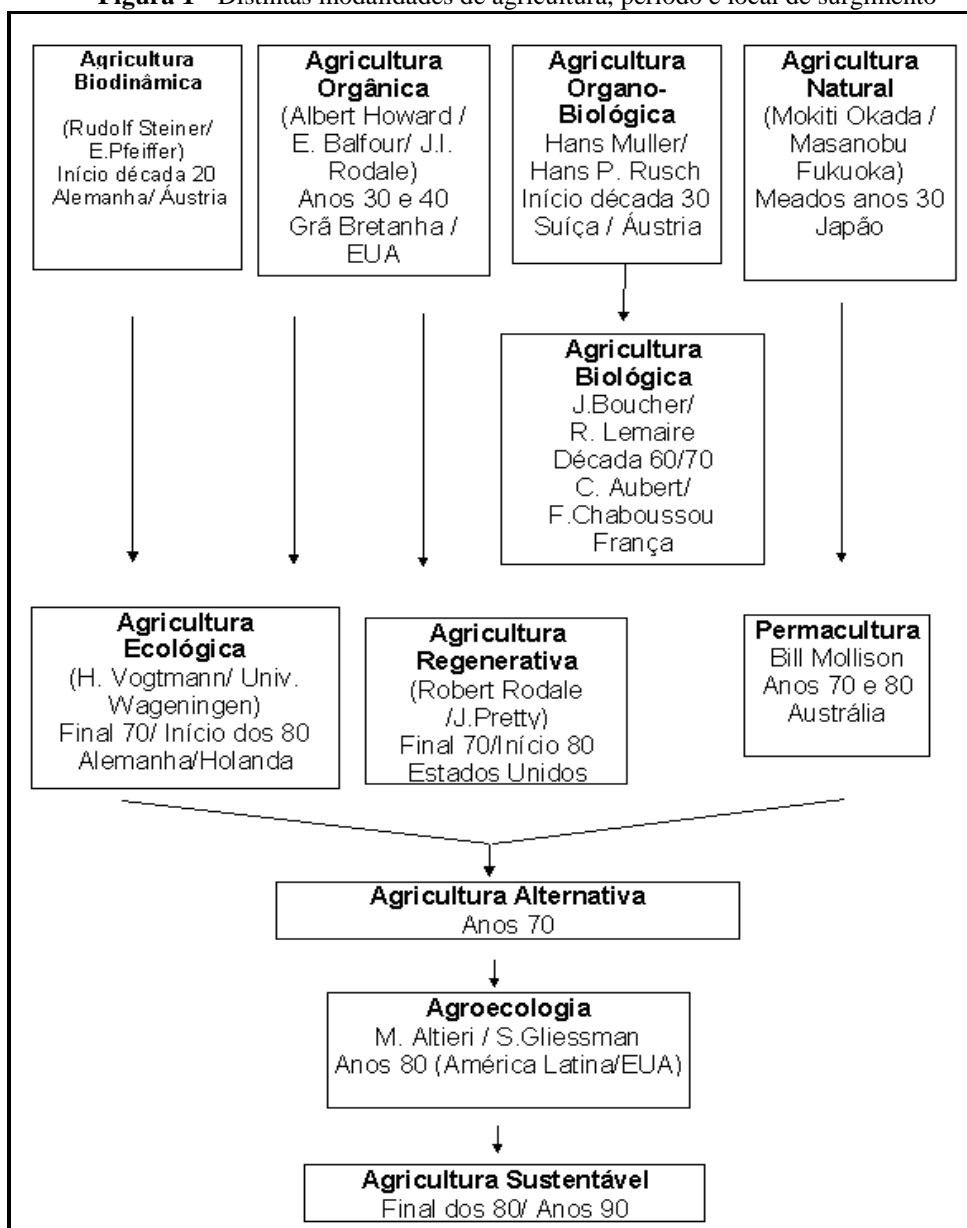
Talvez a controvérsia entre agricultura orgânica e agroecologia aconteça por que se faz uma leitura muito recente e superficial das vertentes teóricas que estão na base da agroecologia. E, igualmente, por que na agricultura orgânica existem distintas correntes: a

---

<sup>1</sup> A relativa fusão entre os distintos modos alternativos de fazer agricultura prescinde da descaracterização dessas concepções. Existem agricultores que, por exemplo, seguem a permacultura e não necessariamente a agroecologia. Ou seja, mesmo que recentemente tenha havido essa tendência de junção das distintas agriculturas alternativas, como expresso na figura, isso não impede que os princípios e práticas de cada uma dessas agriculturas sejam empregados isoladamente pelos agricultores.

agricultura orgânica de substituição de insumos e a agricultura orgânica baseada no redesenho de sistemas. Segundo Lamine e Bellon (2009) esses dois paradigmas da produção orgânica estão relacionados com as práticas dos agricultores. O primeiro paradigma está conexo com os agricultores industriais e o segundo com agricultores que tem uma visão ideológica e agroecológica. Para Altieri e Nicholls (2003, p. 6), a redefinição de sistemas é uma “transformação da estrutura e funcionalidade dos agroecossistemas promovendo o manejo dirigido para otimizar os processos da ciclagem de nutrientes, acúmulo de matéria orgânica, controle biológico das pragas e produção equilibrada”.

**Figura 1 -** Distintas modalidades de agricultura, período e local de surgimento



Fonte: Darolt (2002, p. 2).

Essas duas correntes da agricultura orgânica encontram-se em disputa ideológica (CANDIOTTO, MEIRA, 2014; CAPORAL, COSTABEBER, 2004). Allen e Kovach (2000) apontam que o enfoque da substituição de insumos é apoiado pelo sistema econômico, onde soluções baseadas em *commodities* – aquelas que podem ser manufaturas e vendidas lucrativamente – são aquelas mais prováveis de serem desenvolvidas, comercializadas e usadas.

A “diversidade” interna à agricultura orgânica não termina nesse ponto. Wit e Verhoog (2007) mencionam que existem três perspectivas relacionadas:

- a) orgânicos como um protesto em oposição à agricultura industrial;
- b) orgânicos como uma ideologia em que se asseguram e criam-se significados comuns e compartilham-se visão de mundo e princípios;
- c) e orgânicos como nicho de mercado que é parte do sistema de mercado global e que é baseado em normas que atestam a autenticidade orgânica e definem o nicho.

É necessário apontar que a agricultura orgânica se diferencia da agricultura tradicional. Essa última remete ao formato de produção rural que antecede as transformações expostas por meio dos processos inerentes à apropriação e à substituição (GOODMAN, SORJ, WILKINSON, 2008). Tem suas similaridades com o que se entende atualmente como agricultura orgânica. Principalmente quanto ao não uso de insumos químicos. Entretanto, na concepção de agricultura orgânica se incorporam entendimentos sobre a ecologia que não necessariamente são de conhecimento na agricultura tradicional. Por exemplo, na agricultura tradicional são usadas práticas como as queimadas que impactam o ambiente na medida em que interrompem processos ecológicos em curso. Já na agricultura orgânica busca-se fazer uso desses processos ecológicos, pois a atividade agrícola é concebida em interação direta com o ambiente e manejos que pressupõem queimadas, por exemplo, são usados com precaução.

A concepção de agricultura orgânica adotada nessa pesquisa baseia-se no que Wit e Verhoog (2007, p. 458, tradução nossa) apontaram. Para os autores “os valores de agricultura orgânica expressos pela IFOAM [...] são firmemente enraizados em valores identificados em estudos empíricos, na literatura e em outras tentativas para identificar os princípios orgânicos”. Darnhofer *et al* (2009) apontam que os princípios da agricultura orgânica da IFOAM foram criados após um processo participatório concertado que envolveu um conjunto heterogêneo de atores. Apresentam um forte caráter ético e expõem uma visão ampla de agricultura.

Segundo Branderburg (2002) não existem grandes diferenças entre o que é compreendido por agricultura orgânica e o que é entendido por agricultura biológica no contexto europeu. Sendo assim, conforme o IFOAM (2005) constituem-se como princípios da agricultura biológica e orgânica:

- a) **princípio da saúde;** versa sobre a indissociabilidade da saúde dos indivíduos e comunidades (humano e animal) e dos ecossistemas, apontando-se o papel que o solo desempenha para isso. Saúde abrange bem-estar físico, mental, social e ecológico. O papel da agricultura orgânica é promover a saúde em toda a cadeia produtiva e envolver nisso todos os seres vivos.
- b) **princípio da ecologia;** afirma que a produção deve estar apoiada no ciclo dos processos ecológicos e na reciclagem. É necessário observar escala, condições do local, cultura e ecologia. Cada sistema produtivo tem uma ecologia específica e é nisso que está baseada nutrição e bem estar. O equilíbrio ecológico deve ser alcançado por meio do desenho de sistemas agrícolas, criação de *habitats* e manutenção da diversidade genética e agrícola.
- c) **princípio da justiça;** relaciona-se com garantia da soberania alimentar, respeito e atendimento das necessidades dos animais, “igualdade, respeito, equidade e responsabilidade pelo mundo compartilhado, tanto entre as pessoas como nas suas relações com os outros seres vivos” (IFOAM, 2005, p. 3) e consideração da necessidade de gestão sustentável dos recursos naturais.
- d) **princípio da precaução;** significa que as práticas produtivas podem melhorar a eficiência e a produtividade, mas sem comprometer a saúde e o bem estar. Se existem conhecimentos incompletos dos ecossistemas e da agricultura, devem ser tomadas medidas de precaução. Valoriza-se ambos conhecimentos (tradicional e científico) na investigação dos melhores métodos de produção.

Estes são de forma resumida os principais elementos que constam na definição de agricultura orgânica da IFOAM. Compreende-se que cada país tem suas próprias legislações de orgânicos. No Brasil a Lei de Orgânicos 10.831 foi instituída em 2003. Na sequência decretos, instruções normativas e portarias foram criados.

Além da definição de agricultura orgânica utilizada nesta pesquisa, é necessário demarcar como os mercados são compreendidos. Adota-se como definição de mercados a seguinte:

um fenômeno sociológico que se caracteriza como um processo de interação social que mobiliza atores e agentes que possuem interesses em trocar e intercambiar bens, produtos e mercadorias. Os mercados existem na medida em que estas interações sociais ocorrem. Portanto, os mercados podem e efetivamente são construídos por indivíduos e grupos sociais, tais como os agricultores familiares (SCHNEIDER; MARQUES; CONTERATO, 2016, p. 11).

Deste modo, o conceito de mercados usado nesta investigação compreende que os mercados existem enquanto existem pessoas interessadas em fazer trocas de bens duráveis ou não duráveis. Compreende-se que os mercados vinculam-se a sociedade sendo possível identificar os atores presentes nessa dinâmica. Conforme Schneider, Marques e Conterato (2016), sendo os mercados um resultado da interação social, podem ser moldados de acordo com o interesse e sentido dos envolvidos na interação.

## 2.2 A PERSPECTIVA MULTINÍVEL (PMN)

A Perspectiva Multinível (PMN) fornece embasamento teórico e metodológico para compreender as transformações recentes nos mercados de orgânicos. Para Geels e Schot (2007), a perspectiva é um modelo multidimensional de agência que assume que os atores são capazes de agir estrategicamente limitados pelo tempo e por distintas regras. Geels (2004), salienta que é uma perspectiva capaz de conciliar diferentes fases da inovação do sistema, distintos níveis e possibilidades de agência. Destaca-se que nasceu da combinação de uma miríade de teorias e perspectivas teóricas tais como a sociologia da tecnologia, a economia evolucionária e noções institucionalistas. Na PMN prioriza-se o entendimento da mudança sociotécnica por meio de uma abordagem interdisciplinar.

A perspectiva contém três níveis: paisagem, regime e nicho, que são conceitos analíticos e heurísticos que fornecem suporte para entender as dinâmicas complexas da mudança sociotécnica. Regime sociotécnico é percebido como um “conjunto semi-coerente de regras sustentadas por diferentes grupos sociais” (GEELS, 2004, p. 33, tradução minha). Essas regras (instituições) podem ser normativas (valores, normas de comportamento, relacionamentos funcionais), cognitivas (sistemas de crenças, agendas de inovação, definição de problemas, princípios guia, heurística pesquisa) ou regulativas (regulações, padrões, leis). Fornecem orientação e coordenação para as atividades dos grupos (companhias, autoridades públicas, consumidores dentre outros) e são consideradas como o arranjo que fornece estabilidade ao sistema sociotécnico (GEELS; SCHOT, 2007).

As regras são semi-coerentes porque, para cada distinta dimensão do regime sociotécnico (tecnológica, científica, sociocultural, política, de mercado ou industrial), existe um conjunto específico de regras que podem ser incoerentes em alguns aspectos com as regras de outra dimensão. Nesse sentido, entre as dimensões sempre haverá pontos de divergência (ELZEN; BARBIER, 2012).

Na PMN, o regime é definido como sociotécnico, e não somente como técnico, pois se refere ao conjunto social não incluído entre os beneficiários ou grupo social que está diretamente inserido no processo de inovação tecnológica e que podem partilhar regras díspares daquelas do regime tecnológico (MARQUES, 2011). São incorporados na PMN porque também são importantes no processo de mudança técnica, pois podem ajustar as inovações aos seus contextos. Deste modo, a perspectiva incorpora a dimensão social na mudança tecnológica.

Um regime sociotécnico torna-se predominante a partir de ajustamentos mútuos que ocorrem em longo prazo entre grupos de atores. Wiskerke (2003, p. 430), salienta que a agricultura agroquímica é resultado de um regime dominante. Esse autor, baseando-se em Rip e Kemp (1998), refere-se ao conceito de regime sociotécnico como a gramática ou conjunto de regras com respeito à produção agrícola, processamento, distribuição e consumo de alimentos, inerente ao complexo coerente do conhecimento científico, práticas de engenharia, tecnologias de processo de produção, características do produto, habilidades e procedimentos, modos de manusear artefatos e pessoas, modos de definir problemas – todos enraizados em instituições e infraestruturas.

A definição da “localização” do regime sociotécnico descende da teoria institucionalista. Nessa teoria assinala-se alguns distintos níveis organizacionais: individual, subsistema organizacional, organização, população organizacional, campo organizacional, sociedade e sistema mundo. Geels e Schot (2007) salientam que o regime sociotécnico encontra-se situado no nível campo organizacional e, portanto, a transição de regimes ocorre nesse nível organizacional que oferece baixo limite para o fenômeno da transição. Conforme Dimaggio e Powell (1983) campos organizacionais são organizações de mesma ou semelhante natureza que consideradas em agregados constituem uma reconhecida área da vida institucional. São organizações que agregam os atores que produzem produtos e serviços similares. Conformam-se de modo semelhante por serem conduzidas a darem respostas similares em um ambiente de mesmas condições.

A inovação que ocorre de acordo com as regras do regime sociotécnico opera de modo incremental, pois as trajetórias das múltiplas dimensões que conformam um regime



sociotécnico são interligadas. Normalmente, essas trajetórias são ajustadas para seguirem direções similares, o que segundo Geels (2004), assegura a existência de estabilidade e resiliência no regime. Em alguns momentos, entretanto, essas trajetórias podem divergir resultando em desajustes e tensões que suscitam instabilidade no regime sociotécnico.

O regime sociotécnico encontra-se situado em uma estrutura mais ampla que é a paisagem sociotécnica. A paisagem é composta por “um conjunto de heterogêneos fatores de lenta mudança semelhantes à valores culturais e normativos, coalisões políticas externas, desenvolvimento econômico de longa duração, acúmulo de problemas ambientais, emigração” (GEELS, 2004, p. 34, *tradução minha*). Também estão inclusos na paisagem acontecimentos repentinos como rápido aumento de preços de mercadorias e matérias-primas e guerras. Do mesmo modo, compõem a paisagem a estabilidade de ordem material da sociedade, tal qual a localização e estrutura das cidades e indústrias.

A paisagem afeta todas as dimensões do regime sociotécnico (ELZEN; BARBIER, 2012). Ressalta-se que não é estática, mas apresenta dinamicidade. Sustenta ações e torna algumas ações mais fáceis de serem realizadas do que outras. Dentre as ações estão aquelas sociais, técnicas e econômicas, como a troca material, investimento em pesquisa e desenvolvimento, coalização estratégica, lutas por poder, competição, que são moldadas pelas regras (GEELS; SCHOT, 2007).

O nível analítico mais micro e local da perspectiva multinível é o dos nichos tecnológicos. Nichos são espaços parcialmente protegidos onde há relativa liberdade para serem desenvolvidas novas atividades, processos, procedimentos, produtos. Essas novidades podem assumir caráter radical contrastando com o regime sociotécnico. Em alguns dos grupos que conformam o nicho, a novidade pode não ser evidente, uma vez que pode ter se naturalizado ou mesmo já ser “velha” para os atores do nicho (MARQUES, 2011).

Os nichos formam-se em locais relativamente disjuntos e distantes das influências de seleção do regime. Ou seja, a interação (social, produtiva, cultural ou econômica) pode acontecer de modo autônomo sem a necessidade de respeitar as regras expressas pelo regime. A capacidade de deslocar-se do regime sociotécnico é o que possibilita o desenvolvimento e surgimento das inovações radicais. Esse deslocamento faz com que as regras do regime afetem de modo suave o nicho, determinando em baixa medida a sua dinâmica. Os produtos, atividades e redes sociais que amparam o nicho são orientadas por lógicas e regras definidas pelos atores que compõem o nicho. Sendo deslocadas daquelas estipuladas pelo regime tornam o nicho tecnológico mais diverso do ponto de vista de estruturas (regras) que

conformam a ação do regime sociotécnico. Os atores intercalam suas práticas sendo em alguns momentos aquelas do regime e em outros, aquelas do nicho (GEELS, 2004).

Tanto o nicho como o regime sociotécnico contém comunidades de grupos interagindo, os campos organizacionais, que se manifestam de maneiras distintas. No regime são amplos e estáveis, enquanto que no nicho são pequenos e instáveis. Entre esses dois níveis há o compartilhamento das regras (regulativas, normativas e cognitivas) que coordenam ações. No regime são constantes e bem articuladas, já no nicho são variantes e em conformação. Denotando para uma estruturação menor no nicho (GEELS; SCHOT, 2007).

Conforme Geels (2004), os nichos são caracterizados por três atributos: alinhamento de estratégias e expectativas dos atores, aprendizagem compartilhada e formação de redes. Pode-se afirmar que nos espaços onde a ação dos atores se manifesta inteiramente em conformidade com as regras do regime sociotécnico não se apresentam os atributos que constituem um nicho tecnológico.

Na PMN pressupõe-se que os atores são agentes de mudança. Na concepção de agência, os atores possuem interesses próprios, agem de modo estratégico e tentam estimar quais ações os colocarão mais próximos de seus objetivos. Usando-se da teoria estruturalista de Giddens (1984), na PMN salienta-se que as regras são reproduzidas pelos atores (os atores as usam para alcançar seus objetivos), mas também conseguem influenciá-las (GEELS; SCHOT, 2007).

### 2.3 VARIÁVEIS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Conforme Geels e Schot (2007, p. 402, *tradução minha*), a transição é uma mudança de um regime sociotécnico para outro que ocorre ao nível institucional do campo organizacional. Segundo os autores, para operacionalizar a Perspectiva Multinível “o analista deve primeiro demarcar o nível empírico do objeto de análise”. Os autores mencionam que existem diferentes níveis empíricos em qualquer sistema de produção e que esses são encadeados.

Geels e Schot (2007) citam que o regime sociotécnico pode ser definido para um desses níveis ou ao nível do sistema de produção como um todo. Usam como exemplo o sistema de produção de eletricidade. Nesse caso, o regime sociotécnico poderia ser demarcado ao nível primário de produção de eletricidade, com suas diferentes fontes de energia, ou considerando o sistema inteiro. Nesse último caso, englobam-se todos os níveis empíricos: produção, distribuição e consumo de eletricidade.

Essas explicações fornecidas por Geels e Schot (2007) dão sustentação para uma definição de regime sociotécnico no âmbito do sistema alimentício com foco em distintos atores do mercado de orgânicos. Entende-se que os níveis empíricos desse sistema envolvem a produção, beneficiamento, comercialização e consumo. Com intenção de compreender o ajustamento das regras no regime sociotécnico alimentício para compreender o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos esboçam-se algumas variáveis.

Conforme Lakatos e Marconi (1991, p. 137), uma variável pode ser uma classificação ou uma medida, “uma quantidade que varia; um conceito operacional, que contém ou apresenta valores; aspecto, propriedade ou fator, discernível em um objeto de estudo e passível de mensuração”. Para se definir uma variável é necessário adicionar valor a mesma. Os valores que uma variável apresenta podem ser quantidades, qualidades, características, magnitudes ou traços que se alternam para cada caso particular. Nesta investigação as variáveis se diferenciam por objetivos específicos. Algumas são quantitativas, mas a maioria é qualitativa. As variáveis de cada um dos objetivos específicos serão citadas nos três próximos capítulos.

De acordo com Lakatos e Marconi (1991), técnicas são preceitos, processos ou normas relacionados com a parte prática da coleta de dados que abrange tanto a pesquisa documental, baseada em dados secundários, como a pesquisa ‘a campo’ e sua geração de dados primários. As técnicas estão diretamente relacionadas com a habilidade de se alcançar, por meio delas, os propósitos da ciência.

A modalidade de entrevistas utilizada nesta investigação foi a semi-estruturada que se baseia em roteiro de questões ou tópicos. Nessa modalidade de entrevista, novos questionamentos podem ser formulados, a depender do andamento da entrevista. São entrevistas desenvolvidas de forma mais espontânea e não predeterminam as respostas a serem obtidas. A entrevista é definida por Gil (1999, p. 117) “como a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação”. É uma forma de intervenção social e de diálogo assimétrico no sentido de que uma pessoa faz questões e a outra é fonte de informação.

Outra técnica complementar à geração de dados é a observação dos acontecimentos vinculados com a pesquisa e que se sucedem durante o pré-campo e campo. Segundo Roese *et al.* (2006), a observação é uma ferramenta relevante para a pesquisa qualitativa, uma vez que permite captar exposições “informais” ou livres por parte do informante que remetem a acontecimentos, motivações, causas, experiências que podem estar relacionados com os

objetivos da pesquisa, mas não contemplados no roteiro de entrevista. Essa técnica pode ser usada como um instrumento científico quando serve a um objeto de pesquisa, é planejada e submetida à verificação e controle de validade e precisão. No caso dessa pesquisa, a observação foi de grande valia. Essa técnica possibilita observar situações habituais e os comentários que acompanham esses comportamentos (GIL, 1999).

As anotações provenientes da observação quando elaboradas de modo a descrever a realidade onde ocorreu determinado fato e o conteúdo desse fato de modo fidedigno às palavras, gestos e expressões observadas denominam-se de diário de campo. É interessante que as anotações (diários de campo) sejam feitas em um ambiente calmo e que seja destinado tempo para essa tarefa. É pertinente ao investigador anotar, enquanto estiver a campo, palavras-chaves ou enunciados que o façam se recordar dos acontecimentos quando for elaborar o diário. É oportuno, mediante permissão dos entrevistados, fotografar acontecimentos considerados importantes.

Destaca-se que dados interessantes foram gerados por meio da técnica de observação participante<sup>2</sup>, conversas informais e do diário de campo. Alguns tópicos de grande relevância que abrangeram, especialmente, a relação entre os atores dos mercados de orgânicos no âmbito da convencionalização destes mercados foram destacadas por informantes por meio de conversas informais que foram anotadas posteriormente no diário de campo.

Foram acessados, na medida das necessidades e possibilidades que surgiram ao longo da pesquisa, dados secundários (GIL, 2011). A pesquisa bibliográfica a partir de livros, relatórios, artigos científicos, matérias de jornais permitiu acesso a informações complementares as coletadas de modo formal, por meio das entrevistas, e informal, por meio do diário de campo.

## 2.4 ATORES ENTREVISTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

A amostra dessa pesquisa é não probabilística, pois é definida com base em critérios previamente escolhidos, e por conveniência, em que os atores selecionados para a pesquisa são capazes de expressar como ocorre o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos na região meridional brasileira (GIL, 2011). Os grupos de atores dos mercados de orgânicos entrevistados ou consultados por meio de conversas informais foram agricultores

---

<sup>2</sup> Segundo Angrosino (2009), a observação participante concebe que a participação do pesquisador durante a coleta e construção dos dados vai além do papel de pesquisador. Envolve a participação na vida das pessoas para além da pesquisa, tais como, hospedar-se na pousada dos agricultores, adquirir produtos da loja e tomar um café da tarde.

(familiares e não familiares)<sup>3</sup> certificados por terceira parte, controle social ou de modo participativo; agroindústrias processadoras de produtos de origem orgânica de pequena, média e grande escala; distribuidores de alimentos dentre eles lojas especializadas ou não na venda de orgânicos e redes varejistas de supermercados; e consumidores. Um conjunto de atores de cada um desses grupos foi selecionado de modo aleatório e entrevistas foram feitas. Ademais foram consultados por meio de conversas informais profissionais de assistência técnica para aprofundar os conhecimentos acerca do contexto em que os atores investigados estavam inseridos.

As entrevistas e observação participante foram realizadas em distintas regiões dos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e São Paulo. No mapa logo abaixo (Figura 2) é possível visualizar os municípios incluídos na investigação. Os atores entrevistados por meio de roteiros de tópicos e questões (ANEXO 1) residem nos municípios indicados em letra maiúscula nesta figura.

Foram realizadas 40 entrevista formais: 12 com agricultores, sete com agroindústrias beneficiadoras, nove com lojistas e 12 com consumidores. Foram consultados de modo informal 22 outros atores: 10 agricultores, quatro agroindústrias beneficiadoras, cinco lojistas e três técnicos de extensão rural. Totalizando um total de 62 atores investigados e consultados nesta tese. Como já mencionado anteriormente, para compreender como está ocorrendo o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos elencaram-se algumas variáveis que foram incluídas nos roteiros de questões que os entrevistados responderam. No caso das variáveis incluídas nos roteiros aplicados a categoria dos agricultores uma delas é a dedicação à produção orgânica que pode ocorrer de modo integral, parcial ou nenhum. Para essas duas últimas variantes observa-se que os agricultores podem tanto ter funcionários que realizam parte ou todas as atividades de produção agrícola, como os agricultores podem ser pluriativos.

Com relação à categoria dos agricultores foram respondidos 12 roteiros. Mas, além das análises serem produzidas a partir das respostas obtidas por meio dos roteiros, outro conjunto de atores, agricultores e extensionistas rurais, foram consultados com intuito de fornecerem informações para esta investigação. O principal conteúdo das conversas paralelas que aconteceram com esses atores foram anotadas no diário de campo. Mesmo que essas informações não contemplem todas as variáveis do roteiro aplicado aos agricultores, as mesmas contribuíram na averiguação sobre a saturação dos dados. Além dessas duas maneiras de obter informações a respeito dos agricultores, uma terceira baseada em dados secundários

---

<sup>3</sup> A definição dos agricultores como familiares ou não familiares baseou-se na distinção entre estas categorias exposta na lei 11.326/2006.

foi utilizada. Os dados secundários foram obtidos em bases de dados disponíveis na internet<sup>4</sup> e jornais eletrônicos<sup>5</sup>.

**Figura 2 - Municípios incluídos na investigação**



**Fonte:** Elaboração própria (2018).

<sup>4</sup> Tais como o Cadastro Nacional de Agricultores Orgânicos disponível no site eletrônico do MAPA e a base de dados do Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

<sup>5</sup> Dentre eles Folha de São Paulo, Valor Econômico e Diplomatique.

A coleta de informações baseadas nas conversas paralelas, observação participante e dados secundários registrados no diário de campo auxiliou dada as distintas categorias de atores dos mercados de orgânicos inseridos nesta investigação. As bibliografias sobre saturação de dados denotam para uma extensão aproximada de 30 entrevistas. Caso fossem aplicadas as 30 entrevistas para cada uma das categorias dos entrevistados ficaria muito difícil, pra não dizer inviável, de concluir a investigação no período de doutoramento. Desse modo, o diário de campo forneceu informações adicionais que contribuíram nas análises e compreensão do processo de convencionalização amenizando um provável déficit no número de entrevistas quando se observa o aspecto da saturação dos dados.

Retornando do campo iniciou-se uma nova fase de degravação das entrevistas que foram inseridas no *software* Nvivo. Neste software também foi inserido o diário de campo. Esse *software* possibilitou uma melhor organização dos dados assim como maior aprofundamento na análise. Por meio do Nvivo procedeu-se análise de conteúdo, realizada com leituras flutuantes que auxiliaram na identificação de trechos com significação semelhantes. A análise de conteúdo constitui-se basicamente de uma técnica que busca encontrar a significação profunda dos textos, o verdadeiro significado do que é exposto. Trata-se de uma forma de atribuir uma sistematização aos dados gerados diante da sua heterogeneidade e da necessidade de maior rigor metodológico (ROCHA; DEUSDARÁ, 2005).

A partir da análise de conteúdo foi feita codificação das entrevistas e do diário de campo de acordo com as variáveis atribuídas para cada objetivo específico. Esta ligação de trechos de entrevistas as variáveis facilitou a análise dos dados. Entretanto, destaca-se que, para facilitar a codificação e análise dos dados, indica-se proceder com a entrevista na ordem das questões.

As análises dos dados codificados ocorreram buscando-se compreender os fenômenos de acordo com a Perspectiva Multinível e demais bibliografias que complementam esta perspectiva e apontam outros elementos pertinentes (GEELS, 2004; GEELS; SCHOT, 2007; DARNHOFER *et al.* 2009; GOODMAN; SORJ; WILKINSON, 2008).

### **3 INDÍCIOS DA CONVENCIONALIZAÇÃO DOS MERCADOS DE ORGÂNICOS ENTRE OS AGRICULTORES**

Nesse capítulo será abordado o primeiro objetivo específico da tese que procura *Interrelacionar os perfis socioeconômicos, as trajetórias na agricultura orgânica e os indícios da convencionalização da agricultura orgânica identificados entre os agricultores*. A partir dessa interrelação será possível avaliar de modo integrado quais são os reais indícios de convencionalização dos mercados de orgânicos encontrados entre os agricultores.

Conforme Darnhofer *et al* (2009), os indícios da convencionalização de orgânicos não podem ser analisados de modo isolado. Segundo os autores é necessário observar com ressalvas as análises que usam dados agregados onde se encontram sob mesmo critério de apreciação agricultores com histórias distintas. Análises que esboçam conclusões gerais para diferentes perfis de agricultores, com históricos recentes ou antigos na agricultura orgânica, com dedicação parcial ou integral, e ainda para agricultores corporativos ou familiares, precisam ser relativizadas.

É salutar nas investigações sobre a convencionalização considerar o contexto mais amplo no qual as alterações no mercado de orgânicos podem estar enraizadas, exercendo influência sobre o comportamento dos agricultores. Mudanças na área da tecnologia, nos próprios mercados e instituições afetam a agricultura orgânica e seus mercados de distintas formas.

Segundo os autores “para capturar com precisão a convencionalização é necessária uma análise que diferencie, por exemplo, os tipos de propriedades, as commodities, e os canais de comercialização” (DARNHOFER *et al*, 2009, p. 71). Outro aspecto apontado refere-se a evitar concluir precipitadamente por meio de rótulos estereotipados como o de que são os grandes produtores que atuam conforme a lógica do interesse na agricultura orgânica. Ou, o pequeno agricultor familiar produz um produto caseiro, tradicional ou artesanal. Fugir de binarismos contribui para uma compreensão mais profunda das heterogeneidades presentes nos mercados de orgânicos.

Nesse sentido, elencaram-se algumas variáveis que contribuem na caracterização do perfil e da trajetória de cada um dos agricultores em período após a certificação orgânica. Assim como outras variáveis foram escolhidas com intuito de identificar os indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos encontrados entre os agricultores.



Perfis e trajetórias serão expostos em um primeiro momento nesse capítulo. Em um segundo momento serão apontados os indícios da convencionalização dos orgânicos. Na última parte deste capítulo os indícios são interrelacionados com os perfis e trajetórias. Com essa interrelação descobre-se que o que parece ser um direcionamento à convencionalização, quando analisado em conjunto com outras variáveis, passa a ser uma característica de uma fase da evolução dos agroecossistemas orgânicos. Além destas, outras conclusões são expostas, a partir de uma observação abrangente, incluindo contextos e fases em que estavam imersas as propriedades e as famílias de agricultores no momento da pesquisa de campo.

### 3.1 PERFIS SOCIOECONÔMICOS E TRAJETÓRIAS DOS AGRICULTORES ORGÂNICOS NA AGRICULTURA ORGÂNICA

Nessa seção, em um primeiro momento algumas características do perfil dos agricultores serão elencadas. Primeiramente, destaca-se que o total de agricultores que responderam ao roteiro de questões e tópicos é 12. Entretanto, outros 10 agricultores foram consultados em conversas informais que foram registradas no diário de campo<sup>6</sup>. Dos 12 agricultores entrevistados, oito são agricultores familiares e quatro não familiares. Nove dos entrevistados converteram toda a sua unidade produtiva para a agricultura orgânica, enquanto que três fizeram conversão parcial. Com relação à mão de obra própria ou contratada verificou-se que três dos agricultores utilizam apenas mão-de-obra própria; cinco agricultores contratam eventualmente pessoas para lhes auxiliarem na produção, beneficiamento ou comercialização; e quatro tem mais de dois funcionários permanentes.

O número de funcionários que os agricultores possuem é indicador da dedicação dos agricultores a atividades de produção, beneficiamento, gestão e/ou comercialização. Averiguou-se que sete agricultores dedicam-se integralmente a essas atividades e cinco se dedicam de modo parcial. Destaca-se que um dos agricultores se dedica atualmente de modo integral a atividades de beneficiamento, comercialização e gestão (AGRICULTOR 2).

Com relação à escolaridade dos agricultores verificou-se que quatro agricultores estão cursando o ensino superior ou já possuem curso superior completo, cinco agricultores possuem o ensino médio completo, dois dos agricultores entrevistados possuem o ensino fundamental incompleto e um deles o ensino fundamental completo.

---

<sup>6</sup> Por não terem respondido ao roteiro, as informações que foram obtidas com esses agricultores irão servir para dar suporte aos dados construídos por meio das entrevistas. Esses 10 agricultores, mesmo não respondendo todas as perguntas do roteiro, forneceram informações fundamentais para compreender o processo de convencionalização.

No que tange ao período de tempo desde que houve a conversão observa-se que são três agricultores que estão em fase inicial na agricultura orgânica com um ano de certificação. São cinco agricultores que obtiveram a certificação entre 6 e 10 anos atrás. Dos demais, há um agricultor que é certificado entre 11 e 15 anos, são dois agricultores certificados a mais de 16 anos e menos de 20 e um agricultor certificado há mais de 20 anos.

Na Tabela 1 logo abaixo se esboça a relação que há entre a conversão, parcial ou integral, e o período desde a conversão. Percebe-se que a proporção convertida das unidades produtivas não está relacionada com o período ao longo do qual os agricultores são certificados. Dado que um dos agricultores com maior tempo de certificação ainda apresenta a conversão parcial<sup>7</sup>. O que denota para a existência de outras variáveis envolvidas nessa decisão acerca da conversão total ou parcial, tais como os custos<sup>8</sup>.

**Tabela 1** - Relação entre conversão parcial ou integral e o período desde a conversão

Conversão	Período desde a conversão e certificação orgânicas				
	1-5 anos	6-10 anos	11 a 15 anos	16 a 20 anos	Mais de 21 anos
<b>Parcial</b>	1	1			1
<b>Integral</b>	1	3	1	3	1

Fonte: Elaboração própria (2018).

A Tabela 2 busca explorar uma possível relação entre as variáveis: escolaridade e o tempo desde a conversão. Observando-se a tabela nota-se que, apesar do número de entrevistas serem poucas, pode-se inferir que, no período atual, os agricultores com baixo nível de escolarização não tem ingressado ou tem ingressado em menor número na agricultura orgânica. Enquanto que agricultores com maior escolaridade tem ingressado recentemente em maior número na agricultura orgânica. Esse fato pode estar relacionado com complexificação dos mercados de orgânicos em períodos mais recentes.

**Tabela 2** - Relação entre o período desde a conversão e a grau de escolaridade dos agricultores

Escolaridade	Período desde a conversão e certificação orgânicas				
	1-5 anos	6-10 anos	11 a 15 anos	16 a 20 anos	Mais de 21 anos
<b>Ensino fundamental incompleto</b>				2	
<b>Ensino fundamental completo</b>		1			
<b>Ensino médio completo</b>	1	3		1	
<b>Ensino superior cursando ou completo</b>	1		1	1	1

Fonte: Elaboração própria (2018).

<sup>7</sup> Interessante notar que a certificação participativa da Rede Ecovida de Agroecologia não permite a certificação parcial das unidades produtivas. A certificação pode iniciar por glebas, mas ao longo de no máximo cinco anos, todas as porções de uma mesma propriedade devem ter sido convertidas.

<sup>8</sup> Esses outros aspectos serão mais bem discutidos no item três desde capítulo.

Com relação à escala de produção em que se utilizou como critério a extensão das terras exploradas nota-se que 11 agricultores são de pequena escala e um é de grande escala. A faixa etária dos agricultores entrevistados segue na Tabela 3 abaixo.

**Tabela 3** - Faixa etária dos agricultores entrevistados

Faixa etária	Número de agricultores por faixa
Até 30 anos	1
De 31 a 40 anos	3
De 41 a 50 anos	4
De 51 a 60 anos	3
Mais de 61 anos	1
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>

Fonte: elaboração própria (2018).

Em referência à certificação adotada, nota-se que a maioria dos agricultores, nove ao total, optam por certificação de terceira parte. Dentre estas certificadoras estão Tecpar, Ecocert, IBD Certificações (IBD) e Institute for Marketecology (IMO). A certificação participativa da Rede Ecovida é adotada por três agricultores.

Após essa primeira exposição de algumas das características dos agricultores parte-se para variáveis mais complexas. A concepção de agricultura orgânica é um elemento importante do perfil, pois guia a prática dos agricultores. A identificação da percepção de agricultura orgânica seguem orientações teóricas como as de Caporal e Costabeber (2004). Para os autores, existem distintas tendências na agricultura orgânica que se situam entre os extremos: famílias ecologizadas e “grupos transnacionais”. Conforme outros autores como Ramos e Storel (2001), entende-se que mais próximos ao primeiro segmento de produtores se encontrariam os agricultores orgânicos por convicção que tenderiam a seguir princípios e filosofias vinculados à agricultura orgânica. Enquanto que ao lado do segundo segmento estariam os agricultores orgânicos por interesse, que se orientariam pela intensificação produtiva tendo como canais de comercialização os mercados nacional e internacional.

A Articulação Nacional de Agroecologia (ANA) é um representante do primeiro segmento dos agricultores. Enquanto que o Centro de Inteligência de Orgânicos (CI Orgânicos) da Sociedade Nacional de Agricultura (SNA) é representante do lado oposto. Ambas estas instituições tem capacidade de influenciar políticas públicas e pressionar o Estado pela definição de regras e leis vinculadas com os mercados e a cadeia produtiva dos orgânicos. No entanto, o segundo segmento de atores vinculados com a agricultura orgânica apresenta maior eficácia.

Apesar destas distintas tendências da agricultura orgânica, na prática, os agricultores podem expressar intenções de ambas as concepções. A noção de agricultura orgânica enquanto um arcabouço que fornece elementos para uma concepção de vida e o interesse econômico podem se manifestar em um mesmo agricultor, podendo uma destas duas noções ser superior à outra. A partir da pesquisa de campo identificou-se que sete do total de 12 agricultores apresentam relatos, práticas e/ou comportamentos que os aproximam com maior intensidade da agricultura orgânica enquanto uma maneira de ser e de concepção de seu mundo. Enquanto que os outros cinco agricultores apresentam relatos, práticas e/ou comportamentos que expressam interesse na agricultura orgânica majoritariamente econômico.

Os agricultores convictos tiveram um ingresso na agricultura orgânica gradual em que seus conhecimentos sobre a mesma foram sendo construídos gradativamente de acordo com suas experiências e trocas com outros agricultores. A agricultura orgânica é apontada por eles como uma forma de se relacionar com parceiros agricultores e que possibilita o convívio em sociedade. Os alimentos são destacados como mais saudáveis e saborosos. Existem relatos de envenenamentos, trabalho em condições inadequadas e relações injustas com companhias de tabaco. Essas experiências fizeram com que os agricultores notassem que havia incongruências no modo de produção que adotavam e se constituíram em impulsos para a transição orgânica.

De modo oposto, as principais justificativas dos agricultores para ingressarem na agricultura orgânica por interesse são a utilização de ativos ociosos, a rentabilidade, a utilização de tempo livre e a ocupação profissional conciliadas com a percepção da expansão dos mercados de orgânicos.

Na Tabela 4 de dupla entrada localizada logo abaixo, visualiza-se qual a relação que existe entre as variáveis: percepção da agricultura orgânica e perfil do agricultor, se familiar ou não familiar. Conforme esta tabela percebe-se que não há uma relação entre perfil do agricultor e percepção da agricultura orgânica. Deste modo, os aspectos determinantes da percepção da agricultura orgânica não são os critérios de definição do perfil dos agricultores, se familiares ou não.

**Tabela 4 - Relação entre perfil dos agricultores e percepção da agricultura orgânica**

Perfil	Percepção da agricultura orgânica	
	Convicção	Interesse
Agricultor familiar	5	3
Agricultor não familiar	2	2

Fonte: elaboração própria (2018).

Em outra Tabela 5, logo abaixo, se busca relacionar variáveis perfil do agricultor e a certificação adotadas. Novamente observa-se que inexistente relação direta entre estas duas variáveis. Os agricultores informaram que muitas vezes escolhem a certificadora que irá certificar seus processos e serviços sem terem conhecimento de todas as opções de que dispõem. E, ao longo da trajetória na agricultura orgânica, tomam conhecimento de outras opções. No momento da pesquisa de campo havia dois agricultores que estavam migrando da certificação por terceira parte para a participativa.

**Tabela 5** - Relação entre perfil dos agricultores e certificação adotada

Perfil	Certificação adotada	
	Participativa	Terceira parte
<b>Agricultor familiar</b>	2	6
<b>Agricultor não familiar</b>	1	3

**Fonte:** Elaboração própria (2018).

Na Tabela 6 de dupla entrada apresenta a relação entre as variáveis: certificação adotada e percepção da agricultura orgânica. Como já era de se esperar, a percepção dos agricultores não determina a certificação que os mesmos adotam. Uma vez que a decisão acerca de qual será o mecanismo de ateste da conformidade orgânica é tomada sem que se tenha conhecimento de todos os mecanismos disponíveis.

**Tabela 6** - Relação entre percepções de agricultura orgânica e certificação adotada.

Certificação adotada	Percepção de agricultura orgânica	
	Convicção	Interesse
<b>Participativa</b>	2	1
<b>Terceira parte</b>	5	4

**Fonte:** Elaboração própria (2018).

Estes resultados encontrados para estas últimas tabelas de dupla entrada corroboram para o que foi apontado no início deste capítulo acerca das conclusões impremeditadas acerca do grau de convencionalização entre os agricultores. Para ter-se conhecimento acerca da convencionalização, é necessário analisar conjuntamente um número maior de variáveis, o que será feito no item três deste capítulo.

Outra variável relativamente mais complexa de ser abordada é a trajetória destes agricultores na agricultura orgânica. Percebe-se que esse modo de fazer agricultura ao ser adotada pelos agricultores tomou distintos cursos para cada um dos entrevistados. Com intenção de visualizar variações nos sistemas produtivos que aleguem direcionamentos para a

especialização, aumento da dependência externa de insumos e/ou simplificação do manejo, questionou-se aos agricultores quais foram as mudanças empreendidas nos sistemas produtivos desde a certificação orgânica. A trajetória na agricultura orgânica é o elemento central que se deseja delinear com o conhecimento desta variável.

As mudanças nos sistemas produtivos mencionadas pelos agricultores que aconteceram em período posterior à certificação são: simplificação de práticas de manejo; adoção e invenção de tecnologias; aumento da mecanização; aumento na área; contratação de pessoal; adoção, diminuição, e/ou rearranjo na variedade e portfólio de culturas; aumento na quantidade produzida; aumento na produtividade; e redução ou aumento no uso de insumos externos à propriedade. Essas mudanças serão discutidas na terceira seção deste artigo.

### 3.2 INDÍCIOS DA CONVENCIONALIZAÇÃO DOS MERCADOS DE ORGÂNICOS ENCONTRADOS ENTRE OS AGRICULTORES

De modo sucinto, a convencionalização dos orgânicos caracteriza-se pela presença, em determinados contextos, de alguns padrões de organização e operação semelhantes aos verificados na agricultura agroquímica conhecida como agricultura convencional. Os indícios do processo de convencionalização foram descritos por autores como Hall, Mogyorody (2001), Lamine, Bellon (2009), Oelofse *et al* (2011), Allen, Kovach (2000) e Guthman (2004).

Nesse sentido, as questões sobre os indícios da convencionalização que foram feitas aos agricultores foram orientadas pelas leituras de bibliografias que abordam essa temática. Essas questões também foram guiadas pela perspectiva teórica, a Perspectiva Multinível. Conforme essa perspectiva escolheu-se as variáveis que pudessem demonstrar processos de transições sociotécnicas (GEELS; SCHOT, 2007).

Inicia-se esta seção com a variável especialização produtiva. Considerou-se como especializado o agricultor que cultiva até três culturas comerciais em que a criação de animais é ausente, o que dificulta a reposição nutricional no solo. Diversificado é o agricultor com mais de três destas culturas em que a criação de animais é complementar. Dos 12 agricultores entrevistados, nove são diversificados e apenas três são especializados. Esses três agricultores especializados produzem arroz e banana. Entre os agricultores consultados informalmente identificou-se oito agricultores diversificados e dois especializados cuja produção era de cogumelos *shitake* e de soja ou milho em sistema de monocultivo (dois anos plantando unicamente soja orgânica e um ano plantando somente milho orgânico).

No que concerne à natureza dos insumos usados na produção orgânica, ressalta-se que a maioria dos agricultores usa insumos mistos, tanto certificados orgânicos como não certificados e/ou convencionais, sendo nove os agricultores que apresentam esse comportamento.

Com relação ao grau de dependência desses insumos nota-se que, entre os agricultores que foram entrevistados e dentre aqueles que foram consultados por meio de conversas informais, ocorre variação nas quantidades de insumos adquiridos fora das unidades produtivas. Existem agricultores com baixa dependência e agricultores que são dependentes<sup>9</sup>. Dos 12 entrevistados, três possuem dependência e os outros nove apresentam baixa dependência de insumos externos.

Tendo em consideração a origem dos insumos, assinala-se que um conjunto de sete agricultores adquire, quando necessário, os insumos produzidos localmente ou regionalmente. Enquanto que oito manifestaram que os insumos são originários de outras regiões (três agricultores salientaram que obtém insumos tanto em nível local/ regional como de outras regiões<sup>10</sup>).

Outra variável importante para compreender o processo convencionalização dos mercados de orgânicos entre os agricultores é a magnitude de integralização da agricultura orgânica às propriedades. Essa magnitude relaciona-se com diferentes práticas adotadas pelos agricultores. Observando-se tais práticas é possível descobrir qual dos paradigmas que os agricultores mais se aproximam, se do redesenho de agroecossistemas ou da substituição de insumos.

Para Altieri e Nicholls (2003, p. 6), a redefinição de sistemas é uma “transformação da estrutura e funcionalidade dos agroecossistemas promovendo o manejo dirigido para aperfeiçoar os processos da ciclagem de nutrientes, acúmulo de matéria orgânica, controle biológico das pragas e produção equilibrada”. Enquanto que o manejo orgânico conforme a substituição de insumos busca obter resultados produtivos de acordo com o interesse do agricultor desconsiderando as características naturais do agroecossistema.

Essas duas correntes da agricultura orgânica encontram-se em disputa ideológica (CANDIOTTO; MEIRA, 2014; CAPORAL; COSTABEBER, 2004). No quadro abaixo, de

---

<sup>9</sup> Considera-se agricultor orgânico com dependência de insumos o agricultor que busca de forma constante externamente a sua propriedade pela maioria dos seguintes itens: materiais, sementes, mudas, animais, filhotes de animais, adubos, biofertilizantes e defensivos naturais. O que demonstra baixa autossuficiência de insumos.

<sup>10</sup> Em conversas informais com distintos atores, identificou-se que a compra de matérias primas de outras regiões e do mercado externo também ocorre atualmente no mercado de orgânicos.

autoria de Lamine e Bellon (2009), é possível ver como cada um desses paradigmas aparece na sociologia ambiental e quais são as relações com as técnicas e as tendências de mercado.

**Quadro 1** - Dois principais paradigmas da agricultura orgânica e suas consequências em termos de desenvolvimento

	Correspondentes conceitos em sociologia ambiental	Relações com técnicas	Tendências de mercado
<i>Paradigma do redesenho de sistemas</i>	Ecologização	Construção de interações entre técnicas agrícolas e componentes do ecossistema.	Recomposição do mercado em direção a circuitos curtos.
<i>Paradigma da substituição de insumos</i>	Modernização ecológica	Controle direto da produção agrícola através de técnicas em um quadro de referência inalterado.	Convencionalização e <i>esverdeamento</i> dos produtos alimentares.

**Fonte:** Lamine e Bellon, 2009, p. 11, tradução nossa.

Uma maneira de identificar a forma como ocorre a integralização da agricultura orgânica às unidades produtivas é elencando-se distintas práticas adotadas pelos agricultores. No Quadro 2 se encontram práticas da agricultura orgânica. Essas práticas estão expostas em uma gradiente que inicia com práticas do paradigma de substituição de insumos e, conforme se avança pelas linhas do quadro, há complementação com práticas do redesenho de agroecossistemas.

Dentre as práticas adotadas para definir o paradigma seguido pelos agricultores aponta-se como sendo decisiva para compreender o paradigma adotado a variável *adequação dos cultivos ao microclima*. Esta variável denota para uma postura dos agricultores que optam pelas culturas mais adequadas conforme as características naturais do local, como as características do solo e luminosidade, ou seja, há um ajustamento dos cultivos ao microclima de cada lugar. O oposto desta variável seria o uso dos insumos para melhorar as características naturais de cada agroecossistema ou microclima que são deficitários ao cultivo desejado pelo agricultor.

A partir da observação do conjunto e intensidade de práticas que são adotadas por cada agricultor é possível visualizar dois comportamentos. Inicialmente, nota-se que quando aparecem de modo mais intenso as práticas produtivas do paradigma da substituição de insumos, as práticas do paradigma oposto são escassas. Um segundo comportamento é o oposto do primeiro, sendo as práticas do primeiro paradigma escassas enquanto que as do segundo mais intensas.

Esses dois comportamentos estão relacionados com a complexidade e/ou amadurecimento dos sistemas produtivos e com o aparecimento dos serviços ambientais



mencionados acima. Se os agricultores adotam as práticas do paradigma de redesenho de agroecossistemas os sistemas produtivos são mais complexos, havendo manejo dirigido, produção de mudas e diversidade de cultivos, por exemplo.

**Quadro 2 - Práticas adotadas pelos agricultores**

Para- digmas	Práticas\Agricultores	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Substituição de insumos	Mudas convencionais						x			x			
	Dependência de insumos externos	x-	x-	x+	x	x+	x+	x-	x-	x	x	x-	x-
	Sementes convencionais	x-		x	x	x	x	x	x	x		x	
	Natureza como fator para auxiliar a produção		x	x	x	x				x	x		
	Rotação de cultivos	x		x	x	x	?	x	x	x		x	
Redesenho de agroecossistemas	Elaboração de composto	?			x	x	x	x	x	x		x	x
	Natureza como parte do sistema produtivo	x	x	x	x-		x-	x+	x	x-	x	x	x
	Atividades animais e vegetais complementares	?	?		x	x-	x-	x+	x		x	x+	x
	Adequação dos cultivos ao microclima	x	x					x+	x		x	x	x
	Percepção de que a agricultura orgânica é sustentável e adequada para solução ou mitigação de questões ambientais e sociais.	x+							x+	x			x+

**Fonte:** elaboração própria (2018).

No quadro “x” = Presença; “x-“ = Presença com pouca intensidade; “x+” = Presença com muita intensidade; “quadro branco” = ausência; e “?” = não identificado.

Conforme o quadro acima é possível afirmar que cinco agricultores apresentam com mais intensidade práticas que denotam para uma integralização da agricultura orgânica conforme o paradigma da substituição de insumos (colunas em cinza). Sete dos agricultores apresentam práticas que demonstram que a agricultura orgânica foi integralizada as suas propriedades conforme o paradigma do redesenho de agroecossistemas (colunas em azul).

Outra variável consultada com os agricultores concatena-se com os fatores incentivadores das decisões dos agricultores quanto aos cultivos adotados. Esse é um dos elementos que desencadeia alterações nos sistemas produtivos. Conforme se verá na sequência, os argumentos usados pelos agricultores para justificar suas escolhas produtivas variam entre fatores relacionados ao ambiente, ao social, ao econômico, a demanda do mercado e, em alguns casos, a conjunção de dois desses fatores.

Com relação ao fator *ambiental*, é considerado pelos agricultores a época do plantio mais adequada, a rusticidade e resistência das plantas ao ataque de pragas e ao estresse hídrico, a recuperação ambiental, as plantas que melhor se adaptam ao agroecossistema. Como se observa no seguinte depoimento: “no meu caso a gente vê os produtos mais pelo tipo aqui, a minha terra é muito boa pra plantar batata doce” (AGRICULTOR/A 11). As características naturais do ambiente também são apontadas pelos agricultores como fator determinante dos cultivos que adotam. Quando o solo é propício para apenas um cultivo, como é o caso dos solos muito húmidos, a vocação do local acaba sendo o cultivo do arroz. Não é possível diversificar.

O fator *social* remete à necessidade do uso da terra, à produção de alimentos para os membros da família, ao estímulo de membros da família para produzir conforme a agricultura orgânica. Ou então, o estímulo de ordem social vincula-se com proporcionar aprendizado e renda para os agricultores iniciantes ensinando-lhes como produzir em um primeiro momento apenas dois ou três produtos. Nesse caso os agricultores fazem parte de cooperativas e podem apresentar para os consumidores uma diversidade maior de produtos.

Se um ou outro produtor vai plantar um determinado produto a gente direciona cada produtor dois, três produtos pra que ele crie uma certa experiência nisso e fique o ano todo plantando aqueles dois, três tipos de produtos direcionado, pra que ele já sabe que vai ter dois anos garantido a venda daquilo, pra não dar sobre colheita (AGRICULTOR/A 1).

Nesses casos em que os agricultores são organizados socialmente e comercializam diretamente para o consumidor final em feiras, por exemplo, a divisão por cultivos entre os agricultores facilita o trabalho, pois cada produto necessita determinada adubação e cuidados específicos. Essa decisão é feita considerando-se a afinidade pessoal de cada agricultor e as características do solo. Outro critério é o planejamento dos cultivos de modo que a organização social ofereça aos consumidores uma diversidade de produtos. Assim, cada agricultor fica responsável por um conjunto determinado de produtos. Somados os produtos de cada unidade comporão uma lista diversa à disposição do consumidor. Nesse caso, a organização social dos agricultores favorece a intensificação produtiva e a diminuição na diversidade de cultivos. Logo abaixo seguem outros motivos apresentados por um dos entrevistados para a condução da agricultura dessa maneira.

Pra facilitar o meu trabalho eu tinha menos culturas, porque cada uma, tem uma que recebe um tipo de adubação, tem um tipo de colheita se tu vai vender em molhe, se tu vai vender em unidade [...] por vários motivos, uma pelo preparo, outra pela adubação, outra pela necessidade que nós somos um grupo que vendemos numa

feira então nós dividimos, cada um planta uma, um pouco de uma planta, cenoura, outro planta beterraba (AGRICULTOR/A 11).

Outro fator apontado como determinante dos cultivos adotados por alguns agricultores é a *rentabilidade*. O fator econômico remete a observação do preço unitário pago aos produtos e a escolha e direcionamento das áreas e atividades agrícolas aos cultivos cujo preço por unidade do produto é maior. A necessidade de renda durante todos os meses do ano também é outro ponto decisivo na tomada de decisão acerca de quais culturas agrícolas serão cultivadas na propriedade.

A renda é o principal né, mas hoje assim até, por cultivar assim o produto orgânico, a gente vê que vale a pena, a gente se produzisse o convencional, ia ser difícil de vender, assim não, o orgânico pode aumentar que vende tudo (AGRICULTOR/A 3).

O *mercado* também orienta as decisões dos agricultores quanto à diversidade de cultivos, sendo a demanda do consumidor determinante dos cultivos adotados e das variedades.

Mas a princípio como a gente tinha comentado a gente queria fazer mais a parte de folhas, alfaces, que era pra gente montar saladas, os ingredientes de uma salada, né, e aí os consumidores começaram a vir “poxa mas eu venho aqui e compro uma salada, aí eu tenho que procurar em outros locais um outro tipo de ingrediente, então pra vir aqui só comprar uma, uma alface, fica inviável”. Então a gente começou a fazer algumas coisas que tivessem uma salada melhor, aumentar essa salada (AGRICULTOR/A 5).

O fator demanda também é oportunidade para agricultores converterem suas unidades produtivas para a agricultura orgânica. No atual momento, os agricultores apontam que a maior demanda é por frutas e cereais como o feijão. A oferta desses produtos é reduzida devido ao período de crescimento das plantas perenes que é anterior ao início da produção de frutas. Esse período de crescimento pode variar entre três e cinco anos. Devido à necessidade de renda, muitos agricultores optam pelos cultivos de ciclo curto.

Em alguns casos os agricultores são muito sensíveis às demandas dos consumidores preparando seus produtos de acordo com a especificidade de cada consumidor. Em outros casos, o consumidor orgânico determina o sistema produtivo adotado pelo agricultor. A inexistência de sementes orgânicas no mercado conduz os agricultores a tentarem produzir as suas próprias sementes e mudas, mas às vezes isso é inviável e estas hortaliças em algumas ocasiões não são viçosas o suficiente aos olhos do consumidor. Então o agricultor volta a usar as sementes convencionais para gerar alimentos esteticamente apreciados pelos clientes.

A demanda do mercado, especialmente das grandes redes varejistas, atua como orientadora da produção dos agricultores sendo apontada no diário de campo. Segundo alguns agricultores, as grandes redes varejistas direcionam o planejamento dos cultivos e, indiretamente, provocam mudanças estruturais e investimentos em suas unidades de produção. Entretanto, nem sempre a demanda das redes varejistas é constante ocorrendo de algumas delas estimularem investimentos e em um momento posterior diminuir abruptamente as quantidades demandadas contribuindo para o colapso de empresas fornecedoras.

Outras organizações sociais de agricultores apontaram claramente que a produção é definida conforme a demanda. Acompanhando a demanda do mercado os agricultores são selecionados por suas organizações de acordo com o produto que produzem. Nesse processo alguns são excluídos pelas próprias organizações de canais de comercialização por produzirem os produtos de baixa demanda ou valor agregado. Conforme algumas das observações, ocorre demanda por parte de supermercados varejistas em épocas fora do período de produção e não há estoque. Em momentos posteriores, as organizações de agricultores criam oferta devido à demanda anterior, mas a demanda da rede varejista por determinado produto já foi atendida por outro fornecedor. E os produtos ficam estocados até encontrar novo comprador.

O *consórcio de dois fatores* para decidir qual é a melhor atividade agrícola a ser adotada também foi mencionado. Como em algumas unidades produtivas existe um planejamento em longo prazo para a recuperação ambiental, opta-se por aquelas atividades que auxiliem nessa recuperação e ao mesmo tempo sejam fonte de renda e alimentos para a família.

Então outra coisa que a gente começou a pensar agora é sombreamento com bananeira em vez da bracatinga, né. A gente já começou no ano passado né agora, essa geada que deu em Agosto acabou matando um pouco, mas esta de pé. Agora acho que é no próximo inverno plantar mais ciclos, em vez de bracatinga, plantar mais bananeiras pra ter fonte de renda bananeira (AGRICULTOR/A 10).

Ou nos casos onde a mão-de-obra é escassa, opta-se por cultivos resistentes às pragas e que tenham pouca oferta no mercado.

Procuo não plantar muitas coisas que precisam de muita atenção, que precisam ser cuidadas todo o dia, justamente pela disponibilidade de mão-de-obra [...] mas é muito como eu te falei, vai da demanda do mercado, não adianta eu plantar alface se todo mundo planta alface, não adianta eu plantar brócolis se todo mundo planta brócolis, até eu procuro plantar coisas que não dependam muito de mão de obra, que

tenham valor comercial interessante, que não tenha muita disponibilidade no mercado. A gente vai começando a dar uma, né (AGRICULTOR/A 4).

Outra forma de conciliar dois fatores é escolhendo os cultivos conforme a época de produção para ter renda durante todos os meses do ano.

Porque só alcachofra eu não sobreviveria da agricultura, porque a alcachofra produz só numa determinada época do ano. A produção de alcachofra, aqui a venda ela vai de Setembro a Dezembro, Outubro a Dezembro dependendo do ano, mas depende muito das condições climáticas [...] Então eu tive que diversificar a produção. Mandioca vende o ano todo, couve vende o ano todo, a alcachofra vende uma determinada época do ano, a batata iacon vende uma determinada época do ano, os feijões também não dá pra vender o ano todo. Então todo mês entra uma renda de uma produção diferente, de um vegetal, de um cereal diferente (AGRICULTOR/A 4).

A definição de qual vai ser o cultivo também é feita considerando-se outros aspectos como capital de giro e tempo de cultivo.

Também por elas terem um ciclo curto e a gente conseguir produzir uma variedade maior em menos tempo né, porque se a gente fosse, por exemplo, produzir frutas né, que tem uma carência muito grande aqui na região [...] e o nosso investimento também não era grande, então a gente precisava de uma coisa com ciclo menor, pra poder ter um retorno mais rápido (AGRICULTOR/A 8).

No quadro abaixo são sinalizadas as justificativas para as decisões dos agricultores quanto aos cultivos adotados. Observa-se que o fator ambiental é o que mais aparece sendo nove o número de agricultores que o mencionam. É seguido pelos fatores econômico e de mercado, ambos com sete indicações. Os estímulos de ordem social são encontradas nas respostas de cinco agricultores/as. Enquanto que as respostas que expressam a consideração de dois fatores concomitantemente para definir os cultivos foram identificadas para três agricultores/as.

**Quadro 3** - Fatores que contribuem para definir culturas adotadas por agricultores

Fatores/Agricultores	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Ambiental	x	x		x			x	x	x	x	x	x	9
Econômico		x	x	x		x	x	x			x		7
Mercantil	x	x	x		x	x		x			x		7
Social	x			x			x		x		x		5
Consórcio de dois fatores				x			x	x					3

Fonte: elaboração própria (2018).

No que se refere à origem e adoção das tecnologias observou-se que, do mesmo modo, existe heterogeneidade entre os agricultores. São entendidas como tecnologias as práticas de

produção, beneficiamento e comercialização, e os materiais e produtos que podem ser usados nos sistemas produtivos e que trazem inovações aos processos produtivos. Dentre essas tecnologias mencionam-se como exemplos novas técnicas ligadas à produção, adubação, renovação da fertilidade da terra; e caldas, adubos e biofertilizantes, que estão conectadas com distintos momentos da produção dos alimentos enquanto estes são conduzidos pelos agricultores. Deste modo, se encontrando na extensão desde o preparo do solo até o momento em que o produto é comercializado.

As origens e a natureza destas tecnologias podem ser: certificadoras; organizações públicas (universidades e órgãos de assistência técnica); cooperativas e associações; parceiros e/ou amigos; própria (agricultores autodidatas); empresas privadas<sup>11</sup> (indústrias); produtos industrializados; e produtos artesanais. No Quadro 4, é possível observar o comportamento dos agricultores entrevistados ou consultados informalmente no que se relaciona com a origem e utilização de tecnologias.

**Quadro 4 - Origem e adoção de tecnologias**

	<b>Agricultores</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>DC<sup>1</sup></b>	
<b>Origem e natureza das tecnologias</b>	Certificadoras										x				
	Cooperativas e associações	x		x						x					
	Parceiros e amigos	x				x		x	x	x	x	x			
	Própria (autodidatas)							x					x		
	Organizações públicas	x			x	x	x	x				x	x		
	Empresas privadas													x	
	Produtos industrializados		x		x	x	x	x		x	x				x
	Produtos artesanais							x			x	x	x		x

Fonte: elaboração própria (2018).

<sup>1</sup> - Diário de Campo.

Uma última variável investigada entre os agricultores com intenção de atender ao primeiro objetivo específico foi à averiguação dos canais de comercialização que são adotados no escoamento da produção. Os canais que são adotados são mencionados no Quadro 5, logo abaixo. Conforme esse quadro observa-se que a via mais apontada foi por meio de intermediários. Entendem-se como intermediários outros agricultores, pessoas físicas

<sup>11</sup> Nesse caso, essas empresas podem ensinar tanto novas práticas como repassar orientações que conduzem a aquisição de insumos pelos agricultores.

ou jurídicas, “cesteiros”, pousadas, agroindústrias e restaurantes, que vão adicionar ou não uma porcentagem ao preço de revenda.

Embora seja o canal mais adotado, existem algumas ressalvas que se referem as quantidades comercializadas e a frequência que essas vendas ocorrem. Se comparado com as vendas nos outros canais, que são mais sólidas, principalmente quanto à regularidade e volume das entregas, as quantidades comercializadas com o intermediário são pequenas e esse escoamento é adotado em situações inesperadas. Esses canais são acessados em último caso, quando ocorrem situações imprevistas, como quando redes varejistas refugam uma determinada quantidade da produção que já está pronta para a entrega.

No caso dos atravessadores, os agricultores relataram que a procura destes atores é recente, passando a acontecer em maior fluxo há aproximadamente cinco anos. Alguns agricultores, como o 10, apontaram que estudam a possibilidade de comercializar por meio de intermediários atravessadores que embalam o produto e comercializam com suas marcas. Nesse caso, o agricultor afirmou que houve a venda de uma pequena quantidade para o atravessador. Esse agricultor que faz parte de uma cooperativa, estava observando se o intermediário estava cumprindo o que tinha prometido, pagando conforme combinado. Afirmou que o comprador intermediário tinha demorado 45 dias para começar a pagar e esse pagamento estava ocorrendo de modo parcelado. Esse agricultor que é um assentado da reforma agrária também mencionou que há comercialização de grandes quantidades de arroz produzido pelos assentamentos por meio de uma grande agroindústria que compra arroz dos assentados, beneficia e comercializa com a própria marca.

**Quadro 5** - Canais de comercialização adotados pelos agricultores.

<b>Canais/Agricultores</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
Supermercados de redes varejistas e atacadistas		x			x						x	x
Mercado institucional	x									x		
Feiras e venda direta	x			x	x	x		x	x		x	x
Lojas especializadas	x	x	x	x				x				x
Exportação	x									x		x
Intermediário	x		x	x			x	x	x	x	x	x

**Fonte:** Elaboração própria (2018).

Outra forma de intermediação é por meio das cestas. Conforme os agricultores informaram, atualmente existem pessoas que vão as feiras para comprar alimentos para consumidores que não podem ir pessoalmente adquiri-los. Muitas vezes esses intermediários são facilitadores, tendo pequenos pontos de comercialização onde os consumidores finais vão pegar esses produtos em horários distintos aos da feira e em locais mais próximos as suas

moradias. Ocorre também, dos intermediários entregarem os produtos nas residências destes consumidores.

A intermediação entre agricultores feiristas e consumidores finais das feiras que é articulada pelos facilitadores das cestas vem se tornando cada vez mais populares. Essas experiências permitem maior comodidade aos consumidores, ao mesmo tempo em que acarretam em um alongamento da cadeia produtiva e perda do contato direto entre consumidores e agricultores.

A segunda forma de comercialização mais adotada pelos agricultores é a venda direta ao consumidor seja por entregas em domicílio, feiras e Community Supporting Agriculture (CSAs). Esta forma de escoamento se diferencia da venda pelas redes de supermercados atacadistas, que é a quarta forma de escoamento da produção mais apontada. Um dos aspectos dessa diferenciação remete ao comportamento destes “consumidores”. Segundo os agricultores, o consumidor das feiras é um “consumidor fiel” (AGRICULTOR 1), que entende se não há oferta de um determinado produto. Já as grandes redes varejistas não compreendem quando não há entrega de um determinado produto porque houve uma intempérie ou outro problema, e descontam do pagamento do agricultor.

A terceira forma de escoamento da produção mais utilizada pelos agricultores são as lojas especializadas em produtos naturais, orgânicos e/ou integrais. Sendo que estas vem proliferando-se nos últimos anos e estão entre os pontos preferidos pelos agricultores para venderem a sua produção, devido a dispensa de contratos.

Uma quinta forma de escoamento da produção ocorre por meio da exportação. Sendo esse canal adotado quando os agricultores tem maior volume de produtos. Por último, apontado por dois agricultores estão as vendas para o mercado institucional do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Destaca-se que este é um canal que provocou uma renovada organização social entre os agricultores, com a criação de associações e cooperativas.

No próximo item os indícios da convencionalização apresentados nesta seção serão interrelacionados com os perfis e trajetórias dos agricultores orgânicos que foram expostos no item anterior do capítulo.



### 3.3 INDÍCIOS DA CONVENCIONALIZAÇÃO E SUA INTERRELAÇÃO COM PERFIL E TRAJETÓRIAS DOS AGRICULTORES

Conforme as seções anteriores nota-se que os possíveis indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos encontrados entre os agricultores são os seguintes: especialização produtiva; dependência dos insumos externos às unidades produtivas, de origem convencional e produzidos em outras regiões; adoção de tecnologias do sistema agroalimentar convencional; engajamento à agricultura orgânica conforme o interesse econômico; integralização e ajustamento parcial da agricultura orgânica às unidades produtivas, conforme o paradigma da substituição de insumos; trajetória na agricultura orgânica com aumento da dependência de insumos, simplificação das atividades produtivas e aumento da mecanização; orientação produtiva externa e conforme os padrões convencionais do mercado; produção de commodities; acesso a longos canais de comercialização; e conversão parcial das unidades produtivas.

No Quadro 6, é possível visualizar os indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos e também o perfil e a trajetória de cada um destes agricultores na agricultura orgânica. Nesta representação mencionam-se, por agricultor, as variáveis que sugerem a convencionalização acompanhadas das variáveis que caracterizam o perfil e a trajetória dos agricultores.

A exibição dos dados dessa forma auxilia a ampliar o olhar sobre as variáveis que são citadas como indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos, olhando-as em conjunto com as variáveis que se concatenam com o perfil e trajetória dos agricultores na agricultura orgânica. Com isso, buscam-se compreender quais são as relações que existem entre as variáveis buscando explicações mais profundas acerca dos condicionantes das práticas convencionalizadas. A intenção é analisar os indícios da convencionalização conforme as características de cada agricultor, procurando evitar conclusões precipitadas acerca da convencionalização ou não.

Conforme as informações expostas no quadro percebe-se que a especialização produtiva existe entre cinco agricultores. Dois deles, agricultores 10 e 12, se situam em áreas de banhados sendo a atividade rizícola a única opção de cultivo. Outro agricultor (2) é especializado na produção de bananas em uma região de clima propício para o cultivo de banana (litoral norte do Rio Grande do Sul). Nesse caso nota-se que a especialização produtiva é opção adotada pelo agricultor, dado que nessa mesma região existem agricultores que produzem bananas em sistema agroflorestal. Um quarto agricultor consultado

informalmente produz monocultivo ou de soja orgânica ou de milho orgânico. O agricultor salienta que opta pela monocultura de soja ou milho por ter sido os cultivos que melhor se adequaram as condições do local. Esse agricultor informou utilizar diferentes e grandes quantidades de adubações verdes e insumos para combater doenças, e manejar ervas adventícias e outras situações impremeditadas. Por último, um quinto agricultor, também consultado informalmente, produz *shitakes* em sistema tecnificado, sob um ambiente esterilizado com baixa contaminação determinando baixa dependência de insumos.

**Quadro 6 - Índícios, perfis e trajetórias dos agricultores investigados**

Índícios da convencionalização dos mercados de orgânicos																							
			Insumos				Canais de comercialização			Paradigma	Engajamento à AO	Orientação produtiva					Origem e natureza das tecnologias						
			Conversão parcial	Especialização produtiva	Mistos: convencionais e orgânicos	De outras regiões	Dependência externa	Baixa dependência externa	Longos canais de comercialização			Redes varejistas	Substituição de insumos	Interesse	Ambiental	Econômico	Mercantil	Social	Consórcio de dois fatores	Certificadoras	Cooperativas e associações	Parceiros e amigos	Própria (autodidatas)
Agricultor/a 1			X			X	X				X		X	X				X		X			
Agricultor/a 2		X		X		X	X	X			X	X	X									X	
Agricultor/a 3			X		X				X	X		X	X				X						
Agricultor/a 4			X	X		X			X	X	X	X		X	X					X		X	
Agricultor/a 5	X		X	X	X				X	X	X		X					X		X		X	
Agricultor/a 6			X		X				X	X		X	X							X		X	
Agricultor/a 7				X		X					X	X		X	X			X	X	X		X	X
Agricultor/a 8			X	X		X					X	X	X					X					
Agricultor/a 9			X	X		X			X	X	X		X				X	X				X	
Agricultor/a 10	X	X		X		X	X				X					X		X				X	X
Agricultor/a 11			X			X					X	X	X	X	X			X					X
Agricultor/a 12	X	X	X	X		X	X	X			X								X	X			X
Diário de campo	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X	X				X			X	X	X

Perfil socioeconômico e tempo desde a conversão																						
			Escolaridade				Dedicação às atividades				Escala de produção			Certificação		Mudanças na propriedade depois da certificação						
	Agricultor familiar	Agricultor não familiar	Fundamental incompleto	Fundamental completo	Ensino médio completo	Superior completo/cursando	Dedicação parcial	Dedicação integral	Nenhuma dedicação	Anos desde a conversão	Pequena	Média	Grande	Participativa	Terceira parte	Contratação de mais de 2 ou mais funcionários	Simplificação de práticas	Aumento na contratação de pessoal	Aumento na área cultivada	Aumento na mecanização	Aumento no uso de insumos	Diminuição no número de culturas
Agricultor/a 1	x		x					x		16	x				x			x				x
Agricultor/a 2		x	x					x		17	x			x		x	x	x				
Agricultor/a 3	x				x			x		10	x				x		x					x
Agricultor/a 4	x				x			x		6	x				x		x			x		
Agricultor/a 5		x				x		x		1	x				x	x		x	x			
Agricultor/a 6		x			x		x			17	x				x	x		x				
Agricultor/a 7	x					x	x			14	x				x		x					
Agricultor/a 8	x					x	x			20	x				x			x	x			
Agricultor/a 9	x				x			x		10	x			x					x			x
Agricultor/a 10	x			x			x			10	x				x			x		x		
Agricultor/a 11	x				x			x		1	x			x			x	x				x
Agricultor/a 12		x				x	x			22			x		x	x		x	x	x		
Diário de campo	x	x			x	x	x	x				x		x	x						x	x

Fonte: elaboração própria (2018).

Quanto à dependência de insumos, aponta-se da dificuldade de autossuficiência de todos os materiais necessários para o cultivo orgânico sendo que alguma dependência de insumo externo haverá, pois nem todos os nutrientes e insumos necessários para a produção equilibrada estão disponíveis nos agroecossistemas. A compra de pó de rocha e sacarias é um exemplo. Um dos grandes gargalos ainda no mercado de orgânicos é a ausência de sementes e mudas com a qualidade orgânica. Relatos dos agricultores apontam que quando produzem suas próprias sementes, seus sistemas produtivos tornam-se complexos e intensivos em trabalho manual. Devido a este fato, muitos agricultores optam por adquirir de terceiros as sementes e/ou mudas<sup>13</sup>.

Grande parte dos agricultores usa adubo de peru granulado que pode ser espalhado no momento do plantio com o uso de plantadeiras. Um dos agricultores destaca que um dos adubos orgânicos granulados que existe no mercado se adaptou melhor quando utilizado em plantadeira. Esse agricultor usa um produto permitido pela certificadora para o combate de lagartas salientando que seria interessante um secante similar ao da agricultura convencional: “o que falta hoje é um secante que não seque o meu produto, igual é o convencional. Então hoje não tem como limpar a lavoura, a não ser a limpeza manual, depois que se plantou né” (BENEFICIADOR/A 3<sup>14</sup>).

A utilização de insumos externos às propriedades e/ou a necessidade de adubação constante apresenta uma ressalva nos sistemas orgânicos de produção de alimentos. De acordo com Bastian e Rosa (2017), conforme os sistemas orgânicos vão evoluindo quantidades menores de insumos para a renovação da fertilidade da terra precisam ser adicionadas ao solo. Essa afirmação encontra ressonância em falas de agricultores e técnicos de extensão rural. No início do período de transição são utilizadas de modo frequente técnicas como a adubação verde, compostagem e adição de matéria orgânica. Com a utilização constante destas técnicas ao longo de anos os agroecossistemas vão evoluindo. Quando os sistemas orgânicos se encontram em estágio avançado não é necessário haver reposição de nutrientes e materiais ao solo, pois o próprio sistema os disponibiliza através da ciclagem de nutrientes.

Por outro lado, grandes empresas produtoras de insumos para a agricultura agroquímica têm começado a produzir insumos orgânicos. Os insumos, de modo similar ao que aconteceu e acontece na agricultura agroquímica, tem seu uso estimulado por técnicos

---

<sup>13</sup> Norma do governo federal permite a utilização de insumos e sementes convencionais enquanto os mesmos não estiverem disponíveis no mercado.

<sup>14</sup> Nesse caso foi aplicado o roteiro destinado aos representantes das empresas beneficiadoras por esse ator ter uma empresa, mas durante a entrevista ficou claro que além de ser sócio proprietário de uma empresa de beneficiamento de produtos orgânicos é agricultor produzindo centeio, trigo e milho, dentre outros produtos.

que trabalham para essas empresas (BASTIAN; ROSA, 2017). Entretanto, os agricultores salientam que são poucos os insumos para renovação da fertilidade da terra que são permitidos pelas normas. Alguns desses insumos são caros e elevariam o custo de produção, então alguns agricultores optam por não usá-los preferindo o uso de técnicas menos onerosas, como a fertirrigação com esterco de aves.

Assim sendo, a dependência externa de insumos aparece com mais intensidade para os agricultores especializados e para aqueles que iniciaram há poucos anos os cultivos conforme a agricultura orgânica e estão aprendendo os melhores métodos a serem adotados em suas propriedades. Descobriu-se que a conversão recente para a agricultura orgânica é acompanhada de maior volume de insumos adquiridos externamente às propriedades. Para o Agricultor 5, outras razões para serem obtidos insumos externamente à propriedade são a diminuição de custo de produção, dado que a produção própria de composto demandaria a contratação de mais funcionários. E pela razão estética. Muitos consumidores que chegam às unidades produtivas pensam que a pilha do composto é lixo.

Já os insumos não certificados e/ou convencionais são utilizados porque não existe no mercado a oferta de similares com certificação orgânica, sendo o uso dos insumos convencionais e/ou não certificados a única opção aos agricultores. Esses insumos são permitidos por norma do governo federal e podem ser utilizados na produção orgânica até que os insumos orgânicos existam em mais abundância no mercado. São usados pelos agricultores quando não há disponibilidade internamente a unidade produtiva e em casos de intensificação produtiva. O que foi identificado para dois agricultores.

Por sua vez a aquisição de insumos com certificação orgânica que são produzidos em outras regiões ocorre basicamente por duas razões. Primeiro, porque não há a produção destes insumos na região ou localidade onde se encontram os agricultores, sendo a região pouco desenvolvida em termos de agricultura orgânica (Ribeirão Preto – SP). Segundo, porque os mesmos estão ao alcance dos agricultores em agropecuárias locais. Entretanto, agricultores mencionaram que prefeririam comprar esses insumos de sua própria região, para reduzir custos financeiros e ambientais.

Em um dos casos analisados, que conta com assessoramento técnico e alta dependência de insumos, há o cultivo de morangos em sistema aéreo fora do solo. O sistema suspenso é uma tecnologia adotada pelos agricultores que facilita a produção. A terra ou substrato adicionado aos sacos plásticos suspensos prescinde de ser fértil, pois os nutrientes são disponibilizados pela irrigação. O material sólido adicionado serve apenas para os pés de morangos fixarem suas raízes. Entretanto, existem outros agricultores que se privam da

utilização de substratos ou solo infértil, preferindo adicionar terra e produzir seu próprio composto com itens como serragem, esterco, pó de rocha e, em alguns casos, preparados biodinâmicos. A produção de morangos em sistema suspenso foi recentemente pesquisada pela Embrapa Clima Temperado e adaptado às peculiaridades brasileiras, pois foi primeiramente utilizado na Califórnia (EMBRAPA..., 2014).

Alguns agricultores apontaram que receberam orientação de atores de órgãos de assistência técnica, secretarias de agricultura, organizações de pesquisa, certificadoras e de parceiros durante o período de transição tanto da propriedade como de venda<sup>15</sup>. Esses agricultores revelaram que a assistência fornecida por esses órgãos diminuiu riscos e aumentou seus conhecimentos. Destaca-se que alguns dos agricultores entrevistados receberam de órgãos de assistência técnica análises do solo para identificar a melhor adubação verde para a recuperação do solo.

Em contíguo à assistência externa, agricultores revelaram que também buscam por seus próprios meios às soluções para os problemas encontrados nas propriedades. As razões deste comportamento são que, algumas vezes a saída apontada pelos técnicos ou parceiros não apresenta uma boa resolução. Outras vezes os agricultores não encontraram orientação técnica e tiveram que ser autodidatas.

Conforme relatos informais, algumas das tecnologias e insumos que os agricultores estão tendo acesso são repassadas por técnicos que também prestam assistência para agricultores convencionais. Isso ocorre porque atualmente as empresas produtoras de insumos estão produzindo biofertilizantes para a agricultura orgânica e seus técnicos prestam assistência para os dois modelos de agricultura. Seguindo a mesma lógica de produção baseada em dependência externa de insumos, esses técnicos estimulam a dependência de insumos na agricultura orgânica de forma similar à verificada para a agricultura convencional. Os agricultores também tem acesso a esses insumos nas agropecuárias onde, igualmente, são comercializados os insumos para a agricultura convencional.

Esse último indício é importante de ser mencionado, mesmo que o seu aparecimento seja suave entre os dados coletados, pois demonstra que os agricultores estão seguindo, buscando ou acessando os atores que já atuavam no segmento dos insumos, mas em um primeiro momento produzindo somente insumos para a agricultura agroquímica. A inclusão desse indício é importante para esta investigação, porque demonstra que os agricultores, ao acessarem atores que atuam conforme as regras do regime sociotécnico alimentício

---

<sup>15</sup> A transição de venda é apontada como o período posterior à certificação quando os agricultores buscam criar ou encontrar os melhores e/ou mais justos canais de comercialização.

dominante, podem estar sujeitos a processos e lógicas similares aos empreendidos na agricultura agroquímica. Tais como o incentivo ao uso exacerbado de insumos.

Outra técnica que vem sendo utilizada pelos agricultores é a irrigação com adubo proveniente de aves. A fertirrigação é uma técnica que foi inicialmente desenvolvida para a utilização de insumos químicos (NPK) ou biológicos na água de irrigação (EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA, 2007). Essa técnica pode ter sido adaptada pelos agricultores, uma vez que alguns deles afirmaram ferver esterco de aves, fresco ou de composto, para obter nitrogênio. Os agricultores relataram que ao final da fervura obtêm-se um produto similar à ureia. Posteriormente, dilui-se esse produto em água e filtra-se em espuma para remover resíduos de granulometria incompatível ao sistema de irrigação. A solução que resulta desse processo é aplicada diretamente sobre as culturas e/ou sobre a terra. A intensidade e periodicidade das aplicações dependem do critério de cada agricultor, podendo ser semanal ou bimestral. Os agricultores relatam que os resultados são significativos sendo necessário cuidado para não exagerar nas aplicações.

Na linha da adequação de técnicas e no uso de insumos, um dos entrevistados adaptou uma tecnologia utilizada em grande escala a sua escala de produção.

Eu tenho um, um processo de secagem e conservação feito por mim, aí eu ponho dentro dos bag e ponho ventilação por baixo, o bag é aberto. E daí ele fica lá, volta e meia eu ligo a ventilação pra proteger de caruncho proteger de qualquer tipo de praga que pode dar ali. Logo que colhe é secado dessa forma, ar frio né, igual aos silos por ali, e daí ele fica lá, e de lá vão igual pra moer (BENEFICIADOR/A 3).

Um dos agricultores informou que alguns erros que foram cometidos anteriormente quando era agricultor convencional se repetiram agora enquanto agricultor orgânico, especialmente quanto ao uso de insumos. Atualmente esse agricultor/a revela que à embalagem é adicionado apenas o produto a ser comercializado e a natureza.

Ó pra ti ver como a gente não aprende, a banana ela era lavada colocado um produto, texa cloro, limpava pra tirar os fungos e ela não apodrecia ali na ponta do cachinho ali, daí, certo dia, um produtor trouxe a banana sem lavar a banana [...] aquele dia “vamos fazer separado aí porque essa banana vai ser terrível”! Justamente essa banana dele não deu fungo não deu nada! Ficou perfeito, e aí eu disse, “olha só, não vamos mais lavar banana nenhuma, porque a banana, a própria banana ela mesmo consegue” (AGRICULTOR/A 2).



A revelar a heterogeneidade visualizada entre os agricultores, de modo oposto, outros agricultores novos rurais<sup>16</sup> que tinham como atividade anterior uma atividade não agrícola, continuam usando produtos semelhantes para a higienização de bacias e lavatórios. Outro conjunto de agricultores que comercializam em distintos mercados (redes varejistas e feiras) utiliza na venda direta, a embalagem solicitada pela grande rede de supermercados. Essa embalagem é de plástico e isopor. Uma contradição quando se observa princípios da agricultura orgânica. Entretanto, segundo o depoimento dos agricultores, permite que as hortaliças não murchem. Isso revela como os agricultores ajustam ou aderem às técnicas que lhes são repassadas de acordo com seus aprendizados e interesses.

A decisão por adquirir insumos ou tecnologias de fora da propriedade está relacionada com outros aspectos como o engajamento à agricultura orgânica, por interesse ou convicção, e a integralização da agricultura orgânica a propriedade rural. Por sua vez, a classificação dos agricultores entrevistados de acordo com o seu engajamento na agricultura orgânica está intimamente conectado com a integralização da agricultura orgânica as propriedades rurais. Nota-se, no Quadro 6, que todos os cinco agricultores que apresentam com mais intensidade as práticas do paradigma de substituição de insumos exibem engajamento conforme o interesse. Deste modo, pode-se inferir que o engajamento à agricultura orgânica conforme o interesse desencadeia uma integralização da agricultura orgânica de acordo com o paradigma da substituição de insumos.

Porém, se a dependência externa de insumos tem como uma das causas a evolução dos agroecossistemas e, portanto, o tempo desde que houve a certificação, o mesmo não ocorre para a decisão dos agricultores por sistemas de substituição de insumos ou redesenho de agroecossistemas. A adoção de práticas de um ou outro paradigma independe do período desde que ocorreu a certificação orgânica. Os agricultores identificados pelos números 3, 4, 6 e 9 em sistemas de substituição de insumos são certificados há 10, 7, 17 e 10 anos, respectivamente. Sendo que os agricultores cujos números atribuídos são 8 e 11 e que tiveram uma maior integralização da agricultura orgânica as propriedades estão ambos na atividade orgânica há apenas um ano. Dados coletados em conversas informais demonstraram

---

<sup>16</sup> De acordo com Bastian (2010), entende-se por novos rurais as pessoas da cidade que passam a valorizar o rural. Segundo Giuliani (1990, p. 2) esta revalorização faz “reviver os valores próprios do mundo rural, transformando-os em força crítica das formas em que a sociedade inteira se desenvolve, é uma livre escolha bem precisa e particular. Isto é, quando as pessoas decidem não mais morar na cidade e não mais trabalhar em profissões urbanas, resolvendo se mudar para o campo e trabalhar na agricultura ou na criação de animais”. Trata-se de um conceito genérico, aplicado a uma realidade não muito precisa. Usado para fenômenos que estão à margem das dinâmicas atuais da agricultura. A denominação novos rurais é usada com o intuito de nomear um grupo de pessoas do meio urbano que desenvolveram um apresso pelo rural mudando-se para este espaço e ocupando-se com atividades agrícolas (GIULIANI, 1990).

comportamento similar. Verificou-se que agricultores com período de certificação superior a 20 anos optam pela simplificação dos sistemas orgânicos, monocultivos orgânicos, apresentando alta dependência de insumos.

No que diz respeito à trajetória na agricultura orgânica nota-se que, mesmo a simplificação de práticas de manejo sendo identificada, é importante destacar que está conectada com redução na aplicação dos insumos, aprendizado, invenção e adoção de novas técnicas e práticas, criação de novas tecnologias e com o amadurecimento dos sistemas orgânicos. Percebe-se que a complexificação do sistema produtivo devido à produção de mudas em um contexto de pouca mão-de-obra conduziu um dos agricultores a inventar uma “semeadeira” que distribui mais facilmente as sementes nas covas no momento do plantio. Por sua vez, a adoção de novas tecnologias, como o cultivo de morangos suspensos, tem como razão a obtenção de produtos de melhor qualidade (já que nesse sistema os frutos ficam suspensos no ar e não tocam a terra) e a facilitação do manejo para o agricultor.

A observação destas mudanças denota para o fato de que, em sua grande maioria, a simplificação de práticas de manejo não necessariamente caracteriza-se como ação convencionalizada. A simplificação das práticas de manejo majoritariamente não está relacionada com a adoção de insumos industrializados como facilitadores. Mesmo que para alguns dos agricultores a aquisição de insumos tenha aumentado após a certificação. A simplificação está vinculada com processos de aprendizagem e com o amadurecimento dos agroecossistemas e diminuição dos cuidados necessários.

Por seu turno, o aumento da mecanização ao longo da trajetória na agricultura orgânica está aliado à expansão da área cultivada, à baixa oferta de mão de obra em regiões próximas a grandes centros urbanos e ao aumento das rendas dos agricultores. O aumento na área é uma das modificações do sistema produtivo congregada ao aumento da demanda dos produtos orgânicos. Ademais, acompanhando o aumento da área cultivada e a complexificação dos sistemas (com a adição de atividades de beneficiamento, por exemplo) está à contratação de diaristas ou funcionários onde há disponibilidade de mão de obra.

A variação no número de cultivos, expandindo-os, reduzindo-os ou rearranjando-os, é adjunta à demanda do mercado, aos canais de comercialização adotados, à cooperação entre os agricultores, à rentabilidade e à disponibilidade de mão de obra. Que foram mencionadas na seção anterior como sendo os fatores que justificam as escolhas dos agricultores quanto aos cultivos que adotam. O aumento na produção, produtividade e a redução no uso de insumos é consequência da evolução dos sistemas orgânicos, agroecossistemas, como também foi mencionado acima.

Com relação a uma trajetória para a especialização produtiva verificou-se que houve uma diminuição na diversidade de cultivos para dois agricultores entrevistados e para pelo menos mais um agricultor consultado de modo informal. Essa diminuição no número de produtos que cada agricultor produz está relacionada com a participação dos agricultores em cooperativas ou outras organizações sociais que vendem a sua produção em mesmos pontos de comercialização. Os agricultores fazem um planejamento em que é dividido, entre os agricultores, o que cada um irá cultivar. O número de cultivos acaba ficando reduzido em comparação a um agricultor individual, mas a rotina de atividades diárias fica mais suave, dado que é desnecessário elaborar diferentes compostos de acordo com as necessidades nutricionais de cada planta, dentre outros cuidados que são específicos de hortaliça para hortaliça. Essa diminuição no número de cultivos descaracteriza especialização produtiva, havendo uma redução na diversificação, mas não ao ponto dos agricultores tornarem-se especializados. Dentre os agricultores entrevistados que apresentam essa dinâmica, um deles produz mais de 40 itens e outro produz, aproximadamente, 10 itens.

Não obstante, o aumento no uso de insumos ao longo do percurso dos agricultores após a certificação orgânica agrega-se à especialização produtiva e a sua consequente dificuldade em renovar a fertilidade da terra e criar as condições para a ciclagem de nutrientes. Este aumento foi identificado para duas propriedades especializadas na produção de arroz e soja/milho. Porém, esse aumento remete também ao início da recuperação do solo e a imperativa adição de minerais e matéria orgânica, bem como, a compra de materiais para construção de estruturas (túneis e estufas) necessárias ao melhor cultivo de culturas sensíveis como os tomates.

Percebe-se então que a trajetória dos agricultores na agricultura orgânica não é linear nem homogênea. Há uma grande diversidade de casos, mesmo analisando um número pequeno de agricultores. Nem as interações das unidades de produção certificadas orgânicas com o mercado são constantes ao longo do tempo. Cada unidade apresenta a sua particularidade. Algumas são mais fortemente direcionadas por indicadores externos e pelo mercado. Descobriu-se que o direcionamento externo, no caso o mercado, está relacionado com o engajamento por interesse na agricultura orgânica. Observa-se que, dos cinco agricultores que seguem uma lógica de atuação na agricultura orgânica de acordo com o interesse, quatro responderam que o mercado é fator determinante na escolha dos cultivos. O outro agricultor atua de maneira inversa, criando demanda para os produtos que até então tinham pouca oferta no mercado, como é o caso das flores suculentas comercializadas pelo Agricultor 9.

O escoamento da produção por canais longos de comercialização é um dos indícios da convencionalização, mas apresenta algumas ressalvas. Um dos agricultores que produz e exporta café mencionou que a grande maioria da produção é destinada ao exterior (92%) porque o mercado interno absorve uma parcela pequena da quantidade produzida pela cooperativa. Nesse caso, o acesso a longos canais de comercialização são indeterminados pela trajetória na agricultura orgânica ou pelo perfil socioeconômico sendo decisiva a demanda do mercado nacional para o café orgânico. As características dos agricultores atreladas a este indício da convencionalização são o volume produzido e o tempo desde a certificação orgânica. Essa última característica está associada com a organização social dos agricultores e a propagação de experiências em agricultura orgânica. O comércio externo acaba sendo o caminho encontrado para escoar a produção, sendo uma ação necessária para o agricultor.

A gente faz a torrefação certificada da cooperativa que faz o processamento do café, ele é empacotado pra gente trabalhar, isso venda interna nacional, o exportado vai cru [...]o brasileiro está ficando inteligente, ele começou a aprender degustar café, não se sabia tomar café, porque há muitos anos vem exportando boa qualidade e vendendo os rio, café fraco, de fraca qualidade em nível nacional, hoje o brasileiro descobriu através do orgânico que o café tem como beber café. [...] Então hoje já se aprendeu a degustar café, por isso que hoje o percentual está crescendo. Eu acho que pouco tempo chega 10-12% de consumo interno da produção orgânica (AGRICULTOR 1).

A comercialização para o mercado externo também é apontada como a saída que foi encontrada para o escoamento de parte da produção de arroz dos assentados da reforma agrária. Os agricultores comercializariam em grandes redes varejistas em nível nacional, por exemplo, mas o acesso a esses pontos de comercialização é relatado como difícil.

Por outro lado, o escoamento da produção por meio de redes varejistas é inserido entre os indícios que denotam para a convencionalização dos mercados de orgânicos porque o mercado convencional não respeita a sazonalidade da produção agrícola exigindo contínuo abastecimento. Alguns agricultores percebendo essa característica do mercado optam por fornecer continuamente seus produtos adotando estratégias como compra de matéria-prima de outros fornecedores e regiões e até mesmo importando alguns ingredientes por apresentarem qualidade superior ao nacional e auxiliarem na padronização da oferta. Com a compra de matéria-prima esses agricultores conseguem manter constante a oferta de seus produtos. Além disso, as grandes redes varejistas direcionam os agricultores para a especialização produtiva, dado que demandam grandes quantidades e regularidades nas entregas de um mesmo produto (JANDREY; SCHULTZ; SOUZA, 2017).

Por último, a conversão parcial das propriedades apresenta diferentes causas como: o aumento dos custos em caso de conversão total conciliado com a ausência de mercado para algumas das atividades da unidade produtiva (bovinocultura); irrelevância para a atividade que é certificada; localização da unidade produtiva (em centros urbanos – Ribeirão Preto, SP) e a existência de atividades não agrícolas realizadas na mesma unidade. Alguns agricultores mesmo não certificando toda a propriedade manejam a parte não certificada da mesma forma como a parte certificada. Outros, no entanto, as manejam de formas diferentes, usando, em alguns casos, insumos desautorizados pelas certificadas.

Ao final desse capítulo destaca-se que os indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos identificados entre os agricultores são os seguintes: especialização produtiva por opção; engajamento a agricultura orgânica conforme o interesse; integralização parcial da agricultura orgânica às propriedades (adoção do paradigma da substituição de insumos); assessoramento de técnicos de empresas produtoras de insumos para ambas as agriculturas, agroquímica e orgânica; escoamento da produção por meio de grandes redes varejistas; e uso de insumos desautorizados pelas normas de certificação orgânicas em porções não certificadas das unidades de produção.

Percebe-se então que existem agricultores que apresentam algumas características da convencionalização dos mercados de orgânicos. Nota-se também que algumas destas características são distintas das mencionadas em bibliografias anteriores que se debruçaram sobre o tema da convencionalização. Essa distinção remete a dois aspectos em principal. Primeiro, à inclusão de outras variáveis que tiveram como intenção esboçar um provável processo de transição no regime sociotécnico alimentício da região meridional brasileira. Segundo, à análise dos processos de convencionalização entre os agricultores por meio de múltiplas variáveis. A análise conforme esse último aspecto possibilitou encontrar verdadeiros indícios da convencionalização que não estavam claros no início da investigação, como é o caso do último indício da convencionalização mencionado no parágrafo acima.

Elencados os indícios da convencionalização existentes entre os agricultores, nesse momento passa-se a direcionar o olhar analítico para demais atores dos mercados de orgânicos.

#### **4 FORMATOS, AÇÕES E CRITÉRIOS ADOTADOS POR AGROINDÚSTRIAS BENEFICIADORAS, LOJISTAS E CONSUMIDORES NOS MERCADOS DE ORGÂNICOS**

Nesse capítulo será abordado o segundo objetivo específico da tese em que se procura *Elencar quais são os formatos, as ações e os critérios que agroindústrias beneficiadoras, lojas especializadas (ou não) na venda de orgânicos e consumidores adotam no momento de adquirir, beneficiar e/ou comercializar alimentos e demais produtos que apresentam a qualidade orgânica.* Concomitantemente será verificado se esses formatos, ações e critérios são os mesmos do regime sociotécnico alimentício dominante. Observando-se quais são os formatos, ações e critérios adotados pelos atores do mercado de orgânicos e no regime sociotécnico alimentício dominante se saberá se os alimentos orgânicos estão submetidos aos mesmos padrões do regime dominante, o que caracteriza a convencionalização dos mercados de orgânicos. A análise das regras que estão sendo adotadas por estes atores para “relacionarem-se” aos alimentos orgânicos, auxiliará a entender as transições que estão ocorrendo nos mercados de orgânicos.

Neste capítulo, o mais longo dos capítulos em que são apresentados e discutidos dados, será trazido uma porção da Perspectiva Multinível que sustentará as análises. Na sequência, são apresentadas as variáveis por categoria de entrevistados. Primeiro para as agroindústrias, depois os lojistas e, por último, os consumidores. Posteriormente, são trazidas as percepções de agricultura orgânica destas três categorias de atores. Ao final do capítulo, são expostas breves considerações, problematizando e discutindo os dados.

Conforme Geels (2004), mudanças no sistema sociotécnico, sejam para otimizá-lo ou inová-lo, estão encadeadas com alterações em maior ou menor proporção nos três níveis da PMN: paisagem sociotécnica, regime sociotécnico e nicho tecnológico. Segundo Bruland e Smith (2000 *apud* GEELS, 2004, p. 29) as mudanças são criadas por meio de um processo de longo prazo que envolve transformações em aspectos sociais e institucionais que consistem em precondição para uma mudança técnica. A emergência de novos regimes relaciona-se com o desenvolvimento em múltiplos aspectos que gradualmente vão ligando-se e reforçando-se (WISKERKE, 2003). De acordo com Geels (2004, p. 37),

Quando uma inovação adentra no mercado de massa, entra competindo com o regime existente e pode, eventualmente, substituí-lo. Isto será acompanhado por múltiplas mudanças nas amplas dimensões do regime sociotécnico. Dessa forma, a inovação do sistema não evolue unicamente tecnologia e mercados compartilhados,

mas também mudanças em regulação, infraestrutura, significados simbólicos e redes industriais. O novo regime pode, em alguma medida, influenciar o desenvolvimento da paisagem.

Nesse sentido, para que uma alteração na dimensão tecnologia venha a incorrer em mudança no sistema precisa provocar transformações nas outras dimensões do regime sociotécnico afetando práticas políticas, indústrias, significados culturais, por exemplo, a ponto de provocar uma transgressão de um regime sociotécnico para outro (GEELS; SCHOT, 2007). Para Wiskerke (2003), transição é uma mudança estrutural do feitiço da sociedade ou de um subsistema complexo desta, como a agricultura. A mudança estrutural remete a mudança de regras (GEELS; SCHOT, 2007). Trata-se de um processo que resulta de adaptações, aprendizados e ajustamentos para novas situações. São rotas de desenvolvimento potencial que podem ter sua direção, passo e impacto ajustado por políticas e circunstâncias específicas.

Geels e Schot (2007) mencionam que no processo da transição alguns elementos devem ser considerados. São os tempos de interação multinível e a natureza da interação. Para o caso do primeiro elemento, remete-se ao fato de que o resultado da abertura de janelas de oportunidades depende do amadurecimento dos nichos tecnológicos. Se a pressão por mudança que advier da paisagem não encontrar um nicho desenvolvido, os impactos serão diferentes daqueles visualizados quando existe um nicho já desenvolvido. Com relação à natureza da interação, consideram-se as características da novidade e o desenvolvimento da paisagem quanto ao seu potencial para reforçar ou romper o regime. Se essas características buscam reforçar o regime a natureza da interação não é um direcionador de mudança, mas estabilizador do regime. Se buscarem rompê-lo então a interação com o regime é competitiva e busca substituí-lo.

Outro aspecto importante para compreender as transições potenciais no regime sociotécnico alimentício são os processos endógenos e dinâmicos de mudança das regras do regime. Segundo Geels e Schot (2007), esses processos são denominados de econômico evolucionário e socioinstitucional. Conforme os autores, no primeiro caso as regras mudam indiretamente por meio da seleção de mercado. Nesse caso, concebe-se que um conjunto de organizações produz produtos similares, mas nessas organizações os atores acreditam em variadas concepções tecnológicas que conciliadas com as regras locais e rotinas das organizações podem gerar produtos diferenciados que vem a encontrar boa aceitação no regime. Após isso, por imitação, o produto diferenciado, a mutação, é copiada por outras firmas.

Já no caso da mudança de regras socioinstitucional, os atores negociam diretamente em suas comunidades o formato adequado de solucionar algum problema. Uma forma específica de solução pode tornar-se dominante nessas comunidades sendo publicada por distintos meios e, conseqüentemente, pode evoluir para discussões e produções em outras instâncias.

Essas duas dinâmicas, econômica evolucionária e socioinstitucional, estão presentes simultaneamente no campo organizacional e expressam um conjunto de elementos que mostra como os regimes podem ser mudados por atores.

Assim sendo, considerando os elementos que denotam para a sintonia involuntária entre os níveis da PMN e a natureza da interação desses níveis e os processos endógenos provocadores de mudanças das regras do regime (econômico evolucionário e socioinstitucional), Geels e Schot (2007) incrementam a compreensão proposta de transição do regime sociotécnico amparada no alinhamento entre os três níveis, assinalando para outros quatro diferentes formatos de transição de regime: transformação; desalinhamento e realinhamento; substituição tecnológica; e reconfiguração.

A transição denominada de *transformação* caracteriza-se pela existência de pressão mediana advinda da paisagem incidindo sobre o regime quando os nichos não estão suficientemente desenvolvidos. Atores externos ao regime traduzem essa pressão, dedicando atenção às externalidades negativas do regime. Grupos dos movimentos sociais, cientistas, profissionais, criticam as tecnologias adotadas no regime e propõem novas práticas e tecnologias. Os atores do regime respondem a pressão mediana da paisagem mudando “a direção da trajetória de desenvolvimento e as atividades de inovação” (GEELS; SCHOT, 2007, p. 406). Quando há propagação de uma variação tecnológica “adequada as mudanças de seleção do ambiente” (uma mutação), ocorre mudança do regime por ele mesmo, “desde dentro”. Nessa transição, as mudanças socioinstitucionais e evolucionárias reforçam-se mutuamente e se expressa relação simbiótica entre regime e nicho.

A transição por *desalinhamento e realinhamento* inicia com uma pressão advinda da paisagem que acena para condições muito diferentes das visualizadas no paradigma do regime. Não há um nicho desenvolvido que possa substituir o regime, mas nichos que apresentam inovações embrionárias que conduzem a incertezas quanto aos investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Exploram-se múltiplas direções e trajetórias de inovação. Existe prolongado período de coexistência, incerteza, experimentação e competição por atenção e recursos. As inovações embrionárias competem até que uma delas estabiliza um desenho



dominante que fornece claras direções para melhoramentos e inovações de processo (GEELS; SCHOT, 2007).

A mudança de regime por meio da *substituição* tecnológica inicia com um choque específico advindo da paisagem, uma pressão muito forte por transformações em um momento em que existe uma inovação radical disponível ao nível do nicho. Então essa inovação radical reposicionará o regime existente. Inicialmente, esse reposicionamento acarreta substituição ao nível da dimensão tecnológica do regime. Com o passar do tempo, a tecnologia empurra as outras dimensões para a mudança de modo que “amplos processos de coevolução seguem a substituição” tecnológica (GEELS; SCHOT, 2007, p. 410). O resultado é o mesmo do exposto para a transição por desalinhamento e alinhamento, mas o processo, a sequência de eventos, para chegar até esse resultado é diferente.

Por último, em um processo de transição de regime pela *reconfiguração* há adoção pelo regime das inovações simbióticas desenvolvidas em nichos para, inicialmente, resolver problemas locais. Subsequentemente, essas inovações “geram ajustes na arquitetura do regime” (GEELS; SCHOT, 2007, p. 410). Essas inovações podem fazer com que outras novidades/inovações sejam introduzidas no regime para que mudanças sejam produzidas em outras dimensões. Essa transição se caracteriza por múltiplos componentes de inovação em que os atores do regime sobrevivem.

Essa compreensão sobre outros formatos de transição incorpora novos elementos à perspectiva. O alinhamento de oportunidades para a mudança sociotécnica entre demandas da paisagem, configuração entre os grupos de atores do regime e a existência de novidades radicais ao nível do nicho nem sempre surge ao mesmo tempo. Nota-se que alguns destes novos formatos de transições remetem a inovações incrementais, uma vez que a inovação que resolve o problema pode surgir internamente ao regime, o que pode otimizar o sistema como apontado por Elzen e Barbier (2012). Assim como alguns formatos concebem inovações radicais que ocorrem por meio de dinâmicas distintas em que inovações advindas do nicho suplantam o regime.

Antes de iniciar a descrição e análise dos dados deste capítulo, é necessário expor uma concepção teórica que complementa a PMN. Essa concepção forneceu aportes para compreender as atuais transições relacionadas com o processo de convencionalização dos orgânicos especialmente dentre as agroindústrias beneficiadoras. No caso deste conjunto de atores, o conceito de substitucionismo proposto por Goodman, Sorj e Wilkinson (2008), contribuiu significativamente na definição das variáveis que possibilitaram compreender qual

a lógica de operação que está embasando os formatos, ações e critérios adotados por esse conjunto de atores no momento de adquirirem, beneficiarem e venderem os produtos finais.

O substitucionismo, conforme empregada por esses autores remete à condição que os produtos agrícolas assumem durante os processos de beneficiamento e industrialização. É um conceito formulado a partir da compreensão do modo como ocorreu o envolvimento das agroindústrias na trajetória de transformação da forma natural dos produtos rurais. Este conceito relaciona-se com o procedimento sob o qual os produtos rurais foram, gradativamente, tornando-se matérias-primas cada vez mais dispensáveis ao longo do processo de constituição dos complexos agroindustriais, sendo substituídos por similares não agrícolas ou sintéticos. Um bom exemplo da substituição de produtos naturais por sintéticos é a margarina (GOODMAN; SORJ; WILKINSON, 2008).

No conceito de substitucionismo também há o entendimento acerca do processo pelo qual os produtos oriundos do campo foram tendo sua forma original transformada, seja pela moagem, refinamento, fracionamento e/ou reconstituição. É exemplo disso os processos pelos quais é produzido o leite em que a quantidade de gordura é delimitada por meio de diferentes ajustes na centrifugação, podendo ser retirada em sua totalidade para depois do processo de tratamento do leite ser novamente adicionada.

É importante destacar que apenas algumas variáveis subentendidas no conceito de substituição foram inseridas nesta investigação. Aquelas relacionadas com a substituição de produtos de origem natural por produtos sintéticos e refinados não foram inseridas, pois as normatizações de orgânicos não permitem adição de produtos desta natureza aos alimentos orgânicos.

Por outro lado, de grande valia para esta pesquisa é a compreensão fornecida pelo conceito acerca dos tratamentos e transformações na forma original dos produtos rurais, que tinham como característica o seu aspecto natural e que passaram a ser transformados pela indústria. No cenário atual, a maioria dos alimentos disponíveis à população passa por processos industriais. Os alimentos orgânicos, conforme os seus princípios mencionados em IFOAM (2005) e conforme o sentido que os mesmos assumiram na América Latina e no Brasil<sup>1</sup>, são a representação de alimentos que desviavam desse padrão de passagem pela indústria de alimentos. No entanto, com o atual processo de convencionalização dos mercados

---

<sup>1</sup> No Brasil, os alimentos que apresentam as características dos princípios da agricultura orgânica mencionados pela IFOAM (2005), muitas vezes recebem a denominação de agroecológicos e são associados com a agroecologia. No entanto, compreende-se que a agroecologia é uma ciência que apresenta outros elementos para além do compreendido no conceito de agricultura orgânica da IFOAM (2005), tais como o uso de distintas disciplinas para definir qual modos e técnicas de produção são sustentáveis.

de orgânicos essa característica começou a ser alterada. Nos supermercados de redes varejistas, por exemplo, é possível encontrar alimentos industrializados com certificação orgânica.

Então, a principal intenção em inserir o conceito de substituição compreendido por Goodman, Sorj e Wilkinson é o acesso a uma linha argumentativa que permite ver a atual passagem dos alimentos orgânicos pelas agroindústrias por meio de lentes que esboçaram um processo similar que ocorreu em período anterior. Além de que, o conceito de substituição remete a inovações no setor de alimentos que conduziram a formatação das regras do contemporâneo regime sociotécnico alimentício dominante. A forma como os produtos rurais foram sendo introduzidos às indústrias, transformados, tratados e/ou substituídos, é parte do processo que culminou no formato que o regime sociotécnico alimentício assumiu. Conforme o enfoque da Perspectiva Multinível, esse conceito auxilia a compreender os processos inovativos e transicionais de inserção de produtos orgânicos em agroindústrias seguindo para canais convencionais de comercialização. Parte-se de uma ótica em que se subentende que as inovações empreendidas para a entrada dos produtos com essa qualidade no setor industrial são incrementais.

Os demais atores, lojistas e consumidores, abordados neste capítulo foram inseridos com intuito de ampliar o entendimento das forças que estão incidindo sobre os mercados de orgânicos, especialmente aquelas vinculadas com o processo de convencionalização. Os lojistas foram introduzidos com o intuito de conhecer os critérios, ações e formatos que adotam no momento de adquirirem e comercializarem os alimentos e demais produtos orgânicos. Investigando estes aspectos com os lojistas se saberá que perfil de agricultor orgânico que está sendo selecionado pela demanda dos lojistas. Se são os agricultores que apresentam indícios da convencionalização ou se são os agricultores que seguem mais integralmente os princípios da agricultura orgânica.

As mesmas razões norteiam a inclusão dos consumidores dentre os entrevistados. Com esses atores, assim como com os demais, procurou-se identificar formatos, ações e critérios que sustentam as escolhas por alimentos e produtos orgânicos. Compreende-se que, de acordo com esses comportamentos, um determinado conjunto de agricultores e/ou fornecedores é favorecido. Entende-se que este grupo de atores, assim como os demais é possuidor de agência e consegue, em alguma medida, puxar uma determinada oferta. Esta inclusão dos consumidores dentre os investigados para compreender o processo de convencionalização, baseia-se na concepção de consumidor reflexivo (GIDDENS, 1991) e na compreensão do consumo como um ato político (BAUMAN, 2008).

Concebe-se que atualmente no mercado de orgânicos há demanda por alimentos orgânicos de distintas proveniências e características. Do mesmo modo, tem-se ciência de que os consumidores de orgânicos adquirem produtos orgânicos que consomem por diferentes meios. Entretanto, conhecer quais são os principais formatos, ações e critérios adotados por esse conjunto de atores, possibilitará conhecer minimamente as preferências dos consumidores com relação aos orgânicos.

Após a exposição da PMN seguida das complementações fornecidas pelo conceito de substituição e por justificativas à inclusão das diferentes categorias de atores investigados, parte-se para a apresentação dos dados coletados a campo. Iniciam-se pelas agroindústrias beneficiadoras abordando-se ações, formatos e critérios que este grupo de atores tem adotado recentemente no mercado de orgânicos. Na sequência, situam-se os dados dos lojistas observando-se, por meio de outras variáveis, os mesmos aspectos. E, por último, mas não menos importante, são expostos os dados dos consumidores, seguindo padrão semelhante de descrição procurando delimitar os formatos, ações e os critérios. Ao longo da apresentação destes dados são feitas algumas análises. Após a apresentação destes dados empíricos e das análises, citam-se as percepções de agricultura orgânica que estes atores possuem. Por último, como fechamento do capítulo, expõem-se considerações elaboradas a partir da parte teórica e empírica deste capítulo.

#### 4.1 FORMATOS, AÇÕES E CRITÉRIOS ADOTADOS PELAS AGROINDÚSTRIAS BENEFICIADORAS QUANDO ADQUIREM, BENEFICIAM E COMERCIALIZAM MATÉRIAS PRIMAS E PRODUTOS COM CERTIFICAÇÃO ORGÂNICA

Ao todo foram realizadas sete entrevistas com representantes de sete diferentes agroindústrias de beneficiamento e industrialização de produtos orgânicos. Além destas sete que responderam ao roteiro de tópicos e questões, mais duas agroindústrias beneficiadoras foram consultadas de modo informal<sup>2</sup>.

As principais variáveis que serão discutidas nesta seção das agroindústrias beneficiadoras são: origem da matéria prima; número de fornecedores e número de produtos finais; natureza dos produtos gerados; estratégias usadas para garantir o abastecimento de matérias primas; formato que as matérias primas são entregues, se beneficiadas ou *in natura*;

---

<sup>2</sup> As beneficiadoras consultadas de modo informal estão localizadas nos estados do Rio Grande do Sul e Paraná.

limitações ao livre escoamento pelos fornecedores das matérias primas; terceirização; e prestação de serviços.

Do total de nove agroindústrias arguidas, quatro são de grande porte, duas de médio porte e três de pequeno porte<sup>3</sup>. Duas delas se localizam no estado de São Paulo, três no Paraná, uma em Santa Catarina e três no Rio Grande do Sul. Essas beneficiadoras comercializam com marca própria produtos certificados orgânicos da seguinte natureza: achocolatados, geleias, açúcares, cereais, cookies, café, arroz, diversas leguminosas, farinhas, hortaliças, chás, cosméticos<sup>4</sup>, dentre outros.

As matérias primas para produzir os produtos mencionados no parágrafo acima são de origem própria<sup>5</sup> ou de terceiros<sup>6</sup>, conforme é possível visualizar no Quadro 7 exposto abaixo. Percebe-se que nem uma das agroindústrias é completamente autossuficiente no suprimento de matérias-primas. As processadoras que possuem matérias primas próprias compram matérias primas adicionais de terceiros quando inexistente suprimento suficiente ou quando desejam lançar um produto em que não há produção própria da matéria prima.

Quando a produção própria de matérias primas é insuficiente, os informantes mencionaram que os fornecedores que complementam ou fornecem esses materiais são cooperativas de agricultores, agricultores individuais e outras agroindústrias. Quanto ao local de origem destas matérias primas, duas grandes beneficiadoras entrevistadas informaram que esses fornecedores estão espalhados por todo o Brasil, sendo que alguns se localizam em outros países da América Latina. Uma destas beneficiadoras informou que possui fornecedores da Europa. Ao total, essas duas beneficiadoras apontaram que o número de fornecedores que possuem é de aproximadamente 50 a 60, incluindo tanto agricultores individuais, quanto organizações sociais de agricultores e outras agroindústrias. As outras

---

<sup>3</sup> Definiu-se a escala de produção conforme o volume produzido. De grande porte são as agroindústrias que processam mais do que 150 toneladas mês. De médio porte são as que processam entre 20 e 150 toneladas mês. E de pequeno porte são as agroindústrias que processam menos do que 20 toneladas mês.

<sup>4</sup> Mesmo a pesquisa estando focada no mercado dos alimentos orgânicos, em um determinado momento da pesquisa de campo foi encontrada essa agroindústria que produz cosméticos certificados orgânicos. Uma representante desta empresa respondeu ao roteiro de questões. Decidiu-se manter essa empresa entre as beneficiadoras consultadas porque adquire matérias primas dos agricultores e porque apresenta uma organização do beneficiamento, industrialização e comercialização de seus produtos que é similar àquela das beneficiadoras que trabalham com alimentos. Ademais, a inclusão de uma agroindústria desta natureza possibilita uma abordagem mais ampla e completa para as análises acerca do processo de convencionalização dos mercados de orgânicos.

<sup>5</sup> É considerada matéria prima de origem própria tanto aquela que é produzida pelas próprias beneficiadoras em terras próprias e/ou arrendadas, quanto aquela que é produzida pelos agricultores cooperados ou associados e que possuem uma agroindústria de beneficiamento.

<sup>6</sup> Considerou-se matéria prima de terceiros, aquela originária de agricultores não associados ou cooperados as beneficiadoras, que lhes fornecem matérias primas de modo constante ou não, de modo individual ou por meio de suas organizações, sob relações contratuais ou não. Igualmente é considerada como matéria prima de terceiros aquela proveniente de outras beneficiadoras e ou atores.

beneficiadoras de porte grande que são especializadas na produção de poucos produtos finais possuem um número bem inferior de fornecedores. De um a dois.

As beneficiadoras de médio porte dispõem de 25 a 40 fornecedores. Estes fornecedores estão em nível regional (municípios do entorno) ou estadual. Para beneficiadoras de pequeno porte os fornecedores externos de matérias primas são em números de aproximadamente 5, 15 ou 25. Para duas destas beneficiadoras os fornecedores se localizam na região. Para a terceira beneficiadora de pequeno porte os fornecedores estão no próprio estado ou em estados vizinhos.

O critério certificação válida é o principal elemento considerado pelas agroindústrias beneficiadoras no momento de adquirirem as matérias primas orgânicas. Uma agroindústria não adquire de fornecedores assegurados pela certificação participativa, porque acredita que é impossível fazer a logística inversa, a rastreabilidade, caso essa seja necessária. Outro motivo para essa medida é que a certificadora por terceira parte que lhe certifica não reconhece a certificação participativa

Além das matérias primas as agroindústrias obtêm de terceiros ingredientes adicionais devido ao elevado investimento para a sua produção. Dentre estes ingredientes estão: pectina, ácido cítrico, ferro, aromas naturais, e ácido fólico, por exemplo. São produtos que precisam ser adicionados aos alimentos que essas agroindústrias produzem por “força da lei” (BENEFICIADORA 3). Na maioria dos casos, esses itens não são certificados orgânicos. Todavia, se comparado com as matérias primas, as quantidades destes ingredientes presentes nos produtos finais são pequenas, ficando abaixo da porção de 5% atendendo a legislação de orgânicos do Brasil. Das agroindústrias analisadas nesta pesquisa, a maioria precisa adquirir algum destes ingredientes. As beneficiadoras cujos números atribuídos são 8 e 9 podem ser exceção, pois são produtoras de hortaliças in natura selecionadas que são embaladas com isopor e plástico filme para serem comercializadas.

Ao se observar conjuntamente os dados referentes ao número de fornecedores externos e o número de produtos orgânicos finais que estas beneficiadoras possuem, percebe-se que há afinidade entre número de fornecedores, local onde estes se encontram e número de produtos finais orgânicos. Quanto maior a quantidade de produtos finais que as agroindústrias possuem, maior é a diversidade de seus fornecedores para as variáveis: número de fornecedores e distância em que estes se localizam das agroindústrias beneficiadoras.

**Quadro 7** - Localização, escala produtiva e alguns dos formatos, ações e critérios adotados pelas agroindústrias beneficiadoras

	<b>Beneficiadoras</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8<sup>1</sup></b>	<b>9<sup>1</sup></b>
	<b>Escala de produção</b>	G	G	P	G	P	M	G	P	M
	<b>Localização</b>	RS	SP	RS	SP	SC	PR	PR	RS	PR
<b>Alguns dos formatos ações e critérios</b>	<b>Origem da matéria prima.</b>	Terceiros	Própria e de terceiros	Própria e de terceiros	Terceiros	Própria e de terceiros	Terceiros	Terceiros	Terceiros	Terceiros
	<b>Fornecedores terceiros.</b>	Cooperativas de assentados da reforma agrária, agroindústrias	Cooperativas de agricultores, agricultores individuais, agroindústrias	Cooperativas de agricultores, agricultores individuais, agroindústrias	Duas agroindústrias	Cooperativas de agricultores, agricultores individuais e agroindústrias	Cooperativas de agricultores, agricultores individuais, agroindústrias	Cooperativas de agricultores, agricultores individuais, agroindústrias	Agricultores individuais.	Agricultores individuais.
	<b>Local onde a matéria prima é produzida.</b>	RS	Brasil, América Latina.	RS, SC, PR, SP,	GO	SC, RS	PR	Brasil, América Latina, Europa.	Municípios da região.	Municípios da região.
	<b>Número de fornecedores externos<sup>2</sup>.</b>	1	Aproximadamente 50	Aproximadamente 15	2	Aproximadamente 5	Aproximadamente 25	Aproximadamente 60	Aproximadamente 25	Aproximadamente 40
	<b>Número de produtos orgânicos finais.</b>	1	Mais de 50	Mais de 25	1	Mais de 10	Mais de 50	Mais de 40	Mais de 25	Mais de 20

Fonte: elaboração própria (2018).

<sup>1</sup> Beneficiadoras 8 e 9 foram consultadas de modo informal.

<sup>2</sup> Para algumas das beneficiadoras, no momento da entrevista ou da conversa informal, não havia clareza acerca do número exato de fornecedores que possuíam. Já outras agroindústrias não tinham autorização para revelar com precisão o número de fornecedores que lhes abasteciam.

Outras variáveis verificadas relacionam-se com as ações que esse grupo de atores vem tomando no mercado de orgânicos. Uma destas ações é o armazenamento de matérias primas, dado que a produção orgânica de alguns destes itens ocorre uma ou duas vezes ao ano.

E com algumas matérias primas orgânicas é assim, a produção não é contínua é, eles certificam lotes, então, tem a soja por exemplo que é uma vez no ano, duas vezes no ano. É agora em abril depois lá em agosto. Então a gente também tem que se programar, não é fácil, não é fácil, mas a gente tem também alguns fornecedores que atendem é como orgânico e tem a produção orgânica, e tem fornecedores que também fazem eventuais lotes orgânicos, então isso dificulta bastante (BENEFICIADORA 7).

Existe um problema muito sério de suprimento de matéria prima, eu não tenho as vezes a matéria-prima no tempo e na quantidade que eu preciso. Então, a gente está estudando a possibilidade de alguma produção de matérias primas mais críticas, que nem por exemplo o milho, a gente ter uma plantação nossa (BENEFICIADORA 2).

Uma destas beneficiadoras consultadas assinalou que se por um acaso não há matéria prima orgânica disponível para fabricar um determinado produto, a elaboração deste produto é suspensa até que o suprimento de matéria prima seja reestabelecido. Nota-se então que a oferta de matérias primas orgânicas não tem sido suficiente para atender a atual demanda por estes produtos.

Dentre as agroindústrias que produzem uma diversidade maior de produtos finais orgânicos, especialmente aquelas com um grau de beneficiamento ou industrialização maior, os relatos ratificam a pouca oferta de matérias primas, além de apontarem para desencontro entre ofertantes de matérias primas e compradores. Um dos informantes das agroindústrias destacou que estava buscando por milho orgânico. Durante a procura por esta matéria prima, encontrou um grupo de agricultores que possuíam este produto. No entanto, os agricultores já haviam vendido o milho como convencional, alegando não encontrarem onde vender como orgânico. Neste cenário, informantes de duas das agroindústrias investigadas citam que, para alguns dos produtos, quem define o preço são os produtores.

Feijão esse ano, eu tive o ano inteiro com o feijão preto, e o azuqui, os dois que estão lá. Carioca não teve, feijão cavalo, feijão ovo, feijão... 10 nomes que tem ali passou ano praticamente sem. Milho acabou. Primeiro ano que eu fico sem eu estou sem, então o que falta o maior problema é compra [...] é normalmente é eles que definem, as vezes eu digo “oh, eu pago tanto”, mas daí o cara não vende, e daí tu tem que, tem que ir no preço dele pra não ficar sem, e aí claro, tem que repassar pro cliente quando aumenta o preço tem que mudar a minha tabela de preço também (BENEFICIADORA 3).

Normalmente a gente compra o que ele oferece, lógico depois de ter ido lá, homologado visitado feito todas as vistorias, lógico testado e aprovado o produto dele (BENEFICIADORA 7).



Diante da escassez de suprimentos são usadas diferentes estratégias por parte das beneficiadoras, com intenção de garantir a reposição dos estoques de modo regular. Uma destas ações é fazer acordos com os fornecedores das matérias primas que são mais necessárias para a produção. De modo que os fornecedores tornem-se parceiros das agroindústrias se comprometendo com volumes de entrega de matérias primas. Conforme as informações coletadas na entrevista, esse procedimento é adotado porque ocorreu de alguns agricultores não reservarem parte da produção para a beneficiadora.

Dentre as beneficiadoras em que inexistem contratos, duas delas demonstraram que a confiança se mostra presente. Para uma destas beneficiadoras, mesmo sem contratos, são cumpridos acordos verbais de reajuste nos preços de 10% ao ano e de volumes de entregas. Para outra, relatou-se que existem contratos verbais em que os fornecedores tem o compromisso de entregar determinadas quantias quando os produtos são colhidos. Outras agroindústrias que não possuem contratos com os agricultores fornecem mudas, certificação e assistência técnica em troca de serem privilegiadas com a destinação das matérias primas.

O uso de contratos formais com seus fornecedores ocorre para cinco das nove processadoras entrevistadas. Com exceção de uma, todas as grandes processadoras tinham contratos. Uma das grandes beneficiadoras informou que tem contrato com os fornecedores das matérias primas que são mais difíceis de serem encontradas no mercado, como o cacau. A grande processadora que não tinha contrato com os fornecedores encontrava bastante oferta de matéria prima no mercado e o seu abastecimento dependia de apenas um fornecedor que possui grande volume de produção.

Os informantes que têm contratos informaram que nestes é estabelecido o preço a ser pago, as quantidades a serem entregues, a necessidade de garantia de rastreabilidade e da qualidade orgânica. Algumas agroindústrias também requerem análises dos produtos para confirmar que são orgânicos, fazendo inclusive vistorias nas propriedades.

Não, a gente tem todo um procedimento também de homologação então a gente vai no nosso fornecedor, no nosso parceiro, a gente vê o processo dele, ajuda se precisar ajudar, enfim a gente tem máquinas em alguns fornecedores, mas a gente depende muito do que é o projeto né, do que que é o produto (BENEFICIADORA 7).

O que é definido?! Tem as cláusulas comerciais, né, as que são valores, prazos e garantia de fornecimento, tudo mais, e as cláusulas é de certificação que assegura que vai nos entregar um produto que é certificado, vai nos fornecer um certificado, se não a gente não recebe, vai garantir a rastreabilidade do produto. Porque quando o IBD nos inspeciona né, nas auditorias, ele olha pra todos os lotes que a gente recebeu e que a gente produziu, o que a gente recebeu, daqui pra frente ele foi pro mercado, foi pro consumidor, então a rastreabilidade ela é apenas se o consumidor ele fizer algum tipo de questionamento, então faz a logística inversa da

rastreabilidade. E o que a gente recebeu, os lotes de matéria-prima que nós recebemos, o IBD registra e quando ele for, normalmente o IBD que faz, em alguns dos nossos fornecedores, quando ele vai fazer auditoria lá, ele cruza os dados [...] se o que a gente recebeu é o que a usina mandou (BENEFICIADORA 4).

A partir destas informações, nota-se que inexistente procedimento padrão por parte das beneficiadoras nos formatos, critérios e ações que são adotados quando são adquiridas as matérias primas. Algumas possuem contratos. Para outras, o fornecedor é quem dita o preço. Em demais agroindústrias a confiança é um elemento presente e os preços acordados são praticados sendo os contratos desnecessários.

Algumas adquirem as matérias primas de modo intermitente comprando eventuais lotes de matérias primas orgânicas conforme a disponibilidade destas. Outrem compram suas matérias primas conforme formatos e critérios em que podem oferecer certificação, mudas e assistência técnica aos fornecedores. Como contrapartida, estes são orientados ou conduzidos a comercializar seus produtos unicamente com estas agroindústrias. Com demais potenciais compradores, os produtos devem ser comercializados como convencionais ou há acréscimos no custo da certificação.

O impedimento de comercializarem alimentos certificados como tal, demonstra que estas agroindústrias tem algum tipo de domínio sobre os agricultores. Amarrando-os as agroindústrias pelo oferecimento de recursos produtivos e de capital e expressando características (formatos, ações e critérios) muito parecidas com as lógicas subjacentes ao regime sociotécnico alimentício dominante. Entretanto, destaca-se que esta prevalência ocorre para três agroindústrias das nove investigadas. As beneficiadoras identificadas pelos números 5, 7 e 9.

Acrescenta-se que as heterogêneas formas das matérias primas serem obtidas pelas agroindústrias beneficiadoras que produzem alimentos orgânicos são um aspecto igualmente observado nos mercados dos alimentos em que se ausenta a qualidade orgânica. No entanto, existem diferenças quanto ao grau de organização destes distintos mercados e quanto à oferta destas matérias primas. Por serem mais abundantes, as matérias primas convencionais são mais fáceis de serem encontradas pelas agroindústrias e estes bens são de mais facilitado escoamento. No entanto, os fornecedores de matérias primas convencionais tem menor controle sobre os preços e canais de comercialização do que tem os fornecedores de matérias primas orgânicas. Outro aspecto que diferencia estes dois mercados é que a grande maioria dos fornecedores de matérias primas convencionais não precisam apresentar nenhum tipo de certificação. Em posse destas matérias primas, o escoamento da produção depende apenas de ser encontrado um comprador.

Deste modo, as diferenças do sistema orgânico para o convencional na aquisição e processamento de matérias primas por agroindústrias são: exigência de certificação; as matérias primas são mais escassas e/ou ausentes no mercado; existem procedimentos para evitar contaminação com matérias primas convencionais; em alguns casos, os fornecedores passam por adicionais processos de verificação da qualidade orgânica; o preço é diferenciado e; há maior negociação entre fornecedores e agroindústrias com relação as quantidades de matérias primas e ao preço a ser pago pelas mesmas.

As semelhanças encontradas são: contratos; obrigatoriedade de volumes de entregas de matérias primas e; alongamento da cadeia produtiva. Estes seriam indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos dentre as agroindústrias beneficiadoras porque apresentam formatos de organização semelhantes aos do regime sociotécnico alimentício dominante. Entretanto, destaca-se que estas semelhanças não foram identificadas para todas as agroindústrias beneficiadoras investigadas. É possível conhecer que agroindústrias são estas por meio do quadro abaixo.

**Quadro 8** - Indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos por agroindústria

	<b>Agroindústrias</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<b>Indícios</b>	Contratos		x		x		x	x	x	
	Obrigatoriedade de volume de entrega					x		x		x
	Alongamento da cadeia produtiva		x					x		

**Fonte:** elaboração própria (2018).

Outra variável associada com a incipiente disponibilidade de matérias primas é a natureza dos produtos finais oriundos destas agroindústrias. Dois terços das agroindústrias que atuam no ramo da industrialização ou beneficiamento dos orgânicos não produzem apenas alimentos orgânicos, mas também produtos convencionais. O entrevistado da Beneficiadora 2 afirmou que se as empresas que prestam serviços beneficiando e industrializando matérias primas e produtos finais tivessem que produzir somente orgânicos, não haveriam produtos industrializados orgânicos no mercado.

O representante da Beneficiadora 4 que produz alimentos de ambas qualidades mencionou que faz o envase do produto convencional e do produto orgânico em mesmo local, porém em linhas de produção separadas. No sentido desta ação, estão os cuidados para prevenir contaminações ou misturas de matérias primas e/ou produtos de procedências distintas em linhas de produção ou utensílios compartilhados. Existem procedimentos em que

se faz a “limpeza de linhas” usadas no preparo de alimentos de origem convencional. Essa limpeza é feita com as matérias primas de origem orgânica. Os produtos elaborados durante o processo de higienização são “descartados” como convencionais. Deste modo faz-se a higienização das linhas até que inexistam restos de produtos convencionais nas mesmas, então os produtos orgânicos começam a ser produzidos. Outros cuidados para evitar a mistura de matérias primas é a utilização de utensílios separados e o preparo dos produtos com distintas qualidades em dias díspares. Além destes, são inseridos lotes e identificações para diferenciar o produto orgânico do convencional. Segue o depoimento que aponta alguns destes cuidados:

Porque é pra produzir açúcar orgânico é um processo trabalhoso te falei que aqui quando a gente troca de produto, se por ventura é usado outro produto, tem que lavar toda a linha. Na usina é a mesma coisa. Agora lavar a minha linha eu demoro um dia, 10, 12 horas, 14 horas, pra lavar secar, higienizar enfim e é usado só ar, água e ar comprimido, o secador pra secar os equipamentos. Pra lavar uma usina, você imagina quanto demora, lavar uma usina todinha?! [...] É gigante comparado, acho que deve ir no mínimo 15 dias pra lavar tudo aquilo. E é um processo que, né, dificultoso por conta disso. Por causa de ter que seguir todas as exigências pra ter certificação, né. Então tem uma usina que eu conheço, que era uma fornecedora nossa que abriu mão de ser fornecedora de orgânico (BENEFICIADORA, 4).

A forma como os fornecedores entregam as matérias primas varia. Duas são as beneficiadoras que só recebem matérias primas beneficiadas. Por outro lado, três outras agroindústrias só recebem matérias primas *in natura*. Esse é o caso das duas beneficiadoras que comercializam hortaliças e da produtora de arroz. E são quatro agroindústrias que recebem tanto matérias primas beneficiadas como não beneficiadas.

No caso de uma das grandes agroindústrias em que há produção de uma extensa linha de orgânicos, observa-se que a maioria das matérias primas já é entregue beneficiada. Dos mais de cinquenta itens orgânicos que estão no mercado com a sua marca, esta agroindústria realiza todos os processos desde o beneficiamento da matéria prima *in natura* até a industrialização e comercialização de apenas dois destes produtos. Os restantes são produzidos, beneficiados e industrializados por terceiros. Segundo o entrevistado dessa agroindústria, os produtos entregues à agroindústria de forma já beneficiada são destinados para processadoras que fazem a industrialização, envase e rotulagem.

Se eu compro farinha, o cara faz moagem, se eu compro suco o cara faz extração da polpa, vou dizer que é um tipo de uma moagem lá, o cara faz extração, mas isso, é o meu fornecedor de matéria-prima não é o meu processador [...] o processador ele faz outro tipo de serviço (BENEFICIADORA 2).

Destaca-se que essa grande agroindústria é proprietária da marca de um conjunto elevado de produtos orgânicos e opera minimamente nos processos de transformação da forma rural das matérias primas. Esta beneficiadora envolve-se com baixa intensidade nos processos de transformação das matérias primas, beneficiamento e agroindustrialização de alimentos orgânicos. Por meio de ações de compra de matérias primas, contratação de serviços de terceiros e venda de produtos finais atua fortemente na logística de matérias primas e produtos finais orgânicos. A agroindústria realiza procedimentos de compra de matérias primas beneficiadas, terceirizando parcela significativa dos processos. Além desta agroindústria, outras três contratam serviços de terceiros. Para uma destas, esses serviços externos são pouco usados. É solicitada externamente a moagem de apenas um dos produtos que se adquire *in natura*, o milho. A participação das agroindústrias no mercado de orgânicos apenas pela atuação na comercialização ou coordenação da logística das matérias primas e produtos orgânicos é considerada mais um indício da convencionalização entre as beneficiadoras.

Descobriu-se que a aquisição de matérias primas *in natura* ou beneficiadas varia conforme a infraestrutura que as agroindústrias dispõem para beneficiá-las ou industrializá-las, e do número de produtos orgânicos que comercializam. Se o número de produtos finais é extenso, há entrega de maior quantidade de matérias primas beneficiadas. Com relação a essa variável, observa-se que inexistem diferenças entre os mercados orgânicos e convencionais, pois a contratação de serviços para a realização de atividades parciais da elaboração dos produtos também ocorre nos mercados dos alimentos convencionais.

Já com relação as transformações na forma natural dos produtos rurais, constatações identificadas apontam para expressivas diferenças entre processos adotados no modelo convencional e no modelo orgânico. No modelo orgânico, não foram identificadas transformações profundas nos produtos de origem rural, como por exemplo, a separação de substâncias presentes nestas matérias primas com posterior recomposição em novos produtos. São realizados os seguintes processos pelas agroindústrias consultadas: moagem, pesagem, secagem, peneiramento, mistura, limpeza, classificação, análise laboratorial, rastreamento, resfriamento, industrialização, empacotamento e comercialização. Nesse sentido, percebe-se que, as matérias-primas orgânicas para se constituírem em produtos finais, passam por processos de beneficiamento e/ou industrialização até certo ponto parecidos aos processos por que passam as matérias-primas de origem convencional. No entanto, a diferença é que no produto convencional é permitida a adição de inúmeros outros ingredientes, inclusive

sintéticos, e existem outros processos como o refinamento e irradiação que são proibidos nos alimentos orgânicos<sup>23</sup>.

No que tange as marcas próprias de orgânicos, todas as agroindústrias exceto uma possuíam suas próprias marcas. Essa agroindústria que não tem marca orgânica já tentou algumas vezes criar uma marca de orgânico própria, mas com insucesso. A existência ou não de marcas próprias está relacionada com outro aspecto que tem sido observado nos mercados de orgânicos que é a terceirização, a prestação de serviços e a venda de produtos a granel para terceiros embalarem com suas marcas. Estas e outras variáveis podem ser observadas por agroindústrias no quadro abaixo.

Conforme o Quadro 9 percebe-se que das nove agroindústrias consultadas por meio de entrevistas ou conversas informais, cinco prestam serviço, quatro terceirizam parte do processo de produção de seus produtos finais orgânicos e três vendem seus produtos a granel em mercado nacional e/ou internacional para terceiros embalarem com suas marcas. São três agroindústrias que tanto prestam serviço como terceirizam parte dos seus processos de produção. E também são três agroindústrias que prestam serviço e comercializam produtos finais com marcas de terceiros.

**Quadro 9 - Variáveis discutidas ao longo da seção**

	<b>Beneficiadoras</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8<sup>1</sup></b>	<b>9<sup>1</sup></b>
<b>Forma da matéria prima recebida</b>	In natura	x							x	x
	In natura e beneficiada		x	x		x		x		
	Beneficiada				x		x			
<b>Natureza da produção</b>	Orgânica			x					x	x
	Orgânica e convencional	x	x		x	x	x	x		
<b>Marcas próprias</b>	Possui		x	x	x	x	x	x	x	x
<b>Segmentação de processos produtivos</b>	Terceirização		x	x			x	x		
	Prestação de serviços	x	x	x		x	x			
<b>Venda com marcas de terceiros</b>	Sim	x		x		x				
<b>Vendedores</b>	Possui	x	x	x	x	x	x	x		

Fonte: elaboração própria (2018).

<sup>1</sup> - Consultadas de modo informal.

<sup>23</sup> Embora tenha se observado que alimentos orgânicos com alta perecibilidade, como a maçã e o leite, estão sendo produzidos e armazenados de tal forma que seus prazos de validade são de quatro meses.

Das cinco que prestam serviço de beneficiamento e envase para outras agroindústrias, uma vende um de seus produtos beneficiados para ser comercializado com marca de outras empresas e ainda terceiriza processos. A agroindústria beneficiadora que não possui marca própria de orgânicos também é uma prestadora de serviços no mercado de orgânicos. No caso desta agroindústria, os terceiros que embalam o seu produto beneficiado estão localizados no exterior (Estados Unidos e Alemanha) ou em outras regiões do Brasil. Para outra agroindústria as razões que justificam o escoamento da produção por meio de marcas de terceiros é devido aos custos para adentrar em uma rede varejista de supermercados.

Além do que já foi exposto até o momento, outra variável importante para estimar-se o atual processo de convencionalização dos mercados de orgânicos é o fechamento de unidades ou empresas de pequeno porte devido à influência de grandes agroindústrias nos mercados de orgânicos. Dados construídos com agroindústrias e técnicos de extensão rural consultados de modo informal ou formal apontam para inexistência de casos de centralização do beneficiamento de produtos.

A centralização (ou apropriação) foi observada para a atividade da comercialização. Nesse caso, trata-se de uma organização social de agricultores que nasceu como associação de produtores de hortaliças. Ao longo da história, esta associação incorporou o estatuto de cooperativa e passou a produzir e comercializar produtos beneficiados. Surgiram agroindústrias de beneficiamento que comercializam seus produtos por meio da marca e estrutura desta cooperativa. A informante de uma destas agroindústrias apresentou a percepção de que é melhor comercializar por meio da cooperativa para evitar os custos de logística, marketing, dentre outros. Segundo as suas próprias palavras caso resolvessem comercializar seus produtos finais precisariam “ter um caminhão, pagar todo esse custo, montar toda a parte aqui do escritório, comercialização [...] até mesmo os vendedores eles também já têm a equipe de vendedores, a gente não tem que correr atrás” (BENEFICIADORA 5). Para o caso desta agroindústria, a forma como os produtos são comercializados é menos custosa quando ocorre por meio da cooperativa. Por meio de uma central de comercialização.

Neste aspecto, o mercado de orgânicos se diferencia do segmento convencional da produção de alimentos, em que se verifica o uso de distintas estratégias por segmentos empresariais poderosos com objetivo de desestabilizar economicamente empresas de menor porte. As principais estratégias são: o aumento temporário do preço unitário das matérias primas, a redução do preço do produto final e a substituição de ingredientes. Estas e outras ações estão ampliando cada vez mais a atuação de grandes empresas no ramo de

beneficiamento e industrialização de alimentos convencionais.

A partir do que foi exposto até o momento, compreendem-se as principais ações, critérios e formatos adotados atualmente pelas agroindústrias beneficiadoras de orgânicos. Para finalizar esta seção das agroindústrias, aponta-se que quando estas agroindústrias beneficiadoras comercializam por meio de distribuidoras, um critério adotado é o conhecimento e regulação dos pontos de comercialização onde os produtos orgânicos finais das agroindústrias serão comercializados. Segundo as Beneficiadoras 6 e 7, este critério é adotado para ampliar seus negócios. Para isso é necessário ter conhecimento de onde que o produto final será comercializado. Sete das nove agroindústrias possuem seus próprios vendedores.

#### 4.2 FORMATOS, AÇÕES E CRITÉRIOS ADOTADOS PELAS LOJAS ESPECIALIZADAS (OU NÃO) NA AQUISIÇÃO E VENDA DE ORGÂNICOS

Foram consultadas de modo formal ou informal 14 lojas especializadas (ou não) na comercialização de produtos orgânicos. Destas 14 lojas, nove trabalham com produtos de origem orgânica e convencional e cinco comercializam apenas alimentos orgânicos. Esta também é a proporção entre os lojistas que responderam ao roteiro de tópicos e questões e os que foram consultados de modo informal. Nove é o número de lojistas que responderam as questões do roteiro e cinco são os lojistas consultados por meio de conversas informais. As conversas informais ocorreram com os próprios lojistas ou com agricultores e agroindústrias que vendiam e/ou vendem para estes lojistas.

Do mesmo modo que para as duas categorias de entrevistados descritas no capítulo e item anteriores, as informações coletadas de modo informal abrangeram um conjunto restrito e distinto de variáveis e tópicos daqueles constantes nos roteiros. Deste modo, os dados informais complementam e confirmam os padrões, tendências e comportamentos verificados por meio de entrevistas. Assim como demonstram formatos, ações ou critérios que não foram identificados por meio dos roteiros.

As informações provenientes da observação participante e de conversas informais apresentam maior relevância quando se observa que a grande maioria dos atores mais poderosos do ramo da comercialização de alimentos no Brasil, as redes varejistas, não participaram formalmente da pesquisa. No momento em que era feita a primeira abordagem com algum representante deste segmento de lojistas, os mesmos destacavam que era



necessário conseguir uma autorização para a realização das entrevistas. Entretanto, as informações para conseguir essas autorizações eram vagas. Não sabiam informar qual seria a pessoa correta para responder ao roteiro e/ou obter esta licença. Com algumas das redes varejistas foram muitas as tentativas de marcação de entrevistas. Em virtude destas dificuldades e incertezas, foi possível realizar apenas uma entrevista com um representante das redes varejistas (vide Quadro 10 logo abaixo). Nesse sentido, as informações adquiridas por meio das conversas informais ou por meio da observação participante foram muito importantes para descobrir e elencar formatos, critérios e ações pelos quais os alimentos orgânicos vêm sendo adquiridos e comercializados pelas redes varejistas.

Conforme o Quadro 10 nota-se, que dos 14 lojistas consultados de modo formal ou informal, nove são representantes de pequenas lojas especializadas, quatro são grandes redes varejistas de supermercados e um é distribuidor<sup>24</sup>.

Foram visitadas lojas em três diferentes estados. Oito das lojas visitadas se localizam no estado do Rio Grande do Sul, quatro no Paraná, e cinco das unidades lojistas se encontram no estado de São Paulo. A soma destes números de lojas excede as 14 lojas apontadas no parágrafo acima, porque algumas redes varejistas tinham unidades em mais do que uma capital. Destaca-se que foram visitados mais do que uma unidade de comercialização (loja) por rede varejista. A rede varejista identificada pelo número 11 teve cinco unidades frequentadas entre os estados do Rio Grande do Sul e São Paulo. A rede varejista identificada pelo número 12 teve quatro unidades visitadas entre os estados do Rio Grande do Sul, Paraná e São Paulo. Uma terceira rede varejista identificada pelo número 7 teve duas unidades investigadas localizadas no Rio Grande do Sul. E a rede varejista cujo número atribuído nesta investigação é o 14 teve duas das suas unidades visitadas em São Paulo. As variáveis que foram abordadas e descobertas com esta categoria de atores são: origem do produto orgânico; certificação, preferência de comercialização; qualidade do produto; revogação de entregas; tipos de ajustamentos das unidades produtivas; contratos; exclusividade na comercialização; armazenamento e exposição dos produtos; marcas próprias; e diferença nos preços dos produtos de natureza orgânica e convencional.

---

<sup>24</sup> Destaca-se que na estação de distribuição não há o comércio ao consumidor final. O responsável pela estação distribui os produtos in natura ou beneficiados conforme a demanda de cada ponto de venda que abastece, sejam lojas ou feiras.

**Quadro 10:** Caracterização das lojas consultadas para esta investigação

	<b>Lojistas</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10<sup>1</sup></b>	<b>11<sup>1</sup></b>	<b>12<sup>1</sup></b>	<b>13<sup>1</sup></b>	<b>14<sup>1</sup></b>
	<b>Localização</b>	PR	RS	SP	RS	RS	PR	RS	RS	SP	PR	RS, SP	RS, PR, SP	RS	SP
<b>Tipo de estabelecimento</b>	<b>Pequenas lojas especializadas</b>	x	x	x	x	x	x		x	x				x	
	<b>Redes Varejistas</b>							x				x	x		x
	<b>Estação de distribuição</b>										x				
<b>Alguns formatos, ações e critérios.</b>	<b>Preferem comprar do produtor.</b>	x		x	x			x	x		x			x	
	<b>Evitam atravessadores.</b>	x		x	x			x						x	
	<b>Contratos com fornecedores.</b>			x			x	x				x	x		x
	<b>Venda de orgânicos e convencionais.</b>		x	x	x			x		x		x	x	x	x
	<b>Vistoria nas propriedades.</b>					x	x	x		x			x		
	<b>Marcas próprias.</b>					x	x		x		x		x		x

**Fonte:** elaboração própria (2018).

<sup>1</sup> Consultados de forma informal.

A apresentação dos resultados encontrados com esse conjunto de atores ocorre respeitando o fluxo de entrada e saída dos produtos orgânicos das lojas. Primeiramente os mesmos são adquiridos pelos lojistas, então são expostos e/ou armazenados pelos lojistas para na sequência serem vendidos aos clientes. Nesse sentido, iniciam-se com as preferências adotadas no momento de inserirem-se os produtos orgânicos as lojas. Com relação a estas preferências, identificou-se que sete dos 13 lojistas que comercializam tanto produtos in natura como beneficiados<sup>1</sup>, preferem comprar produtos diretamente dos agricultores/produtores. Uma das lojistas justifica da seguinte forma a sua escolha por um dos seus fornecedores que é também o produtor da mercadoria adquirida:

Porque o arroz do Tadeu ele não é simplesmente orgânico, o arroz do Tadeu ele é orgânico, biodinâmico, Demer, entendeu!? Então eu sei que o Tadeu tem a produção dele, de acordo com a agricultura antroposófica, sabe, que é uma agricultura fantástica. Eu conheço a antroposofia, sei como é que é feita a, a plantação de acordo com a antroposofia, de acordo com a filosofia do Rudolf Steiner, entendeu?!

Então é, é um alimento muito mais do que orgânico, muito mais equilibrado, muito mais intenso, é, é os compostos são feitos com homeopatia, o alimento é plantado de acordo com as fazes da lua, você entendeu?! Então tem todo o, o, além do alimento orgânico, em si tem todo um equilíbrio energético que pra mim é super fundamental e importante, então, eu não procuro um alimento simplesmente orgânico, eu procuro o alimento, o melhor possível, mais saudável possível. O Tadeu também é orgânico, a cabeça do Tadeu é orgânica, não é só a plantação do Tadeu que é orgânica (LOJISTA 3)<sup>2</sup>.

Fica claro neste depoimento que a lojista procura pelo alimento da melhor qualidade e do qual conheça e confie no modo de produção. Entretanto, ficou evidente durante a pesquisa de campo que a possibilidade de escolha dos fornecedores conforme os princípios que adotam no momento da produção, é restrita pelo número reduzido destes atores no mercado. Para quatro lojistas, a opção de compra direta do agricultor ou do produtor é um aspecto inconcebível, pois existem poucos fornecedores de alimentos orgânicos na região onde se localizam, ficando infactível escolherem de qual fornecedor poderão adquirir estes alimentos. Nesses casos, os produtos orgânicos são comprados do fornecedor que estiver mais próximo e apresentar produtos de qualidade. Evidencia-se o depoimento da mesma informante mencionada logo acima, desta vez demonstrando que a ação de escolha de fornecedores é incabível para o atual contexto dos mercados de orgânicos.

---

<sup>1</sup> Um dos lojistas comercializa somente orgânicos beneficiados, não comprando de agricultores.

<sup>2</sup> O nome do agricultor é fictício.

Não é fácil achar um produto orgânico sério, pra você trabalhar, então quando você acha um, por exemplo os meninos da fazenda, que hoje estão produzindo verduras e legumes, como o seu Francisco<sup>3</sup> que produz açúcar orgânico, não tem nenhum açúcar orgânico, em outros lugares, tem de longe, mas que acaba chegando muito caro pra gente, por causa do transporte, por causa dos impostos interestaduais, entendeu, por causa do imposto que a gente paga (LOJISTA 3).

Ainda com relação as preferências de origem, constatou-se que cinco informantes evitam atravessadores, preferindo comprar direto dos fornecedores para evitar custos e apoiar o produtor. Essa é uma ação que encurta a cadeia produtiva dos orgânicos e favorece o comércio dos orgânicos por meio de uma remuneração mais justa. O preço justo depende também do grau de organização dos fornecedores na entrega dos produtos. Isso é um fator que influencia a disponibilidade destes itens, podendo os lojistas optar por um atravessador para garantir oferta de algum desses artigos. Seguem alguns depoimentos em que é expressa a pretensão dos lojistas em evitar o atravessador.

O atravessador que pega da indústria e revende né, porque justamente uma das coisas que encarece o produto hoje né, ele ganha sem praticamente fazer nada, só por uma questão de logística, então a ideia da loja é que a gente pegue direto das cooperativas, direto dos produtores, no caso dos hortigranjeiros né (LOJISTA 4).

As frutas, legumes e verduras a prioridade sempre foi trabalhar direto, apoiar o produtor, evitar o atravessador, sair fora do atravessador, porque a condição vai ser muito melhor e a gente vai estar fortalecendo quem está produzindo (LOJISTA 7).

No que tange a variedade de itens orgânicos beneficiados ou *in natura* comercializados nestas lojas descobriu-se que existem lojas que possuem maior quantidade de mercadorias *in natura* e outras que possuem maior abundância de artigos beneficiados. A decisão por atuar no mercado de orgânicos focando-se com mais intensidade em itens orgânicos *in natura* ou beneficiados ocorre de acordo com o perfil do lojista e conforme as possibilidades do mercado. Destaca-se que inexistente inclinação proposital dos lojistas buscando favorecer diferentes fornecedores. Ademais, se salienta que são poucos os casos de fornecedores, sejam estes agricultores individuais, grupos de agricultores, empresas, agroindústrias, ou atravessadores, que produzem e/ou possuem tanto os hortifrúti *in natura* como produtos beneficiados. A grande maioria dos fornecedores de orgânicos identificados ao longo desta investigação trabalha com um destes dois tipos de produtos.

Na loja varejista consultada de modo formal, no momento da entrevista, existiam dois fornecedores de produtos orgânicos *in natura*: duas empresas que centralizavam a produção

---

<sup>3</sup> O nome do agricultor é fictício.

dos agricultores orgânicos dos municípios próximos de onde se localizavam, beneficiando, embalando e comercializando esses produtos. Estes fornecedores de orgânicos *in natura* entregavam ao total 42 e 43 itens distintos anualmente. Entretanto, essa quantidade variava conforme a sazonalidade. Dentre as redes varejistas verificadas sob o olhar da observação participativa, observou-se igualmente a existência de aproximadamente dois fornecedores de hortaliças e frutas *in natura* por rede. Em algumas delas a segunda opção de orgânicos era a marca de orgânicos da própria rede varejista.

Quanto aos produtos beneficiados, nas redes varejistas a maior quantidade destes produtos provindos de uma mesma agroindústria beneficiadora era em menor quantidade da verificada para os fornecedores de produtos *in natura*, sendo em número aproximado de 15 diferentes itens. O montante de diferentes produtos beneficiados orgânicos por fornecedores era diminuto para outras agroindústrias beneficiadoras, algumas agroindústrias tinham apenas um produto. Como é o caso de uma produtora de erva mate.

Dentre a maioria das lojas especializadas identificou-se comportamento distinto quanto ao número e variedade de produtos beneficiados e *in natura*. Normalmente, há dois agricultores ou grupos de agricultores fornecedores que abastecem as lojas com mercadorias *in natura* em número aproximado de 15 itens cada um. Por outro lado, cada agroindústria beneficiadora provinha um número aproximado de cinco distintos produtos. No entanto, o total de itens beneficiados transcendia o total de produtos *in natura*, dado que o número de fornecedores de produtos beneficiados era superior. Exceções eram duas lojas especializadas que tem como foco a comercialização de um destes dois tipos de produtos orgânicos. Uma delas vendia apenas beneficiados e a outra se focava principalmente nos hortifrúti.

Essa questão da variedade de itens depende também da demanda dos consumidores. De acordo com essa demanda podem ser adquiridos pelos lojistas produtos provenientes de grandes agroindústrias beneficiadoras que tem suas unidades localizadas em outras regiões. Se há demanda, os lojistas buscam por fornecedores dos produtos demandados pelos consumidores e acabam adquirindo esses produtos mesmo de fontes que não gostariam de favorecer por meio da compra. Uma lojista informou que, havendo grande quantidade de solicitações de fregueses para determinados itens, estes são buscados até mesmo no exterior. Mesmo que o custo seja elevado, a informante destacou que alguns consumidores pagam.

Por exemplo, a gente tem açúcar demerara e açúcar cristal de uma grande empresa que a gente tem parceria com eles e tem produtos deles porque a gente não tem nem cooperativa de pequenos produtores [...] que produzam esse tipo de produto ainda né, por uma questão de normatização, de recurso, porque é muito custoso e demorado isso, então a gente pega alguns produtos de alguns fornecedores que não estão

vinculados à agricultura familiar, por uma questão de atender um consumidor X né. Pessoal pede então a gente pega (LOJISTA 4).

Fruta não tem. O ano retrasado a gente importava fruta da Patagônia porque lá é certificada, quando o dólar dava sabe. Porque lá eu sei que tem produtor certificado. Bah, chegava umas maçãs, umas peras aqui, tu não tens noção do que era de lindo, super caro. Chegava aquelas mães assim vindo de pediatra, “ah o pediatra mandou fazer, comer pra, aí eu preciso de pera”, aí então vamos atrás de pera, aí a gente achava, “olha o que tem é importado, é certificado, tá vindo de tal lugar” [...] e aí as mães pagam. Tem gente que paga 30 reais o quilo de pera aqui (LOJISTA 8).

Outro aspecto descoberto a partir das conversas informais ou formais com agricultores e agroindústrias beneficiadoras que comercializam ou comercializavam com redes varejistas remete ao desconto de aproximadamente 30% do valor total da produção entregue. Segundo estes informantes, as justificativas das redes varejistas para procederem com este abatimento são: a qualidade dos produtos abaixo do padrão da loja, serviços de aluguel de caixas e contratação de pessoas para descarregar e carregar os produtos e os expor nas prateleiras. Alguns dos agricultores que desistiram de comercializar com estes compradores explicaram que as razões que definem as quantidades descontadas estão obscuras no contrato. Do mesmo modo, estes atores informaram que outras justificativas que sustentam a necessidade de procederem-se reduções não convencem os agricultores acerca da necessidade destas reduções.

Um aspecto interessante do padrão de qualidade que os fornecedores precisam atender remete a desconsideração das condições imprevisíveis e incontroláveis relacionadas com a característica ambiental da produção agrícola. O relato destes agricultores sobre a rejeição de produtos devido à sua exterioridade, assim como a alegação do descarte de 30% da produção por causa da suposta situação inadequada para a comercialização, aponta para duas lógicas contraditórias que se fazem presentes atualmente nos mercados de orgânicos. Na produção agrícola que ocorre conforme os princípios da agricultura orgânica existem condições climáticas que são impossíveis de controle pelos agricultores o que, conseqüentemente, irá gerar produtos diferentes e com aparências distintas. Devido a estas condições do ambiente natural, é praticamente impossível produzir um alimento igual e homogêneo sendo este componente dos princípios da agricultura orgânica. No entanto, as redes varejistas, cobram dos agricultores um produto homogêneo, sem falhas ou manchas e conforme padrões de qualidade altos e que, obviamente, não respeitam a condição ambiental e natural dos hortifrúti sob a qual esses produtos orgânicos são necessariamente produzidos.

Os critérios de algumas lojas especializadas quanto a este quesito da qualidade apresentam algumas similaridades com as redes varejistas. Alguns lojistas de lojas

especializadas em contexto onde há muita oferta de hortifrúti orgânicos também apresentam um padrão de qualidade elevado. Há um discurso entre os lojistas e mesmo entre os agricultores de que os produtos *in natura* orgânicos não são mais “feios”.

Só que o produtor eu procuro fazer assim, eu venho, ele traz o produto, eu explico qual é o padrão do produto, porque assim, mesmo tendo várias lojas aqui, muitas vezes o mesmo, o cliente que vem na minha loja, ele não vai comprar em outra, é muito difícil isso, a não ser que eu não tenha o produto, pra oferecer, então eu tenho um padrão de qualidade que muitas vezes não é o mesmo de acordo com a clientela que vem, né, então eu procuro frisar muito, procuro trabalhar muito a qualidade junto com o produtor, tento uma, já tive produtor aí, uma, duas, três, que não teve, não teve jeito (LOJISTA 1).

Fica claro que os produtores ou as beneficiadoras que conseguem entregar os produtos com qualidade superior é que se perpetuam como fornecedores destes lojistas. Além de atenderem a esse critério, os fornecedores que continuam ofertando os orgânicos para grandes redes varejistas são aqueles que conseguem se sujeitar as regras enevoadas dos padrões de qualidade destas corporações. Diante disso, alguns agricultores desistem de comercializar seus produtos por meio do canal das redes varejistas que é regida por uma lógica mercantil contraditória às regras da natureza que governam a agricultura orgânica. De modo contrário, outros agricultores, mesmo diante das exigências e características intrínsecas ao comércio com as redes varejistas, consideram vantajosas as vendas com esses atores. Segundo seus depoimentos, a rede varejista para a qual vendem é bom comprador, porque solicita produtos de modo constante e recompensa adequadamente os agricultores.

Este aspecto da constância ou não das solicitações por produtos pelas redes varejistas foi abordada durante a pesquisa de campo de modo informal com duas agroindústrias beneficiadoras. Por meio destes atores, descobriu-se que as redes varejistas têm diferentes políticas de frequência na aquisição de produtos orgânicos. Algumas delas são regulares, constituindo-se em clientes fixos. Outras não adotam essa coordenação. Após solicitarem grandes quantidades durante alguns meses corridos, interrompem os pedidos sem aviso prévio. Ou remuneram os fornecedores em desacordo com o combinado. Nesse sentido, as redes varejistas apresentam distintos perfis quanto à assiduidade na obtenção dos produtos orgânicos. Algumas delas fazem pedidos de modo constante e outras de modo inconstante.

Como já mencionado em depoimentos trazidos acima e no Quadro 10 dos lojistas, alguns agricultores comercializam com as redes varejistas por meio de contratos. Dos 14 lojistas consultados, seis mencionaram que fazem uso de contratos. Todas as redes varejistas tinham contratos com seus fornecedores. O representante da rede varejista que respondeu ao

roteiro de tópicos e questões apontou que o propósito com o uso de contratos é incentivar e desenvolver o setor da agricultura orgânica, por meio de acordos diferenciados.

Dois lojistas de lojas especializadas apontaram terem contratos com alguns dos seus fornecedores. Um destes lojistas apontou que consegue ter definido por meio de acordos verbais os preços, a quantidade a ser entregue, a certificação, a regularidade na entrega, a forma de entrega e a qualidade do produto sem a necessidade de contratos formais.

Outros lojistas tem um posicionamento diferente com relação ao uso do contrato. Compreendem que é impossível haver garantias de abastecimento devido às condições climáticas intrínsecas à produção agrícola. Segundo eles, é infactível ter contrato que antecipe quantidades que serão entregues futuramente. Para uma destas lojistas, ter contrato com os fornecedores apresenta risco de abastecimento de produtos com a qualidade duvidosa, assim como, cria uma obrigação de entrega para o agricultor que é indelicada.

Por que no ano passado, a gente tem mais ou menos umas, uns 5000 mil pés de bergamota lá, o ano passado em Agosto deu 30°, 40°, então toda produção, toda, de bergamota e citricus caiu, tudo caiu, ficou no chão. Então assim, eu não tenho como manter um contrato com um cara, dizendo você tem que me fornecer 100 caixas de de bergamota ou sei lá outro produto por mês sem respeitar a natureza, então assim, eu já estou sendo indelicada com ele botando uma obrigação, aí pra ele me supri o que que ele vai fazer, como é que eu vou saber que ele não me boto alguma coisa, ou pegou de outro (LOJISTA 8).

Outra lojista que não faz uso de contratos, também percebe essa questão da dificuldade de garantia de produção devido a dependência da natureza na produção agrícola e os riscos que isso representa para os lojistas de oferta de produtos com qualidade baixa e duvidosa.

Não, não porque o contrato é uma via de mão dupla, se eu faço contrato, vamos supor, porque o contrato ele precisa estar bem amarrado, que que eu falo, agora um produto que está em falta vamos dizer cenoura, se eu faço um produto com ele, na seguinte situação, ele vai ter que me fornecer vamos dizer 100 maços de cenoura toda semana, vamos supor que eu não consiga comprar esses 100 maços [...] não consiga vender, tudo bem, eu posso até comprar porque foi um contrato que a gente fez, só que eu tenho a seguinte situação, e se ele não tiver o produto, como é que ele vai fazer, ele vai me pagar por esse prejuízo?! Então na verdade o que a gente tem é um contrato entre cavaleiros que se diz, nada se planta, a gente não faz nada amarrado, ele tem plantação dele a gente vai vendo a demanda, e a gente vai educando o consumidor aqui, se tem o produto tem, se não tem, não tem, não tem por que ser, não tem milagre. E muitas vezes tem aquela questão da qualidade que eu te falei, eu prefiro não ter o produto, do que trazer um produto que não agrade o cliente que vem fazer compra conosco aqui (LOJISTA 1).

Compreende-se que alguns lojistas, principalmente as grandes redes varejistas, optam por terem contratos com seus fornecedores. Como ficou expresso acima, alguns destes lojistas



estabelecem pelos contratos obrigatoriedade de quantidades e frequências de entregas. Entretanto, descobriu-se que algumas das regras empregadas na prática por estas redes varejistas não estão claras aos fornecedores quando o contrato é firmado. Por outro lado, alguns outros lojistas optam por não trabalharem com o fornecimento de produtos por meio de contratos. Relatam que tudo o que é estabelecido por meio de contratos é possível de ser acertado de forma verbal. Estes lojistas preferem explicar a seus clientes acerca do elemento da sazonalidade presente na agricultura, a lidarem com entregas de caráter duvidoso.

Um dos pontos que é definido por meio de contratos verbais ou escritos é a certificação. Todos os lojistas entrevistados com exceção de um responderam que o primeiro critério que os fornecedores precisam apresentar é o selo, o registro em órgãos fiscalizadores de uma certificação válida na qual confiem e aceitem. Apenas um dos lojistas apontou que o primeiro critério para os fornecedores venderem na loja é fazerem parte de áreas de assentamento da reforma agrária, sendo a certificação o segundo critério. Dois lojistas informaram que não adquirem e nem comercializam os produtos orgânicos que são certificados pela certificação participativa. Os motivos apontados por estes lojistas supostamente são: ausência da rastreabilidade, esparsas vistorias e a crença de que os agricultores, mesmo fazendo o acompanhamento e verificação para atestar a conformidade orgânica, seriam incapazes de proceder com a certificação. Para o distribuidor a regra da certificação também é o aspecto que os fornecedores precisam apresentar para entregar em seu galpão. Esse distribuidor disse que tem o dever e a obrigação de receber todos os produtos certificados de forma participativa, mas que pode receber produtos certificados por outras certificadoras também.

Apesar de a certificação ser o principal critério observado para os lojistas adquirirem produtos orgânicos, algumas lojas especializadas e dentre as redes varejistas coletou-se dados de modo formal ou informal, que indicam que além dos lojistas observarem o selo e a sua validade, há visitas técnicas *in loco* e possíveis análises dos produtos para atestar sua qualidade orgânica.

Esta certificadora por terceira parte é uma associação, que libera a certificação, é uma certificadora que libera o certificado de orgânico, aí vai lá vê o local ela é bem confiável, e também a parte de hortaliças eu vou até o local conhece como é que é feito o cultivo, como que é usado, o entorno com é que é, nós vamos conhecer (LOJISTA 9).

Pra teu conhecimento fizemos uma parceria com a esta empresa, que é uma empresa parceira e que a gente está com, o produto de nossa marca e o produto de origem que é um programa nosso, todos os fornecedores tem o programa de rastreabilidade já, então todos eles já estão com, um código lá que em cada embalagem ou em cada

caixa de produto a granel que vem pras lojas a gente já vem com uma etiqueta falando da origem, do produtor, qual que foi o lote da colheita, e tem lá o código que você pode entrar e consultar pra ver da onde saiu aquela cultura. E essa empresa parceira que dá assistência pros produtores, com engenheiro agrônomo, faz, faz as coletas e faz as análises dos produtos (LOJISTA 7).

Quanto à entrega dos produtos orgânicos beneficiados ou in natura, a maioria das grandes redes varejistas recebe unicamente em uma central de recebimento, com posterior distribuição dos produtos entre as unidades lojistas. Apenas uma das redes varejistas investigadas recebe dos fornecedores tanto nas unidades como na central. As lojas especializadas recebem nas próprias lojas. O distribuidor tem caminhão próprio e tanto recebe os produtos em sua unidade, como faz a coleta e o transporte a partir das próprias localidades onde são produzidos produtos de maior perecibilidade, como a uva.

Com relação ao armazenamento verificou-se que a maioria dos lojistas e para a maior parte dos produtos não há armazenagem. Após a entrega, estes são expostos nas gôndolas. Isso muda em caso de grande volume de vendas. Nesses casos, algumas hortaliças são mantidas em câmaras frias. Já para os produtos de fornecedores de beneficiados que estão distantes, que apresentam baixa frequência de entregas e que tem seu preço encarecido devido as taxas interestaduais faz-se estoques.

Quanto ao modo como os produtos orgânicos são disponibilizados aos consumidores, identificou-se que todos os lojistas seguem um mesmo padrão. Notou-se que produtos beneficiados como o arroz podem ser comercializados tanto a granel e vendidos por peso, como empacotados com as marcas dos fabricantes e/ou distribuidores (Figura 3). Já produtos como pães e demais panificados foram visualizados sendo comercializados somente no formato embalado, independente do lojista (Figura 4). Por sua vez, as frutas e hortaliças in natura são comercializadas a granel, embaladas com plástico filme e isopor, ou ainda em sacos plásticos que podem estar abertos ou fechados (Figuras 5 e 6). Estes hortifrúti usualmente são vendidos sem embalagem em lojas especializadas. Já nos supermercados das grandes redes varejistas são comercializadas embaladas.

**Figura 3:** Arroz embalado visualizado em supermercado varejista



Fonte: registo da autora (2018).

**Figura 4:** Pão embalado visualizado em supermercado varejista



Fonte: registo da autora (2018).

Entretanto, esporadicamente é respeitada a regra da legislação de orgânicos brasileira que exige a separação física do produto convencional. No caso da Figura 7, uma verdura de origem orgânica está sendo exposta ao lado de uma verdura de origem convencional. Ambas parcialmente envoltas em sacos plásticos abertos. Esta forma de exposição é proibida pela legislação brasileira porque a verdura orgânica pode ser contaminada com resíduos de pesticidas da hortaliça de origem convencional.

Uma funcionária de grande rede varejista apontou que sabe que não deveria expor orgânicos e convencionais próximos uns dos outros, mas acaba fazendo isso porque o espaço que ela tem à disposição é muito pequeno, e não há outra forma de expor os hortifrúti orgânicos.

**Figura 5:** Banana totalmente embalada comercializada em supermercado de rede varejista



Fonte: registro da autora (2018).

**Figura 6:** Alface parcialmente embalada comercializada em rede varejista



Fonte: registro da autora (2018).

**Figura 7:** Hortaliça orgânica exposta ao lado da de origem convencional em saco plástico aberto



Fonte: registro da autora (2018).

A exposição dos produtos hortifrúti orgânicos e convencionais próximos uns aos outros é a mais frequente de ocorrer, mas existem variações na forma como esses produtos orgânicos são organizados nas gôndolas dos mercados. Ocorrem estas variações inclusive entre distintas unidades lojistas de uma mesma rede varejista de supermercados. Na maioria das lojas das redes varejistas visitadas, os produtos orgânicos e convencionais estão totalmente embalados em plástico filme e isopor e dispostos uns ao lado dos outros como na Figura 8. É comum visualizar grandes refrigeradores com partes de orgânicos seguidas de partes de hortaliças convencionais, ambas totalmente embaladas, conforme se visualiza na Figura 9. Além desta forma de disposição em algumas lojas de redes varejistas verificou-se a existência de refrigeradores somente para os produtos orgânicos (Figuras 10 e 11).

**Figura 8:** Hortaliças de procedências orgânica e convencional, totalmente embaladas e expostas uma ao lado da outra

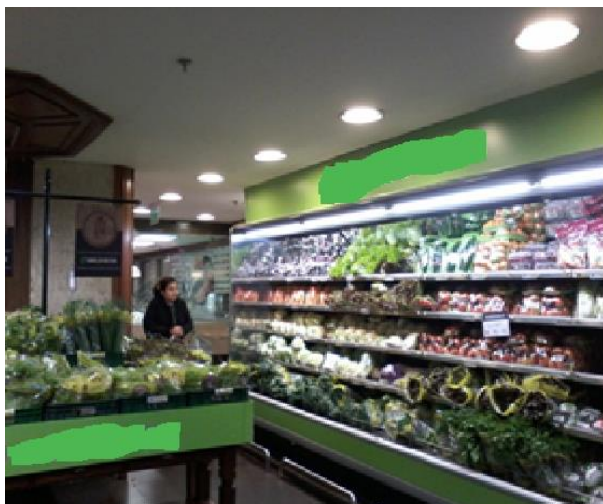


**Fonte:** registro da autora (2018).

**Figura 9:** Expositor de hortaliças orgânicas e convencionais



**Fonte:** registro da autora (2018).

**Figura 10:** Refrigerador de hortaliças orgânicas

**Fonte:** Registro da autora (2018).

**Figura 11:** Refrigerador de hortaliças orgânicas apenas

**Fonte:** Registro da autora (2018).

Com relação a exposição dos produtos beneficiados, para uma rede varejista estes eram expostos em dois lugares distintos das lojas: em um destes locais de forma concentrada onde todos os beneficiados orgânicos disponíveis em cada uma das lojas eram expostos conjuntamente (Figura 12). Além desta exposição concentrada, os orgânicos também estavam sendo expostos misturados com os convencionais, como é visível nas Figuras 13 e 14 abaixo. Nas outras lojas de redes varejistas, os produtos beneficiados orgânicos eram expostos somente lado a lado aos produtos beneficiados convencionais como já destacado nas Figuras 13 e 14. Uma destas outras redes destacou que se há volume dos produtos beneficiados orgânicos, então estes são expostos em mais do que um local do supermercado.

**Figura 12:** Exposição concentrada de produtos beneficiados orgânicos



Fonte: registro da autora (2018).

**Figura 13:** Exposição de beneficiados orgânicos lado a lado aos produtos de origem convencional



Fonte: registro da autora (2018).

**Figura 14:** Exposição de beneficiados orgânicos lado a lado aos produtos de origem convencional



Fonte: registro da autora (2018).

Uma das descobertas mais interessantes com esse grupo dos atores lojistas relaciona-se com um formato pelo qual os produtos orgânicos estão sendo comercializados por meio das marcas próprias de orgânicos das redes varejistas. Conforme o Quadro 10 apontado no princípio desta seção percebe-se que são seis os lojistas que tem marcas próprias. Das quatro redes varejistas, duas possuem suas marcas próprias de orgânicos. Dentre as lojas

especializadas, este número é de três. Outro lojista que apresenta marca própria é o distribuidor de produtos orgânicos.

No início da delimitação da pesquisa que deu origem a esta tese tinha-se como uma das principais dúvidas a proveniência das matérias primas que geravam os produtos destas marcas próprias. Desconhecia-se quem eram os produtores das matérias primas destas marcas varejistas de orgânicos. Durante a pesquisa de campo, desvendou-se que os produtores destas matérias primas são terceiros. As redes de supermercados que possuem marcas próprias são apenas os distribuidores.

Identificou-se que nas duas redes de supermercados que possuem marcas próprias de orgânicos, estas apareceram com mais intensidade em Curitiba e São Paulo e menos intensidade em Porto Alegre. Nessa capital, onde também se visitou algumas das lojas de uma destas redes que tem a marca própria de orgânicos, visualizou-se um produto da marca própria, mas a maioria destes produtos era de origem convencional. Apenas um era orgânico, a banana. Recentemente, em conversa informal com agricultor certificado que vende hortaliças para esta rede descobriu-se que a marca de hortifrúti desta rede também adquire produtos orgânicos, mas os comercializa como convencionais.

Para as três lojas especializadas que possuem marcas próprias observou-se três comportamentos distintos. Um para cada uma destas lojas. A Loja 5 é uma associação de consumidores que fundaram uma loja com intuito de acessarem alimentos orgânicos mais próximos de suas residências. O procedimento para os consumidores acessarem seus alimentos orgânicos é simples: os agricultores entregam e a loja comercializa para os associados e também para não associados. Há preços distintos para os mesmos produtos: para os associados é comercializado com preço de custo e para os não associados o preço é um pouco mais elevado. Esse preço mais elevado, conjuntamente com a mensalidade paga pelos associados, são os recursos que mantem a loja que não tem fins lucrativos.

A Loja 6 comercializa carne orgânica. É um dos únicos açougues orgânicos do Brasil. As carnes comercializadas orgânicas são as que existem atualmente no mercado brasileiro: de aves e de bovinos. A carne de aves é vendida por meio da marca de terceiros. Já a carne bovina é de marca própria, porém os produtores e beneficiadores são terceiros.

A Loja 8 é produtora própria da maioria dos produtos *in natura* que comercializa. O foco desta loja são os produtos *in natura*, mas as lojistas também tem a disposição do consumidor alguns itens beneficiados. Os produtos da marca das lojistas são produzidos em área própria. Para estas três lojas, produtos de terceiros são procurados em épocas de estiagem



e para os produtos que não se adaptaram as condições edafoclimáticas da área própria inexistindo disponibilidade de alguns produtos elaborados por meios próprios.

Uma última variável a ser apresentada e discutida para a categoria dos lojistas refere-se aos preços dos orgânicos praticados por esses atores. Ao se observar os preços dos orgânicos de um modo geral (não somente para as marcas próprias) e compará-los com o preço de produtos similares de origem convencional, averiguou-se que os produtos orgânicos estão entre dois a quatro reais mais elevados dos similares convencionais. Porém havia alguns produtos que destoavam deste padrão. A banana orgânica da marca própria da unidade varejista localizada em Porto Alegre custava 3,88 reais, 800gr. Enquanto que algumas variedades de bananas de origem convencional tinham seus preços em 6,48 e 5,74 reais ao quilo. Percebe-se então que a banana orgânica estava mais acessível que a banana convencional.

Em uma das redes varejistas de São Paulo também foi identificado à existência de alimentos *in natura* orgânicos que provinham do exterior. A maçã orgânica produzida na Itália que estava em ambiente refrigerado tinha prazo de validade de quatro meses. Havia também alho orgânico importado. Outro produto que chamou atenção pelo prazo de validade foi o leite orgânico que provinha do Nordeste do Brasil e tinha prazo de validade de quatro meses.

#### 4.3 FORMATOS, AÇÕES E CRITÉRIOS ADOTADOS PELOS CONSUMIDORES NO MOMENTO DE ADQUIRIREM ALIMENTOS COM A QUALIDADE ORGÂNICA

Para dar continuidade a investigação acerca dos condicionantes da convencionalização dos mercados de orgânicos, analisou-se as preferências dos consumidores quanto ao alimento orgânico na região meridional brasileira. Foram realizadas arguições com 12 consumidores que adquirem orgânicos em feiras, supermercados de redes varejistas, lojas especializadas, mercados municipais e por meio da internet. Os consumidores foram entrevistados nos estados do Rio Grande do Sul, Paraná e São Paulo. Destes 12 consumidores, nove eram mulheres, dois eram casais e um era homem. No Quadro 11 localizado logo abaixo é possível visualizar esses dados por consumidor entrevistado. Para este conjunto de atores não foram coletados dados informais.

**Quadro 11:** Estado e local onde as entrevistas ocorreram

	<b>Consumidores</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
	<b>Estado</b>	PR	RS	SP	RS	SP	PR	RS	RS	RS	RS	RS	RS
	<b>Gênero</b>	M	F	F	F	F	FM	F	F	F	F	F	FM
<b>Local da entrevista</b>	<b>Feira Ecológica</b>	x	x	x		x		x					
	<b>Supermercado de rede varejista</b>								x	x	x		x
	<b>Loja especializada</b>				x							x	
	<b>Mercado municipal</b>						x						

Fonte: elaboração própria (2018).

As variáveis que foram investigadas e descobertas ao longo do campo com este grupo de atores são: características ou não dos alimentos orgânicos mais valorizadas; local de preferência de aquisição dos orgânicos; influência do modo de exposição dos produtos orgânicos nas prateleiras; novos mercados orgânicos; percepções sobre alterações nos mercados de orgânicos; e entendimento dos consumidores sobre os canais de comercialização adotados pelos agricultores.

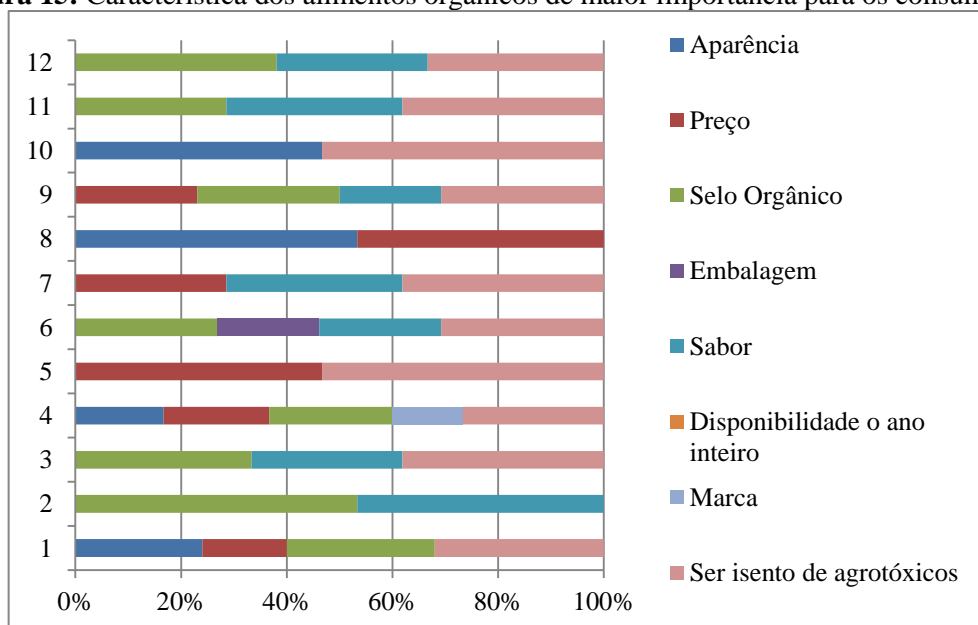
Uma das variáveis averiguadas com esse grupo de atores são os valores e atributos (ou não) dos alimentos orgânicos que os consumidores mais valorizam. Os oito diferentes aspectos relacionados ou não com o alimento orgânico são: aparência, preço, selo orgânico, embalagem, sabor, disponibilidade durante todo o ano, marca e ser isento de agrotóxicos. Conforme a Figura 15 percebe-se que dentre estes oito aspectos, o mais importante para os consumidores é ser isento de agrotóxicos, mesmo sendo a alternativa por esta resposta a penúltima dentre as opções no roteiro de questões e tópicos (conforme é possível visualizar no Anexo 1). Essa característica foi citada por nove consumidores como sendo a principal peculiaridade dos orgânicos. Em segundo lugar está o aspecto selo de orgânicos citado como característica mais importante para dois consumidores. E para uma das consumidoras o elemento mais importante do alimento orgânico é a aparência.

Os aspectos e o seu grau de importância para cada um dos doze consumidores podem ser visualizados na Figura 15, logo abaixo. O grau de importância é expresso nessa figura conforme as cores da legenda. A cor que aparece em maior proporção na barra correspondente a cada consumidor representa o aspecto mais importante. Nesse sentido, percebe-se que para o Consumidor 1 a propriedade de maior importância é ser isento de agrotóxicos, seguido pelas propriedades selo, aparência e preço, respectivamente. Conforme estas orientações são

possíveis de observação as características (ou não) dos alimentos orgânicos que são mais valorizadas para cada um dos consumidores.

Observa-se que a segunda característica que foi mais mencionada pelos consumidores, o selo de orgânico, também é a propriedade dos orgânicos que mais apareceu em segundo lugar no grau de importância para os nove consumidores que destacaram primeiramente o ser isento de agrotóxicos. Dos nove consumidores que adquirem orgânicos devido à ausência de agrotóxicos, cinco apontaram que, na escala de importância, o selo de orgânicos é a particularidade que está em segundo lugar. Estas duas características denotam para o significado que o selo assumiu para os consumidores e para uma preocupação vinculada com alimentos saudáveis.

**Figura 15:** Característica dos alimentos orgânicos de maior importância para os consumidores



**Fonte:** Elaboração própria (2018).

Essas informações igualmente demonstram que os consumidores confiam nos selos de orgânicos para comprovar que aquele produto foi produzido sem a utilização de agrotóxicos. Abaixo, seguem dois depoimentos que sustentam essa argumentação. Visualiza-se que demais aspectos, como marca e embalagem, são pouco destacados pelos consumidores tendo baixa influência sobre suas escolhas e presença em suas percepções de alimentos orgânicos.

Então, essa certificação é importante pra você ter uma garantia da qualidade do produto, pra mim é mais importante do que aparência, o preço, lógico, que é importante, mas você pode optar, tem uma feira que é mais cara, outra mais barata,

buscando uma opção que seja mais conveniente, então é mais ou menos isso (CONSUMIDOR 1).

A disponibilidade não porque isso aí depende da... A marca também não, se bem que Londrina é sempre as mesmas marcas. A aparência também não, porque a aparência do orgânico nem sempre é a aparência de um com agrotóxico, então se a gente for pela aparência nem sempre. O preço do orgânico é mais caro, também não. É eu acho que eu ficaria assim, o ser isento de agrotóxico, o selo, o sabor, a embalagem ele sempre vem, pelo menos no supermercado, vem bem embalado, aqui é mais, aberto porque é separado (CONSUMIDORA 6).

Conforme a Figura 15 acima nota-se similarmente que outros dois aspectos foram mencionados como características importantes dos alimentos orgânicos: o sabor e o preço. O sabor foi apontado como um aspecto relevante para sete consumidores. E o preço é um aspecto prestigiado por seis consumidores. Segue um depoimento da Consumidora 7, entrevistada em uma feira, para a qual o sabor é o segundo aspecto mais importante e o preço o terceiro.

Ser isento de agrotóxicos é o primeiro táh. Ahm, e o sabor, porque assim embalagem, eu prefiro não embalado táh, porque assim, por isso que eu comprei essa sacola né por questão da sustentabilidade ou se fosse uma sacola biodegradável tudo mais. Então pra mim tem que ser isento de agrotóxicos e o sabor são os principais, e claro o preço na verdade, o sabor o primeiro e o preço que é uma coisa né, que no meu bolso né. Marca, bom, pra mim não precisa ter marca eu só quero que seja. Embalagem de preferência sem. O selo de orgânico, ah, não sei, não é uma coisa assim, é legal, eu sei que é uma coisa certa, e tal, mas, é uma coisa importante, mas, não sei, eu prefiro comprar aqui do que no mercado.

Dentre as consumidoras que destacaram o preço como aspecto importante dos orgânicos há o reconhecimento de que estes produtos têm seus preços mais elevados nos supermercados do que nas feiras. Estes atores falaram também da oscilação do preço conforme a disponibilidade do produto. Referindo-se a produtos que podem ser produzidos em todas as épocas do ano, comentaram que em épocas de safra os preços são mais acessíveis que em épocas de entressafra. Estas consumidoras apontaram que preferem comprar os alimentos com essa qualidade nos pontos de comercialização em que se encontram mais acessíveis financeiramente.

De modo geral, os consumidores assinalaram que são adquiridos hortifrúti orgânicos nos supermercados quando existe algum produto com preço mais acessível, como a banana orgânica, que, como foi apontado acima na seção dos lojistas, em supermercado de rede varejista estava mais barata do que a banana convencional. Os supermercados de grandes redes varejistas também são acessados para comprar hortifrúti orgânicos quando, por algum razão, os consumidores não conseguiram ir à feira.

Com relação à aparência, a Consumidora 8 que destacou este como o aspecto principal nos orgânicos fez o seguinte comentário

Não pode ser um produto assim por exemplo (apontou para as bananas orgânicas que estavam na sua frente) entendeu? Ser orgânico, mas que seja novinho, que seja, porque orgânico tem tendência a ficar muito tempo na prateleira porque aí tu pega uma coisa que já está (CONSUMIDORA 8, trechos inseridos pela autora).

A consumidora se referia as bananas orgânicas embaladas em saco plástico que já se encontravam quase que totalmente amadurecidas. Ela aludia a necessidade de haverem mais opções de escolha para os alimentos orgânicos. Por exemplo, para ela, 800gr de banana era muita quantidade, pois morava sozinha. Então gostaria de ter a opção de escolher o número de bananas que consumiria. No caso deste produto, a banana, a consumidora preferia levar para casa a banana convencional, pois esta estava menos madura e ela poderia escolher a quantidade desejada.

Destaca-se que, além desta consumidora, outros três consumidores consideram a aparência como um aspecto importante. Entretanto, para outros consumidores, a aparência não é um aspecto considerado no momento de escolher o produto orgânico. Esses consumidores relataram não se importar com a exterioridade que os alimentos orgânicos *in natura* apresentam.

Aparência pra mim, que nem por exemplo cenourinha, olha só (apontou para a cenoura exposta da banca) prefiro mil vezes uma cenoura daquelas do que uma cenoura enorme porque eu sei que aquilo ali é sem agrotóxicos né (CONSUMIDORA 7).

A aparência, geralmente o orgânico não tem uma aparência muito bonita [...] pra mim não faz diferença (CONSUMIDORA 9).

Estes comentários citados acima demonstram que os consumidores atribuem maior relevância as características dos orgânicos que estão invisíveis aos olhos. Para estes consumidores, as particularidades nutricionais e vigorosas destes alimentos são os aspectos mais significativos. Essa atribuição de importância ao que é invisível ao olhar é um comportamento que destoa do perpetuado no regime sociotécnico alimentício dominante, em que os alimentos são fortemente avaliados e escolhidos conforme suas feições.

A respeito da disponibilidade do produto o ano inteiro, havia clareza acerca da sazonalidade dentre os consumidores que se detiveram a esse aspecto. Estes são aspectos observados no momento de adquirir os alimentos orgânicos, mas, do mesmo modo, são indicadores da qualidade orgânica dos produtos. Se os mesmos estão disponíveis em

momentos de entressafra, esta disponibilidade pode ser um sinal de que não se trata de um alimento orgânico. Uma das consumidoras destacou que consome as frutas que estão em safra inclusive quando a variedade de frutas é pouca. Sabe que dentro de algumas semanas outra fruta estará iniciando a sua colheita. Assim sendo, esse aspecto da disponibilidade durante todos os meses do ano não foi mencionado por nenhum dos consumidores como sendo característica destes alimentos. Pelo contrário, é vista como uma atribuição que não é da competência dos orgânicos.

Então primeiro ser isento, depois, ah tem, o preço também é importante, e assim a disponibilidade do produto, porque assim a gente sabe que os produtos, quer dizer não tem o ano inteiro né, então assim, eu até compro aquele produto que eu sei que é daquela safra, eu não gosto de comprar, eu compro morango agora porque eu sei que é a época do morango, fora disso eu não compro (CONSUMIDORA 5).

Claro que a disponibilidade do produto é interessante, mas, mas é que os vegetais eles tem tanta diversidade que tu pode, que tu pode, ah vê essa coisa né, agora é época de bergamota, aí eu como bergamota, ah agora é época de melão, aí eu como melão, aí quando for a época de outras coisas eu vou comer outras coisas. Então isso pra mim não tem problema nenhum (CONSUMIDORA 7).

Este aspecto do respeito a sazonalidade também é outro ponto que destoa do reproduzido nos mercados que seguem as regras do regime sociotécnico alimentício dominante. Estes mercados procuram manter constantes ao longo do ano a oferta de algumas frutas e verduras mesmo que em período de entressafra das mesmas. Para os espécimes com maior adaptabilidade, no período de entressafra, utilizam-se métodos e produtos que forcem a produção sob condições artificializadas.

Quanto à dimensão social, questionou-se a estes mesmos consumidores qual era o local que preferiam adquirir os alimentos orgânicos e porque tinham essa preferência. No caso da variável local de preferência para adquirir alimentos orgânicos notou-se que oito dos 12 entrevistados preferem comprar em feiras. Dentre as justificativas para essa preferência estão: auxiliar pequenos agricultores, confiança, preço justo e acessível ao consumidor, questão ambiental (produtos comercializados sem embalagem), ausência de atravessador, comprar produtos de origem local e mais frescos. Uma consumidora aponta a seguinte justificativa para sua preferência em adquirir em feiras e não em supermercados de grandes redes varejistas: “primeiro porque eles (os orgânicos) são embalados em isopor ou plástico filme (em supermercados), segundo porque ele é muito mais caro do que nas feiras, terceiro porque as feiras tu vais dar uma força pro produtor” (CONSUMIDORA 4, trechos inseridos pela autora).

Outros dois consumidores apontaram preferir comprar em dois pontos, supermercados e feiras ou em lojas especializadas e feiras, pois, segundo esses informantes, estes dois pontos são complementares. Produtos que são encontrados em um destes pontos não são encontrados em outro e vice versa.

E bom lá na feira não tem as coisas daqui (loja especializada), e o que tem aqui não tem na feira, e o que eu compro na feira não tem aqui, porque é verdura fruta aqui não tem, né [...] E não tem na feira não tem nada disso (produtos orgânicos industrializados e beneficiados), e aqui também não tem verdura e fruta, então eu vou lá, e eu uno as duas coisas (CONSUMIDORA 11, trechos inseridos pela autora).

Duas outras consumidoras estavam iniciando o consumo de orgânicos. Uma delas foi entrevistada em sua primeira vez em uma feira livre orgânica. Antes disso, obtinha os orgânicos apenas em supermercados. Essa era a razão porque preferia obter em supermercados. A outra consumidora, disse que consumia orgânicos há um ano e estava começando a conhecer os locais que disponibilizavam esses produtos. Seis consumidores destacaram que desconheciam lojas especializadas que comercializavam orgânicos. Esses consumidores demonstraram que gostariam de ter mais opções para comprar alimentos com essa qualidade. Esse desconhecimento demonstra que pode existir porcentagem significativa de consumidores que estão conhecendo os locais em que os orgânicos são vendidos.

Para os consumidores que estão mudando a sua alimentação, migrando para uma alimentação mais saudável, o conhecimento dos locais que oferecem alimentos orgânicos é gradual. Devido ao desenvolvimento dos mercados de orgânicos estes pontos estão aumentando. Com relação à percepção dos consumidores quanto ao aumento destes pontos, nove consumidores destacaram que estes se expandiram, duas consumidoras mencionaram pouco aumento e uma consumidora não soube informar.

A respeito de evitar comprar orgânicos em determinados comércios, apenas as Consumidoras 4 e 10 apontaram não adquirir orgânicos em alguns pontos onde os mesmos são comercializados. A Consumidora 4, disse não adquirir os orgânicos nos supermercados de grandes redes varejistas e a Consumidora 10 não adquire de uma loja especializada que tem orgânicos *in natura* durante alguns dias da semana. Estas consumidoras disseram que preferem comprar seus alimentos orgânicos em feiras. Para os outros 10 consumidores, não foram identificados casos em que pontos de comercialização de orgânicos eram evitados. Quando questionados sobre isso, muitos consumidores destacaram que isso não existe ou que isso não acontece, porque conforme o local onde vivem, estes pontos de comercialização são poucos.

Notou-se, de modo geral, que os consumidores adquirem seus alimentos orgânicos em mais do que um ponto de venda, mas a preferência é por feiras. Analisando-se estas variáveis percebe-se que a dimensão social da agricultura orgânica é evidente, embora não para todos os consumidores. A compra direta dos produtores é um aspecto fundamental aqui, ao mesmo tempo em que as redes de supermercados são uma opção caso as feiras não sejam acessadas.

Com relação ao modo como os alimentos orgânicos são expostos nas prateleiras de supermercados ou lojas especializadas, seis consumidores citaram que isso não influencia a escolha que fazem destes produtos. Outros três mencionaram que isso influencia, encorajando-os a apanhar alguns produtos em detrimento de outros. Uma destas consumidoras apontou que produtos expostos em determinados locais vendem mais do que produtos expostos em outros locais. Que esta é uma estratégia mercadológica. Para os outros três consumidores este era um aspecto pouco relevante sendo que não foram feitos comentários a respeito, tornando inviável a identificação de suas percepções a respeito deste tópico.

Em razão da importância que vem assumindo as chamadas cestas orgânicas ou entregas em domicílios, é necessário expor breves comentários a respeito deste novo mercado. Os consumidores consultados nesta investigação foram encontrados em quatro distintos pontos de comercialização de alimentos orgânicos: feiras, supermercados, mercados municipais e lojas especializadas. Entretanto estes consumidores acessam também os alimentos orgânicos que consomem por meio das cestas. As cestas orgânicas não ocorrem de modo homogêneo, apresentando variações nas formas de entrega, na variedade de produtos e na gestão. Quanto as entregas, estas podem ser a domicílio ou em pontos específicos que podem ser lojas especializadas, universidades, dentre outros. Os responsáveis pela gestão destas iniciativas são os próprios agricultores ou terceiros que montam as cestas com alimentos pegos diretamente nas unidades produtivas dos agricultores ou em feiras. Normalmente, a solicitação dos produtos é feita pela internet, seja em websites ou por aplicativos móveis instalados em celulares *smartphones*. A disposição e variedade dos produtos orgânicos das cestas igualmente é heterogênea. Algumas são pré-definidas pelos fornecedores. Outras tem seus produtos definidos pelos consumidores. Nota-se que o número destas iniciativas vem aumentando nos últimos anos. Dos 12 consumidores entrevistados, duas se abasteciam por meio destas cestas. Uma consumidora tinha intenção de começar a solicitar entregas de alimentos orgânicos por meio destas cestas. Ainda outra consumidora deu o seguinte depoimento a respeito da terceirização das compras nas feiras. Alguns consumidores contratam pessoas que fazem a feira porque não querem fazer a feira pessoalmente.



Muitos entregam em casa e fazem aquelas cestas para as pessoas que não querem ir na feira. Conheço um monte de gente que faz isso, vão lá e compram e revendem, aí tu escolhe o que tu quer, mas tu não vai na feira, eles cobram um percentual pra ir lá fazer (a feira) por ti (CONSUMIDORA 10, inclusão de trecho pela autora).

As entregas à domicílio e as feiras são uma mudança nos mercados de orgânicos que foi excluída desta investigação, pois se trata de um acontecimento que não está relacionado com o processo de convencionalização destes mercados. Essa mudança demonstra mais elementos que vão de encontro ao movimento da convencionalização do que ao encontro. O único ponto que talvez mereça uma observação, conforme a perspectiva da convencionalização, é que para as cestas que são organizadas por terceiros, há aumento do número de intermediários, alongamento da cadeia produtiva e acréscimo no preço final dos alimentos orgânicos. Por outro lado, estas iniciativas constituem-se em meio alternativo dos alimentos orgânicos serem acessados por um conjunto maior de pessoas. Quando são organizadas pelos próprios agricultores as cestas constituem-se em venda direta do agricultor ao consumidor e caracteriza-se como uma construção de mercados.

Com relação as atuais alterações percebidas pelos consumidores nos mercados de orgânicos, 10 consumidores destacaram o aumento na variedade de produtos orgânicos. Os consumidores que adquirem alimentos orgânicos desde longo prazo salientaram que alguns produtos como: mirtilo, framboesa, amaranto, carne, ovos, café, feijão, arroz, açúcar, sucos, aveia, fibras, farinhas, existiam nos grandes mercados em período anterior, apenas como convencionais. Esses consumidores perceberam que o mercado de orgânicos se expandiu. O arroz foi mencionado como um desses produtos orgânicos que surgiram no período recente por quatro consumidores.

Ainda com relação à variável de ampliação das opções de produtos orgânicos, nove consumidores apontaram que houve ampliação de marcas de indústrias com o selo orgânico. Uma das consumidoras que frequenta feiras de Porto Alegre há mais de 15 anos assinala que cresceu a variedade dos itens beneficiados. Para ela, nas feiras ampliou-se o número de agricultores e o número de feiras, e por consequência, a quantidade de produtos orgânicos, mas não se expandiu a variedade. Por outro lado, uma consumidora de São Paulo que consome alimentos orgânicos há 10 anos, mencionou que tem observado que produtos como o mirtilo e a framboesa são itens recentes em feiras. Porém não soube afirmar se isso ocorre porque não se interessava por esses produtos anteriormente ou se realmente os mesmos não eram produzidos. Neste ponto, para essa consumidora de São Paulo teriam surgido novos orgânicos também nas feiras, e não apenas nos supermercados como apontado pela consumidora de Porto Alegre. O seguinte depoimento de um consumidor de Curitiba auxilia a

elucidar esse aumento da variedade de alimentos orgânicos, destacando-se inclusive maior variedade de hortifrúti orgânicos que convencionais.

Tem muita coisa que você encontra no mercado orgânico, pensando em verduras, parte de frios de maneira geral que no mercado convencional você não encontra, então você tem uma diversidade de produtos maior, no mercado orgânico, as vezes, do que no mercado convencional, então tem certas verduras que você só vai encontrar no mercado orgânico, mas isso acho que é porque tem, por que quem consome, busca por esse tipo de produto também, diferenciado (CONSUMIDOR 1).

São exemplos destes produtos diferenciados as folhas de dente de leão, (uma Planta Alimentícia não Convencional – PANC) usada para salada, e frutas nativas como o butiá.

Outro aspecto questionado aos consumidores quanto as atuais modificações nos mercados de orgânicos relaciona-se com o preço. Para 10 consumidores apenas alguns produtos orgânicos se tornaram mais acessíveis. Para estes consumidores, o preço dos alimentos está relacionado com a oferta, à conscientização dos consumidores sobre cuidados com a alimentação e aos incentivos que os governos dão para agriculturas sustentáveis. Segundo seus relatos, estão mais acessíveis os alimentos das feiras e as hortaliças. Frutas, com exceção da banana, apresentam preços elevados. Além disso, relatou-se que alguns alimentos beneficiados, como fibras, demonstram queda nos preços. Os demais alimentos beneficiados continuam com preços elevados.

Intuiu-se que as oscilações de preços estão relacionadas ao aumento da variedade de produtos e ao amadurecimento do mercado. Foi por meio das hortaliças que a agricultura orgânica e outras agriculturas de base ecológica começaram a se desenvolverem. Ao longo do tempo as experiências foram difundidas e atualmente, em determinados mercados visualiza-se grande oferta destes itens. Por exemplo, ao final da feira visitada em São Paulo, verificou-se que haviam bancas com alfaces que não foram vendidas. Deste modo, entende-se que por estarem mais amadurecidas e difundidas as iniciativas de produção de hortaliças orgânicas e por, conseqüentemente, haver maior oferta destes alimentos atualmente no mercado, houve esta queda nos seus preços. Seguem alguns depoimentos acerca da acessibilidade aos alimentos orgânicos.

Mas eu acho que frutas assim, ainda é muito caro, a maçã, a banana acho que diminuiu um pouquinho, está quase o preço da (convencional) (CONSUMIDORA 5, inclusão de trecho pela autora).

Eu acho que sim, lá em Ijuí não porque não tem né, mas aqui sim. Por exemplo, ah eu comprei cenoura ali deu sei lá um monte de cenoura deu três reais, ou ah, sabe um pepino ali, um pepino, esse aqui japonês acho que deu 1,5 coisinhas assim, sabe que no mercado são bem mais caros (CONSUMIDORA 7).

Eu acho que as fibras melhoraram mudaram bastante o preço, as próprias feiras estão mais acessíveis eu acho, porque tu consome um brócolis tu paga quatro reais na feira. Tu chega aqui (no supermercado) o não orgânico ele está quase cinco (CONSUMIDORA 10, inclusão de trecho pela autora).

Não, acho que não, acho que não é um produto ainda muito acessível não, mas é por conta da falta de estímulo, de, de governo também, né assim tu não vê, por exemplo, o atual presidente ele está falando muito mais em agronegócio do que agricultura familiar. Então parte daí, se tu não tem uma força de quem, dos maiores tu não vai ter, produto, tu não tem produto, o cara vai querer plantar o tomate com veneno, porque ele vai vender, vai acha que vai vender melhor né (CONSUMIDORA 4).

Olha, o que era, o que sempre foi caro continua sendo caro, por exemplo, o azeite de oliva sempre foi caro, independente de ser orgânico ou não, é o, o vinagre o balsâmico, sempre foi caro, independente de ser orgânico ou não, e as outras coisas, tomate, brócolis, couve flor, isso abaixou o preço, e o que sempre foi caro continua caro, independente de ser orgânico ou não (CONSUMIDORA 6).

Com relação à percepção dos consumidores acerca da comercialização dos alimentos orgânicos, observa-se que existem distintos níveis de conhecimento acerca dos canais e modos de comercialização acessados pelos agricultores para escoarem suas produções. Existe um conjunto de consumidores que desconhecem em grande medida a forma como são escoados os alimentos das unidades produtoras. Esses consumidores não souberam informar de que forma os agricultores escoam a sua produção. Outra porção dos consumidores tem alguma ideia de como ocorre o escoamento da produção dos agricultores, embora tenham algumas dúvidas para alguns pontos. Há ainda um terceiro conjunto de consumidores que apresentam maior clareza a respeito de como os mercados de orgânicos está estruturado. A maioria das consumidoras que tinha maior clareza acerca destes aspectos atuavam profissionalmente como servidoras públicas ou em movimentos sociais vinculados aos temas da alimentação saudável e agricultura ecológica. É possível visualizar esses dados quanto à percepção dos consumidores sobre o escoamento da produção dos alimentos orgânicos no Quadro 12 localizado logo abaixo.

Esclarece-se que a resposta para todos os aspectos destacados no quadro poderia ser positiva, pois os agricultores escoam a produção orgânica por meio de todos os destinos e formatos apontados no Quadro. No entanto, é importante frisar que o volume comercializado e a frequência em que ocorre esta comercialização variam conforme o agricultor. É necessário apontar também que nem todos os agricultores escoam a sua produção utilizando-se de todos estes meios e apresentando todas essas características. Todas estas características e meios se manifestam quando se observa todo o universo de agricultores orgânicos.

**Quadro 12:** Percepções dos consumidores sobre a forma de escoamento dos alimentos orgânicos realizada pelos agricultores

	<b>Aspectos do escoamento da produção dos agricultores</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
<b>Destino da produção orgânica</b>	Venda para consumidor	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Venda para mercado institucional	x	?	-	x	x	x	x	?	?	?	?	?
	Venda para redes varejistas	x	x	x	x	-	-	-	x	-	x	-	?
	Venda para mercados	-	?	-	x	-	-	-	x	-	x	-	?
	Venda para lojas especializadas	-	?	x	x	x	-	?	x	x	x	-	?
	Venda para exportação	?	?	-	x	-	-	-	?	-	?	x	?
	Venda para Intermediários	x	?	x	x	x	-	x	?	x	x	?	?
Venda para indústria	x	?	x	x	-	-	x	?	x	?	x	?	
<b>Formatos de comercialização</b>	Venda coletiva (ex. cooperativas)	x	-	-	x	x	x	?	?			x	?
	Agricultores vendem com contratos	x	-	?	x	x	x	?	?			x	?
	Ciência acerca das marcas próprias dos lojistas	-	x	-	?	x	-	?	?			-	?

**Fonte:** elaboração própria (2018).

x = afirmativa.

- = negativa.

? = consumidor não soube informar.

Observação: As consumidoras 9 e 10 responderam a primeira versão do roteiro de tópicos e questões, o qual não continha as questões inseridas nas três últimas linhas do quadro. Visualizam-se os roteiros de tópicos e questões no Anexo 1.

Das respostas dadas pelos consumidores as questões que geraram este quadro, destacam-se as referentes à existência ou não de marcas próprias de orgânicos por redes varejistas. Dos 10 consumidores que responderam a esta questão, apenas dois responderam afirmativamente. Os demais responderam negativamente, ou não souberam informar. O interessante destas respostas, é que os consumidores diziam que iam aos supermercados varejistas, mas não viam nenhum produto orgânico com a marca da rede varejista. Ou seja, para saber se havia ou não marcas de orgânicos das redes varejistas, os consumidores esperavam ver o nome da rede no rótulo dos produtos orgânicos. Contrariamente, a estratégia das redes varejistas quanto as suas marcas de orgânicos é a criação de um nome fantasia. Na verdade, em nenhum dos casos em que redes varejistas possuem marcas de orgânicos, é usado o próprio nome da rede. A marca de orgânicos da rede varejista possui outro nome. O nome da rede varejista encontra-se mencionada somente como distribuidora, em letras pequenas, atrás do rótulo.

#### 4.4 PERCEPÇÕES DE AGRICULTURA ORGÂNICA VERIFICADAS ENTRE AS AGROINDÚSTRIAS, LOJISTAS E CONSUMIDORES

Os grupos de atores que estão sendo analisados nesse capítulo também expõem suas percepções acerca do que compreendem por agricultura orgânica. Dentre este conjunto maior e heterogêneo de atores os principais elementos aludidos foram: a ausência de agrotóxicos; os cuidados com o meio ambiente e a sua recuperação; a saúde; o bem estar das pessoas; a biodiversidade; e o entendimento de que esta é uma forma de cultivo que apresenta nuances diferentes.

Notou-se que a ausência de agrotóxicos, metais pesados, fertilizantes, sementes transgênicas dentre outras substâncias químicas foi elemento que apareceu na percepção dos três grupos de atores, tanto agroindústrias como lojistas quanto consumidores. Os demais elementos apresentaram-se de modo variado. Questões relacionadas com saúde e alimento saudável foram destacadas em maior proporção dentre os consumidores. Noções relacionadas com a necessidade de se cuidar da natureza e do meio ambiente apareceram principalmente nas percepções dos representantes das agroindústrias.

Algumas das percepções mais marcantes e elucidativas foram selecionadas e encontram-se expostas logo abaixo.

Quando eu explico como a gente planta o orgânico, a minha explicação é o seguinte: vamos dizer que eu plante, morango, eu plante 5000 mudas de morango, duas mil mudas, mais ou menos, vai ser para os passarinhos que estão lá na fazenda, o resto é o que eu vou comercializar a sobra do que não consumiram, do que os bichinhos não consumiram (LOJISTA 8).

Alimento que é feito sob os princípios do cultivo orgânico, você não usar agrotóxico, alguns fertilizantes são proibidos, que são fertilizantes que podem trazer problemas pro solo, principalmente metais pesados, né, é mais eu penso que o cultivo orgânico envolve algo maior também, que não seja só o fato, a maneira de cultivar, tem todo um contexto, por fora que nem sempre é o caso né, tem algumas, pra dar um exemplo, que nem esse pessoal que está aqui, eles tem uma, passaram por um processo de transição né, muitos deles eram produtores convencionais e enxergaram no cultivo orgânico algo que iria melhorar inclusive a saúde deles. Mas você tem outras, vamos dizer empresas que produzem produtos orgânicos que já tem uma forma de lidar com o produto orgânico que já é um pouquinho diferente, tem essa de ter um alimento com mais qualidade, mas com foco muito mais comercial. Então, o produto em si, seria isso que eu te falei, é a forma de ser cultivado que faz o produto ser orgânico ou não, né, agora por traz da cultura, do produto orgânico tem muitas nuances né, tem muitas formas de produzir (CONSUMIDOR 1).

É no caso assim eu saberia dizer em relação ao que eu trabalho que é a carne, por exemplo, o nosso caso os bois eles são tratados só pasto, no pasto não pode ter nenhum aditivo químico e nem agrotóxico né, tem toda uma questão social também, os funcionários tem que ser registrados, se tiver filhos os filhos tem que ter escola, ou se não tiver escola próxima tem que ter um meio de condução pra levar os filhos até a escola. É os animais são tratados sem antibióticos, sem hormônios, nenhum tipo de, de medicação alopática, recebem homeopática, fitoterapia, é eles têm, eles tem, recebem, o animal ele tem que ter o tempo de vida normal, ele não pode ser abatido precocemente, e ele não pode passar por nenhum tipo de estresse do nascimento até o abate, então assim, do nascimento até o abate tem todo cuidado, pra que ele não se estresse não passe por nenhum tipo de sofrimento. Tanto o frango quanto a carne bovina (LOJISTA 6).

Os entrevistados das agroindústrias beneficiadoras em comparação com os entrevistados lojistas e consumidores foram as pessoas que demonstraram maior insegurança para responder qual eram suas percepções da agricultura orgânica. Essa insegurança ficou evidente em frases como “do que eu conheço dos nossos fornecedores” (BENEFICIADORA 1) e “não conheço bem a fundo o processo na agricultura, no plantio, no cultivo” (BENEFICIADORA 4). Observa-se que o elemento social da agricultura orgânica relacionado com o bem estar da comunidade pouco foi mencionado pelos entrevistados. Assim como o princípio da justiça e preço justo estiveram ausentes nos depoimentos.

Conforme os depoimentos e elementos mencionados por cada um dos informantes desta investigação, percebe-se que alguns dos princípios da agricultura orgânica são mais fortemente contemplados. Percebe-se que o principal atributo da agricultura orgânica para os informantes desta investigação refere-se ao princípio da saúde, principalmente quando marcam com assiduidade a ausência dos insumos químicos especialmente os agrotóxicos no

alimento orgânico. Também foi lembrado em maior proporção o princípio da ecologia. O princípio da justiça foi minimamente mencionado pelos informantes. E o princípio da precaução não foi mencionado.

Nesse sentido, por meio das percepções reconhece-se que são poucos os atores investigados nesta pesquisa que conhecem em profundidade o significado de agricultura orgânica conforme os princípios da IFOAM. A maioria associa com alimentos orgânicos a omissão dos agrotóxicos, ignorando ou esquecendo-se de citar a necessidade de serem estabelecidas relações justas na comercialização destes produtos. Além disso, esparsas são as percepções que abordam temas relacionados com a biodiversidade e a ecologia. E não houve nenhuma percepção em que se aponta a necessidade de serem tomadas medidas preventivas com intuito de evitar o acontecimento de contaminações ou danos ambientais, quando novas técnicas são testadas.

#### 4.5 CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DOS CRITÉRIOS, FORMATOS E AÇÕES ADOTADOS PELAS AGROINDÚSTRIAS BENEFICIADORAS, LOJISTAS E CONSUMIDORES NOS MERCADOS DE ORGÂNICOS

Conhece-se que a agricultura orgânica, conforme os princípios da IFOAM buscava romper com o regime sociotécnico alimentício dominante. Mas mesmo apresentando esta interrelação competitiva procurando substituir este regime, observam-se indícios de que atualmente a agricultura orgânica foi incorporada ao regime sociotécnico alimentício dominante. Provavelmente o grande impulso para isso tenha sido a criação da Lei de Orgânicos 10.831 de 2003, seus decretos, instruções normativas e portarias.

A incorporação da agricultura orgânica ao regime sociotécnico alimentício dominante ocorreu apresentando alguns elementos da transição do regime sociotécnico alimentício denominada de transformação. Os elementos externos desta transição são identificados pela pressão advinda da paisagem por mudanças que conduzam a práticas e atividades sustentáveis. Esta pressão é provocada pelos escândalos alimentares relacionados com a qualidade dos alimentos e as mudanças climáticas. Compreende-se que as informações que alegam para a mudança climática e aquecimento global e os escândalos envolvendo a qualidade dos alimentos produzidos conforme o regime sociotécnico alimentício dominante aumentaram a conscientização e a demanda dos consumidores por alimentos de melhor condição. As mudanças dos hábitos alimentares das pessoas estimulou a busca dos

agricultores e agroindústrias por práticas de produção alternativas ao modelo dominante. Embora esta não seja a única explicação para o aumento dos mercados de orgânicos.

Contribuiu para reforçar a necessidade por mudanças, as críticas ao regime dominante produzidas por ativistas e organizações como o Slow Food. O acréscimo da procura por alimentos com qualidade diferenciada conduziu ao surgimento de atividades de inovação de produtos internamente ao próprio regime, como os atomatados da linha natural. Entretanto, respondendo a pressão da paisagem e aos problemas internos do regime, não houve a criação de uma mutação que modificasse o regime desde dentro. Com intenção de inovar o sistema, percebe-se a adoção da novidade produto orgânico que surgiu ao nível do nicho tecnológico e que foi conduzido e orquestrado desde o seu início por movimentos sociais e distintas organizações. Ou seja, essa novidade surgiu externamente ao regime por meio de mudanças socioinstitucionais.

Outra divergência do mencionado na mudança do sistema sociotécnico por meio da transição denominada de transformação é que as mudanças socioinstitucionais e evolucionárias não apresentam relação simbiótica. Até porque a mutação que é proveniente das mudanças evolucionárias não chegou a ocorrer. Adicional elemento das transições que podem ocorrer no regime sociotécnico conforme exposto por Geels e Schot (2007) é o visualizado na seção referente às agroindústrias beneficiadoras. Houve alteração na arquitetura do regime sociotécnico alimentício dominante com novos arranjos destes atores com fornecedores, prestadoras de serviços e terceirizações vinculados com os alimentos orgânicos. A mudança na arquitetura do regime é uma característica da transição denominada de reconfiguração.

Quanto aos formatos, ações e critérios que são semelhantes tanto no mercado de orgânicos quanto no mercado convencional, fazem-se as seguintes considerações. As redes varejistas e algumas lojas especializadas apresentam os mesmos padrões muito semelhantes na aquisição e comercialização dos produtos orgânicos e convencionais. Principalmente quanto à aparência exigida. O que provoca uma ruptura com os princípios da agricultura orgânica.

Algumas agroindústrias também apresentam esta característica, essencialmente quando envolvem mais elementos na relação com os agricultores, como por exemplo, fornecendo assistência técnica e certificação. Esta relação mais complexa entre agricultores e agroindústria recorda a integração produtiva presente em algumas das cadeias alimentícias do regime sociotécnico alimentício dominante. Portanto, algumas destas agroindústrias adquirem os alimentos orgânicos conforme as mesmas regras do regime sociotécnico alimentício



dominante, restringindo as opções de escoamento da produção dos agricultores e exigindo um padrão de qualidade elevado. O que, assim como para os lojistas, provoca distanciamento dos princípios da agricultura orgânica.

Quando inexistente essa maior integração entre agricultores e agroindústrias, notou-se que existem casos em que os fornecedores de matérias primas determinam os preços destas matérias primas. Para estes casos, a entrada de produtos agrícolas orgânicos nas indústrias descaracteriza perda de autonomia dos agricultores, como apontado no conceito de substituição de Goodman, Sorj e Wilkinson (2008). Além disso, os canais de escoamento de produtos orgânicos sobre os quais os agricultores possuem maior domínio são diversificados e estão se ampliando. É possível vender direto ao consumidor por diferentes meios como pelas cestas e pelas feiras, indicando que é possível aos agricultores esquivarem-se de canais de escoamento da produção orgânica que apresentam critérios, ações ou formatos semelhantes aos do regime sociotécnico alimentício dominante.

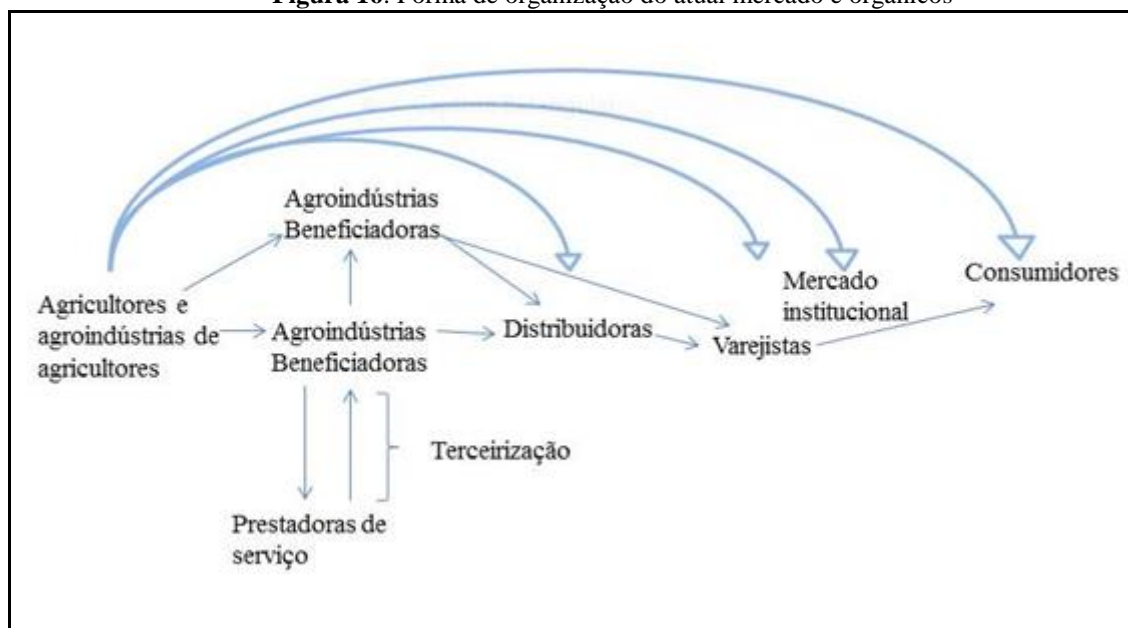
Ademais, os consumidores estão conscientes das relações injustas que podem estar presentes nos mercados de orgânicos, embora suas percepções sobre agricultura orgânica, assim como para os demais atores introduzidos nesse capítulo, integram parcialmente o conceito de agricultura orgânica da IFOAM. Os últimos atores a entrarem em contato com os produtos orgânicos estão preferindo adquirir estes produtos em feiras. Isso é um bom indicativo porque, mesmo havendo o investimento de redes varejistas em marcas próprias, haverá a procura por alternativas de acesso a estes produtos sem intermediação. Isso é fundamental para valorizar modos alternativos de comercialização de alimentos aos usualmente praticados.

Foram identificadas ações de compra e venda de matérias primas por meio de contrato. Os contratos foram destacados por agricultores como sendo uma garantia de compra da produção em situações onde há perturbação nos mercados. Nesse caso, os contratos podem servir como instrumento de cobrança dos agricultores caso a produção não seja adquirida pelas agroindústrias. No entanto, os contratos assumem distinta conotação para outros atores. Conforme outros depoimentos, os contratos são uma primeira etapa para o fornecimento de produtos. Normalmente, esta etapa é vista com otimismo pelos fornecedores. Entretanto as etapas seguintes podem apresentar distorções e surpresas que são imprevisíveis em estágios iniciais dos acordos de fornecimento de produtos. Essas surpresas desagradáveis relacionam-se com abatimentos e invalidação de lotes e parcelas de lotes de produtos prontos a serem entregues.

As agroindústrias e os lojistas fazem devolução do produto, refugando-os se a qualidade é considerada inadequada conforme os padrões estipulados pelas mesmas. A devolução ou o abatimento no faturamento dos fornecedores concilia-se com a exigência na exclusividade nas vendas. Ao fazerem isso, os compradores acabam conduzindo os agricultores a adotarem meios e técnicas de produção que podem estar em descompasso com a própria forma que os alimentos são produzidos. Adicionalmente, alguns lojistas e agroindústrias não obtêm produtos orgânicos de fornecedores que possuem certificação participativa. Esse critério, mesmo aparecendo para três atores entrevistados, dificulta que a dimensão equitativa da agricultura orgânica se manifeste na prática.

Nesse sentido, no que tange a convencionalização dos mercados de orgânicos notou-se que os produtos e/ou matérias primas orgânicos acessados por agroindústrias e redes varejistas podem seguir as mesmas regras de comercialização do regime sociotécnico alimentício dominante. Outro indício do processo de convencionalização é o alongamento da cadeia produtiva com entrada de novos atores intermediários nos mercados de orgânicos.

A descoberta de beneficiadoras e processadoras prestadoras de serviços foi algo impensado no início da construção desta pesquisa. O fracionamento do beneficiamento e da industrialização se constitui em uma das principais inovações encontradas atualmente no mercado de orgânicos. Essas empresas prestadoras de serviços podem ter ou não seus próprios produtos. Algumas vezes prestam serviço produzindo um determinado produto que é similar ao que comercializam com a sua marca. Outras vezes as beneficiadoras consultadas formalmente para esta investigação são prestadoras de serviços.

**Figura 16:** Forma de organização do atual mercado e orgânicos

**Fonte:** elaboração própria (2018).

Na Figura 16 desenhou-se a trajetória dos alimentos e matérias primas orgânicas desde o agricultor até chegar ao consumidor final. Nesta figura as modificações na arquitetura dos mercados de orgânicos com a presença de prestadoras e serviços podem ser visualizadas. Averiguou-se que os selos de certificação são incapazes de garantir e exigir a conformidade dos produtos orgânicos conforme todos os seus princípios. Nesse sentido, a certificação orgânica representada para os consumidores por meio de seus selos não é uma garantia de que esses alimentos foram produzidos e comercializados de acordo com todos os elementos da agricultura orgânica. Nesse sentido, ao se partir para uma análise que tem como premissa observar se os princípios da agricultura orgânica mencionados pela IFOAM estão sendo atendidos, nota-se de imediato que as atuais certificações orgânicas são incapazes de atestar, exigir ou direcionar para uma conformidade orgânica conforme o conjunto de elementos expressos no documento formulado pela IFOAM.

Com relação ao selo de conformidade orgânica, descobriu-se um comportamento distinto entre as categorias de atores discutidos neste capítulo. Para as agroindústrias e os lojistas a certificação é um critério indispensável que os fornecedores precisam apresentar e comprovar. Já alguns dos consumidores adquirem os alimentos orgânicos sejam em feiras, supermercados, lojas especializadas ou restaurantes, sem a necessidade de comprovação de que a certificação dos agricultores é válida. Na venda direta por controle social, o selo SISORG (SISTEMA BRASILEIRO DE AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE ORGÂNICA) de orgânicos não consta nas embalagens dos produtos ou nas bancas das feiras.

Nestes casos, os consumidores se valem da confiança construída, de indicações e de visitas as propriedades onde ocorre a produção dos alimentos.

Se para as agroindústrias ou lojistas a aparência do orgânico é elemento relevante, conduzindo até mesmo à devolução de entregas ou descontos, para a maioria dos consumidores esta é uma característica irrelevante. Ao contrário de algumas das agroindústrias e lojistas, estes consumidores desconfiam se a aparência é muito similar ao produto convencional. A questão da escassez de ofertantes de produtos orgânicos sejam agricultores, agroindústrias ou lojistas, foi apontada para as três categorias de entrevistados neste capítulo. A deficiência destes ofertantes dificulta a escolha dos fornecedores e a escolha dos pontos de venda. Essa insuficiente oferta de orgânicos indica que os mercados de orgânicos estão se desenvolvendo.

Com a finalização deste capítulo parte-se para a discussão da relação e influências que as categorias de atores entrevistados e consultados formalmente ou informalmente nesta investigação exercem uns sobre os outros. Estes e outros aspectos como a hipótese da bifurcação serão discutidos no próximo capítulo.

## **5 AS RELAÇÕES E INFLUÊNCIAS ENTRE OS ATORES AGRICULTORES, BENEFICIADORAS, LOJISTAS E CONSUMIDORES E A HIPÓTESE DA BIFURCAÇÃO**

Nesse capítulo serão abordados o terceiro e o quarto objetivos específicos da tese. O terceiro objetivo específico almeja *Verificar relações que existem entre os atores dos mercados de orgânicos e explicitar influências que esses atores exercem uns sobre os outros.* O quarto objetivo específico da tese intenta *averiguar se dentre os indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos identificados entre os atores consultados há as características de grande escala e especialização produtiva mencionados na hipótese da bifurcação.*

As análises do terceiro objetivo específico serão feitas a partir das quatro categorias de atores que foram investigados nesta tese. Além destas, serão consideradas relações que por ventura surgirem com outras categorias de atores mesmo que não entrevistados, tais como prestadoras de serviços. Já para o quarto objetivo específico as análises incluem os agricultores, as beneficiadoras e os lojistas. Assim como nos capítulos anteriores, neste também serão usados dados informais nas análises.

Quanto à porção da PMN que está sendo usada para fundamentar as análises deste capítulo, aponta-se que se usará de bibliografia mais atual que esmiuçou aspectos da perspectiva que nas primeiras bibliografias não tinham sido contemplados. Nesta nova compreensão da PMN, tem-se uma nova representação do regime sociotécnico e do nível ao qual pertencem os atores, como será notado adiante.

Um dos elementos adicionais desta perspectiva que se deseja trazer neste capítulo remete a inovação tecnológica que é uma das facetas por meio da qual ocorre inovação do sistema. Geels (2004) aponta que existem pelo menos três momentos para o sistema ser inovado por meio da inovação tecnológica. Um primeiro momento da substituição tecnológica inicia pela emergência de uma nova tecnologia. Um segundo momento seria a difusão desta tecnologia. E um terceiro momento concatena-se com a substituição da velha tecnologia pela nova. Destaca-se que além da substituição tecnológica, outras mudanças precisam ocorrer de modo paralelo para que a inovação do sistema ocorra. O que precisa ser mudado para que esta inovação aconteça são: “práticas dos usuários; regulação; redes industriais; infraestrutura; e os significados culturais” (GEELS, 2004, p. 20, *tradução minha*). Para o autor, uma segunda

faceta da inovação do sistema é a coevolução entre duas tecnologias uma velha e outra nova tecnologia. Ainda há uma terceira faceta que remete a emergência de novas funcionalidades.

Seguindo neste sentido, Elzen *et al.* (2012), destacam que o processo de mudança do regime sociotécnico, ou seja uma transição ou uma inovação do sistema, é marcado pela aprendizagem de como podem ser constituídas ligações entre o nicho e o regime. Esta ligação pode ser denominada de ancoragem. Quanto mais aprendido melhor ancorado é o nicho ao regime. A ancoragem pode se fortalecer ao longo do tempo a medida que os atores do nicho aprendem a criar e aprimorar as conexões entre nicho e regime.

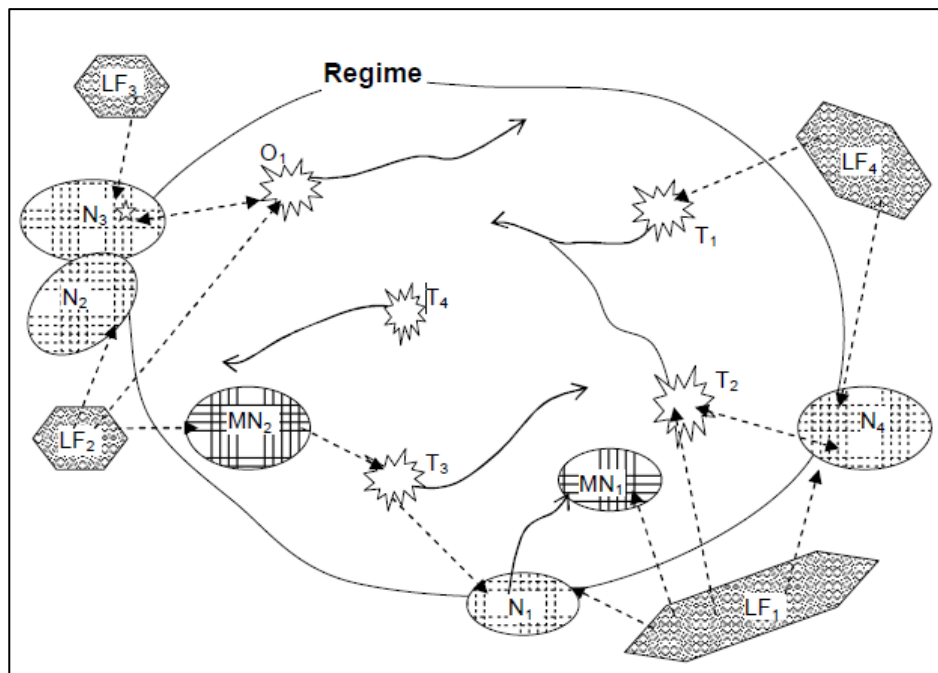
O resultado da ancoragem, segundo os autores, seria que pequenas partes do regime começam a trabalhar conforme a novidade e que alguns consumidores compram os produtos desta novidade. O que é denominado de nicho de mercado na economia. Os autores entendem que neste estágio, a novidade e o sistema existente estão continuamente influenciando um ao outro. Destacam que a novidade não é uma entidade constante.

Existem poucas investigações sobre como ocorrem as relações e ancoragens entre atores do nicho e do regime (ELZEN; LEEUWIS; van MIERLO, 2008; SMITH, 2007). Para Smith (2007), a separação dicotômica entre nicho e regime proposta nos primeiros textos sobre a PMN pode, na prática, ser de difícil definição. Segundo o autor, o nicho pode ser seletivamente apropriado pelo regime. Esta seleção de partes do nicho exerce influências sobre o desenvolvimento do nicho. Neste sentido, a novidade pode ser mutável.

Em Elzen, Leeuwis e van Mierlo (2008), expõe-se a ideia de que podem ocorrer sobreposições entre nicho e regime. Os autores apontam que para uma inovação ou novidade provocar mudanças no regime é necessário que ocorram traduções dessas inovações e novidades. Ao mesmo tempo em que novidades são traduzidas o regime influencia o nicho e vice versa. As influências entre os níveis ocorrem a partir da ação de pessoas que traduzem, representam ou dão representação ao que ocorre em outras esferas. Partindo para esta perspectiva de agentes de interação, a definição do nível de pertencimento destes agentes pode ser difícil. Os autores destacam que os atores ou instituições híbridas, que podem estar tanto no nicho como no regime, desempenham um importante papel na criação da ancoragem entre nicho e regime. As atividades desempenhadas por estes atores tomam lugar em áreas de sobreposição entre estes níveis.

Baseados em um olhar mais aguçado sobre a relação entre o nicho e o regime, os autores propõem uma nova representação da PMN em que os nichos e regimes se sobrepõem até certo ponto e por meio da qual, nichos, regimes e paisagens não são hierarquicamente ordenados (Figura 17).

**Figura 17:** Processo multinível de inovação de sistemas



**Fonte:** Elzen, Leeuwis e van Mierlo (2008, p. 7).

Nesta figura observa-se que as paisagens são esboçadas nos hexágonos. Existem nichos de forma oval que estão em certa medida sobrepostos ao regime, estabelecendo conexões por meio de técnicas ou atores que operam no nicho e no regime. Ao mesmo tempo em que alguns nichos, além de estarem sobrepostos ao regime, se sobrepõem entre si. As paisagens tem sua concepção de ação sobre o regime e o nicho ampliada na medida em que passam a provocar tensões e oportunidades no regime, o que é expresso na imagem na forma de estrelas. Nesta nova concepção da PMN, um nicho pode se transformar em nicho de mercado (MN), quando este sobrevive sendo uma subseção do regime, operando sem proteção. Sendo subseção, o nicho de mercado atua internamente ao regime.

A partir de uma primeira pesquisa, os autores apontam evidências de que é difícil prever se a ancoram entre nicho e regime, que ocorre por meio da adoção de novidades ou inovações, produzirá ou não uma inovação do sistema. A inovação do sistema é compreendida pelos autores como uma transição do regime ou criação de um novo regime. Os autores evidenciaram que houve casos de inovações que se pretendiam incrementais e que se desdobraram em inovações do sistema, e novidades de caráter radical que resultaram em inovações incrementais ao regime.

Os autores Elzen, Leeuwis, e van Mierlo (2008), concebem a ancoragem como uma ligação entre nicho e regime que pode produzir mudanças amplas. Os tipos de ancoragem são

definidos conforme as dimensões da inovação. Neste sentido, existem ancoragens tecnológica, de rede e institucional. A primeira destas ancoragens ocorre quando uma parte dos novos artefatos, práticas ou conceitos se tornam claros para os atores e podem ser conectados sob forma de novas configurações a outros artefatos e configurações produzindo uma inovação do sistema. A segunda ancoragem é aquela quando um conceito ou tecnologia é aceito por um conjunto amplo de atores. Nesse caso, uma boa ancoragem é definida pela expansão da rede e envolvimento de atores do regime em atividades do nicho, fortalecendo coalisões, intensificando contatos e trocas e mesmo formalizando a rede. A última das ancoragens está relacionada com ampla extensão de mudanças de modo sociológico, com mudanças em regras formais, informais, comportamentais e de interrelação entre os atores. Esta coalisão concebe mudanças nas instituições em âmbito cognitivo ou interpretativo, normativo ou regulativo e econômico. Assim como para a definição do nível de pertencimento dos atores, o tipo de ancoragem também é destacado pelos autores como um dos pontos em que é difícil se ter clareza acerca de qual é a ancoragem que está ocorrendo durante os processos de inovação do sistema.

Estas formas de conexão podem estar “interligadas e conectadas logicamente” (ELZEN; LEEUWIS; van MIERLO, 2008, p. 9), em que um episódio recente de ancoragem pode permitir que uma outra ancoragem ocorra posteriormente. Mas as ancoragens não ocorrem de modo intencional ou premeditado. Implicam em durabilidade da ligação de atores as novidades. Esta ligação pode acontecer conforme alguns padrões de tradução, oportunidade, internalização de pressões externas e alinhamento de várias ancoragens.

Além da PMN, nesse capítulo também se traz novamente a contribuição do conceito da substitucionismo de Goodman, Sorj e Wilkinson (2008). A importância deste conceito para este capítulo está em compreender que o processo que culminou na substituição ocorreu por meio de uma determinada relação entre agroindústrias e fornecedores. Nesse processo houve uma mudança da forma natural desses produtos, mas também se aumentou o domínio das agroindústrias sobre os agricultores e sobre os destinos dos excedentes agrícolas diminuindo a autonomia dos agricultores e o acesso diversificado aos mercados.

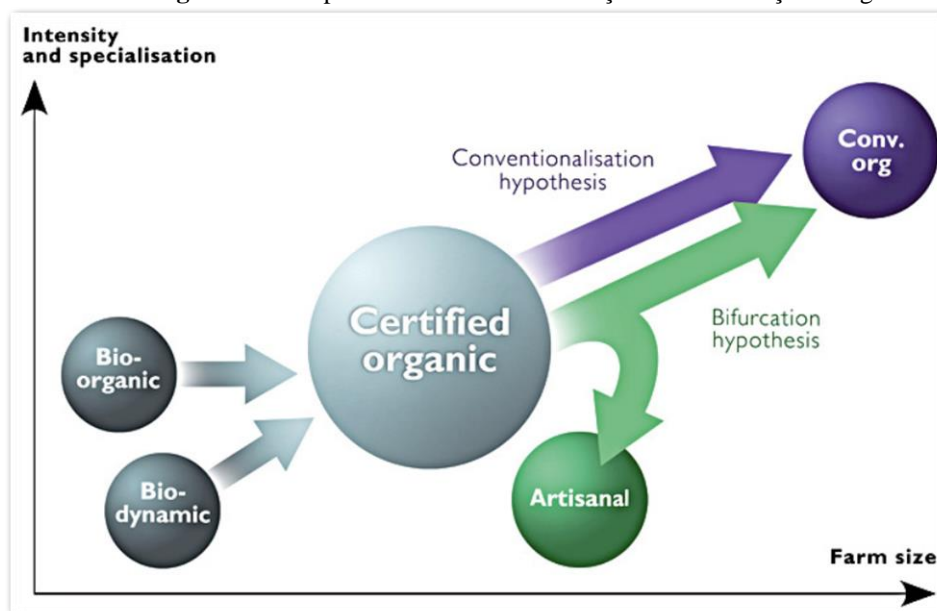
Nesse conceito compreende-se que no decorrer da constituição do processo de substitucionismo de produtos rurais por similares ou substitutos e no transcurso da descoberta de tratamentos e transformações pelos quais os produtos rurais passaram a estar sujeitos, o capital foi se apropriando de parcelas crescentes das rendas oriundas dos produtos e atividades rurais. Essa apropriação ou as maneiras que as mesmas são conduzidas são de particular interesse neste capítulo.



Para finalizar a revisão da literatura, introduz-se a hipótese da bifurcação. Os dois elementos, grande escala e a especialização produtiva, contidos no processo de convencionalização dos mercados de orgânicos estão presentes em uma das tendências deste processo e relacionam-se com a forma como a convencionalização atinge aos produtores de orgânicos. Conforme Darnhofer *et al* (2009), concebe-se que na tentativa de esmiuçar como esse processo pode afetar os agricultores chegou-se a duas presunções (BUCK, GETZ, GUTHMAN, 1997). A primeira delas afirma que a partir da certificação todos os produtores de orgânicos se *convencionalizariam*. Uma segunda hipótese sustenta que após a certificação pode ocorrer um processo de bifurcação em que os agricultores mais artesanais continuariam seguindo os princípios da agricultura orgânica enquanto que outra parcela migraria para a convencionalização. Na Figura 18 é possível visualizar uma representação dessas hipóteses. Conforme a autora, os

Pequenos agricultores “artesanais” continuariam usando estratégias de diversificação, usando métodos artesanais para cultivar uma quantidade de variedades destinadas ao mercado [...] este debate foca a habilidade dos agricultores orgânicos artesanais em resistir as pressões econômicas exercidas por operações grandes. (DARNHOFER et al, 2009, p. 69, tradução nossa).

**Figura 18:** A hipótese da convencionalização e da bifurcação na agricultura orgânica



Fonte: DARNHOFER *et al*, 2009, p. 69.

Nota-se que os agricultores que se convencionalizam passam a ser especializados produtivamente e praticam agricultura orgânica intensivamente. Esses também são agricultores que apresentam unidades produtivas de maior porte. Na hipótese da bifurcação

supõe-se que os agricultores, mesmo aqueles que se *convencionalizam*, são menores e menos especializados aos amparados na primeira suposição, a hipótese da convencionalização. Na hipótese da bifurcação os agricultores classificados como artesanais permaneceriam com produção diversificada e baixa intensificação produtiva assim como se classificariam por terem propriedades de tamanho mediano. Retoma-se que as hipóteses da convencionalização ou da bifurcação são antecedidas pela certificação da conformidade orgânica, o que denota para uma provável contribuição desse ateste para o processo de convencionalização de orgânicos.

Explicados os suportes teóricos e direcionadores das análises deste capítulo, são introduzidos os dados que suscitam para relações e influências.

### 5.1 A TERCEIRIZAÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO E DOS PROCESSOS E O AUMENTO NO NÚMERO DE ATORES EXISTENTES ENTRE AGRICULTORES E CONSUMIDORES

Nas relações entre os atores dos mercados de orgânicos verificam-se pelo menos três diferentes interações baseadas na terceirização de processos e atividades. Para iniciar, observa-se a união de empreendimentos para acessar mercados. Nesses dois casos, ambos os empreendimentos iniciaram suas trajetórias como associações e posteriormente assumiram a posição de cooperativa. Para ampliarem as suas possibilidades de escoamento de produtos, esses dois empreendimentos se uniram a uma mesma terceira marca e assim puderem comercializar em uma grande rede varejista que se localiza em outro estado.

Esta rede varejista demanda um volume expressivo de produtos e uma entrada em dinheiro de cada um dos seus fornecedores. Ao comercializarem por meio de terceiros estas cooperativas se beneficiaram, pois não precisaram desembolsar uma quantia de dinheiro. A marca por meio da qual as cooperativas estão comercializando nesta rede varejistas já possuía outros produtos sendo comercializados na rede. Para esta empresa terceira, houve o aumento da variedade de itens e o volume. Estas cooperativas consideravam alta a entrada necessária e o volume de produtos a serem entregues. Com a parceria destas cooperativas com a referida empresa houve a oferta de volume de produtos conforme demandava a rede aproveitando do canal de comercialização que já estava estabelecido. Consequentemente, estas cooperativas estão na rede com a marca da empresa que fez a primeira intermediação junto à rede varejista, ou seja, não estão comercializando com suas marcas. Percebe-se, então, que o comércio com marcas de terceiros é uma forma de acessar novos mercados.

Que nem esses dias a gente foi pra entrar na rede de supermercados XXXXX, eles cobram acho que até 40 mil reais [...], daí tem uma outra pessoa que intermediou, já tinha a marca lá dentro desta rede então ele daí, a gente está usando esse rótulo (BENEFICIADORA 5).

Por outro lado, ao mesmo tempo em que ambas cooperativas se favoreceram dessa possibilidade de escoarem sua produção para um grande consumidor, houve um aumento no número dos atores intermediários e aumentou a distância física entre os produtores e os consumidores, ou seja, houve um alongamento da cadeia produtiva. Assim como a empresa que intermediou o escoamento da produção das cooperativas para as redes varejistas aumentou a oferta de produtos, mas atuando somente na parte logística.

Distintamente desta relação de parceria em que ocorre a comercialização com marcas de terceiros, nos casos em que são terceirizados processos ocorre a comercialização com a marca própria. A segmentação no feitiço de determinados processos ocorre quando algumas agroindústrias não possuem todos os equipamentos necessários para o preparo dos seus produtos. Na prestação de serviços as empresas que dispõem de equipamentos, procedimentos e a certificação para beneficiar alimentos orgânicos recebem matérias primas de outros atores que não dispõem destas estruturas. Nesse caso, são terceirizadas distintas porções do preparo das mercadorias, (beneficiamento, industrialização, envase e rotulagem) em distintas formas, magnitudes e regiões. Algumas empresas que prestam serviços de beneficiamento, envase e rotulagem não possuem suas marcas de orgânicos. Outras prestam serviços e possuem marcas próprias. Alguns dos atores entrevistados que solicitam esses serviços manifestaram insatisfação, pois em algumas ocasiões ocorrem trocas desiguais. Relatam que as prestadoras de serviços impõem uma relação em que praticamente compram suas matérias primas para lhes venderem posteriormente os produtos beneficiados.

Descobriu-se também que algumas empresas que solicitam serviços tem uma linha extensa de produtos orgânicos e são responsáveis pelos processos de produção, beneficiamento e comercialização de alguns destes itens. Para a grande maioria dos seus produtos ocorre a contratação de serviços para beneficiar, industrializar, envasar e rotular. As formas de prestação de serviço entre as distintas indústrias processadoras variam de acordo com o solicitante dos serviços, podendo ser somente a moagem. O procedimento mais comum é o beneficiamento ou industrialização com posterior envase e rotulagem. Ou seja, além das agroindústrias obterem em alguns momentos os produtos já beneficiados, quatro delas ainda terceirizam alguns dos processos produtivos, realizando poucos dos processos necessários à produção dos produtos que comercializam com suas marcas se inserindo raramente na

transformação da forma natural da matéria prima rural, ou na industrialização dessas matérias primas beneficiadas.

A terceirização e prestação de serviços de beneficiamento e industrialização dos produtos orgânicos denota um alongamento da cadeia produtiva dos orgânicos com entrada de outros atores que, muitas vezes, não possuem marcas de orgânicos e realizam apenas serviços para outras empresas que possuem essas marcas. Deste modo, o formato que o beneficiamento e a agroindustrialização dos alimentos e matérias primas orgânicas vem ocorrendo atualmente no mercado de orgânicos é marcado pela segmentação na realização dos processos produtivos. Segmentação esta que também é verificada no mercado de alimentos convencionais.

De acordo com estas informações, infere-se que o processo de terceirização de procedimentos nos mercados de orgânicos é heterogêneo e abrange atores de diferentes características socioeconômicas, desde agricultores familiares e suas organizações a grandes empresas. Ou seja, a posse dos equipamentos para produzir alimentos orgânicos não é característica dos mercados de orgânicos e nem de empresas de grande porte. A terceirização de procedimentos e a sua contraparte prestação de serviços foi verificada em três dos estados visitados para proceder com a investigação da tese.

Por último ressalta-se a terceirização do cultivo, beneficiamento e fabricação dos produtos orgânicos das marcas das redes varejistas. Nesses casos observou-se que os alimentos orgânicos das marcas das redes varejistas que foram visualizados nos estados do Paraná e São Paulo eram produzidos por outras organizações e apenas distribuídos pelas redes.

Além de não serem produtoras, um fato interessante desse processo de convencionalização dos mercados de orgânicos é que os atores que produzem os produtos que são comercializados com as marcas das redes varejistas também possuem suas marcas de orgânicos. Estes produtos, que muitas vezes tem como única diferença visual a marca, são expostos lado a lado nas prateleiras ou refrigeradores dos supermercados.

Ou seja, estes produtos provenientes de mesma origem eram comercializados por meio de duas diferentes marcas, sendo muito similares. Na maioria dos casos, os produtos da marca da rede varejista distribuidora e da marca dos produtores, apresentavam iguais medidas, pesos e embalagens. O que é mais interessante nesse processo é que esses produtos finais que foram produzidos pelo mesmo ator, mas que são comercializados com marcas distintas apresentam preços diferentes. Na maioria dos casos em que foram visualizados estes mesmos produtos sendo vendidos com marcas distintas constatou-se que a marca da rede varejista apresentava preço mais acessível. Ou seja, os produtos dos terceiros e as marcas próprias das redes

varejistas produzidas por aqueles terceiros competem umas com as outras com uma vantagem no preço para as marcas das redes varejistas.

Esse aspecto é interessante porque os alimentos orgânicos distribuídos com a marca das redes varejistas, teoricamente, apresentariam maior número de intermediários, e por isso poderiam ter custos mais elevados. Como poderiam, então, ter um preço mais acessível? Uma explicação cabível é que as empresas varejistas podem estar tentando estabelecer dominância à montante da cadeia produtiva orgânica, e podem estar adotando uma estratégia em que tentam direcionar a escolha dos consumidores para os alimentos orgânicos de suas marcas por meio dos preços mais acessíveis.

De todos os produtos visualizados que apresentavam essa característica de dubiedade de produtos e produtoras sob marcas diferentes, apenas em um foi constatado preço mais elevado para o produto com o rótulo da marca da rede varejista. Para todos os demais, o produto comercializado com a marca da produtora era mais caro. Na Figura 19, nota-se que o produto suco de manga comercializado com a marca da produtora tinha como preço final aproximadamente 15 reais<sup>1</sup>, enquanto o suco de manga comercializado com a marca da rede varejista<sup>2</sup> tinha um custo aproximado de 11 reais. Ambos os sucos de mesma embalagem e medida foram produzidos pela mesma empresa. Essa imagem foi capturada em São Paulo. Em outra rede varejista localizada em Curitiba visualizou-se que para a couve chinesa constavam os seguintes preços: 4,88 para a marca da rede varejista e 7,28 para a marca da produtora.

As razões que poderiam explicar essas diferenças no preço para produtos que aparentam ter a mesma qualidade são obscuras. Não estão postas as respostas do menor custo dos produtos que teoricamente contém maior número de atores intermediários. Um número maior de intermediários configuraria custos de transação mais elevados para a marca da rede varejista. As causas que poderiam explicar esse fenômeno podem ser de outra ordem. O verdadeiro custo dos produtos pode estar sendo subsidiado pelas corporações alimentares sinalizando para tentativas de cooptar iniciativas.

---

<sup>1</sup> Foi difícil fotografar mercadorias orgânicas nas redes de supermercados. Especialmente nas redes que não participaram formalmente desta investigação. Os funcionários ficavam observando com atenção os movimentos de fregueses que se destoavam do ato da compra. Caso fosse solicitado autorização formal para a realização da pesquisa o tempo de espera poderia ser longo e inviabilizaria a pesquisa. Por isso, mantendo a privacidade destes atores lojistas, optou-se pelos registros mesmo que não sejam da melhor qualidade.

<sup>2</sup> A marca da rede varejista foi apagada com intuito de impedir a identificação.

**Figura 19:** Marca varejista de orgânicos e marca dos produtores



**Fonte:** registro da autora (2018).

Para as agroindústrias e empresas que são responsáveis pela produção dos produtos orgânicos das marcas de redes varejistas, essa atitude das redes pode significar a diminuição da comercialização dos produtos com a sua marca e o aumento da saída dos produtos da marca das redes varejistas. Se a cooptação de iniciativas for a verdadeira intenção das redes varejistas, pode acarretar na continua diminuição na comercialização dos orgânicos por meio das marcas dos produtores. O que pode gerar alguma cooptação de iniciativas em agricultura orgânica, na medida em que estas podem ficar dependentes, em grande proporção, da comercialização por meio das marcas das redes varejistas e assim estando sujeitas às suas exigências e critérios.

No entanto, é desconhecida a verdadeira intenção das redes varejistas. Se esta for realmente uma tendência da convencionalização dos mercados de orgânicos é importante observar que existe uma ressalva a ela: o consumidor consciente. Apurou-se que os consumidores preferem adquirir alimentos orgânicos pela questão da saúde. Ao mesmo tempo, em que preferem comprar diretamente dos produtores em feiras. Isso traz elementos para compreender o padrão de consumo destes consumidores. São consumidores preocupados com sua própria saúde e com as garantias de qualidade (selo), mas também perceptivos às questões relacionadas com a comercialização conforme o regime dominante. Os

consumidores observam: os processos produtivos e a comercialização, os atores desses processos e as relações entre estes atores quanto à dimensão ética e equitativa.

Esse interesse dos consumidores em alimentos de melhor qualidade, mas também o desejo por adquirirem estes alimentos nos pontos aonde as dimensões ética e de justiça estão presentes, conduz a conclusão de que para a maioria dos consumidores a saúde é fator importante (CHRYSSOHOIDIS; KRYSTALLIS, 2005; TORJUSEN *et al.*, 2001; DIAS *et al.*, 2016), mas esse elemento é considerado de modo balanceado com o fator social imerso nos processos de produção e comercialização dos orgânicos. Deste modo, os consumidores podem vir a notar essa suposta intenção das grandes redes varejistas de cooptação das iniciativas e optar pelo alimento que apresenta a marca do seu produtor. O que amenizaria a potencial influência das redes varejistas no mercado dos orgânicos.

Entretanto, a opção pela mercadoria produzida e comercializada com a marca das produtoras pode ser cerceada pelo fator renda dos consumidores. O freguês que teria condições de fazer essa opção considerando o elemento político da alimentação seria o consumidor de classe social mais elevada. Por outro lado, consumindo os produtos orgânicos das marcas das redes varejistas, os clientes de classe social mais baixa poderiam ter acesso aos alimentos orgânicos que, anteriormente, à convencionalização poderiam ser inacessíveis para eles. Deste modo, com esse aspecto da convencionalização ligada à terceirização da produção, pessoas com renda inferior podem vir a acessar alimentos de melhor qualidade, porém não da forma mais justa para os agricultores.

Se, por um lado, ocorre maior universalização no acesso aos alimentos orgânicos, por outro, os agricultores acabariam (mais uma vez) sendo penalizados, sofrendo as consequências de um novo processo de convencionalização. Os causadores desse problema, nesse tipo de relação entre os atores dos mercados de orgânicos, seriam as grandes redes varejistas e empresas que intermediam a produção, beneficiamento e comercialização. No entanto, mesmo que essa relação não apresente conotações do princípio da justiça, a remuneração pelos produtos orgânicos é superior e os agricultores estão adotando métodos de produção sustentáveis do ponto de vista ambiental. Uma saída viável para essa situação seria aumentar os canais de escoamento da produção orgânica por meio da venda direta de produtor para consumidor, evitando intermediários. Entretanto, destaca-se que, das quatro iniciativas de produção de alimentos orgânicos que comercializam por meio das redes varejistas, duas não são iniciativas de agricultores. Neste caso, os agricultores produzem para uma empresa que é a Beneficiadora 9. A outra iniciativa surgiu de grande investimento do ramo empresarial. Assim sendo, uma das formas pelas quais as redes varejistas têm investido em

marcas de orgânicos é por meio da terceirização da produção com os atores que se identificam com o segmento empresarial.

## 5.2 O CERCEAMENTO DAS POSSIBILIDADES DE COMERCIALIZAÇÃO

O cerceamento das possibilidades dos agricultores comercializarem seus produtos visualiza-se para pelo menos quatro atores, que serão identificados somente nesta seção do capítulo como Casos 1, 2, 3 e 4. O controle externo sobre a destinação da produção dos agricultores foi identificado em distintas magnitudes. Para dois destes casos observa-se relação mais estreita entre estes atores, agricultores e responsáveis pela comercialização e/ou beneficiamento. Para estas duas iniciativas sobre a qual se obteve informação por meio de conversas informais, descobriu-se que a relação com os agricultores fornecedores envolve outros elementos além da compra dos produtos. Estes outros elementos são o fornecimento pela beneficiadora da certificação, assistência técnica, mudas, materiais e embalagens.

Uma destas beneficiadoras (Caso 1) foi definida pela informante como sendo um guarda chuva que fornece certificação para os agricultores sob o critério de exclusividade nas vendas. É uma relação similar à maneira como grandes empresas se integram aos agricultores na agricultura convencional fornecendo-lhes os insumos e assistência técnica necessários à produção agrícola em troca de produtos ou matérias primas. Assim como na integração produtiva, os agricultores orgânicos que recebem estes serviços e insumos para a produção não podem vender sua produção certificada para outros compradores. Os agricultores orgânicos encontram restrições para usarem outro canal de comercialização. Se forem vender para outro canal, devem vender o produto orgânico como convencional ou pagar o dobro pela certificação.

Além de terem limitadas suas opções de comercialização devido a relação que possuem com as beneficiadoras, os agricultores que fornecem hortaliças precisam seguir padrões de qualidade do produto. Se o produto não está de acordo com o padrão, então há devolução e o agricultor não recebe pagamento. O agricultor que tem produtos devolvidos pode vender para Centrais de Abastecimento esses produtos. Porém estes devem ser vendidos sem certificação. Por terem suas opções de comercialização coibidas, existem agricultores que buscam por seus próprios meios certificar suas propriedades. Estes tem liberdade para escolher em qual canal irão escoar suas produções. Se para esta beneficiadora, centrais ou em outros pontos.



A outra iniciativa (Caso 2), fornecendo a certificação dificulta o escoamento da produção dos agricultores por meio de um aumento no custo anual da certificação. Esta cooperativa fornece materiais e serviços aos agricultores. Os agricultores e os gestores da cooperativa se reúnem no início de cada ano para definir a quantidade da produção que cada agricultor deve reservar para a cooperativa. Caso produzam quantidade superior a combinada pode vender para outros canais. Porém, os agricultores que optarem por venderem seus produtos por outros meios e não pela cooperativa devem pagar o dobro pela certificação. Os agricultores devem pagar o dobro, mesmo que gostariam de vender somente para a cooperativa. Deste modo, a cooperativa apresenta restrição à livre comercialização dos agricultores aumentando os custos da certificação em caso destes acessarem outros mercados, mesmo quando estes gostariam de vender unicamente para esta cooperativa.

Nesta mesma cooperativa, observou-se que a anuidade referente aos custos de certificação aumentou 250% de 2015 para 2016 porque não foi renovado o contrato com os profissionais que prestavam assistência técnica aos agricultores e que eram subsidiados por meio de projetos do governo federal. Nesse caso, o aumento da anuidade seria para custear a contratação desses profissionais que auxiliariam os agricultores para se prepararem para a certificação. Mas, alguns relatos coletados em entrevistas com agricultores desta cooperativa, revelaram que os mesmos estão desassistidos do ponto de vista da assistência técnica oferecida pela organização social a qual estão vinculados. Os agricultores que desejam vender para outros canais que não a cooperativa que fornece a certificação, devem pagar o dobro pela certificação que foi reajustada em 250%.

Ainda sobre o caso desta cooperativa, destaca-se que a mesma apresenta uma determinada trajetória na agricultura orgânica marcada pela iniciativa dos próprios agricultores estimulados por um ator externo detentor de grande supermercado, o qual ressaltou para estes agricultores a possibilidade de produzirem orgânicos e os escoarem por meio dos supermercados que possuía. A cooperativa surgiu em um momento de crise no escoamento dos produtos orgânicos, quando esse único canal de escoamento fechou. A cooperativa foi fundada com intuito de buscar novos canais de escoamento da produção dos agricultores. Para isso, foram contratados vários funcionários para trabalharem na parte da gestão e comercialização. Atualmente, estes funcionários trabalham na sede própria da cooperativa em ambiente climatizado. Alguns deles são diretores da cooperativa tomando as principais decisões. A associação ainda existe e recebe 1% de todo o faturamento da cooperativa.

Percebe-se que a cooperativa criou e assumiu um papel na comercialização dos produtos orgânicos da associação. Entretanto, nem todos os produtos que são produzidos pelos cooperados são comercializados pela cooperativa. Além de apresentar restrição de volumes comercializados, um dos diretores da cooperativa mencionou que a oferta é moldada conforme a demanda. Com esta estratégia, outra informante ponderou que alguns agricultores não tiveram mais seus produtos requisitados pela cooperativa e dentre eles verificou-se retrocesso já que alguns voltaram a desempenhar as atividades que eram realizadas em período anterior a migração para a agricultura orgânica.

Esta informante avaliou que a cooperativa não propõe medidas compensatórias para os agricultores cujos produtos não são mais solicitados pelo mercado, como é o caso das compotas e das hortaliças. Não orienta estes agricultores a acessarem novos mercados ou a trocarem de produto produzido. Os agricultores não recebem assistência sendo que a cooperativa não se sente responsabilizada pelos impactos que a mudança de mercado acarreta sobre estes agricultores. A assistência não é fornecida aos agricultores mesmo havendo relatos de que existem recursos e profissional que poderia atuar nesse sentido dado que a cooperativa recebia auxílio do governo federal para atender demandas sociais. Percebe-se claramente que a orientação seguida por esta cooperativa é mercantil se isentando de possíveis consequências negativas que esta orientação pode ocasionar aos seus cooperados.

Esta cooperativa possui algumas semelhanças com outra cooperativa (Caso 3) e com uma feira (Caso 4) que remetem a um distanciamento das origens e a cooptação das iniciativas. Na feira investigada constatou-se que no princípio dessa iniciativa havia protagonismo dos agricultores. O Caso 2 e o 4 são iniciativas que nasceram com os agricultores ou foram criadas para dar visibilidade e atender a necessidade de comercialização dos produtos orgânicos. Ao longo do tempo, entretanto, essas iniciativas foram cooptadas por novos atores que não são responsáveis pela produção orgânica e nem compunham essas iniciativas quando começaram a se desenvolver. São pessoas que se ocuparam da parte da gestão e com a qual os cooperados e agricultores feirantes não estão satisfeitos.

Nas duas cooperativas, Casos 2 e 3, os lucros não são divididos de maneira igualitária entre os gestores e os cooperados. Os produtos são comprados pelas cooperativas que podem realizar algum procedimento de beneficiamento. São procedidos descontos no preço final dos produtos que são para cobrir as despesas de transporte e carregamento. Quando as cooperativas vendem estes produtos, os mesmos recebem um acréscimo no seu preço de compra. Isso ocorre mesmo que não sejam feitas transformações nos produtos.

A forma como essas cooperativas se organizaram para beneficiar e escoar a produção que adquirem pode ser considerado como uma maneira adequada de escoamento da produção quando há concordância de todos os envolvidos para que a gestão ocorra desta forma. Entretanto, em ambas as cooperativas não é o que acontece. Existem descontentamentos por parte dos cooperados com relação aos rumos que as cooperativas vêm tomando. O que demonstra que estão em desacordo com a postura e as decisões que os diretores das cooperativas dão a esses empreendimentos. Essas cooperativas iniciaram como associações e atualmente mantêm os dois formatos de organização social, de associação e cooperativa.

Alerta-se que para três destes casos surgiram mudanças de trajetórias e dos princípios orientadores. Para um destes casos (Caso 1), desde o seu início o interesse econômico apresentava-se preponderante. Nestes quatro casos destaca-se a reduzida ou diminuta autonomia dos agricultores. Nestes casos, atenta-se que o conceito de substituição encontra relevância. Para uma das quatro iniciativas (Caso 1) existem maiores semelhanças entre o conceito de substitucionismo e a prática. A não aceitação de produtos que passaram por alguma intempérie ou ataque de pragas e ainda a proibição da venda dos mesmos para mercado alternativo utilizando-se da certificação provinda pela agroindústria são os elementos que se concatenam com o conceito de substituição. Destaca-se que esta agroindústria vende seus produtos para redes varejistas.

Como impactos das exigências de qualidade dos produtos estão a busca por alternativas que previnam potenciais danos às culturas agrícolas e/ou que aumentem a qualidade dos produtos. O padrão de qualidade exigido por alguns compradores conduz os agricultores a buscarem por maneiras produtivas que assegurem um distanciamento dos processos naturais que gerem a produção de alimentos, com intenção de protegerem-se de possíveis prejuízos. Ao buscarem por modos de produção que previnam prejuízos, os agricultores estarão se afastando dos princípios da agricultura orgânica.

Para elucidar as consequências de serem seguidas ondulações do mercado na agricultura orgânica, nesta seção aponta-se um quinto caso. Neste caso a relação entre os atores foi decisiva para que uma iniciativa da agricultura orgânica viesse a sucumbir. Ocorreu entre uma empresa que mantinha contrato com os agricultores e redes de supermercados. Nessa situação, a empresa fez um investimento alto com intenção de atender todas as normas da legislação brasileira e as impostas pelas redes varejistas. Como beneficiava dois tipos de produtos (chás e hortaliças) foi necessário estruturar uma planta industrial que atendesse duas normatizações distintas de agroindústrias. Para atender essas exigências e normatizações e haver um espaço para o escritório, construiu-se uma unidade com 1.200m<sup>2</sup>. Mensalmente era

paga uma prestação alta referente ao financiamento da construção da unidade feita junto a uma das instituições bancárias do município. A necessidade de quitar essas mensalidades fazia com que a empresa dependesse fortemente do pagamento pelos produtos comercializados.

O comércio ocorria, principalmente, com redes varejistas. Como de *praxe* as redes varejistas descontam aproximadamente 30%, chegando a valores maiores em certas ocasiões. Segundo as informações coletadas, as redes mencionam que uma parte deste desconto é porque ocorrem perdas durante o transporte, que o produto não chega adequado para a comercialização. Outra parte do desconto é referente ao empréstimo de caixas das redes varejistas e para remunerar a mão de obra necessária para descarregar e expor os produtos nas prateleiras dos supermercados. No caso dessa empresa, uma das redes de supermercados diminuiu drasticamente o volume solicitado e atrasou o pagamento de parte significativa de um dos pedidos o que acabou provocando um colapso na empresa que acabou fechando. Muitos dos agricultores, no momento das conversas, estavam com suas produções prontas para serem colhidas.

Ao final desta seção é importante mencionar que não são todas as beneficiadoras e os lojistas que exigem produtos com padrão de qualidade semelhante ao das regras de qualidade do regime sociotécnico alimentício dominante. Assim como não são todas as agroindústrias que fornecendo certificação e insumos, cerceiam a comercialização dos agricultores. É apenas uma porção do conjunto de atores agroindústrias e lojistas que seguem mais de perto as regras do regime sociotécnico alimentício dominante. Dentre estas organizações são adotados majoritariamente os princípios que obedecem as ondulações do mercado. Dentre todas as agroindústrias verificadas ao longo desta investigação, cinco destas beneficiadoras apresentam estas características correspondendo a aproximadamente 50% destes atores apurados. Deste modo, essa inclinação para a lógica mercantil não se manifesta entre todas as agroindústrias analisadas. Existem casos distintos destes onde os valores presentes na agricultura orgânica definidos pela IFOAM (2005) são mantidos.

### 5.3 CONSEQUÊNCIAS DO USO DE CONTRATOS

Um dos pontos que consta nos contratos com redes varejistas remete a exclusividade nas vendas. A exclusividade nas vendas é uma regra em que se concebe que os agricultores não podem vender para nenhum outro comprador, podendo apenas acessar o canal de comercialização do lojista varejista com o qual possuem contratos. Um informante atestou

que quando começaram a vender para uma rede de supermercados na década de 1990, havia essa questão da exclusividade. Naquele período, a associação não podia vender para nenhum outro lojista consumidor ou cliente.

Atualmente, a exclusividade não é mais um critério adotado na prática pelos lojistas, mas alguns informantes alegaram que a exclusividade consta no contrato. No entanto, os fornecedores não são obrigados a segui-la. Esse é um tópico abordado pelos varejistas com os agricultores de modo coloquial, apontando que seria interessante venderem somente para as redes, conforme o contrato. Os fornecedores que apontaram esse aspecto reconhecem que a exclusividade é cobrada em conversas informais, mas que há flexibilidade por parte dos lojistas nesse aspecto, que compreendem o fato dos seus fornecedores estarem acessando distintos canais de comercialização.

Os descartes de aproximadamente 30% realizados pelas redes varejistas dos produtos *in natura* entregues pelos agricultores acarretam em perdas que poderiam ser evitadas caso estes fornecedores e suas organizações vendessem em outros canais. A justificativa para estes abatimentos que está relacionada com a baixa qualidade é questionada por alguns dos fornecedores, que conhecem a qualidade de seus produtos e sabem que nas condições em que os produtos foram enviados e transportados, seria praticamente impossível que os produtos, ao longo do transporte, tivessem se danificado em proporções inclusive superiores a 30%. Dois agricultores relataram da seguinte forma seus descontentamentos com esses descontos procedidos pelas redes varejistas.

Sempre a corda arrebenta do lado mais fraco, sempre a corda arrebenta do lado mais fraco! Então eu fornecia pra uma grande empresa de São Paulo, comprava bastante aqui na região, eu tinha um contrato com eles de fornecer X quantidade por semana de dois, três produtos. Além de um prazo absurdo de 45 dias pra você receber, as notas vinham com muito desconto. Você mandava 1000 unidades, eles descontavam 30%, eu recebia sobre 700 lá. Ou até mais, teve situações assim que teve 65, 70% de descarte de lote. Só que um dos pontos: da propriedade ele sai perfeito, sai bonito, sai classificado, sai uniforme, chegava lá em São Paulo, no depósito tinha o descarte, então eu queria saber o porquê do descarte [...] Então assim, a partir do terceiro mês, não, não trabalho com empresas desse tipo, a corda sempre arrebenta do lado do produtor na verdade né (AGRICULTOR 4).

Se der uma semana que ele não teve venda ele revoga toda a produção e tem um diacho de uma cláusula lá que ele pode revogar, e ele não te paga. Você está lá com a produção pra vender e ele não te paga [...] A é, você chega lá com uma carga determinada que é uma entrega semanal ele fala “Não, hoje eu estou com entrega não sou obrigado a pegar”. Manda de volta, aí você fica lá com aquilo lá, um mundo de mercadoria [...]. Se você não entrega porque deu um problema na horta, eles te descontam o teu percentual, um percentual de contrato teu, e se você não entrega que eles não venderam, eles não te pagam, ou seja, garantia zero pro produtor (AGRICULTOR 1).

A partir destes depoimentos, percebe-se que os agricultores desconhecem as verdadeiras razões pelas quais são procedidos descontos. Além disso, as situações expostas por estes agricultores denotam que, mesmo tendo suas vendas encobertas pelas cláusulas contratuais, inexistem certezas quanto à venda da produção dos agricultores. Os contratos apresentam ambiguidade na garantia de que os produtos dos agricultores serão escoados pelo canal das redes varejistas.

A experiência de revogação de parcelas da produção devido à “baixa” qualidade foi mencionada por outros agricultores que foram consultados de modo informal. Esses agricultores foram sondados, pois chamou atenção a embalagem que estavam usando para comercializarem na feira. Era a mesma visualizada nas hortaliças vendidas em uma rede de supermercados próxima. Ao serem questionados os agricultores informaram que são fornecedores da rede varejista e que as mesmas embalagens são usadas na feira e na rede varejista porque as hortaliças murcham menos. Devido a este benefício, os agricultores orgânicos não demonstraram remorso por estarem usando sacos plásticos na comercialização da feira. Mas lastimaram estarem comercializando outras hortaliças, como os brócolis e a couve flor, envoltas em plástico filme e isopor, pois o isopor não é reciclável. Os agricultores gostariam de poderem não utilizar esses materiais no comércio da feira<sup>3</sup>.

Além deste aspecto, em uma das conversas informais com esses agricultores foi revelado que as rúculas e couves chinesas que estavam expostas ao fundo da banca da feira haviam sido revogadas pela rede de supermercados devido à aparência que apresentavam. Em outra conversa, uma agricultora dessa mesma cooperativa informou que a revogação devido a feição dos produtos é um fato que pode ocorrer independentemente do cliente. Diante desta necessidade de respeitar um padrão de qualidade, os informantes revelaram que a cooperativa tem adotado critérios diferenciados para escolher as hortaliças destinadas para a rede varejista. No momento de prepararem a entrega para a rede varejista, escolhem as hortaliças que estão visualmente mais bonitas.

A exigência dos lojistas, especialmente redes varejistas, quanto ao nível de qualidade que os produtos devem apresentar provoca ajustamentos nas unidades de produção e beneficiamento dos alimentos orgânicos. A partir do início da comercialização com grandes redes varejistas, agricultores e agroindústrias modificaram, adequaram e/ou investiram em infraestrutura, fizeram planejamento de produção e investiram em treinamento de funcionários. Foi apontado por um informante que para vender para estes lojistas foi

---

<sup>3</sup> As razões da utilização do isopor e do plástico filme para a comercialização na feira não ficaram claras.

necessário construir um local para selecionar as hortaliças e empacotá-las conforme a exigência desse lojista. Além de que foi necessário haver planejamento para terem condições de ofertar produtos conforme essa demanda. E o pessoal que trabalha no embale e seleção precisaram ser treinados para preparar um produto de acordo com as exigências da rede. Outros atores financiaram a construção de uma unidade de beneficiamento que atendia todas as normas legais e da rede varejista. Todos esses foram investimentos e modificações apontados como sendo necessários para se adequarem as exigências destes lojistas.

Percebe-se então que além das regras quanto ao descarte dos 30% estarem nebulosas, outros aspectos como o padrão de qualidade presentes na comercialização com redes varejistas são obscuras. Essas incertezas mudam a percepção dos agricultores quanto aos seus próprios produtos considerando que suas hortaliças podem realmente estarem com aspecto indesejável.

#### 5.4 A HIPÓTESE DA BIFURCAÇÃO

Para averiguar se a hipótese da bifurcação (DARNHOFER *et al.*, 2009), encontra relevância para o caso brasileiro é necessário observar quais são os atores dos grupos de agricultores, beneficiadoras e lojistas que apresentam indícios da convencionalização. Apesar das pesquisas sobre a convencionalização terem sido realizadas principalmente com agricultores, destaca-se que é decisiva para este processo a participação de grandes segmentos industriais de produção de insumos e de corporações alimentares que atuam no beneficiamento, industrialização e varejo. O que denota para o fato de que a convencionalização não é restrita ao segmento dos agricultores orgânicos, mas abrange um conjunto maior de atores. Por vezes, os agricultores se convencionalizam como resposta as pressões e estímulos de atores externos. Exemplo disso são os agricultores que se inclinam para a especialização produtiva quando vendem seus produtos para grandes redes de supermercados.

Então, partindo-se desta concepção de que agricultores e demais atores externos fazem parte do processo de convencionalização dos mercados de orgânicos, será verificado se agricultores, beneficiadoras e lojistas que apresentam indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos são especializados produtivamente e se são de grande escala. Com estes últimos atores, os lojistas, será verificada apenas a escala, já que para este grupo de atores quanto maior o tamanho, maior é a diversidade de produtos que disponibilizam aos consumidores.

No quadro abaixo, expõem-se os atores destas três categorias que apresentam indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos. Conforme este quadro se percebe que, dos atores que apresentam indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos, são poucos que se identificam com os dois elementos da hipótese da bifurcação. Estes atores são o Agricultor 12 e as Beneficiadoras 1 e 4. Identificados apenas pela especialização produtiva estão o agricultor 2. E identificados unicamente com a grande escala estão as beneficiadoras 2 e 7 e os lojistas 7, 11, 12 e 14 que são as redes varejistas.

Neste sentido, reporta-se que a hipótese da bifurcação se confirma para pequena quantidade dos atores dos mercados de orgânicos que estão convencionalizados. Se forem contadas as redes varejistas, são sete atores dos 25 que apresentaram indícios da convencionalização que confirmariam a hipótese da bifurcação. Dentre os 25 constam os atores consultados informalmente. Deste modo, apenas uma pequena proporção dos atores convencionalizados atua conforme a especialização produtiva e a grande escala. Os demais, mesmo sendo convencionalizados, não apresentam estas características. Isso pode demonstrar que ao processo de convencionalização dos mercados de orgânicos está associado a outros fatores, não estando restritos apenas à escala e a especialização produtiva. O que denota para um fenômeno da convencionalização particularizado para esta região e para a influência dos atores externos neste fenômeno, mudando trajetórias e características de atores que não apresentam grande escala e/ou especialização produtiva.

Ao mesmo tempo em que na imagem da hipótese da bifurcação aponta-se para um desvio na rota da convencionalização. Os agricultores que se desviam desta rota seriam justamente os agricultores e demais atores que continuariam seguindo mais de perto a agricultura orgânica conforme os seus princípios e que são identificados na figura como os agricultores artesanais. Dentre os atores desta investigação que não apresentaram indícios da convencionalização, nota-se que nenhum deles é de grande escala. Nesse sentido, constata-se que, se por um lado os atores convencionalizados nem sempre apresentam grande escala ou especialização e integração produtiva, por outro lado, os atores que não demonstram indícios<sup>4</sup> da convencionalização são diversificados e de escala média ou pequena se assemelhando ao que é colocado na Figura 18.

---

<sup>4</sup> Após a apresentação e discussão dos dados acerca do processo de convencionalização, observa-se que existem fortes evidências deste processo que se constituem em **fatos**, para além de indícios. No entanto, optou-se por continuar usando o termo indício porque a bibliografia sobre este tema utiliza este termo.







## 5.5 CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DAS RELAÇÕES E INFLUÊNCIAS E DA HIPÓTESE DA BIFURCAÇÃO

Neste capítulo tinha-se como uma das intenções expressar as relações e as influências entre os atores dos mercados de orgânicos. Analisando-se os dados coletados gerados a campo e buscados em bibliografias, constata-se que as conexões relacionadas com o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos entre os atores analisados são de três principais ordens: a terceirização da comercialização, de procedimentos e da produção; o cerceamento das possibilidades de escoamento da produção dos agricultores devido a acordos previamente firmados ou não, o que denota para a ação empresarial e apropriação da comercialização nos mercados de orgânicos; e consequências, ajustamentos e condições da comercialização por meio de contratos.

Outra das intenções deste capítulo era verificar se a hipótese da bifurcação se confirmava. Constatou-se que dos 25 atores consultados que apresentam indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos, apenas três caracterizam-se pela especialização produtiva e grande escala. Dentre os lojistas foi considerada apenas a escala sendo que dentre estes atores, dos nove que apresentavam indícios da convencionalização, quatro eram de grande escala.

Destaca-se que neste capítulo analisaram-se informações que foram coletadas com atores que se encontram tanto no regime sociotécnico como no nicho tecnológico. Atualmente existe coevolução entre os alimentos produzidos conforme o regime sociotécnico alimentício dominante e os produzidos pelo nicho de mercado da agricultura orgânica, em que se observa que coexistem tanto os alimentos de procedência convencional como os de procedência orgânica.

A partir do que foi visualizado a campo e por meio de leituras de referências que abordam como a agricultura orgânica se desenvolveu no Brasil (DIAS, 2004; LUZZI, 2007; BRANDENBURG, 2002; ABREU; LAMINE; BELLON, 2009; WEBER, 2007) percebe-se que há um descompasso entre a PMN e os propósitos colocados pelo nicho tecnológico da agricultura orgânica. Em alguns textos sobre a PMN (ELZEN, *et al.*, 2010), concebe-se que o nicho quer introduzir-se ao regime sociotécnico, quando na verdade, no caso da agricultura orgânica, a intenção é armar um novo regime ou inovar o regime dominante.

Atenta-se que os movimentos sociais realizaram um dúbio processo quando se reuniram com dirigentes políticos na tentativa de criar regulações específicas para o nicho da

agricultura orgânica. Indiretamente estes movimentos em prol da agricultura alternativa, agroecologia e agricultura orgânica, acabaram criando os meios para conformarem e fortalecerem uma integração entre a iniciativa da agricultura orgânica e o regime sociotécnico alimentício dominante.

Ao longo das traduções realizadas por distintos atores do nicho e do regime houve alterações em ambos os níveis. O processo de convencionalização dos mercados de orgânicos demonstra como o regime com suas regras específicas para a qualidade dos alimentos, o uso de contratos e a busca por matérias primas de outras regiões e países com intenção de garantir o abastecimento de produtos mudou a novidade da agricultura orgânica. Ao mesmo tempo em que esta novidade também mudou o regime sociotécnico alimentício dominante com a criação de estruturas e regras para comportarem o beneficiamento e comercialização dos produtos com a qualidade orgânica.

Além destas mudanças é importante mencionar que as terceirizações que foram descritas em um dos itens deste capítulo são uma forma de criação de novas redes em que se inventam novas interações, as redes industriais, entre atores e segmentos dos mercados de orgânicos com intuito de produzir os alimentos com essa qualidade. Ademais, se visualiza a mudança nas práticas de usuários e os significados culturais que são consequências das tensões e oportunidades criadas pela paisagem sobre o regime. Atores mais conscientes e engajados politicamente traduzem estas pressões e oportunidades para ações e percepções. Podem-se destacar como mudanças na prática dos usuários e significados culturais os cuidados na comercialização dos alimentos orgânicos evitando contaminações e a busca e valorização pelos consumidores dos canais de comercialização que expressam as dimensões equitativa e de justiça. Todas estas mudanças são, segundo Geels (2004), pré-condições para que a inovação do sistema aconteça.

Quanto à ancoragem da agricultura orgânica ao regime sociotécnico alimentício dominante, percebe-se que a agricultura orgânica apresenta boa ancoragem a este regime. Ou seja, a ligação entre nicho e regime é resistente, bem feita e tem efeito duradouro. A ancoragem possibilitou a ampliação da rede e o envolvimento de outros atores ao longo do processo, fortalecendo e criando coalisões e intensificando contatos e trocas. Entretanto, destaca-se que ainda não se tem clareza a respeito dos desdobramentos da ancoragem do nicho da agricultura orgânica no regime sociotécnico alimentício dominante. Não se sabe se produzirá amplas mudanças no regime sociotécnico alimentício ou se o nicho da agricultura orgânica produzirá mudanças incrementais.

Concebe-se que o nicho da agricultura orgânica encontra-se operando dentro do regime sendo um nicho de mercado, mas também mantém uma de suas partes externamente ao regime. As evidências que subsidiam esta afirmação são que a agricultura orgânica continua se posicionando contrariamente ao regime sociotécnico alimentício dominante e existem no mercado de orgânicos outras iniciativas que contém princípios, formatos, ações e critérios distintos dos do regime dominante.

Estas constatações revelam que no período atual existem duas expressões da agricultura orgânica na região investigada. Uma operando com práticas e princípios muito similares ao regime sociotécnico alimentício dominante e outra em que os princípios definidos pela IFOAM se manifestam com maior intensidade. Esta dualidade de expressões ressalta que podem existir atualmente dois nichos da agricultura orgânica. Um inserido ao regime sociotécnico alimentício dominante e outro com uma parte introduzida, sobreposta ao regime e outra fora do regime agindo com dinâmica própria. Destaca-se que atores de ambos os nichos podem se relacionar entre si.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na presente tese buscou-se descobrir e analisar à luz da Perspectiva Multinível como está ocorrendo o processo de convencionalização dos mercados de orgânicos na região meridional brasileira. Para isso, foram visitados quatro estados brasileiros São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul nos quais foram consultados informalmente ou formalmente por meio de entrevistas agricultores familiares ou não, agroindústrias de beneficiamento de alimentos, lojistas especializados ou não na venda de produtos orgânicos, consumidores e extensionistas rurais.

Foram examinados distintos atores dos mercados de orgânicos porque se compreende que os agricultores desempenham a agricultura orgânica em parceria com outros atores que lhes vendem insumos ou compram suas matérias primas ou produtos finais. Se os agricultores orgânicos estão demonstrando práticas, ações ou compreensões que são similares ao regime sociotécnico alimentício dominante é porque são estimulados por uma demanda ou pressões externas. Acredita-se que além da aptidão dos agricultores a desenvolverem uma agricultura orgânica de forma íntegra, a convencionalização também está relacionada com as tendências do mercado e do contexto onde os agricultores estão inseridos que os pressiona para determinadas direções abrindo possibilidades ou não.

A tese foi estruturada em quatro capítulos sendo que no primeiro destes capítulos foram expostas as perspectivas teóricas e metodológicas. Nos outros três capítulos foram exibidos os dados e foram realizadas análises dos quatro objetivos específicos da tese. No segundo capítulo foram identificados os indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos entre os agricultores. Destaca-se que o engajamento à agricultura orgânica conforme o interesse econômico conduz à integração da agricultura orgânica as unidades produtivas conforme o paradigma da substituição de insumos. Conforme os dados deste capítulo notou-se que houve uma ampliação no escopo de indícios que caracterizam a convencionalização. Indícios como a conversão parcial com uso de insumos desautorizados por normas de certificação em porções não certificadas das unidades e a especialização produtiva por opção foram consideradas como sinais da convencionalização que não constavam nas bibliografias nacionais e internacionais consultadas.

Observando algumas críticas que foram feitas ao debate da convencionalização dos mercados de orgânicos, buscou-se tomar as devidas precauções para não incorrer em mesmos equívocos. Analisaram-se os indícios da convencionalização encontrados entre os agricultores de acordo com o contexto em que estes atores se encontravam e de acordo com o estágio e

trajetória destes na agricultura orgânica. Neste sentido, alguns indícios encontrados entre os agricultores que os caracterizariam como convencionalizados foram descartados porque, mais do que indícios são provocados pelo ambiente ao qual estão inseridos ou se relacionam com estágios nos quais os agricultores se encontram, como, por exemplo, o início da transição, que pode ser caracterizada pelo uso de quantidades expressivas de insumos externos.

No terceiro capítulo da tese buscou-se conhecer critérios, ações e formatos adotados por agroindústrias de beneficiamento, lojistas e consumidores no momento de adquirirem, beneficiarem e/ou comercializarem matérias primas e produtos com a qualidade orgânica. Observou-se que os atores discutidos neste capítulo são heterogêneos. Dos dados encontrados destaca-se o fornecimento por algumas agroindústrias de beneficiamento de materiais e assistência técnica assemelhando-se com o sistema de integração produtiva adotado no sistema convencional. Além disso, dentre as agroindústrias, destaca-se o uso de contratos como uma garantia de abastecimento das matérias primas mais escassas no mercado. Denota-se que os procedimentos de beneficiamento e industrialização das matérias primas orgânicas não são em mesma magnitude e profundidade das verificadas no regime sociotécnico alimentício dominante. Além disso, observa-se que a maioria das agroindústrias investigadas elabora tanto produtos orgânicos como convencionais.

Outro elemento presente nos mercados de orgânicos são inspeções adicionais à observação da certificação orgânica válida dos fornecedores de produtos e matérias primas. Realizam estas inspeções tanto agroindústrias quanto lojistas. Dentre os lojistas atenta-se para a necessidade dos produtos entregues pelos fornecedores atenderem aos padrões de qualidade e para o uso dos contratos como uma das principais ações e critérios empregados por uma porção dos lojistas investigados. Avulta-se que os contratos não são garantias de escoamento da produção dos agricultores. A revogação de entregas devido a qualidade e exigências de volumes expressivos de produtos podem estar conduzindo os agricultores a empregarem técnicas que lhes assegurem menores perdas na qualidade. Outros agricultores insatisfeitos com as condições pelas quais ocorre a comercialização com as grandes redes varejistas desistem de escoarem seus produtos por meio destes atores.

Com relação ao grupo dos consumidores, assevera-se como pontos capitais a percepção destes atores de que a principal característica dos orgânicos é ser livre de agrotóxicos. Dentre este grupo de atores, há a busca pela aquisição dos orgânicos diretamente com os produtores agricultores valorizando as formas de acessar os alimentos orgânicos da forma mais justa. A valorização das trocas baseadas em princípios de justiça demonstra que

estes atores tem potencial de direcionar mudanças nos mercados de orgânicos inclusive amenizando o processo de convencionalização.

Por último, no quarto capítulo analisaram-se as relações e influências entre os atores investigados nesta tese. Encontraram-se três principais relações. A primeira remete a um conjunto de diferentes terceirizações. Estas ocorrem no escoamento da produção por meio de marcas de terceiros, na terceirização de procedimentos e na terceirização da produção dos produtos das marcas de orgânicos de grandes redes varejistas. Essa relação entre os atores baseada nestas terceirizações afirma que há um alongamento da cadeia produtiva dos orgânicos.

Outra relação é o cerceamento da livre comercialização pelos agricultores, a apropriação da comercialização e a cooptação de iniciativas. Estes aconteceram com a entrada de atores que não estavam no início destas iniciativas e que provocaram mudança da trajetória destas iniciativas. Neste capítulo também se demonstraram como os contratos podem influenciar a dinâmica dos agricultores acarretando em investimentos em pessoal e infraestrutura sendo que ocorrem casos nos quais o comércio é incerto mesmo com o uso destes dispositivos de compra e venda.

Ao final do capítulo quatro também foi discutido a hipótese da bifurcação. Averiguou-se que dos atores agricultores, agroindústrias e lojistas que apresentaram indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos são poucos que se caracterizam pela especialização produtiva e grande escala corroborando que a convencionalização dos mercados de orgânicos apresenta outras facetas e elementos além dos contidos nesta hipótese.

As evidências trazidas nesta tese sustentam a afirmação de que os processos de transição entre nicho e regime que possibilitaram a ancoragem, mudaram tanto o regime como o nicho. Atualmente, há indicativos da existência de dois nichos. Um operando parte conforme o regime sociotécnico alimentício dominante e parte conforme as suas características primordiais. E outro sendo nicho de mercado atuando internamente ao regime. Ainda é cedo para constatar quais serão as consequências definitivas da ancoragem do nicho da agricultura orgânica ao regime sociotécnico alimentício dominante. Acredita-se que uma inovação do sistema só ocorrerá se as condições que permitem a existência deste regime sociotécnico alimentício dominante venham a se deteriorar.

Além disso, percebe-se que ao fim desta tese o tema discutido não foi esgotado. Ficam para futuras pesquisas o desdobramento de análises sobre os possíveis nichos da agricultura orgânica sob a hipótese de que existem dois nichos. Um operando internamente ao regime sociotécnico alimentício dominante como nicho de mercado e o outro como nicho tecnológico



com parte sobreposta ao regime e parte localizada externamente a este. Fica claro que existem atores enraizados aos princípios orientadores da agricultura orgânica e que a praticam com vigor. No entanto, existem outros atores com outra forma de engajamento que apresentam lógicas e ações similares ao regime.

A procura por uma definição de um ou dois nichos da agricultura orgânica seria com intenção de saber se estes atores com características distintas pertenceriam ao mesmo nicho ou a nichos distintos considerando que os mesmos interagem na amplidão do mercado. A trajetória do nicho da agricultura orgânica é outra complementação que poderá ser feita observando este nicho desde o seu surgimento e esboçando, a partir de um resgate histórico, qual o seu posicionamento em relação ao regime considerando as influências da paisagem para períodos regulares de tempo.

Ao final esclarece-se que esta tese abordou um processo que se encontra em curso. A análise dos fenômenos em tempo real pode ser marcada por aproximações teóricas e análises interpretativas parciais, pois algumas das tendências podem se reforçar ou enfraquecer ao longo do tempo. As análises dos fenômenos em tempo real não são resguardadas pelo tempo. Desde modo, aponta-se que, pelo fato de a convencionalização dos mercados de orgânicos ser um processo abrangente e em curso é certo que, futuramente, algumas das considerações expostas nesta tese mereçam novas investigações. Novas análises poderão ser feitas quando aparecerem outros sinais ou surgirem novos direcionamentos e indícios da convencionalização dos mercados de orgânicos.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, L.; LAMINE, C.; BELLON. Trajetórias da agroecologia no Brasil: entre movimentos sociais, redes científicas e políticas públicas. **Revista Brasileira de Agroecologia**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, p. 1611-1614, nov. 2009. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/577707/trajetorias-da-agroecologia-no-brasil-entre-movimentos-sociais-redes-cientificas-e-politicas-publicas>>. Acesso em: 15 set. 2015.
- ALLEN, P.; KOVACH, M. The capitalist composition of organic: The potential of markets in fulfilling the promise of organic agriculture. **Agriculture and Human Values**, Clinton, v. 17, p. 221-232, 2000. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1023/A:1007640506965>>. Acesso em: 12 sep. 2016.
- ALMEIDA, G.; ABREU, L. Estratégias produtivas e aplicação de princípios da agroecologia: o caso dos agricultores familiares de base ecológica da cooperativa dos agropecuaristas solidários de Itápolis – COAGROSOL. **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 56, n. 1, p. 37-53, 2009. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/576716/estrategias-produtivas-e-aplicacao-de-principios-da-agroecologia-o-caso-dos-agricultores-familiares-de-base-ecologica-da-cooperativa-dos-agropecuaristas-solidarios-de-itapolis---coagrosol>>. Acesso em: 19 out. 2015.
- ALTIERI, M.; NICHOLLS, C. Agroecologia: resgatando a agricultura orgânica a partir de um modelo industrial de produção e distribuição. **Agroecologia**, Pelotas, n. 27, p. 141-152, jul-dez. 2003. Disponível em: <<http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/21265>>. Acesso em: 9 out. 2015.
- ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. Tradução do livro José Fonseca. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ORGÂNICOS - BRASILBIOS. **Orgânicos mantêm o ritmo de crescimento**. Franca, 2015. Disponível em: <<http://www.brasilbio.com.br/pt/noticias/070/Organicos+mantem+o+ritmo+de+crescimento>>. Acesso em: 23 set. 2015.
- BASTIAN, L. **Rural de Porto Alegre**: percepções de moradores da região metropolitana, Porto Alegre, 2010. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/36379>>. Acesso em: 18 dez. 2017.
- BASTIAN, L.; ROSA, N. Apropriação dos insumos usados na agricultura orgânica: análise na região meridional brasileira. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMICA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 55., 2017, Santa Maria. **Anais...** Santa Maria: UFSM, 2017. Disponível em: <<http://icongresso.itarget.com.br/useradm/anais/?clt=ser.7&lng=P>>. Acesso em: 28 out. 2017.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRANDENBURG, A. Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas. In.: ENCONTRO NACIONAL DA ANPPAS, 1., 2002, Indaiatuba. **Anais...** Indaiatuba: ANPPAS, 2002. p. 1-21. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/made/article/view/22125>>. Acesso em: 21 jul. 2015.

BUCK D.; GETZ, C.; GUTHMAN, J. From farm to table: the organic vegetable commodity chain of northern California. **Sociologia Ruralis**, Oxford, v. 37, p. 3–20, 1997. Disponível em:<<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1467-9523.00033>>. Acesso em: 13 aug. 2014.

CANDIOTTO, L.; MEIRA, S. Agricultura orgânica: uma proposta de diferenciação entre estabelecimentos rurais. **CAMPO-TERRITÓRIO: revista de geografia agrária**, Uberlândia, v. 9, n. 19, p. 149-176, Oct. 2014. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/viewFile/26083/15520>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

CAPORAL, F.; COSTABEBER, J. **Agroecologia: alguns conceitos e princípios**. Brasília, DF: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004. Disponível em: <<http://www.fca.unesp.br/Home/Extensao/GrupoTimbo/Agroecologia-Conceitoseprincipios.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2015.

CHRYSSOHOIDIS, G. M.; KRYSTALLIS, A. Organic consumers' personal values research: Testing and validating the list of values (LOV) scale and implementing a value-based segmentation task. **Food Quality and Preference**, Barking, v.16, n.7, p. 585-599, 2005. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329305000170>>. Acesso em: 11 nov. 2015.

COOMBES, B.; CAMPBELL, H. Dependent reproduction of alternative modes of agriculture: organic farming in New Zealand. **Sociologia Ruralis**, Oxford, v. 38, n. 2, p. 127-145, 1998. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-9523.00068>>. Acesso em: 22 jul. 2015.

DAROLT, M. As principais correntes do movimento orgânico e suas particularidades. In: DAROLT, M.R. **Agricultura orgânica: inventando o futuro**. Londrina: IAPAR, 2002. p. 18-26. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/264879788\\_AS\\_PRINCIPAIS\\_CORRENTES\\_DO\\_MOVIMENTO\\_ORGANICO\\_E\\_SUAS\\_PARTICULARIDADES\\_1](https://www.researchgate.net/publication/264879788_AS_PRINCIPAIS_CORRENTES_DO_MOVIMENTO_ORGANICO_E_SUAS_PARTICULARIDADES_1)>. Acesso em: 15 jan. 2016.

DARNHOFER, I. et al. Conventionalisation of organic farming practices: from structural criteria towards an assessment based on organic principles. A review. **Agronomy For Sustainable Development**, Courtaboeuf, n. 30, p. 69-81, 2009. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1051/agro/2009011>>. Acesso em: 17 nov. 2015.

DIAS, M. **As ONGs e a construção de alternativas para o desenvolvimento rural: um estudo a partir da Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa (AS-PTA)**, Rio de Janeiro, 2004. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) –

Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

DIAS, V. et al. A importância da certificação nos circuitos curtos de alimentos orgânicos. **Espacios**, Caracas, v.37, n.03, p. 1-14, 2016. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/151079/001010073.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 16 mar. 2017.

DIMAGGIO, P.; POWELL, W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, Menasha v. 48, n. 2, p. 147-160, Apr. 1983. Disponível em: <[https://www.jstor.org/stable/2095101?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/2095101?seq=1#page_scan_tab_contents)>. Acesso em 10 dez. 2015.

ELZEN, B.; BARBIER, M. Introduction. In: BARBIER, M.; ELZEN, B. (Ed.). **System innovations, knowledge regimes, and design practices: towards transitions for sustainable agriculture**. Paris: INRA, 2012. p. 11-21.

ELZEN, B. et al. Stimulating transitions towards sustainable farming systems. In: DARNHOFER, I.; GIBBON, D.; DEDIEU, B. (Ed.). **Farming systems research into the 21st century: the new dynamic**. Dordrecht: Springer, 2012. p. 431-455. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/273120393\\_Stimulating\\_transitions\\_towards\\_sustainable\\_farming\\_systems](https://www.researchgate.net/publication/273120393_Stimulating_transitions_towards_sustainable_farming_systems)>. Acesso em: 16 jan. 2017.

ELZEN, B.; LUUDWIN, C.; van MIERLO, B. Anchorage of innovations: assessing dutch efforts to use the greenhouse effect as an energy source. **Research Policy**, Eindhoven, p. 1-28, 2008. Disponível em: <<http://library.wur.nl/WebQuery/wurpubs/377019>>. Acesso em: 25 mar. 2018.

EMBRAPA. **Revisão de Literatura**. Passo Fundo, 2007. Disponível em: <[http://www.cnpt.embrapa.br/biblio/bp/p\\_bp50\\_4.htm](http://www.cnpt.embrapa.br/biblio/bp/p_bp50_4.htm)>. 2007. Acesso em: 19 set. 2017.

EMBRAPA clima temperado pesquisa cultivo de morangos suspensos. **De Olho no Campo**, [S.l.], 9 ago. 2014. Disponível em: <<http://www.deolhonocampo.com.br/2014/08/morangos-suspensos-carlos-reisser-embrapa-clima-temperado.html>>. Acesso em: 19 set. 2017.

GEELS, F. Understanding system innovations: a critical literature review and a conceptual synthesis. In: ELZEN, B.; GEELS, F.; GREEN, K (Eds.). **System innovation and the transition to sustainability: theory, evidence and policy**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2004. p. 19-47. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/248694840\\_Understanding\\_system\\_innovations\\_A\\_critical\\_literature\\_review\\_and\\_a\\_conceptual\\_synthesis](https://www.researchgate.net/publication/248694840_Understanding_system_innovations_A_critical_literature_review_and_a_conceptual_synthesis)>. Acesso em: 12 jan. 2016.

GEELS, F.; SCHOT, J. Typology of sociotechnical transition pathways. **Research Policy**, Eindhoven, v. 36, p. 399-417, 2007. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733307000248>>. Acesso em: 11 jan. 2016.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Ed. Unesp, 1991.

GIDDENS, A. **The constitution of society**: outline of the theory of structuration. Berkley; Los Angeles: University of California Press, 1984.

GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIULIANI, G. Neo-ruralismo: o novo estilo dos velhos modelos. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, ano 5, n. 14, p. 55-68, out. 1990. Disponível em: <[http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_14/rbcs14\\_05.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_14/rbcs14_05.htm)>. Acesso em: 13 maio 2009.

GOODMAN, D.; SORJ, B.; WILKINSON, J. **Da lavoura às biotecnologias**: agricultura e indústria no sistema internacional. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008.

GUTHMAN, J. The trouble with ‘organic lite’ in California: a rejoinder to the ‘conventionalisation’ debate. **Sociologia Ruralis**, Oxford, v. 44, n. 3, p. 301-316, 2004. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9523.2004.00277.x>>. Acesso em: 14 set. 2014.

HALL, A.; MOGYOROBY, V. Organic farming in Otario: an examination of the conventionalization argument. **Sociologia Ruralis**, Oxford, v. 41, n. 4, p. 399-422, Oct. 2001. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1467-9523.00191>>. Acesso em: 21 nov. 2015.

INTERNATIONAL FEDERATION OF ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENT - IFOAM. **Princípios da agricultura biológica**: preâmbulo. Boon: IFOAM HEAD OFFICE, 2005. Disponível em: <[http://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa\\_portuguese\\_web.pdf](http://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa_portuguese_web.pdf)>. Acesso em: 14 set. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - IDEC. Quer pagar quanto? **Revista do Idec**, São Paulo, p. 16-20, abr. 2010. Disponível em: <[http://www.idec.org.br/uploads/revistas\\_materias/pdfs/2010-04-ed142-capac-organicos1.pdf](http://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/2010-04-ed142-capac-organicos1.pdf)>. Acesso em: 24 nov. 2015.

JANDREY, W.; SCHULTZ, G.; SOUZA, M. Canais de comercialização e sua relação com a diversificação ou especialização em sistemas orgânicos de produção familiares na região da serra gaúcha. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 55., 2017, Santa Maria.. **Anais...** Santa Maria: SOBER, 2017. p. 1-20. Disponível em: <<http://icongresso.itarget.com.br/useradm/anais/?clt=ser.7&lng=P>>. Acesso em: 27 Jul. 2017.

LAKATOS, E.; MARCONI, M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1991.

LAMINE, C.; BELLON, S. Conversion to organic farming: a multidimensional research objetc at the crossroads of agriculture and social sciences. A review. **Agronomy for Sustainable Development**, Dordrecht, v. 29, p. 97-112, 2009. Disponível em: <<https://www.agronomy-journal.org/articles/agro/abs/2009/01/a7119/a7119.html>>. Acesso em: 22 fev. 2016.

LUZZI, N. **O debate agroecológico no Brasil**: uma construção a partir de diferentes atores sociais. 2007. (Doutorado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <[http://orgprints.org/21839/1/Luzzi\\_Debate.pdf](http://orgprints.org/21839/1/Luzzi_Debate.pdf)>. Acesso em: 18 nov. 2017.

MARQUES, F. Nicho e novidade: nuances de uma possível radicalização inovadora na agricultura. In: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (Org.). **Os atores de desenvolvimento rural**: práticas produtivas e processos sociais emergentes. Porto Alegre: EdUFRGS, 2011. p. 145-158.

NIEDERLE, P. Política de valor nos mercados alimentares: movimentos sociais econômicos e a reconstrução das trajetórias sociais dos alimentos agroecológicos. **Século XXI: Revista de Ciências Sociais**, Santa Maria, v. 4, n. 1, p. 162-189, jan./jul. 2014. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/117312>>. Acesso em: 20 out. 2015.

NIEDERLE, P.A.; ALMEIDA, L. A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. In: NIEDERLE, P.A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Org.) **Agroecologia**: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Rio de Janeiro: Kairós, 2013. p. 23-68. Disponível em: <<http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/07/AGROECOLOGIA-praticas-mercados-e-politicas.pdf>>. Acesso em: 15 dez. 2015.

OELOFSE, M. et al. Organic farm conventionalisation and farm practices in China, Brazil and Egypt. **Agronomy for Sustainable Development**, Paris, 2011. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/901523/organic-farm-conventionalisation-and-farmer-practices-in-china-brazil-and-egypt>>. Acesso em: 15 maio 2015.

PLOEG, J. D. **Camponeses e impérios alimentares**: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: EdUFRGS, 2008.

RAMOS, P.; STOREL, A. O açúcar e as transformações nos regimes alimentares. **Cadernos de Debate**, Campinas, v. 8, p. 36-54, 2001. Disponível em: <<http://sweetlift.com.br/wp-content/uploads/2013/04/Sweet-Lift-7.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

RIP, A.; KEMP, R. Technological Change. In.: RAYNER, S.; MALONE, E. (Ed.) **Human choice and climate change**. Columbus: Batelle Pres, 1998. p. 327-399.

ROCHA, D.; DEUSDARÁ, B. Análise de conteúdo e análise de discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. **ALEA**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 305-322, jul./dez. 2005.

ROESE, A. et al. Diário de campo: construção e utilização em pesquisas científicas. **Online Brazilian Journal of Nursing**, Niterói, v. 5, n. 3, 2006.

ROVER, O.; LAMPA, F. Rede Ecovida de agroecologia: articulando trocas mercantis com mecanismos de reciprocidade. **Agriculturas**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 22-25, jun. 2013. Disponível em: <<http://aspta.org.br/revista/v10-n2-construcao-social-dos-mercados/rede->

ecovida-de-agroecologia-articulando-trocas-mercantis-com-mecanismos-de-reciprocidade/>. Acesso em: 21 nov. 2016.

SCHNEIDER, S.; MARQUES, F.; CONTERATO, M. Introdução. In: MARQUES, F.; CONTERATO, M.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: EdUFRGS, 2016. p. 11-18.

SMITH, A. Translating sustainabilities between green niches and socio-technical regimes. **Technology Analysis and Strategic Management**, Edinburgh, v. 19, n. 4, p. 427-450, July 2007. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09537320701403334>>. Acesso em: 25 mar. 2018.

TORJUSEN, H. et al. Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway. **Food Quality and Preference**, Barking, v.12, n.3, p. 207-216, 2001. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329300000471>>. Acesso em 15 jun. 2017.

TOVAR, L. et al. Certified organic agriculture in Mexico: market connections and certification practices in large and small producers. **Journal of Rural Studies**, Wales, UK v. 21, p. 461-474, 2004. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0743016705000884>>. Acesso em: 25 jul.2015.

WEBER, J. **Red de acción en plaguicidas y sus alternativas de América Latina**. Santa Cruz do Sul: CAPA, 2007. Power point. Disponível em: <<https://slideplayer.com.br/slide/2924813/>>. Acesso em: 16 out. 2018.

WISKERKE, J. On promising niches and constraining sociotechnical regimes: the case of Dutch wheat and bread. **Environment and Planning**, Thousand Oaks, CA, v. 35, p. 429-448, 2003.

WIT, J.; VERHOOG, H. Organic values and the conventionalization of organic agriculture. **NJAS**, Wageningen, v. 54, n. 4, p. 449-462, 2007. Disponível em : <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1573521407800157>>. Acesso em: 18 mar. 2016.





Marque de 1 a 6, sendo que 1 corresponde a atividade que representa o maior dos rendimentos e 6 corresponde a atividade que representa o menor dos rendimentos. Caso não tenha todas essas atividades, marque apenas aquelas que são desenvolvidas por um ou mais membros de sua família.

- ( ) Produção agrícola não transformada.
- ( ) Produtos beneficiados, agroindustrializados ou que receberam alguma agregação de valor.
- ( ) Agroturismo.
- ( ) Pensão, aposentadoria.
- ( ) Atividade realizada fora da propriedade.
- ( ) Outra. Qual? .....

1.9 Há contratação de pessoas para alguma dessas atividades:

		Se sim, quantas pessoas?	Dias, em média, ao ano.
Produção agrícola	Orgânica		
	Convencional		
Agroindustrialização Beneficiamento	Orgânica		
	Convencional		

1.10 Qual é a certificação que você possui? .....

## (2) Trajetória na Agricultura Orgânica

2.1 Como foi tomado conhecimento sobre a agricultura orgânica? Quais foram os motivos que estimularam a transição para a agricultura orgânica? Quanto tempo durou a transição?

.....

.....

.....

2.2 Quem auxiliou no processo de transição? Houve acompanhamento e orientação técnica?

.....

.....

2.3 Durante a transição, quais foram as mudanças feitas nas técnicas de produção e no manejo agrícola? Houve alteração nos insumos, adubos e sementes, usados na produção e beneficiamento? Se sim, quais foram abandonadas e quais foram adotadas?

.....

.....

.....

2.4 Durante a transição, houve troca nos produtos cultivados na propriedade?

.....  
 Se sim, por que optou-se por trocar? .....

.....  
 Se não, por que não foram alterados? .....

### (3) Caracterização da Agricultura Orgânica

3.1 Qual é a proveniência, origem, das sementes, caldas, compostos e demais insumos usados na produção orgânica? Esses insumos são de origem orgânica ou convencional? Se são orgânicos, possuem certificação?

.....  
 3.2 Descreva como ocorre o processo de produção de um dos produtos cultivados na propriedade, desde o preparo do solo até a comercialização. Incluindo o beneficiamento se houver?

.....  
 3.3 O manejo dos cultivos e criações é dirigido procurando aproveitar os mecanismos naturais do agroecossistema que favorecem o desenvolvimento das culturas?

.....  
 3.4 Existe algum equipamento ou máquina para a produção e, se houver, beneficiamento, dos produtos orgânicos?

.....  
 3.5 Qual é a área ocupada por cada um dos seus diferentes cultivos agrícolas? Você faz rotatividade entre os cultivos?

.....  
 3.7 Desde a obtenção da certificação orgânica até o período atual, houve mudanças na forma como é feito o manejo ecológico em sua propriedade?

( ) Alteraram as técnicas.

( ) Alteraram os produtos ou criações.

( ) Aumentou o número de produtos cultivados ou o número de criações.

( ) Aumentou a área cultivada.

- ( ) Aumentou o número de pessoas que trabalham.
- ( ) Simplificou-se o manejo necessário para a produção agrícola (número de etapas, cuidado, atividades).
- ( ) Aumentou o número de insumos que são obtidos de fora da propriedade.
- ( ) Outras mudanças. Quais?.....

3.8 Segundo a sua opinião, quais foram os fatores que provocaram essas mudanças?

.....  
 .....

#### **(4) Beneficiamento**

4.1 Quando algum produto é beneficiado, onde ocorre esse processo?

.....

4.2 Há beneficiamento de produtos de outros agricultores e/ou fornecedores?

.....

4.3 Se sim, que produtos são e quais são os elementos considerados para adquirir esse produto?

.....  
 .....

4.4 Quais são os ingredientes que os produtos beneficiados contém?

.....  
 .....

#### **(5) Planejamento das lavouras futuras**

5.1 Quais são os elementos, aspectos, que você observa no momento de decidir os produtos e ou criações a serem cultivados no futuro?

- ( ) Preço de mercado dos produtos.
- ( ) Demanda dos parceiros comerciais (compradores, indústria).
- ( ) Orientação dos extensionistas rurais.
- ( ) Opinião dos vendedores de insumos.
- ( ) Aspectos do agroecossistema da propriedade.
- ( ) A decisão é tomada com outros agricultores parceiros.
- ( ) Outro. Qual?

.....

5.2 Quais desses elementos tem maior “peso”?

.....

## (6) Comercialização

6.1 Quais são os compradores dos seus produtos orgânicos?

	<i>Marque os mercados acessados.</i>	<i>Se sim, em que proporção do total comercializado.</i>	<i>Tempo de comercialização c/ esse comprador.</i>	<i>Onde se localizam.</i>
Consumidores (venda direta em feiras, entregas à domicílio).				
Escolas, hospitais, universidades, presídios. Institucional.				
Supermercados de grandes redes varejistas.				
“Mercadinhos”.				
Lojas especializadas.				
Consumo externo. Exportação.				
Intermediários.				
Indústrias.				

6.2 Agora considere os canais de escoamento da sua produção orgânica adotados 5 anos atrás. Quais eram, naquela época, os compradores dos seus produtos orgânicos?

.....  
 .....

6.3 As práticas produtivas e de preparo dos alimentos para a comercialização, entrega, se diferenciam de acordo com o comprador? Se sim, quais são essas diferenças e para quais compradores?

- ( ) Se diferenciam no manejo dos cultivos.
- ( ) Se diferenciam na escolha dos insumos usados na produção e no beneficiamento.
- ( ) Se diferenciam no beneficiamento.
- ( ) Se diferenciam no empacotamento.

( ) Outro. Qual?.....

6.4 Existe comercialização por meio de contrato de venda? Se sim, com quais compradores existe essa relação contratual? Por que o comércio com esses atores ocorre por meio de contrato? Desde quando você comercializa por meio de contratos?

.....  
 .....

6.5 (*Em caso de resposta positiva para a questão anterior*) Quais são as principais mudanças que passaram a ocorrer a partir do início da comercialização por meio de contratos?

.....  
 .....

6.6 (*Em caso de resposta afirmativa para as questões anteriores*) O que é definido nos contratos?

- ( ) Preços a serem pagos.
- ( ) Quantidades a serem entregues.
- ( ) Certificação que os produtos devem ter.
- ( ) Regularidade de entrega.
- ( ) Forma de entrega.
- ( ) Qualidade (tamanho, aparência, sabor...).
- ( ) Outros. Quais?

.....  
 .....

Anotações Gerais

.....  
 .....

## Roteiro de tópicos e questões – Beneficiadoras

### (1) Identificação

- 1.1 Nome:.....
- 1.2 Município:.....
- 1.3 Empresa/Agroindústria: .....
- 1.4 Filiais: .....

### (2) Percepção de agricultura orgânica

2.1 Na sua opinião, o que é agricultura orgânica?

.....

.....

.....

2.2 Como você tomou conhecimento da agricultura orgânica?

.....

.....

### (3) Caracterização

3.1 Quais produtos da agroindústria tem certificação orgânica? Qual é a certificação adotada?  
Por que a agroindústria optou por essa certificação?

.....

.....

3.2 Há quanto tempo há produção orgânica nessa agroindústria? Qual é o volume produzido?  
Nos últimos anos, esse volume vem aumentando?

.....

.....

3.3 Na agroindústria há produção de algum produto que não tem a certificação orgânica?

.....

.....

3.4 *(Em caso de resposta positiva a questão anterior)* Como o processo de produção/industrialização/beneficiamento dos produtos orgânicos se diferencia dos produtos convencionais?

.....

.....

#### (4) Relação com fornecedores de matérias-primas

4.1 Quem são os fornecedores dessas matérias-primas? Esses fornecedores comercializam de forma coletiva ou individual? São eles que vem oferecer os produtos ou a agroindústria os procura?

.....  
 .....

4.2 Existe contrato de compra e venda (formal ou informal) com esses fornecedores? Se sim, quais são os termos acertados previamente?

- ( ) Preços a serem pagos.
- ( ) Quantidades a serem entregues.
- ( ) Certificação que as matérias-primas devem ter.
- ( ) Regularidade de entrega.
- ( ) Forma de entrega.
- ( ) Qualidade da matéria-prima (tamanho, aparência, sabor...).
- ( ) Outros. Quais?

.....  
 .....

4.3 De que outra forma a agroindústria se relaciona com os fornecedores de matérias-primas?

- ( ) Fornecendo insumos para a produção orgânica.
- ( ) Fornecendo assistência/orientação técnica por meio de visitas às propriedades dos fornecedores.
- ( ) Dando orientações por meio de reuniões/capacitações acerca da qualidade que as matérias-primas devem apresentar.
- ( ) Outros. Quais?

.....  
 .....

4.4 Existe algum produto orgânico cuja as matérias-primas são produzidas pela própria agroindústria? Se sim, de que forma isso ocorre?

- ( ) Em terras próprias da agroindústria.
- ( ) Em terras arrendadas e/ou de terceiros.
- ( ) Existe pessoal contratado temporariamente somente para o manejo das culturas.
- ( ) Existe pessoal contratado permanentemente somente para o manejo das culturas.
- ( ) Alguns funcionários da agroindústria atuam temporariamente na produção.
- ( ) Outro. Qual?

.....  
 .....  
 4.5 As matérias-primas recebem algum tipo de processamento antes de serem entregues para a agroindústria? Se sim, que processamento é esse?

.....  
 .....

### (5) Transformação da forma rural do produto

5.1 O processo de transformação e industrialização dos produtos orgânicos elaborados na agroindústria envolve alterações na forma original das matérias-primas? Ocorre:

- ( ) Moagem.
- ( ) Refinamento.
- ( ) Desidratação.
- ( ) Refrigeração/Congelamento.
- ( ) Enlatamento.
- ( ) Empacotamento.
- ( ) Outro. Qual? .....

.....  
 .....

5.2 Há adição de outros ingredientes na elaboração dos produtos orgânicos? Se sim, que ingredientes são esses?

.....  
 .....

5.3 (Em caso de resposta afirmativa para a questão anterior) Como você caracteriza os ingredientes que são adicionados?

- ( ) De origem convencional (sem certificação orgânica).
- ( ) Ingredientes sintéticos.
- ( ) Ingredientes provenientes da própria agroindústria.
- ( ) Ingredientes provenientes de outra agroindústria/indústria.
- ( ) Ingredientes com certificação orgânica.
- ( ) Outra. Qual?

.....

5.4 (Em caso de resposta afirmativa para as questões anteriores) Com que finalidade eles são adicionados ao produto final?

.....



.....  
 5.5 Você poderia descrever como ocorre processo de industrialização dos produtos orgânicos, desde a chegada da matéria-prima até a comercialização?  
 .....

.....  
 5.6 Os produtos orgânicos são vendidos empacotados ou a granel?  
 .....

### (6) Comercialização

6.1 Para quais mercados a agroindústria comercializa seus produtos orgânicos?

- ( ) Supermercados de grandes redes varejistas
- ( ) Pequenos mercados, “Mercados de bairro”.
- ( ) Lojas especializadas.
- ( ) Direto ao consumidor, ponto de comercialização próprio, feiras.
- ( ) Institucional (escolas, prefeituras, universidades, presídios).
- ( ) Intermediário.
- ( ) Para outra agroindústria/indústria.
- ( ) Outro. Qual? .....

.....  
 6.2 Onde se localizam esses compradores?  
 .....

.....  
 6.3 Os produtos orgânicos da agroindústria são comercializados com a marca da própria agroindústria?  
 .....

.....  
 6.4 Nos últimos anos, você considera que tem aumentado o número de agentes com os quais você realiza operações comerciais de compra e venda de matérias-primas e produtos com certificação orgânica? Se sim, quem são os agentes que entraram nos mercados de orgânicos?  
 .....

.....  
 6.5 Os seus compradores fazem alguma exigência quanto à qualidade que o seu produto orgânico deve apresentar? Se sim, quais são as exigências?

- ( ) Aparência.
- ( ) Tamanho.

- ( ) Sabor.
- ( ) Embalagem usada.
- ( ) Outro. Qual?

.....  
 .....

6.6 (Em caso de resposta afirmativa para a questão anterior) Quais são os compradores que as fazem?

.....  
 .....

6.7 (Em caso de resposta afirmativa para as questões anteriores) Como essas exigências impactam a agroindústria? Quais foram os impactos que essas exigências provocaram na agroindústria?

.....  
 .....

6.8 A comercialização com algum dos seus compradores ocorre mediante contrato (formal ou informal)? Se sim, quais são os termos acertados previamente?

- ( ) Preços a serem pagos.
- ( ) Quantidades a serem entregues.
- ( ) Certificação que os produtos devem conter.
- ( ) Regularidade de entrega.
- ( ) Forma de entrega.
- ( ) Qualidade da matéria-prima (Tamanho, aparência, sabor...).
- ( ) Outros. Quais?

.....  
 .....

6.9 (Em caso de resposta afirmativa para a questão anterior) Como esses termos acordados previamente nos contratos impactam na agroindústria?

.....  
 .....

6.10 Quais são as principais mudanças que você tem observado atualmente nos mercados de orgânicos?

- ( ) Aumentou a demanda do consumidor, compradores.
- ( ) Aumentou a oferta de matérias-primas.
- ( ) Surgiram novos ingredientes com certificação orgânica.

- ( ) Surgiram novas máquinas e equipamentos.
- ( ) Surgiram novos locais para comercialização.
- ( ) Outro. Qual?

.....  
.....

Anotações gerais

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Roteiro de tópicos e questões – Lojas especializadas (ou não) que atuam no varejo e comercializam orgânicos**

**(1) Identificação**

1.1 Nome:.....

1.2 Município:.....

1.3 Nome da loja: .....

1.4 Quais são os tipos de produtos (mercadorias) que podem ser comercializados pela loja?

.....  
 .....

**(2) Percepção de agricultura orgânica**

2.1 Na sua opinião, o que é agricultura orgânica?

.....  
 .....

2.2 Como a loja tomou conhecimento da agricultura orgânica?

.....  
 .....

2.3 Por que a loja decidiu comercializar mercadorias com a qualidade orgânica?

.....  
 .....

**(3) Caracterização**

3.1 Quando (em que ano) foi iniciada pela loja a comercialização de mercadorias orgânicas?

.....

3.2 Qual foi a primeira marca/produto com certificação orgânica que foi comercializada?

Atualmente, quais são as mercadorias orgânicas que são comercializadas pela loja?

.....  
 .....

**(4) Fornecedores**

4.1 A loja adquire orgânicos diretamente dos agricultores?

.....  
 .....

4.2 Quais são os critérios que precisam ser atendidos pelo agricultor, atravessador ou indústria para que esses possam ser fornecedores de mercadorias orgânicas para essa loja?

.....  
 .....  
 4.3 Quais são os aspectos que um produto orgânico deve apresentar para que a loja o comercialize?

.....  
 .....  
 4.4 Se existem mais do que um fornecedor para um mesmo produto, de qual deles a loja prefere adquirir o referido produto?

( ) Dos agricultores organizados socialmente (cooperativa, associação, central de comercialização).

( ) Dos agricultores que vendem individualmente.

( ) Do atravessador.

( ) Das grandes agroindústrias/indústrias.

( ) Das pequenas agroindústrias/indústrias.

( ) Outro. Qual?

.....  
 .....  
 4.5 Por que a loja opta por esses fornecedores?

.....  
 .....  
 4.6 Qual é o número médio de diferentes produtos (a variedade) que um mesmo fornecedor entrega na loja? Responda conforme o tipo de fornecedor que a loja possui.

\_\_\_\_\_ Agricultores organizados socialmente.

\_\_\_\_\_ Agricultores que vendem individualmente.

\_\_\_\_\_ Atravessador, intermediário.

\_\_\_\_\_ Pequena agroindústria/indústria

\_\_\_\_\_ Grande agroindústria/indústria.

\_\_\_\_\_ Outro. Qual?

.....  
 .....  
 4.7 Ao longo dos últimos anos, você considera que o número de fornecedores de orgânicos vem aumentando?

.....  
 .....  
**(5) Relação contratual**

5.1 A loja estabelece relação comercial com seus fornecedores por meio de contrato de compra e venda? Se sim, quais são as razões para o uso do contrato?

.....  
 .....

5.2 (*Em caso de resposta positiva para a questão anterior*) O que é acertado antecipadamente (nos contratos) com os fornecedores?

- ( ) Preços a serem pagos.
- ( ) Quantidades a serem entregues.
- ( ) Certificação que as mercadorias devem ter.
- ( ) Regularidade da entrega.
- ( ) Forma de entrega.
- ( ) Qualidade dos produtos (tamanho, aparência, sabor...).
- ( ) Outros. Quais?

.....  
 .....

#### **(6) Marcas próprias**

6.1 A loja possui marca própria de orgânicos? Se sim, qual é o nome das marcas dos produtos orgânicos dessa loja? Quais são os produtos que são comercializados por meio dessas marcas?

.....  
 .....

6.2 (*Em caso de resposta positiva as questões anteriores*) No caso desses produtos, a loja atua em quais desses processos produtivos?

- ( ) Produção.
- ( ) Beneficiamento.
- ( ) Industrialização.
- ( ) Empacotamento.
- ( ) Outro. Qual?

.....

#### **(7) “Logística”**

7.1 Durante o período em que a mercadoria orgânica permanece no supermercado está exposta nas gôndolas dos supermercados?

.....  
 .....

7.2 Existe alguma regra específica que deve ser seguida durante o armazenamento, se houver, e a exposição dos produtos orgânicos nas gôndolas dos supermercados? Se sim, que regra é essa? Por que é usada?

.....  
 .....

7.3 Você considera que, a partir do momento que iniciaram a comercialização de mercadorias que apresentam a qualidade orgânica, houve alguma alteração na loja? Se sim, quais foram essas alterações? Por que houve essas mudanças?

.....  
 .....

### **(8) Mercados de Orgânicos**

8.1 Comparado com o período em que foi iniciada pela loja a comercialização de orgânicos, em que sentido o momento atual se diferencia?

- ( ) O preço dos orgânicos está mais acessível.
- ( ) Os fornecedores entregam uma quantidade maior de um único produto.
- ( ) Os fornecedores entregam alimentos orgânicos em maior variedade.
- ( ) Outro. Qual?

.....  
 .....

### **Anotações gerais**

.....  
 .....

## Roteiro de tópicos e questões – Consumidores

### (1) Identificação

1.1 Nome:.....

1.2 ( ) Homem ( ) Mulher

1.3 Município:.....

1.4 Profissão: .....

### (2) Percepção de agricultura orgânica

2.1 O que você entende por alimento orgânico?

.....  
 .....

2.2 Como você tomou conhecimento da agricultura orgânica?

.....  
 .....

2.3 Desde quando (ano) você consome alimentos orgânicos? Por que você opta pelos alimentos orgânicos?

.....  
 .....

### (3) Mercados de orgânicos acessados

3.1 Quais são os alimentos orgânicos e as marcas de orgânicos que você geralmente adquire?

.....  
 .....

3.2 Você adquire alimentos orgânicos em qual desses locais?

( ) Feiras livres.

( ) Lojas especializadas.

( ) Supermercados de grandes redes varejistas.

( ) “Mercadinhos de bairro”.

( ) Padarias.

( ) Outro. Qual?

.....

3.3 (Em caso do consumidor acessar dois ou mais mercados) Em qual desses locais você prefere adquirir os alimentos orgânicos? Por quê?



.....  
 .....  
 3.4 Existe algum local onde você costuma comprar alimentos, mas que você não adquire alimentos orgânicos mesmo esses estando disponíveis?

.....  
 3.5 (*Em caso de resposta positiva a questão anterior*) Qual é esse local e por que não adquire os orgânicos ali comercializados?

- ( ) Preço.  
 ( ) Aparência.  
 ( ) Não conhece a origem, cadeia produtiva, agricultor, indústria, a sua proveniência.  
 ( ) É uma contradição os alimentos orgânicos serem comercializados nesse local.  
 ( ) Outro. Qual?
- .....  
 .....

#### (4) Critérios para aquisição de alimentos orgânicos

4.1 Do seu ponto de vista, quais são as características que você considera como sendo as mais importantes em um alimento orgânico? *Marque de 1 a 9 sendo 1 para a característica mais importante e 9 para a menos importante.*

- ( ) Aparência.  
 ( ) Preço.  
 ( ) Selo de Orgânico.  
 ( ) Embalagem.  
 ( ) Sabor.  
 ( ) Disponibilidade do produto o ano inteiro.  
 ( ) Marca.  
 ( ) Ser isento de agrotóxicos.  
 ( ) Outra. Qual?
- .....  
 .....

4.2 Você considera que os alimentos orgânicos contém algum componente químico?

.....  
 .....

4.3 Na sua opinião, a forma como os alimentos orgânicos são expostos nas prateleiras, gôndolas, mesas, expositores influencia a escolha que você faz deles?

.....  
 4.4 Você conhece os agricultores que produzem os alimentos orgânicos que você adquire?

- ( ) Dos alimentos orgânicos adquiridos no supermercado de grandes redes varejistas.  
 ( ) Dos alimentos orgânicos adquiridos na loja especializada.  
 ( ) Dos alimentos orgânicos adquiridos na feira livre.  
 ( ) Dos alimentos orgânicos adquiridos nos “mercadinhos de bairro”.  
 ( ) Dos alimentos orgânicos adquiridos nas padarias.  
 ( ) Dos alimentos orgânicos adquiridos em .....

.....  
 4.5 (Em caso do consumidor conhecer os agricultores de um ou mais locais onde compra alimentos orgânicos) Se sim, quem são esses agricultores e onde vivem e produzem?

.....  
 .....

### (5) Alterações nos mercados de orgânicos

5.1 Desde que você iniciou o consumo de alimentos orgânicos até o momento atual, quais são as principais mudanças que você tem observado nos mercados de orgânicos?

- ( ) Aumentou a variedade de alimentos com a qualidade orgânica. (*Hoje se encontra alimentos orgânicos que em anos anteriores eram encontrados somente como convencionais*).  
 ( ) Aumentou o número de marcas (indústrias) que produzem orgânicos.  
 ( ) As indústrias estão produzindo alimentos orgânicos que já existiam no mercado.  
 ( ) O preço de todos os alimentos orgânicos está mais acessível.  
 ( ) O preço de alguns alimentos orgânicos está mais acessível.  
 ( ) Aumentou o número de pontos de comercialização para os alimentos orgânicos.  
 ( ) Outro. Qual?

.....  
 .....

5.2 (Em caso de ter aumentado a variedade de alimentos orgânicos) Quais alimentos são esses “novos” alimentos orgânicos?

.....  
 .....

5.3 (Em caso dos preços dos orgânicos estarem mais acessíveis) Você considera que para quais dos alimentos orgânicos o preço está mais acessível? O preço é mais acessível em qual dos locais onde você adquire alimentos orgânicos?

.....

.....

**(6) Percepção sobre a comercialização dos alimentos orgânicos**

6.1 Você considera que os agricultores comercializam os alimentos orgânicos que produzem em qual desses mercados?

- Consumidores (venda direta em feiras, entregas à domicílio).
- Escolas, hospitais, universidades, presídios. Institucional.
- Supermercados de grandes redes varejistas.
- “Mercadinhos”.
- Lojas especializadas.
- Consumo externo. Exportação.
- Intermediários, atravessadores.
- Indústrias.
- Outro. Qual?

.....

6.2 Na sua opinião, os agricultores vendem direto (sem intermediários) os alimentos orgânicos para as lojas especializadas, e/ou mercadinhos, e/ou padarias, e/ou supermercados de grandes redes varejistas?

.....

.....

6.3 Você considera que os agricultores orgânicos vendem seus produtos de forma coletiva?

.....

6.4 Você considera que os supermercados e demais pontos de comercialização deve ter um cuidado diferenciado com os alimentos orgânicos?

.....

6.5 Na sua percepção, os agricultores orgânicos comercializam seus produtos por meio de contratos?

.....

6.6 Você sabe se redes de supermercados possuem marcas próprias de orgânicos? Quem são os produtores desses produtos das marcas próprias?

.....

.....

**Anotações gerais**

.....