

JÉSSICA ALINE TROIANO

A SUBJETIVIDADE DO NOVO AGENTE
PRODUTIVO-CONSUMIDOR NA PRODUÇÃO
ORGÂNICA: algumas experiências brasileiras e espanholas



ARARAQUARA – S.P.
2015

JÉSSICA ALINE TROIANO

**A SUBJETIVIDADE DO NOVO AGENTE PRODUTIVO-
CONSUMIDOR NA PRODUÇÃO ORGÂNICA:** algumas
experiências brasileiras e espanholas

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Conselho de Curso de Ciências
Sociais, da Faculdade de Ciências e Letras –
Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção
do título de Bacharel em Ciências Sociais.

Orientador: Ricardo Luiz Sapia de Campos

Bolsa: FAPESP

ARARAQUARA – S.P.
2015

JÉSSICA ALINE TROIANO

**A SUBJETIVIDADE DO NOVO AGENTE PRODUTIVO-
CONSUMIDOR NA PRODUÇÃO ORGÂNICA:** algumas
experiências brasileiras e espanholas

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Conselho de Curso de Ciências Sociais, da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais.

Orientador: Ricardo Luiz Sapia de Campos
Bolsa: FAPESP

Data da defesa/entrega: ___/___/___

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Presidente e Orientador: Prof. Dr. Ricardo Luiz Sapia de Campos
Universidade Estadual Paulista/UNESP.

Membro Titular: Prof. Dr. Sérgio Azevedo Fonseca
Universidade Estadual Paulista/UNESP.

Membro Titular: Prof. Dr. Rafael Alves Orsi
Universidade Estadual Paulista/UNESP.

Local: Universidade Estadual Paulista
Faculdade de Ciências e Letras
UNESP – Campus de Araraquara

*Para meu avô,
Seu Nico (in memoriam).*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que fizeram parte da construção de minha trajetória enquanto pesquisadora, especialmente aos produtores do Instituto ANNONA e aos produtores e consumidores da Andaluzia, que mais que informantes foram grandes mestres no ensino da arte da vida e das novas possibilidades para que ela seja vivida.

Ao meu orientador, Ricardo Luiz Sapia de Campos, por confiar em meu trabalho e por incentivar e orientar minhas inquietações teóricas e empíricas. À minha orientadora na Espanha, Encarnación Aguilar Criado, que acreditou nesta pesquisa abrindo as portas do departamento de Antropologia Social da Universidade de Sevilha.

Aos professores Sérgio Fonseca e Rafael Orsi por terem aceitado participar da banca, contribuindo com este Trabalho de Conclusão de Curso.

À minha mãe Ivete e ao meu pai Antônio, que mesmo sem entender sempre apoiaram minhas escolhas, especialmente aquelas relacionadas aos estudos, obrigada pelo carinho, amor e dedicação.

À minha avó, Aparecida e ao meu avô Antônio (*in memoriam*), pelos cuidados e preocupação, e pela inspiração para a escolha do tema desta pesquisa.

À minha irmã Juliana, que nos momentos difíceis mostrou que sempre estaria presente para me apoiar.

Aos meus queridos cunhados/cunhada Luciano, João Pedro e Alana. Apoiando, debatendo ou me fazendo sorrir, cada um a seu modo desempenhou papel fundamental na construção deste trabalho.

À minha prima/irmã, Caroline, que compartilhou comigo o desafio de viver as Ciências Sociais, e que durante os anos dessa pesquisa acompanhou através de leituras e correções o desenvolvimento desse trabalho.

Ao meu companheiro de todas as horas Vitor, que presenciou meus primeiros passos nas Ciências Sociais, me aconselhando e acreditando, muitas vezes mais que eu mesma, no potencial de minha escolha.

Aos meus amigos do grupo de estudos e pesquisa – Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura –, Daniela Rodrigues, Licia Fagotti, Rafael Claro e Andréia Roviero, e às minhas amigas cientistas sociais Giovana Pereira, Karine Dutra e Camila Benjamim, por compartilharem conversas, angustias, saberes, cafés e teorias.

À Camila Albaricci, pelas conversas descontraídas e ensinamentos farmacêuticos sobre o uso de agrotóxicos e dos alimentos orgânicos. À Amanda da Rocha e Ana Paula dos Reis pela amizade e companhia que me dedicaram nos últimos anos da graduação.

À Osmar Pereira e Pedro Trench, grandes amigos que fiz durante o curso e que certamente permaneceram para a vida toda.

À Giselle e Alejandro Cintado, amigos que conheci na Espanha e que se converteram em minha “família espanhola”, dando forças, aconchego e carinho durante a pesquisa que realizei neste país.

À Selma de Fátima Chicareli, que acompanhou de perto os desdobramentos dessa pesquisa, dando imenso apoio institucional ao trabalho, e incentivando e torcendo pelas minhas conquistas pessoais.

À FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – pelo financiamento integral desta investigação.

“A razão do apreço pelo novo e pelo excepcional reside na “sensibilidade para a diferença” que há na constituição de nosso espírito. O que nossa consciência absorve, o que desperta o nosso interesse, o que deve estimular nosso dinamismo precisa de alguma maneira se desprender do óbvio, do cotidiano que habita em nós e fora de nós”.

Georg Simmel (2006: 45).

RESUMO

Neste trabalho apresento as interpretações e conclusões de pesquisa de Iniciação Científica acerca do desenvolvimento da agricultura orgânica em pequenas e médias propriedades rurais. Ao comparar as realidades de dois grupos de produtores orgânicos, o Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável, uma associação do interior paulista, e os produtores relacionados a associações de produção e consumo e grupos de consumo da Andaluzia ocidental-Espanha, procuro entender a emergência da agricultura orgânica como alternativa produtiva e de desenvolvimento para pequenos e médios produtores e para os espaços rurais. Em anos recentes, mudanças na organização produtiva, alimentar e dos espaços rurais, colocam em pauta a necessidade de uma agricultura que responda a valores como a saúde, a sustentabilidade e a justiça social. A introdução dessas demandas na produção e consumo de produtos orgânicos, nos direciona ao debate de um circuito de produção e valorização imaterial, onde subjetividades são privilegiadas na produção de valor. A ideia do agente produtivo-consumidor, um produtor e consumidor dos valores, gostos e ideais relacionados a agricultura orgânica, é evocada nesse contexto buscando traduzir uma aproximação das etapas de produção e consumo na construção de mercados como o de produtos orgânicos. Um perfil produtivo relacionado a altos níveis de escolaridade e a um fazer empreendedor, somado a dinâmicas de cooperação e a ação pública demonstra estreita relação com o dinamismo das experiências acompanhadas. Aspectos como reciprocidade e confiança aparecem à medida que atuam em esferas como a comercialização e a certificação, tão importantes em mercados como o de produtos orgânicos.

Palavras-chave: produtos orgânicos, produção alternativa, agente produtivo-consumidor, desenvolvimento rural.

RESUMEN

En este trabajo presento las interpretaciones y conclusiones de investigación de Iniciación Científica acerca del desarrollo de la agricultura ecológica en pequeñas y medianas fincas. Al comparar las realidades de dos grupos de productores ecológicos, el Instituto ANNONA de Agricultura Sustentable, una asociación del interior paulista, y los productores relacionados a asociaciones de producción y consumo y grupos de consumo de la Andalucía occidental-España, trato de entender la emergencia de la agricultura ecológica como alternativa productiva y de desarrollo para pequeños y medianos productores y para los espacios rurales. En los últimos años, cambios en la organización productiva, alimentaria y de los espacios rurales han puesto en la agenda la necesidad de una agricultura que cumpla con valores como la salud, la sostenibilidad y la justicia social. La introducción de esas demandas en la producción y consumo de productos ecológicos nos dirige al debate de un circuito de producción y valoración inmaterial, donde subjetividades son privilegiadas en la producción del valor. La idea del agente productivo-consumidor, un productor y consumidor de los valores, gustos e ideales relacionados a la agricultura ecológica, se evoca en este contexto buscando traducir un acercamiento de las etapas de producción y consumo en la construcción de mercados como el de productos ecológicos. Un perfil productivo relacionado a altos niveles de educación y a un “hacer emprendedor”, sumado a dinámicas de cooperación y la acción pública, demuestra estrecha relación con el dinamismo de las experiencias acompañadas. Aspectos como reciprocidad y confianza aparecen en la medida que actúan en esferas como la comercialización y la certificación, tan importantes en mercados como el de productos ecológicos.

Palabras-clave: productos ecológicos, producción alternativa, agente productivo-consumidor, desarrollo rural.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	10
INTRODUÇÃO	13
1. AGRICULTURA ORGÂNICA COMO OBJETO DE PESQUISA	16
1.1 Métodos e Metodologia	16
1.2 mudanças alimentares, produtivas e rurais no surgimento da agricultura orgânica.....	18
1.3 expansão da agricultura orgânica no Brasil e da agricultura ecológica na Espanha	24
1.4 Os campos de pesquisa	31
2. MOTIVOS E SIGNIFICADOS PARA PRODUÇÃO E CONSUMO DE ORGÂNICOS..	41
2.1 A racionalidade econômica e o homo economicus	41
2.2 Subjetividades e objetividades: algumas percepções de campo	46
3. AS CARACTERÍSTICAS DOS GRUPOS ESTUDADOS	52
3.1 O Fazer empreendedor	52
3.2. Perfil produtivo	54
4. COOPERAÇÃO, RECIPROCIDADE E CONFIANÇA	64
4.1 Dinâmicas de cooperação	64
4.2 Comercialização e Certificação	69
CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80
APÊNDICE - QUESTIONÁRIOS	88

APRESENTAÇÃO

A correlação das experiências acompanhadas no Brasil, junto ao Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável, e na Espanha, com alguns produtores andaluzes relacionados a grupos de consumo e redes de produtores e consumidores, está associada a uma trajetória de pesquisas realizadas nas Ciências Sociais e em especial na sociologia rural.

O interesse pela produção alternativa¹ e especialmente pela agricultura orgânica surgiu com trabalhos de campo realizados na Região Central do Estado de São Paulo entre 2011 e 2012 como bolsista de Treinamento Técnico I (Processo: 2011/18825-0), em projeto Jovem Pesquisador FAPESP coordenado pelo Prof. Dr. Ricardo Luiz Sapia de Campos². Contemplando pequenas e médias propriedades rurais ditas alternativas, este projeto colocava as subjetividades inerentes a produtos como a cachaça artesanal, a pinga e o vinho de mel, o queijo artesanal, as plantas ornamentais, e mesmo os orgânicos como a fonte do valor econômico e simbólico desses produtos nos mercados. Em linhas gerais, partia do entendimento de que aspectos qualitativos e diferenciados como sabor, aroma e textura eram valorizados à medida em que conhecimentos e saberes típicos dos produtores eram privilegiados na produção, e consequente comercialização desses produtos. A relação do SEBRAE com estas atividades através do programa AGROSEBRAE³ era compreendida como um investimento em “valor”, uma vez que reconhecida a potencialidade dos conhecimentos e saberes agregados a esses produtos.

O mapeamento de 19 cidades da Região Central⁴ em busca de atividades alternativas, oportunizou o contato com o Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável, naquele momento a única associação da região em que todos os produtores adotavam o modelo de produção orgânico. Dentre os 34 entrevistados durante a participação nesta pesquisa conversei

¹ Pequenos produtores definidos como aqueles que possuem até 30 hectares de área e médios produtores até 100 hectares. A categoria “alternativa” se aplica na bibliografia utilizada a diferentes definições, por um lado, modelos que se contrapõe ao convencional em termos de sistema produtivo, como a agricultura orgânica, natural e biodinâmica, por exemplo (DULLEY, 2003; VEIGA, 2003). Em outra perspectiva, “alternativa” se refere a um conjunto mais amplo de práticas adotadas nos espaços rurais que se diferenciem de alguma maneira as práticas adotadas na produção convencional, tais como, a emergência de serviços e mercados diferenciados, o estímulo a pluriatividade ou mesmo a cooperação local (OLIVEIRA; SILVA e SCHNEIDER, 2010).

² Intitulado “Capitalismo Cognitivo e a Dinâmica da Pequena Produção Agrícola “Alternativa” no Contexto “Local” de Araraquara – o caso do SAI – Sistema Agroindustrial Integrado do SEBRAE/SP”.

³ O Programa AGROSEBRAE do SEBRAE, fornece assessoria técnica e gerencial para pequenos e médios produtores que desenvolvam comumente atividades alternativas.

⁴ As cidades são: Américo Brasiliense, Araraquara, Boa Esperança do Sul, Borborema, Cândido Rodrigues, Dobrada, Fernando Prestes, Gavião Peixoto, Ibitinga, Itápolis, Matão, Motuca, Nova Europa, Rincão, Santa Ernestina, Santa Lúcia, Tabatinga, Taquaritinga e Trabiju.

com alguns produtores do Instituto ANNONA. A identificação deste grupo de produtores orgânicos numa região de grande predomínio monocultor, sugeriu a associação como objeto de uma Iniciação Científica, além disso, o apreço por temas como a sustentabilidade, a alimentação e o desenvolvimento rural contribuíram para reforçar a escolha do tema da pesquisa.

A proposta de Iniciação Científica, acompanhando os pressupostos teóricos que apontam para uma proximidade entre produção e consumo na sociedade contemporânea (LAZZARATO e NEGRI, 2001), propôs identificar e definir a figura do chamado agente produtivo-consumidor. Um produtor e consumidor dos valores, gostos e ideais, em suma, com alto potencial de subjetividades, associados a agricultura orgânica. Pensava ser importante discutir a particularidade do Instituto ANNONA, instituição que se construiu numa região de tradição e predomínio das culturas da laranja e da cana-de-açúcar como o Estado de São Paulo. Nesse quadro, a proposta de Iniciação Científica acerca do Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável foi aprovada pela FAPESP em Janeiro de 2013 (Processo: 2012/20042-7)⁵. Durante o primeiro ano da investigação, procurei via trabalhos de campo objetivando entender a associação, traçar o perfil de seus 17 produtores e as especificidades do grupo contemplando o desenvolvimento local e territorial. Também os motivos para a produção orgânica, a comercialização e a certificação.

A renovação da bolsa de Iniciação Científica no início de 2014, permitiu (e sugeriu) a solicitação de projeto de Bolsa Estágio de Pesquisa no Exterior – BEPE. Os contatos com a Profa. Dra. Encarnación Aguilar Criado da Universidade de Sevilha-Espanha, se iniciaram na segunda metade de 2013, o projeto objetivava relacionar e comparar as realidades observadas dentre os produtores orgânicos do Instituto ANNONA, e pequenos e médios produtores orgânicos da Andaluzia. O fato da Espanha ser a maior produtora de orgânicos na Europa, e a Andaluzia, a maior produtora das Comunidades Autônomas daquele país, contribuiu para reforçar a escolha daquela região como lócus de pesquisa.

Aprovado em Abril de 2014⁶ (Processo: 2014/02268-3), este projeto se realizou na Faculdade de Geografia e História da Universidade de Sevilha-Espanha, entre Maio e Agosto de 2014, sob a orientação da Profa. Dra. Encarnación Aguilar Criado. Para além da análise comparativa, buscou entender e debater em que medida essa atividade colaborava para o

⁵ Intitulada: A subjetividade do novo agente produtivo-consumidor na produção orgânica: o caso do Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável.

⁶ Projeto intitulado, “Dinamismo territorial e inovação produtiva: a experiência da agricultura ecológica da Comunidade Autónoma de Andaluzia (Espanha). Sob orientação da Prof. Dra. Encarnación Aguilar Criado.

dinamismo dos espaços rurais e para a inovação das atividades produtivas. Os trabalhos de campo⁷ com 9 pequenos e médios produtores relacionados a redes de produtores e consumidores e grupos de consumo, objetivaram entender as motivações para a produção e consumo de produtos orgânicos, o perfil dos produtores e as especificidades das experiências encontradas. Este estudo, permitiu discutir as diferentes características da agricultura orgânica quando submetida a distintos contextos históricos, sociais, políticos e culturais.

Os resultados dessas pesquisas renderam frutos que permitiram formular uma nova hipótese e perguntas, através das quais propus um projeto de mestrado ao programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UNESP/FCLAr. Ultrapassada a etapa do processo seletivo em 2014, atualmente o projeto está em seu primeiro ano de andamento. Trata-se de pesquisa que visa compreender o impacto de espaços de comercialização como feiras, supermercados e lojas especializadas e seus diferentes perfis de consumidores nas escolhas e estratégias produtivas de pequenos e médios produtores do interior paulista. Para tanto, o foco empírico dos trabalhos de campo constitui 3 cidades médias do interior, São Carlos, São José do Rio Preto e Ribeirão Preto. O projeto parte do entendimento de que o consumidor e suas escolhas afetam em larga medida os espaços rurais e a atividade da agricultura orgânica. Os diferentes perfis de consumidores e a adoção de distintos espaços para a comercialização, implicariam assim, em distintos modelos de desenvolvimento para os orgânicos.

Em suma, a trajetória das pesquisas mostrou um fértil debate acerca da agricultura orgânica, tema que por ser recente na realidade social, coloca a necessidade de pesquisas também na área das Ciências Sociais, a fim de entender os impactos desses mercados nos espaços rurais e nos modos de vida urbanos.

⁷ Inicialmente, foi preciso estabelecer o contato com informantes “chaves” - tratou-se de consumidores participantes de grupos de consumo, em especial, o grupo *Gaspacho Rojo*, estudantes e interessados na área da agricultura orgânica – para então realizar entrevistas junto aos produtores andaluzes.

INTRODUÇÃO

Este trabalho se concretiza como resultado de um ciclo de pouco mais de 2 anos de pesquisa de Iniciação Científica acerca do desenvolvimento da agricultura orgânica em pequenas e médias propriedades rurais⁸. De início, o Instituto ANNONA⁹ de Agricultura Sustentável, uma associação de pequenos e médios produtores orgânicos do interior paulista, figurou como núcleo central deste estudo. Posteriormente, pequenos e médios produtores orgânicos da Andaluzia-Espanha relacionados a redes de produtores e consumidores, grupos de consumo ou coletivos voltados para a questão ambiental, agregaram novas perspectivas e problemas para a interpretação da agricultura orgânica. Comparando e relacionando essas duas experiências localizadas espaço-temporalmente atento para as combinações, similaridades e diferenças que configuram distintos rumos no desenvolvimento da agricultura orgânica.

A Agricultura orgânica é parte de um contexto em que tem se valorizado produtos diferenciados e qualificados que contrastam com a produção convencional. Diante da homogeneização pautada no uso massivo de agrotóxicos, das biotecnologias, da mecanização e da industrialização, a segurança alimentar é rediscutida tendo como referência a qualidade dos alimentos. Ao mesmo tempo, a sustentabilidade ambiental é colocada no centro dos problemas contemporâneos propondo repensar nossos modos de produzir e consumir. Esses temas e problemas unidos à produção orgânica estão incluídos nas transformações recentes que afetam os espaços rurais (SILVA, 2001; WANDERLEY, 2009).

O surgimento e crescimento da agricultura orgânica nos últimos anos tem como pano de fundo, portanto, um conjunto de mudanças produtivas, alimentares e rurais, que estimulam a produção e consumo de produtos diferenciados, em contraponto aos produtos massificados próprios da produção convencional. As mudanças que originam esses mercados de

⁸ Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) constitui o último relatório da pesquisa de Iniciação Científica submetido à FAPESP em 10/04/2015. Foram modificados alguns detalhes para adequar o relatório aos moldes de uma monografia.

⁹ De acordo com depoimento concedido pelo presidente do Instituto, o nome ANNONA tem um valor simbólico para o grupo de produtores, deriva da denominação científica da fruta do conde. A fruta é integrante da família das annonaceae, da qual, frutas como a pinha e a graviola fazem parte. A fruta do conde dentro do organismo agrícola representa o sol. Neste sentido, a escolha do nome deu-se em decorrência da relação dessa fruta com o sol e por possuir uma peculiaridade. Essa peculiaridade é o seu fruto, o qual conta com uma grossa casca e sementes que representam respectivamente o Instituto e seus associados. A poupa simbolizaria a separação das sementes (produtores), não permitindo atrito entre elas/eles.

“singularidades” não representam uma substituição do modelo de produção convencional, mas a convivência de tendências diferentes nos modos de fazer agricultura. Essas, aparecem como a construção de microfissuras numa estrutura homogênea e dominante, dando margem para outras experiências, que embora contrárias e assimétricas colocam dinâmicas de interdependência¹⁰.

As mudanças se associam a passagem de um modelo de produção de base fordista para um pós-fordista, onde produtos homogeneizados e indiferenciados, convivem com a necessidade da diferenciação e da qualidade (CABEDO, 2009). Ao mesmo tempo, a centralidade de aspectos como saúde e qualidade organoléptica na alimentação, evidenciam a crescente preocupação das pessoas com os alimentos que consomem. Presentes nos espaços rurais, atividades como a agricultura orgânica demonstram uma reconfiguração das relações produtivas, trazendo novos agentes como os agricultores empreendedores e os neo-rurais, que combinam atividades agrícolas e não-agrícolas. Ademais, valores como a busca de uma produção mais saudável e de qualidade, contribuem para configurar o valor agregado desses produtos. O distanciamento entre produtores e consumidores cancelado pela globalização e pela adoção do modelo de produção fordista é rediscutido tendo em vista problemas como a industrialização dos alimentos, a proliferação de doenças como o mal das vacas loucas, o uso excessivo de agrotóxicos, dentre outros. Em face dessa conjuntura, trato de observar como nesse mercado as figuras de produtores e consumidores tendem a se aproximar, à medida em que produzem, consomem e compartilham dos valores, gostos e práticas que constroem esse mercado.

Tendo em vista esse contexto, os campos de pesquisa demonstram que o desenvolvimento dessas experiências em pequenas e médias propriedades estão relacionadas a um perfil produtivo peculiar, unindo altos níveis de escolaridade a um fazer empreendedor. No Instituto ANNONA, se associam também a cooperação via produção e a assessoria de órgãos públicos como o SEBRAE (CAMPOS, 2010). Dentre os produtores andaluzes, por sua vez, verifiquei relação com experiências urbanas, como grupos de consumo e redes de produtores e consumidores, que organizam a cooperação via consumo. Conforme observei, ainda que com similaridades, as diferenças dessas experiências resultam em distintas formas de desenvolvimento para agricultura orgânica, especialmente quando pensamos a proximidade e distanciamento entre produtores e consumidores como norteadora das relações

¹⁰ Me refiro a produtores encontrados no Brasil que combinam a produção orgânica e a convencional, ou latifundiários orgânicos observados no sul da Espanha.

nesse mercado, quando resulta em distintos modelos de comercialização (local e não local) e certificação (oficial e facultativa). Em suma, compreender as realidades experimentadas por pequenos e médios produtores orgânicos constituiu o objetivo principal deste estudo, concretizado com a interpretação teórica e empírica do interior paulista e do sul da Espanha.

Com o intuito de organizar essas realidades neste trabalho, divido a exposição em quatro seções. A primeira apresenta as implicações da agricultura orgânica como objeto de pesquisa, trata dos métodos e metodologia, do surgimento desse fenômeno e de algumas de suas estatísticas. A segunda discute as motivações e significados para a escolha pela produção orgânica, onde analiso o agente produtivo-consumidor apresentando dados de campo. A terceira, apresenta o perfil produtivo dos entrevistados, dando especial atenção para o estímulo do que chamo de fazer empreendedor. Por último, discuto a cooperação, confiança e reciprocidade e seus impactos em processos como a certificação e a comercialização dos produtos orgânicos.

1. AGRICULTURA ORGÂNICA COMO OBJETO DE PESQUISA

1.1 MÉTODOS E METODOLOGIA

Considerando a Ciência Social como a prática de um ofício (MILLS, 2009), procurei não dissociar a escolha do objeto, a construção do projeto e a realização das diferentes etapas de investigação, das minhas inquietações e interesses pessoais. O que não significou, entretanto, a falta de uma aplicação sistemática e coerente de métodos científicos interpretativos, ao contrário, através da auto-reflexão e de trabalho rotineiro procurei estimular o que Mills (2009) denomina de *imaginação sociológica*. Seguindo os pressupostos de Mills (2009) entendi que como um artesão, o cientista social projeta um modo de vida, uma vez que sua formação individual e pessoal está estreitamente relacionada ao aprimoramento de seu ofício.

De mais a mais, estudar a agricultura orgânica com o olhar das Ciências Sociais não foi uma tarefa simples. Em virtude de sua atualidade, está intrinsecamente relacionada a contínuos processos de transformação, constituindo alvo recente do interesse científico. Demanda uma análise do movimento, compreendido não somente em termos de organização social, mas também temporal, posto que expressão de um “real” em acontecimento. Durante a pesquisa, foram encontrados poucos estudos aprofundados sobre o tema nas Ciências Sociais, em contrapartida, sólidos referenciais provenientes de distintos ramos do estudo sociológico, como a sociologia rural, a sociologia da alimentação, a sociologia do trabalho e a sociologia econômica, compuseram um rico material para a compreensão e debate deste fenômeno contemporâneo.

Segundo Bourdieu (2003b), o campo científico, em função de sua particularidade, encerra interesses e princípios de conhecimento e reconhecimento específicos. O “real” aí estabelecido é acordado entre os agentes participantes do campo, correspondendo a uma lógica de ação interna. Reúne distintos “pontos de vista”, estruturados com base na posição do pesquisador dentro do campo. Comumente, esses princípios de visão se legitimam em razão de uma “demanda” para a produção de tal ou qual conhecimento, não raro, proveniente dos próprios agentes sociais (BOURDIEU, 2003b). Por outro lado, é sabido que influências externas – políticas e econômicas – atuam na ciência, daí a necessidade de estabelecer em lugar de relações de poder, relações racionais (LATOUR, 1993). Igualmente, para Bourdieu (2003b) é preciso que o campo científico se torne cada vez mais autônomo estabelecendo

maior margem de manobra e liberdade com relação às pressões externas ao campo – heterônomas –. Cabe assinalar, portanto, que a incorporação de um tema e a combinação de um novo arcabouço interpretativo em uma dada área do campo científico requer grande esforço do pesquisador, tanto em termos intelectuais quanto na correlação de novos conhecimentos teóricos e empíricos frente as correntes interpretativas e objetos previamente consolidados no campo em questão.

Com foco quali-quantitativo, a pesquisa incluiu a realização de entrevistas e a aplicação de 17 questionários semi-estruturados no Brasil, junto aos associados do Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável, e 9 na Espanha, com produtores relacionados às experiências de grupos de consumo, redes de produtores e consumidores e coletivos voltados para a questão ambiental. É válido notar que os questionários foram considerados mais como um roteiro com vistas a estimular o diálogo, do que como uma receita com etapas ou passos a serem necessariamente seguidos. Além do mais, realizei a transcrição de entrevistas, assim como a passagem dos dados quantitativos para bancos de dados, os quais permitiram uma melhor visualização das informações obtidas e a elaboração de tabelas.

Aos poucos, a relevância de discutir o tema da ação social se tornou evidente, principalmente levando em conta o objeto de pesquisa e os caminhos tomados pelos primeiros resultados da investigação. Compreendi que os sujeitos – os produtores de orgânicos do interior de São Paulo e, posteriormente os produtores ecológicos andaluzes – não poderiam ser pensados como “indivíduos” circunscritos unicamente a suas subjetividades, nem como “atores” que agem segundo roteiros ou estruturas de falas e pensamentos previamente determinados, era preciso vê-los como “agentes” que pensam e agem conforme suas disposições, seu habitus, mesmo que circunscritos a uma estrutura ou espaço social determinados (BOURDIEU, 2003a). Em suma, tornou-se imprescindível tematizar a ação social, entender e discutir os sentidos da ação, realizando o reconhecimento das distintas motivações para a escolha dos orgânicos e concebendo a ação e posicionamentos em prol desse mercado como uma *construção social* (STEINER, 2006).

Partindo do pressuposto de que a subjetividade é em si mesma produtiva (CAMARGO, 2011), utilizei como teóricos de base os precursores dos conceitos de trabalho imaterial e capitalismo cognitivo (LAZZARATO e NEGRI, 2001; GORZ, 2005; HARDT e NEGRI, 2005). Pensando mudanças significativas no mundo do trabalho, especialmente com a emergência do que alguns conceituam de sociedades pós-industriais (BELL, 2010) ou pós-

fordistas (HARVEY, 2008), esses teóricos mudaram o centro do debate de acordo com as transformações relacionadas ao trabalho e à produção de valor, para eles provenientes de fontes imateriais – conhecimento, saber, afeto, comunicação, dentre outros – (CAMARGO, 2011). Ao mesmo tempo, mudanças na ação dos agentes diante dos problemas e riscos cada vez mais globais (GIDDENS, 1991), com especial atenção para os dilemas relacionados a questão ambiental (LEIS e D'AMATO, 2011), gera reflexos significativos no mundo rural e na alimentação (VEIGA, 2006; CONTRERAS, 2005), abrindo espaço para experiências como a agricultura orgânica.

Em suma, tendo como ponto de partida o agente e suas múltiplas influências na agricultura orgânica como alternativa produtiva e de consumo, busquei entender o sentido da ação e das distintas racionalidades contemporâneas na construção desse mercado. Entendo que a agricultura orgânica se diferencia enquanto objeto à medida que permite compreender as ações nos mercados – produção e consumo, principalmente – como também resultado de elementos subjetivos associados a valores, gostos e saberes. Outrossim, considerei o fenômeno como relacional (BOURDIEU, 2003a), já que encerra paralelamente estruturas simbólicas e apreensões individuais – como diferentes vontades, pontos de vista, códigos culturais e de diferenciação social (COLLADO; MONTIEL; SÁNCHEZ, 2009).

Embora houvesse uma literatura previamente definida em meu projeto de pesquisa, na análise dos dados, procurei partir do objeto, do campo ou do empírico para a teoria. A partir do mundo concreto, de duas realidades particulares, é que pude compreender as características que perpassam a agricultura orgânica, assim como as motivações de produtores na escolha pelos orgânicos, sua entrada e participação nesse mercado (BOURDIEU, 2003a). Em resumo, da realidade viva dos fatos tentei traçar linhas interpretativas que pudessem discutir e explicar a teia de relações que envolve esse fenômeno particular que é a agricultura orgânica.

1.2 MUDANÇAS ALIMENTARES, PRODUTIVAS E RURAIS NO SURGIMENTO DA AGRICULTURA ORGÂNICA

Em sua essência, a alimentação cumpre um grande leque de funções, desde as necessidades fisiológicas e sensoriais à organização de práticas e regras de conduta. Para além de uma necessidade primária e de subsistência, ela é uma construção social, por isso, a cada época, sociedade e cultura, os alimentos são organizados em distintos sistemas normativos e simbólicos, colaborando com a construção de nossas identidades coletivas e individuais

(POULAIN, 2004; CABEDO, 2009). A agricultura orgânica, prática de produção e consumo relativamente recente, se insere nesse contexto, ilustrando algumas das transformações que afetam a alimentação na sociedade contemporânea; dentre as principais está a necessidade de reestabelecer a identidade e o controle sobre os alimentos frente ao distanciamento de produtores e consumidores (CABEDO, 2009). Neste subtópico, discutirei essas transformações na produção, distribuição e conservação dos alimentos, e seus efeitos na emergência e crescimento da agricultura orgânica.

Após a segunda guerra mundial um amplo processo de modernização transferiu características da racionalidade urbana e industrial para a agricultura (RODRIGUES, 1999). Unindo-se à industrialização dos alimentos, que também acontecia naquele momento, esse processo deu início a uma grande reestruturação do sistema agroalimentar. Na agricultura a chamada Revolução Verde, associou revoluções biológicas, ecológicas e tecnológicas como a mecanização, o uso de agrotóxicos, fertilizantes, adubos químicos e sementes geneticamente modificadas, tornando as grandes extensões de terras, normalmente monocultoras, espaço privilegiado para a expansão de uma agricultura moderna de alta produtividade (CONTRERAS, 2005; VEIGA, 2003). A adoção do modelo de produção convencional se justificava discursivamente pela ideia da erradicação da fome no mundo, para os precursores desse modelo agrícola, a adoção do modelo monocultor e a utilização de técnicas para a otimização da produtividade permitiria alimentar toda a humanidade.

Os processos de modernização e industrialização transformaram e redefiniram todos os elementos do plano social. Quando a agricultura foi modernizada, passando a indústria, a fazenda tornou-se, gradualmente, uma fábrica, com todas as disciplinas, tecnologias e relações salariais da fábrica. A agricultura modernizada tornou-se indústria (HARDT e NEGRI, 2001, p. 307).

A industrialização alimentar e as mudanças dos modos de vida contemporâneos, como o mercado de trabalho para as mulheres e a urbanização, tornaram os alimentos mais funcionais, foi assim que eles migraram “da cozinha para a fábrica”, do espaço doméstico para o econômico-comercial (POULAIN, 2004, p.182). Na fábrica, os produtos agora processados, priorizam técnicas e tecnologias para a diminuição dos custos, extensão da durabilidade e satisfação dos paladares, em contrapartida estão sujeitos à múltiplas alterações químicas que os distanciam de suas características “originais”. Carregando a bandeira que se opõe à contaminação, perspectivas higienistas e biológicas difundem o controle bacteriológico

dos alimentos, utilizando aditivos químicos e técnicas como a irradiação¹¹ (AZEVEDO, 2012). A aplicação dessas pautas fordistas de organização da produção no sistema agroalimentar, trouxeram inúmeras consequências, das quais a tendência à homogeneização e uniformização da produção agrícola e dos alimentos fabricados para um consumo de massas estandardizado (CABEDO, 2009; CONTRERAS, 2005).

Como sabemos, a globalização, compreendida como a intensificação das relações sociais em escala global, reorganiza os fluxos de pessoas, informações, conhecimentos e objetos pelo mundo (GIDDENS, 1991). Com os avanços dos transportes e das técnicas de conservação os alimentos se deslocalizam, desconectando-se de suas condições e restrições geográficas. Dirigidos por empresas transnacionais, os mercados alimentares submetem as mais distantes economias e biodiversidades à concorrência mútua, acelerando o domínio da grande distribuição (VEIGA, 2003; POULAIN, 2004; WILKINSON, 2003). Marcas transnacionais se propagam pelas nações e culturas, padronizando gostos e estilos de vida, processo denominado por alguns teóricos como Mcdonaldização do mundo, ainda que o conceito não se resume a alimentação (BECK, 1999). Ademais, a desfronteirização e a interdependência cultural cria um *cosmopolitismo banal*, expresso, por exemplo, na diversidade de alimentos consumidos em todo planeta, mas remetidos a um espaço local/nacional, é o caso da comida japonesa e mexicana, por exemplo (BECK, 2011).

No passado, produção e consumo compunham etapas de um mesmo processo. Ao reconhecer nos produtos consumidos os caminhos percorridos para sua produção, os agricultores conectavam o que hoje separamos em produtos agrários e alimentícios. Com o progresso da industrialização alimentar esta relação se rompe, a cada dia é mais comum compramos produtos produzidos e processados por alguém que além de não conhecermos, condiciona a separação entre produtor, processador, distribuidor e consumidor a uma escala global. Precisamos confiar nas informações dispostas nas etiquetas e embalagens dos produtos, relação mediada por órgãos institucionais, no mais das vezes, sistemas peritos que buscam legitimar a confiança do consumidor no produto (MÉNDEZ e BENITO, 2001; GIDDENS, 1991).

A desestruturação das tradições transfere as decisões acerca da alimentação da esfera da família para a do indivíduo. Somada à condição pletórica de oferta alimentícia,

¹¹ É uma técnica utilizada para o aumento da conservação e durabilidade dos alimentos, age pela eliminação dos parasitas, micro-organismos e pragas. Embora seus defensores a coloquem como segura, há controvérsias quanto aos seus efeitos para a saúde humana a médio e longo prazo.

especialmente nos países de economia avançada, provoca em grande medida a diversificação de nossas escolhas, fundando uma relativa autonomia alimentar. Paradoxalmente um sentimento de insegurança e instabilidade toma conta de nossas opções alimentares (POULAIN, 2004; CONTRERAS, 2005). Diante disso, conceitos como gastro-anomia (FISCHLER, 2011) e sociedade de risco (GIDDENS, 1991; BECK, 2011) são utilizados procurando explicar esse crescente desconforto e incerteza que experimentamos com relação a alimentação. Para esses autores, essas inquietações estão relacionadas a abundância de informações acerca dos alimentos e seus efeitos, por vezes, extremamente contraditórias.

Vivemos, assim, um cosmopolitismo do risco (BECK, 2011). Informações sobre os efeitos devastadores da produção industrial viajam o mundo no ritmo dos avanços tecnológicos informacionais, ora sabemos que um alimento é benéfico em função de tal e qual componente químico, ora o identificamos como o mais devastador dos produtos cancerígenos (GUIVANT, 2002). Simultaneamente, a permeabilidade das fronteiras difunde com facilidade enfermidades que acometem lavouras e animais de criação, é o caso do *greening* nos pomares de laranja, da gripe aviária, do mal das vacas loucas, dentre tantas outras pragas e epidemias que nos últimos anos causaram alvoroço impactando a produção, distribuição e consumo. Frente a essas pragas e enfermidades a possibilidade de intoxicações geram pânico a nível internacional, desprovidos de sua identidade os alimentos se convertem em riscos (CONTRERAS, 2005; GUIVANT, 2002).

La desafección alimentaria hace alusión a un proceso social de desconfianza protagonizado por quienes comen y no producen su propia comida, dependiendo de un complejo sistema agroalimentario, crecientemente industrializado y globalizado, que les ofrece en masa alimentos estandarizados, anónimos y alejados, a través del mercado (MONTIEL e COLLADO, 2010, p. 260).

A industrialização e padronização da produção agrícola e dos alimentos, assim como a crescente insegurança e instabilidade com relação às nossas escolhas alimentares, geram gradativamente um descontentamento com o sistema agroalimentar moderno. É nesse cenário que valores e ideais como a preservação dos recursos naturais, a reocupação dos espaços rurais com atividades como o turismo, por exemplo, a difusão de relações de produção e distribuição mais justas, os benefícios para a saúde de produtores e consumidores e as qualidades nutricionais e organolépticas dos alimentos abrem espaço para mercados diferenciados como o de produtos orgânicos. Na busca de uma reconexão identitária entre

produtores, consumidores e produtos é que os alimentos se pulverizam em alternativas de produção e consumo. Torna-se importante saber de onde vem um produto, por quem ele é produzido e de que modo ele é produzido. Esses mercados, que são construídos, resultam, portanto, das relações e demandas sociais e culturais que emergem na sociedade contemporânea diante dos processos de homogeneização (JARDIM e CAMPOS, 2012).

Assim, segurança alimentar em lugar de se referir pura e simplesmente a comer em quantidade passa a designar os aspectos qualitativos daquilo comemos (VEIGA, 2003; POULAIN, 2004). Qualidade organoléptica, qualidade nutricional, qualidade sanitária, qualidade funcional, qualidade simbólica, dentre tantas outras constituem diferentes pontos de vista acerca do que se entende por qualidade, essas, definem algumas das “qualidades” esperadas por consumidores e produtores desses mercados alternativos (BECKER e CABEDO, 2012).

Segundo Garcia-Parpet (2004), em nichos de mercado como o de vinhos, por exemplo, há uma “institucionalização da raridade”, sendo as qualidades e os valores simbólicos inerentes a esses produtos responsáveis por delimitar sua concorrência. Ademais, neles, classificações e desclassificações funcionam como forma de instituir a diferenciação perante produtos da mesma categoria, é o caso das Indicações e Denominações de Origem dos vinhos franceses, as quais classificam a superioridade do produto de acordo com seu local e território de produção (GARCIA-PARPET, 2007). Para Karpik (apud ABRAMOVAY, 2007), esses são mercados de singularidades movidos por dispositivos de julgamento. A escolha dos consumidores não expressaria, portanto, somente utilidade, mas estilos de vida, ideais e valores (GARCIA-PARPET, 2012).

Embora esses mercados sejam mais comuns em países de economia avançada (WANDERLEY, 2009), segundo Wilkinson (2003), essas dinâmicas vêm sendo sentidas também na América Latina, onde um novo padrão de competitividade, pautado na qualidade, adentra aos mercados agroalimentares, ao mesmo tempo em que uma onda de transnacionalização atinge as grandes distribuidoras. Os espaços rurais brasileiros, sujeitos a essas transformações, apresentam nos interstícios da grande produção, alternativas como aquelas identificadas no interior paulista, tais como o queijo e a cachaça artesanal, as plantas ornamentais, a pinga e vinho de mel (CAMPOS; LIMA; TROIANO 2010).

Cabe registrar que esses produtos se associam no mais das vezes a signos de distinção e diferenciação social e econômica, dada à relação dos mesmos com preços elevados,

tornando-os elitizados (CABEDO, 2009). O valor agregado desses produtos, é definido, portanto, por aspectos simbólicos, torna-se relevante as qualidades imateriais desses produtos, face aquelas materiais (POULAIN, 2004).

Um “novo rural” ou “novo mundo rural” aparece ainda timidamente nos espaços rurais brasileiros com base em experiências como a da agricultura orgânica. Caracteriza-se por um conjunto de transformações que vão desde o surgimento de atividades agrícolas alternativas à ocupação desses espaços por atividades não-agrícolas. Aspectos como multifuncionalidade e pluriatividade se consolidam à medida em que o rural não se associa estritamente ao agrícola, compreendendo atividades como o turismo ou setor de serviços.

O surgimento desses mercados no Brasil é, portanto, recente e com particularidades. O caso da agricultura orgânica, por exemplo, mostra sua convivência com forças contraditórias, um exemplo é a venda para grandes centros de consumo por falta de consumidores no local de produção. Nesse contexto em que se busca outras alternativas para o desenvolvimento rural, a agricultura familiar é representada como lócus propício de modelos produtivos mais sustentáveis (ALENTEJANO, 2000). No caso da agricultura orgânica brasileira, a agricultura familiar é na prática espaço privilegiado de produção, já que a maior parte dos produtores orgânicos no país são agricultores familiares (AZEVEDO, 2012).

A agricultura orgânica, que tem início com correntes ideológicas que surgiram na década de 20¹², ao se contrapor à modernização agrícola, pautada no padrão industrial da agricultura convencional, valorizava a aplicação de matérias orgânicas e biológicas na produção, questionando cientificamente o emprego dos agrotóxicos e demais métodos convencionais (EHLERS, 1999). Nos anos 60 e início dos 70 as contradições da agricultura convencional se intensificaram provocando resistência. Movimentos ligados a “contracultura”, questionavam os modelos de consumo e hábitos alimentares. Defendiam como alternativa o consumo de alimentos mais saudáveis, livres do uso de agrotóxicos ou quaisquer componentes químicos (EHLERS, 1999). Em decorrência das preocupações com as práticas da agricultura convencional, importantes conceitos foram definidos a partir da década de 70. Agricultura sustentável desponta neste horizonte e designa uma agricultura que incorpore a preservação dos recursos naturais, promovendo a otimização da produção agrícola com o mínimo de utilização de agentes químicos, gerando renda e produtividade. Defende

¹² A agricultura biológica, a agricultura biodinâmica, a agricultura natural e a orgânica, são basicamente as principais vertentes desse movimento alternativo.

discursivamente uma agricultura socialmente justa, equilibrada ecologicamente, e viável economicamente.

Com a contracultura a consciência em torno da preservação ambiental e a ideia de sustentabilidade se concretiza com resultados como o Livro Verde Europeu¹³ e a Conferência Rio 92¹⁴, as quais colocam a necessidade de mudanças estruturais na produção e consumo de alimentos no mundo. Atualmente, a ideia de que alimentaríamos o mundo com o padrão de produção convencional é constantemente questionada, embora o discurso daqueles que defendem a agricultura convencional ainda se alicerce na ideia de uma necessidade irrefreável do uso de agroquímicos na agricultura, já que imprescindíveis para produzir em quantidade. Durante as pesquisas, especialmente no interior paulista, observei esse debate dentre os produtores entrevistados. Não raro conferiam o discurso da baixa produtividade da agricultura orgânica a uma ideia errônea da produção orgânica, defendendo, enquanto movimento alternativo a possibilidade dos orgânicos suprirem as necessidades da produção agrícola mundial. Em suma, apesar das dinâmicas contrárias e da convivência do modelo agrícola convencional e do modelo orgânico, o tema é ainda campo de disputas¹⁵.

As mudanças explicitadas neste subtópico procuram elucidar o contexto em que emerge e em que se encontra a agricultura orgânica, partiremos agora para a compreensão dos campos de pesquisa e para uma complexificação teórica deste objeto de pesquisa.

1.3 EXPANSÃO DA AGRICULTURA ORGÂNICA NO BRASIL E DA AGRICULTURA ECOLÓGICA NA ESPANHA

Agricultura orgânica, agricultura biológica, agricultura ecológica, agricultura natural, agricultura biodinâmica, são alguns dos movimentos que impulsionaram o surgimento do que conhecemos no Brasil como agricultura orgânica (EHLERS, 1999). Essas diferentes denominações não se referem apenas a uma questão semântica, preceitos e práticas específicas originam os significados desses ramos do que genericamente entendemos por

¹³ Como resultado de pressões de movimentos ambientalistas na Política Agrícola Comum – PAC – da União Europeia, em 1985 é lançado o Livro Verde, que apresenta alguns pilares para a reorientação da PAC, como a preservação do meio ambiente e a diversificação de renda das populações rurais.

¹⁴ Também resultado de movimentos em prol de causas ambientais, a Rio 92 foi uma conferência organizada pelas Nações Unidas versando sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento.

¹⁵ Tendo em vista que o intuito desta pesquisa foi mostrar o desenvolvimento da agricultura orgânica em pequenas e médias propriedades e as motivações de produtores na escolha dos orgânicos, considere que este não era o momento para desenvolver comparações entre os discursos dos que produzem orgânicos e os que defendem a agricultura convencional. Entretanto, é importante enfatizar que não desconsidero a relevância que tal tipo de abordagem possa ter para posteriores desdobramentos desta pesquisa, seja no mestrado ou no doutorado.

agricultura alternativa. Normalmente, a agricultura convencional admite a agricultura como simplesmente agricultura, no caso desses nichos alternativos distintas denominações têm como origem sobretudo, distintas percepções acerca da agricultura e da sociedade, em especial por parte dos produtores (DULLEY, 2003).

O Brasil optou, desde o projeto de lei nº659-A de 1999 onde pela primeira vez se definiu a agricultura orgânica, seus produtos e processos, pela denominação *agricultura orgânica*. Posteriormente reafirmou essa posição com o decreto da lei 10.831 de 2003, e sua normatização em 2007, decreto Nº6.323, com os quais colocava em vigor e em ação pressupostos como a necessidade de uma certificação para produzir e comercializar produtos orgânicos. Essa denominação é mais comum em países de fala inglesa como os Estados Unidos e a Inglaterra. Assim, a denominação agricultura orgânica não é consensual, de acordo com as tendências e influências dos diferentes países recebem outros nomes, como no caso da Espanha onde é conhecida como *agricultura ecológica*, ou em Portugal, Itália e França onde utiliza-se a terminologia agricultura biológica. Cabe salientar, que essas diferentes denominações objetivam os campos de disputa existentes dentro do próprio movimento em prol de uma agricultura que se contraponha à agricultura convencional, em alguns casos, a ideia de orgânicos é refutada por parecer uma denominação demasiadamente genérica, onde tudo o que é orgânico, até mesmo componentes químicos, possam ser confundidos com os ideais desse modelo produtivo.

No Brasil, as discussões remetendo aos problemas causados pela agricultura convencional avançaram principalmente pela atuação de ONGs a partir dos anos 80 (EHLERS, 1999). Pressionando órgãos governamentais, esses agentes demandavam a formulação de respostas aos impasses da agricultura convencional. A Rio 92, resultado da efervescência de debates naquele período, pautou o estímulo ao mercado brasileiro de orgânicos, que se intensificou, aumentando os pontos de venda e dando início a disponibilização destes produtos em redes de supermercado (ORMOND, et. al, 2002).

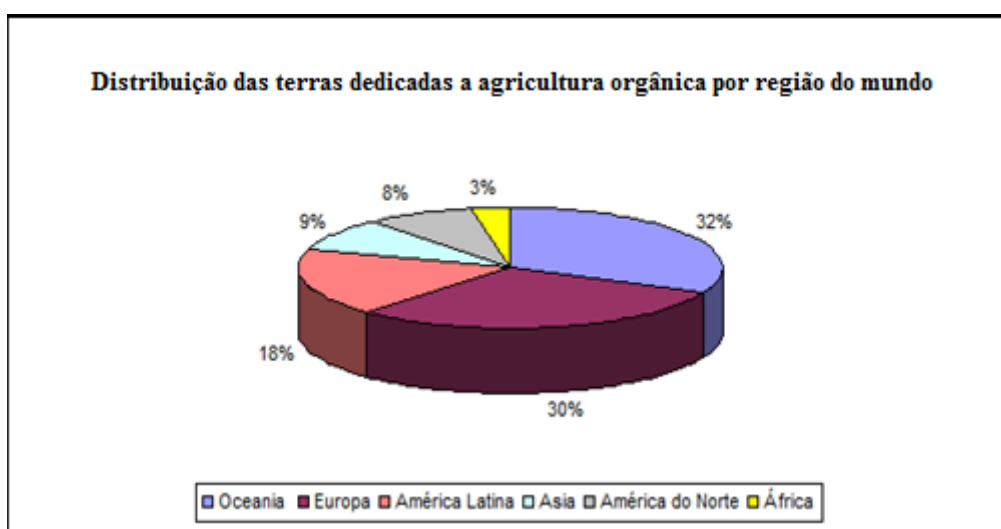
Atualmente, as propriedades orgânicas ou em processo de conversão no Brasil, contabilizam cerca de 15 mil, das quais, 75% são mantidas pela agricultura familiar (AZEVEDO, 2012). Do montante da produção brasileira entre 1999 e 2004, 92% destinou-se ao mercado externo, sendo as principais localidades os Estados Unidos e a Europa, nesta última se destacando a Holanda, com 28% do que é exportado, restando 8% para o mercado interno de orgânicos (MOOZ e SILVA, 2014). A produção orgânica brasileira tem aumentado

consideravelmente nos últimos anos, segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA –, em 2013, o número de produtores cresceu em 22%. Apesar dos dados relevarem o predomínio da exportação dos produtos orgânicos brasileiros, considera-se que o consumo desses produtos no país está em ascensão (FiBL e IFOAM, 2014).

Estatísticas apresentadas pelo *The world of organic agriculture 2014*, levantamento anual sobre produtos orgânicos no mundo realizado pela IFOAM - International Foundation for Organic Agriculture – e FiBL - Research Institute of Organic Agriculture -, ressaltam que no ano de 2012, o mundo contava com 37,5 milhões de hectares de agricultura orgânica.

Como podemos observar no Gráfico 1, as regiões que mais possuíam hectares dedicados a agricultura orgânica, incluindo as áreas de conversão, eram a Oceania, a Europa e a América Latina.

Gráfico 1 - Distribuição das terras dedicadas a agricultura orgânica por região do mundo em 2012.



Fonte: Elaborado com base nos dados FiBL e IFOAM, 2014. Ano de referência (2012).

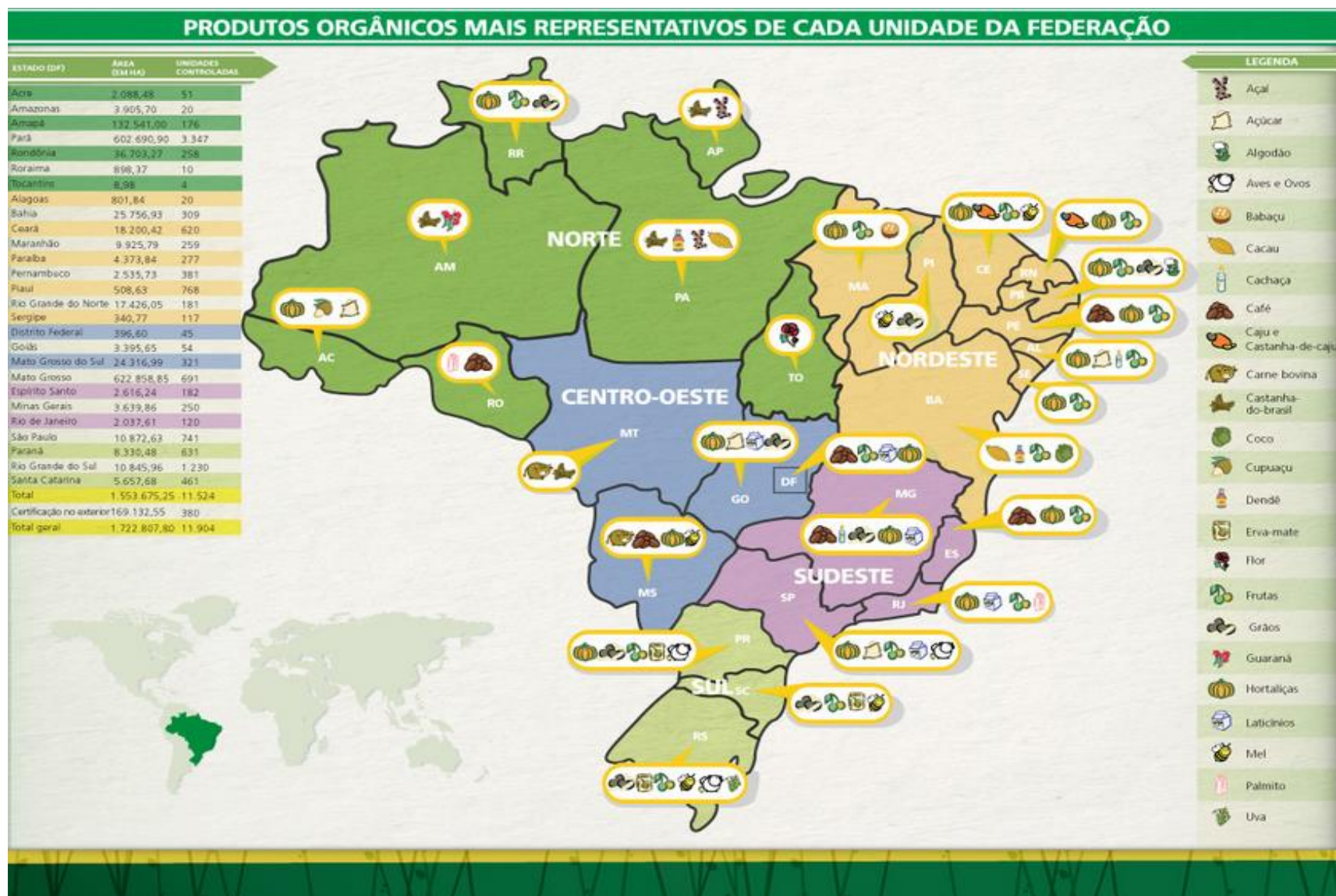
Ademais, em 2014, o mercado de produtos orgânicos moveu cerca de 64 bilhões de dólares, sendo que a maior demanda de consumidores concentrou-se na América do Norte e Europa. Nesse levantamento, o Brasil com 705,233 hectares incluindo as áreas de conversão é o terceiro maior produtor de América latina, ficando atrás da Argentina com 3,6 milhões de hectares, e do Uruguai com 930,965 hectares (FiBL e IFOAM, 2014).

Na Figura 1, temos a superfície dedicada a agricultura orgânica disponibilizada pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento que é de 1.722.807,80 hectares. Número

consideravelmente maior que aquele apresentado pelo *The world of organic agriculture*. Isso nos mostra que a presença da agricultura orgânica no Brasil pode ser muito mais significativa do que as estimativas apresentadas. No estado de São Paulo existem 10.872, 63 hectares de terras dedicadas a agricultura orgânica, sendo 741 as unidades de produção controlada. Ainda de acordo com a primeira figura, as principais culturas produzidas em São Paulo são as hortaliças, o açúcar, as frutas, o leite e as aves e ovos.

O crescimento da agricultura orgânica no Brasil está relacionado a alguns fatores, como os incentivos governamentais para a produção orgânica, com programas como o PAA – Programa de Aquisição de Alimentos, que prioriza a aquisição de produtos orgânicos por parte de prefeituras e órgãos públicos, às mudanças produtivas, alimentares e rurais apresentadas no tópico anterior, a condição de atividade alternativa para pequenos e médios produtores, à medida que o diferencial de preço dos produtos orgânicos ajuda a melhorar as condições econômicas e sociais desses agentes, dentre outros.

Figura 1 - Mapa com os produtos orgânicos mais representativos por Estado no Brasil



Fonte: MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

No período histórico em que se iniciaram os movimentos precursores da agricultura orgânica, os mesmos pressupunham finalidades diferentes daquelas que hoje, não raro, visualizamos no mercado de orgânicos em aumento exponencial. Refiro-me, por exemplo, a ideia da agricultura orgânica associada ao espaço privilegiado das pequenas e médias propriedades que embora aconteça no Brasil, não é mais uma regra, dado o grande interesse de latifundiários na atividade em questão. Observei esse movimento no sul da Espanha, uma vez que embora seja o primeiro país europeu em superfície dedicada aos orgânicos, 1845.039 hectares em 2011 (MAAM, 2012), as estatísticas se referem principalmente as grandes unidades de produção orgânica. Portanto, a admissão da atividade como altamente rentável ajuda a mobilizar agentes que buscam unicamente o retorno econômico, fato que não se restringe aos produtores, mas também a demais agentes que ajudam a construir esse mercado como as certificadoras e os poderes públicos que passam a apostar suas fichas no desenvolvimento da atividade.

Nesse quadro, em que a Europa é a segunda região com maior concentração de superfície ecológica, a Espanha é o 5º país do mundo com maior superfície dedicada aos orgânicos, sendo o mais representativo dentro da Europa¹⁶ (FIBL e IFOAM, 2014). Em 2011, o número de operadores¹⁷ ecológicos espanhóis era de 36.364, dos quais 32.206 são produtores (MAAM, 2012). É possível constatar com o Gráfico 2 que no início da década de 90, a superfície dedicada a agricultura orgânica era de 4.235 hectares, crescendo ao longo dos 20 anos e chegando em 2011 a 1845.039 hectares. Podemos perceber, portanto, que neste período a agricultura ecológica apresentou grande aumento na Espanha.

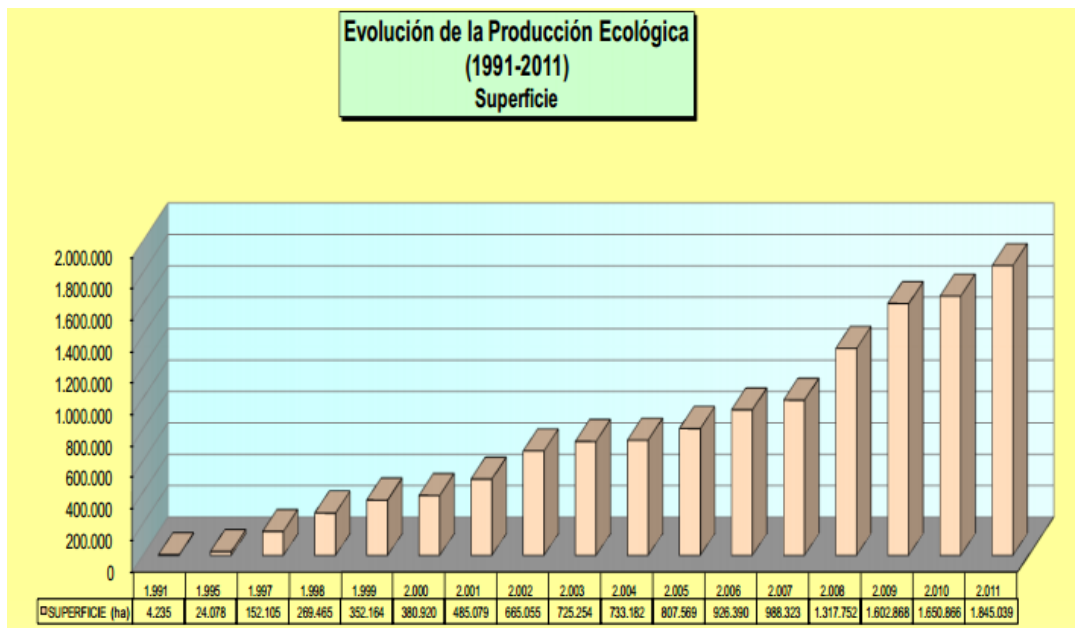
A evolução desse modelo produtivo no país, se explica, grosso modo, pela combinação de uma multiplicidade de fatores, ancorados nas mudanças na produção, no consumo e na inserção de novas interpretações acerca das funções desempenhadas pelos espaços rurais, agora vistos a partir de uma perspectiva territorial, assim como pelo processo de reorientação da *PAC – Política Agrícola Comum*¹⁸ da União Europeia. As Reformas da PAC no início dos anos 90 e a criação das chamadas ajudas Agroambientais, implementa novos pilares para a organização da agricultura europeia, beneficiando os produtos orgânicos (FÉRNANDEZ e ESTRADA, 2004).

¹⁶ Os quatro primeiros países com maiores superfícies dedicadas a agricultura orgânica são respectivamente: 1º Austrália, 2º Argentina, 3º Estados Unidos e 4º China.

¹⁷ Por operadores define-se produtores agrícolas, produtores de gado, produtores aquícolas, outros produtores, elaboradores e transformadores, importadores, exportadores, comercializadores e outros comercializadores (MAAM, 2012).

¹⁸ A PAC, adotada desde 1962, nasce com o objetivo de promover uma maior produtividade agrícola, suprimindo as necessidades alimentares da população europeia por intermédio da compra e venda de alimentos por um preço reduzido, nesse período o modelo agrícola convencional era o único fomentado e favorecido por essa política.

Gráfico 2 - Evolução da produção ecológica na Espanha entre 1991 e 2011.



Fonte: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

A primeira reforma da PAC em 1992, implanta um conjunto de ajudas destinadas a promoção de alternativas produtivas que possibilitem a preservação do meio ambiente. Em 1999, passa por outra reforma, a chamada Agenda 2000, a qual, para além de reorientar o sistema de preços, determina e decompõe a política em “pilares”, o primeiro, isto é, a política de preços e mercados, e o segundo, o desenvolvimento rural, que primária, sobretudo, por um desenvolvimento sustentável, com a implantação das ajudas agroambientais. Finalmente, em 2003, uma terceira reforma propõe a diminuição dos incentivos destinados para a agricultura convencional (VALIENTE; AYALA; CORDERO, 2006).

Com isso, a agricultura orgânica é contemplada pelos programas agroambientais regulamentados em 1992 e reformulados em 1999 pelo novo regulamento da PAC (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2001). Com relação a promoção das ajudas agroambientais, os produtores que se comprometessem com o cumprimento de práticas para a preservação ambiental, receberiam uma quantia durante 5 anos, responsável por garantir os possíveis gastos com as medidas a serem adotadas (FÉRNANDEZ e ESTRADA, 2004). Apesar da grande representatividade da Espanha na produção orgânica, o país apresenta baixo consumo interno, cerca de 75% dos produtos ecológicos espanhóis são exportados para outros países europeus como Alemanha, Inglaterra, França, Suíça e Itália (CERDEÑO, 2014).

A Andaluzia, Comunidade Autônoma de maior vocação agrícola na Espanha, é a

principal no país em termos de superfície dedicada à agricultura orgânica, possuindo cerca de 52%, com 973.239,06 hectares. Os principais produtos que ocupam essa superfície são o gado, as oliveiras, os cereais e os frutos secos (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2001). Em 2009, da superfície dedicada a agricultura orgânica na Andaluzia incluindo superfícies com métodos de produção orgânica (qualificados) e superfícies em período de conversão para métodos qualificados de produção orgânica, predominavam em número de estabelecimentos as pequenas e médias propriedades com até 50 hectares de *SAU – Superfície Agrícola Utilizada*¹⁹, cerca de 79%.

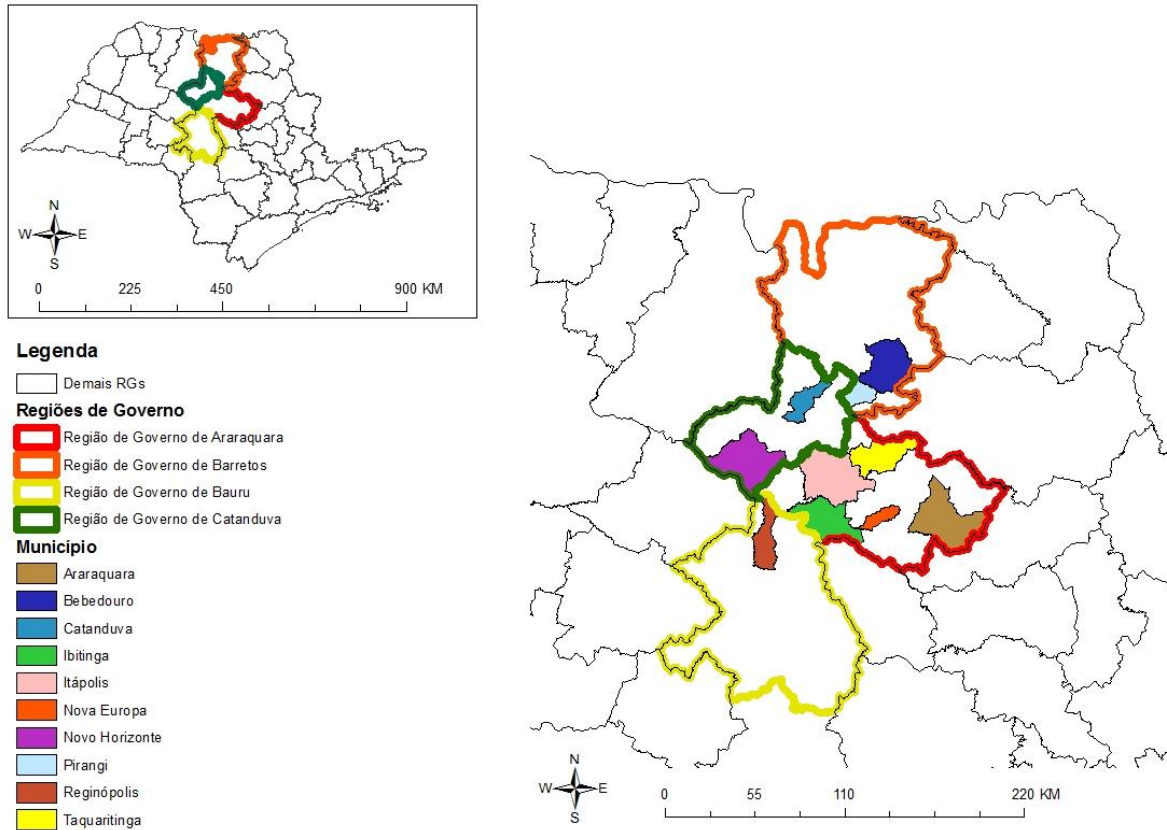
Por outro lado, dos 292.366,84 hectares dedicados a essas modalidades associadas aos ecológicos, apenas cerca de 31% são pequenas propriedades com até 50 hectares de área (IECA, 2014). Ou seja, ainda que a Andaluzia seja a maior Comunidade Autônoma espanhola em termos de superfície dedicada a agricultura orgânica, a maior parte dos produtos são produzidos em grandes unidades produtivas, o que evidencia que os produtores acompanhados por esta pesquisa nesta região, representam uma camada particular das experiências associadas a agricultura orgânica na mesma.

1.4 OS CAMPOS DE PESQUISA

Foram realizadas entrevistas junto aos 17 produtores do Instituto ANNONA, divididos entre 10 cidades das Regiões de Governo de Araraquara (Araraquara, Ibitinga, Itápolis, Nova Europa e Taquaritinga), Barretos (Bebedouro e Pirangi), Bauru (Reginópolis) e São José do Rio Preto (Catanduva e Novo Horizonte) (Figura 2.). Dentre essas cidades, Itápolis, sede do Instituto, é que conta com uma concentração maior de produtores. São sete o número de associados residentes na cidade. Entre os fatores que corroboram para que Itápolis reserve a maior parte dos associados do Instituto está a sua tradição em desenvolver atividades produtivas diferenciadas.

¹⁹ É definida como o um conjunto de terras trabalhadas, como cultivos herbáceos, hortas familiares, culturas lenhosas e terras de pastos permanentes

Figura 2 - Localização dos municípios dos associados do Instituto ANNONA e as respectivas Regiões de Governo.



Fonte: Malhas digitais (IBGE, 2010).

O município além do Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável possui desde os anos 2000 a COAGROSOL – Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis²⁰ –.

²⁰ O Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável é fruto de uma cisão com a Coagrosol – Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis – ocorrida em 2009. Dos 17 associados do Instituto, 8 eram cooperados da Coagrosol, esses são, portanto, os membros fundadores do Instituto. A cisão com a COAGROSOL resultou de divergências internas relativas a representatividade dos produtores de frutas versus produtores de legumes e hortaliças. Sob o risco de serem excluídos da cooperativa e de consequentemente perderem a certificação de produtos orgânicos e a assessoria do SEBRAE, os produtores de hortaliças e legumes observaram a necessidade de criar o Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável. Atualmente a Coagrosol conta com 40 produtores, dos quais apenas 3 são produtores de frutas orgânicas. Dentre esses 3 produtores de orgânicos 1 é também associado do Instituto ANNONA, pois além de produzir laranja começou o cultivo de hortaliças.

Surgindo como alternativa à crise citrícola da década de 90 a cooperativa conta com produtores convencionais e orgânicos, desenvolvendo o comércio justo²¹ (LIRA, 2011).

É importante salientar que o município possui tradicional vocação agrária para as culturas cítricas, sendo um dos maiores em produção de laranja no estado (SEADE, 2013). Nota-se ainda que Itápolis com 2.035 unidades produtivas (LUPA, 2008), é o município com maior quantidade de Unidades de Produção Agropecuária dentre aqueles que compõe o Instituto ANNONA²². Catanduva conta com dois produtores e os demais municípios apenas com “um” produtor. Essa maior concentração de associados em Itápolis permitiu identificar a existência de uma rede de relações e trocas de conhecimentos mais acentuada, diferente das demais cidades em que os produtores assinalavam as dificuldades que um grupo “regional” representa para um conjunto de pequenos produtores de orgânicos. Essa troca de conhecimentos e relações pôde ser observada mais amplamente nas respostas dos “novos” integrantes do Instituto, muitos dos quais foram acompanhados por produtores já familiarizados com a produção orgânica.

As propriedades do Instituto ANNONA possuem média de 17 hectares de área, a maior delas com cerca de 72 hectares e a menor com 8 mil metros². Pequenos e médios produtores, expressam grupo significativo na região de estudo: segundo dados do LUPA – Levantamento das Unidades Censitárias – as 10 cidades as quais pertencem os produtores do Instituto ANNONA, contam com o número de 9404 Unidades de Produção Agrícola. Dessas, cerca de 89% representam pequenas e médias propriedades com até 100 hectares de área. Por outro lado, da área ocupada, apenas 37%, é conduzida por pequenos e médios empreendimentos. Depreende-se, portanto, que à revelia da presença significativa de pequenas e médias propriedades, as terras utilizadas estão concentradas nas mãos de grandes produtores. Dessas cidades, aquela que apresentou maior distribuição de terras foi Pirangi, com 68% de suas terras ocupadas por pequenos e médios produtores. Por sua vez, o município com menor distribuição de terras foi Reginópolis, apenas 11% delas ocupadas por pequenos e médios produtores (LUPA, 2008).

²¹ As relações comerciais desenvolvidas por meio do “comércio justo” defendem variáveis como o diálogo, o respeito, a transparência e a justiça. Sendo desdobrado no âmbito internacional tem como objetivo criar oportunidades produtivas para produtores em situação econômica desfavorável. O movimento surge a partir da década de 60 através da atuação de ONGs que passam a estimular o comércio equitativo entre os chamados países desenvolvidos e subdesenvolvidos.

²² As quantidades de Unidades de Produção Agropecuária do Estado de São Paulo (UPAs) para os demais municípios que compõe o Instituto ANNONA são em ordem de classificação: Novo Horizonte (1.212 UPAs), Taquaritinga (1.207 UPAs), Bebedouro (1.172 UPAs), Araraquara (1.150 UPAs), Ibitinga (930 UPAs), Pirangi (726 UPAs), Catanduva (558 UPAs), Reginópolis (257 UPAs) e Nova Europa (187 UPAs).

A presença do Instituto ANNONA nessas cidades demonstra potencialidade significativa da pequena e média produção no desenvolvimento de alternativas de produção e consumo como a agricultura orgânica, mostrando como influências macrossociais como as transformações na alimentação e da produção agrícola impactam no cotidiano das localidades, criando novas estratégias para o desenvolvimento rural.

As culturas produzidas com o sistema orgânico pelos produtores do Instituto ANNONA são os legumes, hortaliças e frutas, coincidindo com as atividades de agricultura orgânica mais comuns no estado (Figuras 3, 4 e 5).

Figura 3 - Propriedade de legumes e hortaliças em Pirangi (SP).



Fonte: TROIANO, J. A. Foto pesquisa de campo, 2013.

Figura 4 - Propriedade de legumes e hortaliças em Araraquara (SP)



Fonte: TROIANO, J. A. Foto pesquisa de campo, 2013.

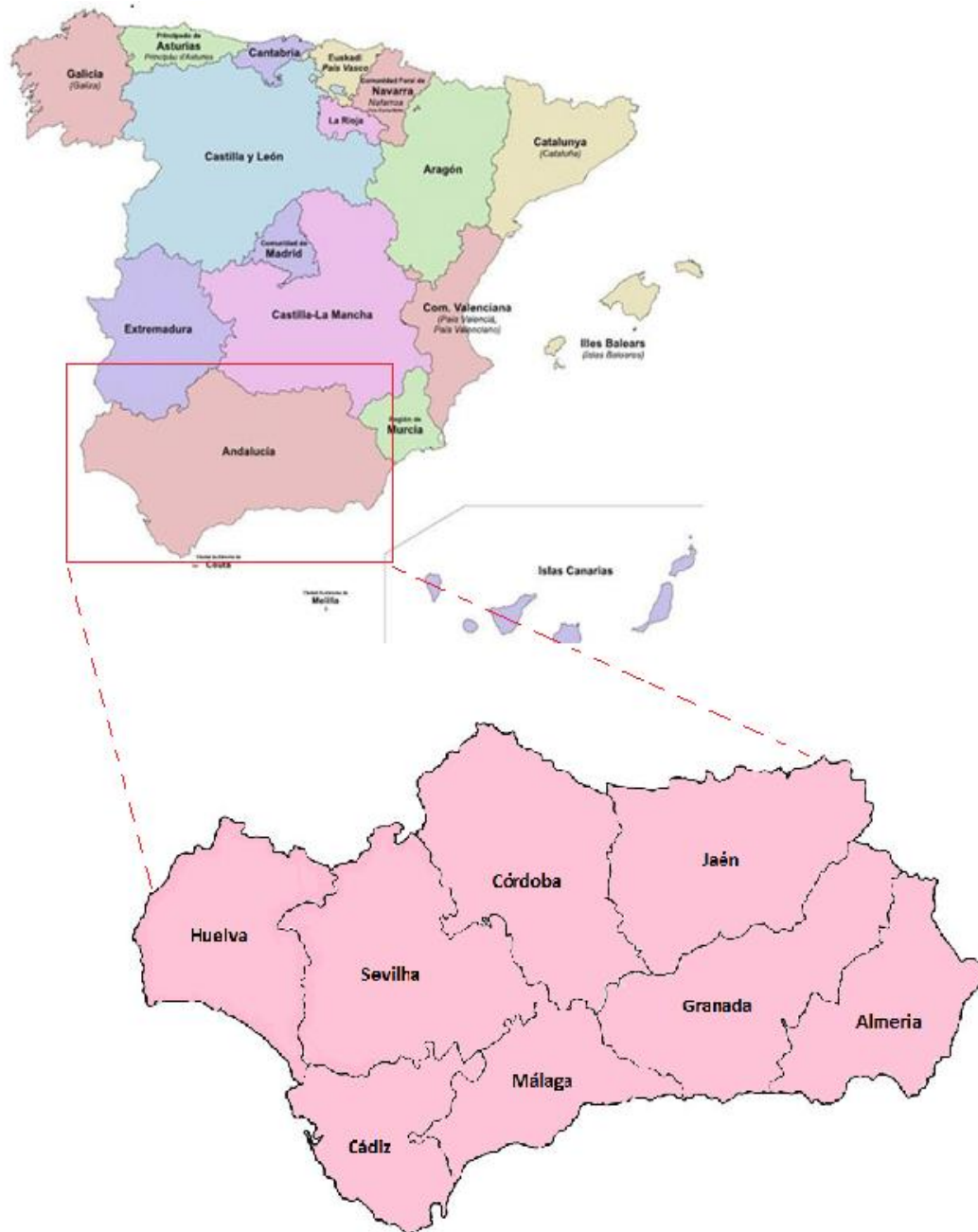
Figura 5 - Propriedade de legumes e hortaliças em Novo Horizonte (SP).



Fonte: TROIANO, J. A. Foto pesquisa de campo, 2013.

Os produtores entrevistados na Espanha distribuíam-se por três províncias da Andaluzia-ocidental, respectivamente, Sevilha, Córdoba e Huelva (Figura 6).

Figura 6 - Mapa Espanha, Andaluzia com províncias.



Fonte: <<https://osha.europa.eu/fop/spain/es/index.stm>> Mapa modificado. Acesso em: 01/08/2014.

Além de Sevilha, capital da Andaluzia, os produtores pertenciam a alguns povoados desta província como Cazalla de la Sierra, Marchena e El Viso del Alcor. Em Huelva visitei

um produtor no povoado de Encinasola, e em Córdoba, um produtor de Palma del Río. Dentre os pequenos e médios produtores que entrevistei em Andaluzia havia uma maior diversificação dos mercados para os quais os produtos eram destinados, havendo desde legumes, hortaliças e frutas, até ovos, galinhas, porcos, mel, azeite e confeitaria²³, além de atividades associadas ao turismo rural (Figuras 7, 8 e 9).

Figura 7 - Propriedade de legumes, frutas e hortaliças em El Viso del Alcor (Sevilha-Espanha).



Fonte: TROIANO, J. A. Foto pesquisa de campo, 2014.

Todos os 9 produtores entrevistados durante a pesquisa possuíam relação direta com grupos de consumo, redes de produtores e consumidores ou ainda coletivos voltados para a educação ambiental. Em geral, essas experiências ocorrem em contextos urbanos e se associam à busca de uma reaproximação entre produtores e consumidores (MONTIEL e COLLADO, 2010). Especialmente, nos discursos dos produtores acompanhados, a promoção desses canais curtos de comercialização apresenta marcante presença do fator ambiental.

Em Sevilha (Capital), alguns dos grupos de consumo identificados e relacionados a esses produtores, são, *Gaspacho Rojo*, *Grupo Sur*, *Grupo Mairena*, *Higos y Brevas*, *Por una*

²³ Média de tamanho das propriedades, 12,38 hectares. A maior delas com 65 hectares e a menor com 8.000 m².

lechuga digna, Triana Verde, dentre outros. Geralmente, estruturados por moradores de bairro, os grupos compram cestas ecológicas diretamente do produtor, organizando a busca semanal ou quinzenal através do revezamento de seus membros (MONTIEL e COLLADO, 2010).

Figura 8 - Propriedade de turismo rural, produção de legumes, hortaliças, galinhas, ovos e porcos, em Cazalla de la Sierra (Sevilha).



Fonte: TROIANO, J. A. Foto pesquisa de campo, 2014.

Outra experiência interessante é a da *RED Sevilla EcoArteSana*, que reúne pessoas produtoras e consumidoras para a compra e venda de produtos orgânicos, além de dar vida a um Sistema Participativo de Garantias, onde produtores passam a contar com um sistema de “certificação” mesmo sem possuir a certificação por auditoria²⁴, única institucionalmente reconhecida em Andaluzia. A rede é formada por 11 produtores e por 5 grupos de consumo²⁵. Realiza assembleias mensais no *Parque de San Jerónimo – Sevilla Capital* –,

²⁴ Organismos privados que acompanham anualmente as propriedades avaliando sua conformidade as normas regulamentadas para a produção de ecológicos. Alguns dos identificados com a pesquisa foram o CAAE - *Comité Andaluz de Agricultura Ecológica* - entidade pública que se transforma em privada, a Agrocolor e a Sohiscest, ambas privadas.

²⁵ *Grupo Sur, Grupo Pumarejo, Grupo la Huelga, Grupo Gaspacho Rojo e Grupo Mairena del Aljarafe.*

com a presença de produtores e consumidores, busca fomentar um maior diálogo entre esses agentes, assim como repartir os produtos ecológicos²⁶. Os encontros ocorrem mensalmente em virtude do diferencial dos produtos fornecidos – queijo, iogurte, bolachas, pão, dentre outros - e por mesclar produtores das províncias de Sevilla, Huelva, Cadíz e Córdoba os quais na maioria dos casos necessitam se deslocar para comparecer em Sevilla.

Figura 9 - Produção de mel e pólen, em Encinasola (Huelva).



Fonte: TROIANO, J. A. Foto pesquisa de campo, 2014.

Igualmente, associações como *El Enjambre sin Reina*, aparecem em contextos de incentivo à produção ecológica a partir do pressuposto ambiental. Formado por 10 membros, o grupo se define segundo os seguintes objetivos:

Nuestra intención como colectivo es favorecer la transformación de las relaciones de las personas con el medio ambiente, hacia una sociedad más justa y sostenible a todos los niveles (ecológico, social y económico); y esto lo hacemos a través de la educación socioambiental (El Enjambre sin Reina, 2015).

²⁶ Vinagres, doces italianos e artesanais, pasta fresca, laranja e cítricos, cosmética natural, ovos, sobremesas, pratos preparados, plantas culinárias e aromáticas, iogurte de cabra, queijos de cabra, azeite de oliva, carne de cordeiro, carne de porco, doces tradicionais, mel, pólen, cerveja.

Em seu site, *El Enjambre sin Reina* apresenta 9 âmbitos de trabalho, todos associados a educação ambiental, quais sejam, formação; ecocatering; estudos e pesquisas; visitas, saídas e excursões; assessoria; materiais didáticos; hortas produtivas; conversas, cursos práticos e encontros; e hortos urbanos. Apoia iniciativas inovadoras tais quais o *Banco del tiempo*²⁷ e o *Mercado Social La Rendija*²⁸.

Nos trabalhos de campo, identifiquei um caso onde a intervenção direta do grupo junto a um produtor foi fundamental para a conversão do mesmo à agricultura orgânica, além de contribuir para a sua continuidade na atividade agrícola. Esse produtor, ocupando uma zona de expansão urbana e prestes a se aposentar, possivelmente teria deixado a atividade não fosse o coletivo *El Enjambre sin Reina* propor um outro modelo de desenvolvimento para a sua propriedade.

Em resumo, os campos de pesquisa nos mostram que em ambas experiências o desenvolvimento da produção orgânica em pequenas e médias propriedades está relacionado a processos cooperativos, seja entre produtores, seja entre consumidores.

²⁷ O “Banco do tempo” funciona como um sistema de intercâmbio – favores, saberes e habilidades – onde a moeda que estabelece as trocas em lugar do dinheiro é o tempo (www.elenjambresinreina.eu).

²⁸ Espaço voltado para a produção e consumo desde uma perspectiva crítica, ocorre na “Plaza del Pumarejo”, realizando-se a partir de parceria com Taraceas e Ingeniería sin Fronteras (www.elenjambresinreina.eu).

2. MOTIVOS E SIGNIFICADOS PARA PRODUÇÃO E CONSUMO DE ORGÂNICOS

2.1 A RACIONALIDADE ECONÔMICA E O HOMO ECONOMICUS

Como se sabe, a racionalidade econômica é inaugurada com o cálculo contábil. O controle do tempo, a otimização da produtividade, a maximização dos ganhos e a diminuição dos custos são alguns de seus traços característicos. Atua de acordo com um ethos específico ao mesmo tempo em que impulsiona e é impulsionada pelas inovações obtidas com os campos técnico e científico. Os indivíduos, ao submeterem suas vidas às necessidades e exigências do cálculo, experimentam um tempo determinado e entrecortado pelo ritmo de trabalho, organizado em função de atividades no mais das vezes esvaziadas de interesse e realização pessoal (GORZ, 2003).

Mesmo antes das sociedades capitalistas, a racionalidade econômica pontilhava as ações nos mercados, entretanto, é com a racionalidade capitalista, própria a este modo de produção, que a racionalidade econômica se realiza plenamente superando os entraves das antigas tradições. Para os expoentes da teoria econômica neoclássica²⁹ esse cenário é palco privilegiado da ação do *homo economicus*, sujeito racional e maximizador de lucros, cujo o objetivo é a proporcionalidade entre o rendimento do trabalho e a sua eficácia econômica (GORZ, 2003).

Em outras palavras, para essa vertente interpretativa, os agentes, operando segundo ações conscientes buscariam o máximo de eficácia ao menor custo, e ao mesmo tempo, o fator econômico seria o principal eixo explicativo da ação, tudo se organizaria em função do lucro (BOURDIEU, 2003a). A objetividade do cálculo definiria a movimentação dos indivíduos no mundo do trabalho e nos mercados, dado que recompensados pelo tempo despendido para o trabalho (GORZ, 2003). O excerto abaixo traduz de maneira precisa o significado do cálculo contábil em relação à racionalidade econômica:

O cálculo contábil é, portanto a forma por excelência da racionalização reificadora. Ele mede em si mesmo a quantidade de trabalho por unidade de produto, ignorando o vivido: o prazer ou o desprazer que esse trabalho me proporciona, o tipo de esforço que ele demanda, minha relação afetiva,

²⁹ Segundo Prado (2001), alguns dos pioneiros dessa teoria são: Hermann Heinrich Gossen, alemão; Carl Menger, austríaco; Léon Walras, suíço; Stanley Jevons e Alfred Marshall, ingleses. Esses autores teriam norteados suas análises através de indivíduos desprovidos de relações sociais, os quais buscariam suprir unicamente seus interesses individuais, sendo suas escolhas nos mercados condicionadas pelo fator preço.

estética com a coisa produzida. Cultivarei cebola, repolho, alface, mais do que flores, se quero garantir tal ou qual ganho. Minhas atividades serão decididas em função de um cálculo, sem que minhas preferências, meu gosto, sejam considerados. Acolherei as inovações técnicas que aumentam o rendimento de meu trabalho mesmo se elas o tecnicizam, submetem-no a rígidos imperativos, fazem-no assemelhar-se a um trabalho rude. Aliás, não tenho escolha: se não acompanhar a evolução das técnicas (ou adiantar-me a elas), logo mais não poderei viver da venda de meus produtos: não serei mais “competitivo” (GORZ, 2003, p.109).

Esse *homo economicus*, ator típico da racionalidade econômica segundo a ciência econômica neoclássica, tem influenciado ao longo dos anos as interpretações dos mais distintos fenômenos sociais, culturais, econômicos e políticos, partindo desde ações no mercado financeiro até as nossas escolhas e opções alimentares (RIAL, 2011).

Embora reconheça o papel da racionalidade econômica na sociedade contemporânea, Bourdieu (2003a) se contrapõe a redução economicista da ação humana. Isso porque, entende que o mundo e os significados que construímos com base em nossas relações cotidianas correspondem a diferentes racionalidades, capitais e símbolos, e no caso das ações econômicas estruturam diferentes “mundos econômicos”. O que é “racional” – razoável – desde um ponto de vista ou “campo”, pode não ser a partir de outro e vice-versa (BOURDIEU, 2003a). Isso não significa que as ações em mercados como o de produtos orgânicos sejam desinteressadas, mas que possuem outros tipos de interesses além daqueles estritamente econômicos. Mesmo porque, ainda que as ações vivenciadas pelos agentes – me refiro aqui aos produtores, consumidores, legisladores, certificadoras – fossem motivadas por ações desinteressadas, se estruturariam por um interesse pelo desinteresse, isto é, em tal lógica o que seguiria compensando seria o desinteresse (BOURDIEU, 2003b).

O universo econômico é feito de vários mundos econômicos, dotados de “racionalidades” específicas, que supõem e exigem, ao mesmo tempo, disposições razoáveis (mais do que racionais), ajustadas às regularidades, inscritas em cada um deles, às “razões práticas” que os caracterizam” (BOURDIEU, 2003a, p. 158).

Compartilhando o posicionamento defendido por Bourdieu (2003a), esta pesquisa constatou mediante trabalhos empíricos que a relação de produção e consumo em alguns mercados como o de produtos orgânicos se estendem para além de um simples cálculo racional de custos e benefícios individuais. No mercado de orgânicos, não raro, fatores qualitativos se sobrepõe àqueles quantitativos, trata-se de saber se aquilo que se está comendo

e produzindo têm correspondência com valores como saúde, preservação ambiental e justiça social.

É numa rede de valores e práticas compartilhada por produtores e consumidores que podemos encontrar as racionalidades, capitais e símbolos que estruturam esse mercado. Embora o princípio norteador desse trabalho não tenha sido identificar as origens de tais racionalidades, capitais e símbolos, o que pude verificar é a influência de racionalidades alimentares, ambientais e econômicas no discurso desses agentes; o impacto dos capitais social, cultural e econômico no acesso a esse mercado, tanto em matéria de produção como de consumo; e a construção de símbolos marcadores de distinção no consumo de um produto diferenciado e qualificado que se contrapõe à crescente homogeneização e padronização alimentar.

Seguindo os pressupostos da sociologia econômica podemos dizer que os agentes sociais não são passivos, mas ativos, ajudam a construir os mercados. Em outras palavras, os mercados não são esferas autônomas, apartadas da vida social, se estruturam pelo social, pelo político, pelo cultural, pelo econômico, enfim por um conjunto de agentes movidos por fatores subjetivos e objetivos, ora racionais, ora não racionais (ABRAMOVAY, 2006; 2007).

Uma idéia, que já aparece nos clássicos de sociologia, tais como Durkheim, Weber e Simmel, é que o mercado não é único, ou seja, existem “mercados”, e que mercado não é um ente autônomo à sociedade, logo, não é uma abstração teórica. Trata-se de uma formação historicamente definida no tempo e no espaço, formada por indivíduos, os quais, diferentemente do homo racional pregado pelos economistas, são homens e mulheres de carne e osso, cujas decisões, nada racionais, são orientadas pela cultura, pela formação simbólica na qual estão envolvidos (JARDIM e CAMPOS, 2012, p. 9).

Interessantemente, as distintas motivações subjetivas que direcionam os agentes sociais para a escolha pelos produtos orgânicos não representam, no entanto, a ausência de uma racionalidade econômica e capitalista que se aproveite desse mercado, pelo contrário, essa subjetividade é que determina o valor econômico e simbólico desses produtos quando colocados em circulação. Isso porque, a pesquisa considera que o mercado de produtos orgânicos se insere num contexto onde trabalho imaterial e capitalismo cognitivo impõe uma tendência frente as formas materiais de produção de valor, principalmente em se tratando de mercados que como esse são alternativos (HARDT e NEGRI, 2005). Isso significa dizer, que o estímulo por esses mercados é parte das estratégias na produção de mercadorias e de valor, a subjetividade torna-se em si mesma produtiva, sendo o valor resultado dos desejos, ideais e

signos construídos nas relações entre produtores e consumidores e os produtos (NEGRI, 2001). Curiosamente, portanto, essa subjetividade, mesmo que produza relações sociais para além da lógica estritamente econômica, quando circulada nos mercados, responde também a uma valorização via capitalismo cognitivo (GORZ, 2005).

Segundo Hardt e Negri (2005), o trabalho imaterial pode ser compreendido como a utilização de diversos fatores subjetivos e imateriais como conhecimento, informação, afeto e comunicação na produção dos valores das mercadorias. Por seu turno, a tese do capitalismo cognitivo defendida por Gorz (2005), entende que a produção de valor penetra nas mais distintas esferas de nossas vidas, tornando aspectos simbólicos e imateriais essenciais na reprodução do capitalismo atual. Ademais, o que é interessante na atualidade e se converte em questão para essa pesquisa é que a quantificação do trabalho obtida com o cálculo racional passa a ser imensurável considerando a imersão das atividades econômicas e do trabalho na esfera/mundo da vida (GORZ, 2005; NEGRI, 2001).

No caso da agricultura, dada a sua constituição particular, a confusão entre tempo e espaço de vida sempre ocorreram, isto é, toda a construção cultural do produtor, seu *savoir-faire*³⁰, é aproveitado na produção dos produtos agrícolas, artesanais, etc. Hardt e Negri (2005) admitem, portanto, que os agricultores sempre utilizaram a inovação e o conhecimento no processo produtivo

No trabalho imaterial uma nova relação é estabelecida entre produção e consumo. No âmbito de nossas sociedades pós-industriais o que interessa é um consumidor que seja ao mesmo tempo um comunicador. Essa comunicação social impulsionada pelos consumidores é também produtiva à medida que “produzem” valores, signos e significados que integram um novo mercado (LAZZARATO e NEGRI, 2001). Em suma, o consumidor é ao mesmo tempo produto e produtor dos valores e signos que constroem uma mercadoria, em outras palavras, conforma e é conformado por elas (HARDT e NEGRI, 2005). Ao mesmo tempo que difusora de signos e símbolos essa subjetividade é continuamente modificada e formatada por ideias propagadas pelos mercados. Os desejos e valores dos consumidores são mobilizados, portanto, na construção dos mercados.

Em última instância se trata de considerar o consumidor, também um produtor, e o produtor igualmente um consumidor. Na maioria dos casos, é preciso entender essa relação como uma conexão imaterial entre produção e consumo, embora seja possível e tenha

³⁰ *Savoir-faire* é um termo francês traduzido para o português como “saber-fazer”. É um tipo de conhecimento produzido através das relações cotidianas e adquirido apenas por quem “faz”, isto é, nas experiências vividas.

constatado relações objetivas entre produtores e consumidores³¹. Foi o que identifiquei com os grupos estudados quando questionava os produtores se consumiam os produtos orgânicos. A facilidade de acesso a esses produtos viabilizava o auto-consumo, entretanto, era quando optavam por consumir outros produtos mais saudáveis e sustentáveis para além dos orgânicos que de fato colocavam em prática o tipo ideal do agente que busquei apresentar nesta pesquisa, o produtor-consumidor.

Embora a agricultura orgânica observada ao longo da pesquisa apresente os dois aspectos que definem a racionalidade econômica segundo Gorz (2003), a saber, o fim mercantil do trabalho e a troca num mercado livre onde os agentes pouco ou nada se conhecem, verifiquei que fatores subjetivos associados a posicionamentos sociais, ajudam a determinar a escolha pela produção desses produtos, além de encontrar situações onde esses dois fatores são substituídos por relações cooperativas e laços de solidariedade. Dentre os quais, estão a qualidade dos alimentos, os benefícios para a saúde, a preservação ambiental, entre outros que comparativamente apresentarei no subtópico subsequente expondo as experiências acompanhadas com o Instituto ANNONA e com os produtores andaluzes.

Por outro lado, o cálculo racional do trabalho está presente na adoção por parte dos produtores de técnicas produtivas e gerenciamento que preveem a otimização da produtividade e do retorno financeiro da atividade. Convertidos em empreendedores esses produtores cada vez mais respondem pelo seu sucesso ou fracasso. Essa relação dos produtores estudados com os mercados no caso dos produtores do Instituto ANNONA acontece principalmente através do SEBRAE-SP, órgão que investe em atividades que se mostrem diferenciadas e atrativas à inovação. Já no caso dos produtores espanhóis a questão do gerenciamento era tida como inerente à produção e nesse sentido não havia estímulo direto de órgãos públicos, a iniciativa partia dos próprios produtores e, não raro, dos consumidores.

Em resumo, nesta pesquisa, procurei discutir as subjetividades dos agentes que participam do mercado de produtos orgânicos como importantes na definição de posicionamentos sociais que propiciam o desenvolvimento desse mercado. Ao mesmo tempo, procurei entender como essas, circunscritas a um contexto de trabalho imaterial e capitalismo cognitivo, são aproveitadas na circulação das mercadorias e na produção de valor.

³¹ Experiências onde o consumidor, de fato se torna um produtor, caso acompanhado junto a um produtor andaluz que convocou dentre seu grupo de consumidores a necessidade de uma “ajuda” no trabalho com a produção.

2.2 SUBJETIVIDADES E OBJETIVIDADES: ALGUMAS PERCEPÇÕES DE CAMPO

Como venho salientando, a agricultura orgânica não representa apenas mudanças técnicas e tecnológicas, mas processos como a globalização e a difusão de transformações na apreensão da alimentação, das relações produtivas e dos espaços rurais.

Nesta pesquisa, procurei entender como se combinam objetividade e subjetividade na construção de mercados como o de produtos orgânicos. Isto é, como novos modelos de produção e consumo trazem a luz experiências e possibilidades para o desenvolvimento produtivo. Entendo que é a partir de ações e racionalidades específicas pautadas em escolhas subjetivas social e culturalmente construídas, que esse mercado é também aproveitado pelo sistema objetivando valores e mercadorias.

Nesse sentido, algumas perguntas nortearam as análises da pesquisa, tais como: em alguns casos ou mercados não teríamos uma mescla de racionalidades? É possível ao mesmo tempo gostar e preferir um tipo de trabalho e ter noção das técnicas e do que deve ser produzido para que um produto seja eficaz do ponto de vista econômico? Na realidade dos fatos é possível separar o econômico, do ser ontológico/sujeito e da ação social? Penso que a necessidade dessas perguntas se origina na frequente correlação de economia e capitalismo, tornando as ações econômicas indissociáveis do conceito de alienação. Ao final, temos um jogo maniqueísta que de nada serve para além de criar e propagar o sentimento de infelicidade com relação ao sistema econômico em que vivemos.

Portanto, esta pesquisa em suas distintas fases de desenvolvimento buscou discutir e apresentar um outro olhar sobre o trabalho empregado na produção orgânica e os motivos para a escolha desse mercado. Buscou traduzir, como aspectos subjetivos associados a novas demandas da sociedade contemporânea ajudam a construir mercados como o de produtos orgânicos, e como essas subjetividades são aproveitadas na construção do valor desses produtos.

Interessante notar como a mescla de produção e consumo pode ser vislumbrada no discurso dos produtores entrevistados, conforme resposta abaixo de um produtor, quando questionado sobre o motivo para a escolha dos produtos orgânicos.

Porque me gusta... y tengo mucha tradición familiar de eso, y porque me gusta participar en las redes de consumo, en SevillaEcoArteSana en mi caso, con una figura un poco doble de consumidora y productora. Lo que a veces llamamos Prosumidora, que es que consume se produce algo. Es una relación un poco diferente y eso me gusta y me parece muy constructiva [...] Prosumidor se usa a veces aquí para distintas cosas, para productores que

también consumen, pero se usa mucho también en los ámbitos de redes pequeñas porque también... yo tengo una huerta para auto consumo, pero además vendo un poco, eso podría ser un Prosumidor. Pero otra manera de ver, [...] es como yo que estoy en una red, entonces yo compro productos ecológicos de productores, pequeños productores que conozco, que los veo todos los meses, que tengo una relación con ellos y además yo hago algo. No es mi trabajo, yo no soy profesional de la repostería ecológica y no tengo negocio de repostería ecológica, pero me gusta hacerlo y vendo un poco y gano un poquito solo con eso, pero es como un intercambio dentro de esta red, yo hago una cosa y compro otra (Produtor Andaluz 1).

O que percebemos nesse caso é uma atividade autônoma realizada em razão dos gostos do produtor, que está relacionada a participação de experiências coletivas, portanto sociais, combinada à inserção dos produtos num circuito de trocas, ora mediadas por dinheiro, ora de produtos por produtos ou ainda, pela venda através de moedas sociais³². Reside aí a emergência de novas relações sociais, especialmente no âmbito de pequenos círculos ou grupos sociais interessados efetivamente na produção de orgânicos para além de um ato individual de consumo. Esse movimento, acontece de modos específicos, pode se tratar de uma participação “imaterial” do consumidor na produção, isto é, da inserção de suas ideias e ideais como fatores determinantes para a produção, pode se referir à “ajuda” prestada por consumidores aos produtores – trabalho e assessoria – ou mesmo como no caso do trecho apresentado acima, pode se referir a um produtor que ao mesmo tempo é um consumidor de produtos orgânicos, como já observei também no Instituto ANNONA³³. Enfim, trata-se efetivamente de uma “aproximação” ou “confusão” entre as etapas de produção e consumo que ocorre nesse mercado.

Ademais, como já salientei anteriormente, o agricultor sempre esteve próximo a essa relação concomitante de produção e consumo, isso porque a princípio o autoconsumo predominava nas relações estabelecidas no campo. Com a expansão das relações mercantis, produzir passa a responder às necessidades dos mercados. No entanto, a relação de produção e consumo permanece presente, dado que o produtor também consome daquilo que produz mesmo quando a produção é preferencialmente voltada para a mercantilização (MÉNDEZ e BENITO, 2001).

Antes de realizar a análise das tabelas que apresentarei em sequência, abro um parêntese para assinalar que apesar dos distintos números de entrevistados procuro comparar

³² Puma e Oliva.

³³ Em interpretações anteriores construí uma tipologia dos produtores do Instituto ANNONA onde identifiquei três tipos de relação entre produção e consumo. Uma primeira, em que o produtor mesmo antes de produzir orgânicos já os consumia; uma segunda em que o produtor torna-se consumidor quando passa a produzir e uma terceira, onde o produtor pouco se importa com o consumo.

os dados. Parto do entendimento de que as diferentes realidades estudadas representam *micro-totalidades*, apresentarei, portanto, os resultados considerando ambas realidades como representações de grupos não importando o número das entrevistas. O que pretendo, é aproveitar as duas pesquisas para entender o desenvolvimento da agricultura orgânica em diferentes contextos sociais e históricos, que dizem muito, no entanto, dos contornos que vem tomando esse fenômeno na relação entre o local e o global.

Conforme podemos observar na tabela 1, fatores subjetivos e objetivos são representativos nas indicações dos motivos para produzir orgânicos nos diferentes grupos³⁴. Embora a variável “mercado/alternativa produtiva” apareça nos dois grupos, dentre os produtores do Instituto ANNONA, 10 a alegaram como motivo para escolha dos produtos orgânicos, enquanto dentre os produtores andaluzes apenas 1 a indicou como fator motivador.

Nos casos acompanhados no Brasil, o destaque de “mercado/alternativa produtiva” nas respostas dos produtores se atrela a maior remuneração obtida na comercialização dos produtos orgânicos face aos produtos convencionais. Essa realidade foi também observada na Espanha, ainda que a diferença dos preços fosse mais próxima a remuneração paga pelos produtos convencionais. Esse valor agregado dos produtos orgânicos se revelou extremamente importante nos casos que acompanhei, uma vez que, viabilizando as condições econômicas desses agentes – tradicionalmente produtores/assalariados rurais ou dantes empresários/assalariados urbanos – contribuiu simultaneamente para seu desenvolvimento social e cultural.

Tabela 1 - Motivos alegados pelos grupos entrevistados para a produção de alimentos orgânicos, produtores do Instituto ANNONA (Brasil) e produtores Andaluzes (Espanha), nos anos de 2013 e 2014

Motivos Alegados	Instituto ANNONA	Produtores Andaluzes
<i>Qualidade dos alimentos</i>	3	-
<i>Benefícios para a saúde</i>	8	-
<i>Sustentabilidade ambiental</i>	1	3
<i>Mercado/ alternativa produtiva</i>	10	1
<i>Ideal de vida</i>	3	3
<i>Incentivo dos consumidores</i>	-	1
<i>Por gostar</i>	-	4

Fonte: Tabulações Especiais. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

³⁴ Frequentemente os produtores alegaram mais de um motivo para produzir orgânicos.

Por outro lado, o fator “benefícios para a saúde” aparece como segundo mais citado no Instituto ANNONA, 8 produtores o indicaram, não sendo apontado, no entanto, pelos produtores entrevistados na Andaluzia. No ideário desses produtores há uma relação causal entre o uso dos agrotóxicos e os prejuízos para a saúde do produtor, isso em decorrência de experiências de intoxicação direta (aguda) do próprio produtor, ou mesmo doenças crônicas desenvolvidas em longo prazo, como o câncer em parentes próximos do produtor. Os “benefícios para a saúde” dos consumidores também são relevantes nas considerações dos produtores. Frequentemente observei à vontade de produzir alimentos de qualidade para os consumidores, sem o uso de agrotóxicos.

A variável “Por gostar” aparece apenas no grupo estudado na Espanha, ao representar 4 entrevistados se constitui como a mais referenciada dentre esses produtores. Tal variável se reporta ao gosto dos entrevistados com relação à atividade realizada: alguns entendem que a agricultura orgânica permitiu com que tivessem contato com experiências coletivas – como os grupos de consumo ou redes de produtores e consumidores –, outros o contato com a terra de uma maneira diferenciada, e ou ainda o conhecimento proporcionado pelos produtos orgânicos. “Qualidade dos alimentos” aparece apenas dentre o Instituto ANNONA, 3 produtores a indicaram. Elementos como sabor, aroma, textura, consistência estão relacionados ao que os produtores entendem por qualidade dos alimentos orgânicos, principalmente se comparados aos produtos convencionais³⁵.

Além disso, observamos as variáveis “sustentabilidade da produção” e “ideal de vida” dentre os produtores andaluzes, ambas com 3 das indicações, ao passo que no Instituto ANNONA representam respectivamente 1 e 3 das motivações. No caso dos produtores andaluzes, verifiquei que a identificação dessas variáveis está relacionada principalmente a fatores de cunho ambiental. Esse grupo de produtores mostrou uma importante preocupação com a questão da preservação ambiental, fato observado na grande representatividade de formados em cursos das áreas das ciências biológicas e da natureza dentre os mesmos. Ainda que presentes dentre os produtores do Instituto ANNONA, identifiquei de um modo geral uma influência menor de causas ambientais nas motivações para a produção.

Apresentar, por outro lado, as vantagens dos produtos orgânicos face aos convencionais, apontadas pelos produtores, agrega algumas constatações importantes para essa análise, como é possível perceber na Tabela 2. Em ambos os grupos, Instituto ANNONA e produtores andaluzes, a variável “saúde/não se usa agrotóxico” é a mais representativa,

³⁵ Embora os produtores apontem a superioridade organoléptica dos alimentos orgânicos face aos convencionais, os estudos científicos sobre esse tema são ainda inconclusivos (DAROLT, 2003; AZEVEDO, 2012).

respectivamente 13 e 7 das indicações. Interessante que isso nos mostra a presença e importância significativa da variável saúde dentre os produtores andaluzes, fato não observado na tabela anterior, ao mesmo tempo em que reforça a forte influência desse fator na produção orgânica dos produtores do Instituto ANNONA.

Em contrapartida, “comercialização (preço)”, apresenta queda significativa com relação a “mercado/alternativa produtiva” apresentada no Tabela 1. Apenas 4 dos produtores do Instituto ANNONA a indicaram enquanto que dentre os produtores andaluzes, 1 a considerou importante dentre as vantagens dos produtos orgânicos face aos convencionais.

Tabela 2 - Vantagens declaradas pelos grupos de entrevistados do Instituto ANNONA (Brasil) e dos produtores Andaluzes (Espanha) para a produção de alimentos orgânicos face à produção convencional, nos anos de 2013 e 2014.

Vantagens Indicadas	Instituto ANNONA	Produtores Andaluzes
<i>Qualidade de vida</i>	1	-
<i>Todas (não há comparação)</i>	5	1
<i>Maior liberdade do produtor</i>	1	1
<i>Qualidade dos alimentos</i>	6	2
<i>Saúde/não se usa agrotóxico</i>	13	7
<i>Sustentabilidade ambiental</i>	3	5
<i>Comercialização (preço)</i>	4	1
<i>Benefícios sociais</i>	-	2
<i>Recuperação de tradições (saberes)</i>	-	1

Fonte: Tabulações Especiais. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

“Qualidade dos alimentos”, aparece dentre os produtores do Instituto ANNONA como segunda vantagem mais apontada, 6 produtores, sendo que esta é importante para apenas 2 dos produtores andaluzes. Nesta segunda tabela, é reforçada a ligação das experiências acompanhadas na Andaluzia e a questão ambiental. 5 dos 9 produtores entrevistados na Andaluzia indicaram “sustentabilidade ambiental” como principal vantagem dos produtos orgânicos face aos convencionais. No Instituto ANNONA, essa variável continua tendo pouca representatividade, 3 dos 17 entrevistados a mencionaram. Algumas variáveis aparecem em apenas em um dos dois grupos, como no caso do Instituto ANNONA qualidade de vida, e no caso dos produtores andaluzes, benefícios sociais e recuperação das tradições, apresentando respectivamente 1, 2 e 1 das indicações.

Interessantemente, mesmo que com baixa representatividade, temos a indicação “maior liberdade do produtor” em ambos os grupos de entrevistados. Esta esteve relacionada ao fato de os produtos orgânicos permitirem uma capacidade de sair, mesmo que em certos

pontos permanecendo, do sistema da produção convencional fomentado no século XX pela Revolução Verde. Isso principalmente devido a não obrigatoriedade da compra de um “pacote tecnológico”, tendo em vista que na agricultura orgânica é da própria propriedade que na maior parte dos casos saem os insumos a serem utilizados na produção.

Por último, a variável “todas (não há comparação)” apareceu em ambos os grupos, embora mais representativa dentre os produtores do Instituto ANNONA, 5 produtores, em relação 1 produtor andaluz. Para os produtores que a indicaram os orgânicos apresentam todas as vantagens possíveis com relação ao convencional, não sendo possível compará-los a esses produtos.

O que podemos concluir da análise dessas duas tabelas, é que embora os produtores do Instituto ANNONA e os produtores andaluzes representem a emergência de um mesmo fenômeno, isto é, a agricultura orgânica, e igualmente, apresentem relevância de fatores subjetivos e objetivos em sua constituição, possuem diferenças significativas em suas principais motivações e vantagens para a escolha dos produtos orgânicos. Num caso, predomina a alternativa de mercado e os benefícios para a saúde, no outro, o gosto e a sustentabilidade ambiental da produção são quesitos indispensáveis. Unidos à grande representatividade da variável saúde na última tabela, podemos dizer que a produção orgânica, de acordo com os contextos históricos e sociais em que se desenvolve, apresenta ações sociais mais ou menos pautada em subjetividades e objetividades.

Em suma, embora nem sempre os produtores e consumidores atuem por motivos estritamente econômicos, os outros motivos que os movem a produzir e consumir orgânicos, essencialmente subjetivos e fortemente relacionados a demandas sociais, também são utilizados e colocados em movimento para produzir o valor desses produtos nos mercados econômicos-capitalistas.

3. AS CARACTERÍSTICAS DOS GRUPOS ESTUDADOS

3.1 O FAZER EMPREENDEDOR

A escolha do Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável como um dos lócus empíricos desse trabalho mostrou sua relevância ao combinar a agricultura orgânica, atividade alternativa e inovadora, com dinâmicas cooperativas e um *fazer* empreendedor, colocado para pequenos e médio produtores como via potencial de desenvolvimento econômico. O perfil encontrado dentre os produtores do Instituto é resultado da especificidade desta combinação, demonstrando grande importância da escolaridade e de influências urbanas em sua constituição. Embora distintamente, os produtores andaluzes, circunscritos às suas condições históricas, sociais, econômicas, políticas e culturais apresentaram características similares quanto ao perfil produtivo contribuindo para delimitar as constatações desta pesquisa sobre a experiência da agricultura orgânica como alternativa produtiva.

O empreendedorismo difundido nos países de economia avançada entre as décadas de 1970 e 1980 resulta de uma reorientação das posturas e das governanças urbanas, pautadas anteriormente em ações administrativistas. Efeito do esfacelamento do regime fordista-keynesiano, e da estruturação de uma acumulação flexível, esse empreendedorismo tem como base, especialmente, os pactos estabelecidos entre os poderes locais e o capital financeiro internacional. Gradativamente, o local passa a se responsabilizar pelos investimentos privados que recebe, sendo o estímulo a um *fazer* empreendedor nada mais que uma forma de enfrentar os desafios econômicos impostos ao lugar num contexto de grande mobilidade de capital, os cidadãos e agentes econômicos são, portanto, responsabilizados pela atração de capitais externos (HARVEY, 2005).

Ao mesmo tempo, culpabilizadas por seu grau de empregabilidade, as pessoas, como auto-empendedoras, constroem sua personalidade conforme a atratividade esperada pelos mercados (GORZ, 2005). Capital qualitativamente relevante para a força de trabalho, a subjetividade é colocada a serviço do “saber vender-se” (GORZ, 2004; LAZZARATO e NEGRI, 2001). É assim que a esfera da produção de valor adentra ao mundo da vida, aproveitando-se do capital humano para produzir valor conhecimento, comunicação, afeto, etc. (GORZ, 2005; LAZZARATO e NEGRI, 2001). Para autopromover um negócio, a comunicação é considerada essencial, a linguagem é instrumentalizada e utilizada de forma estratégica. Em suma, o capital humano, submetido a uma autoexploração, suscita uma autoqualificação de si para os mercados (CAMARGO, 2011).

A despeito das teorias que por vezes se referem ao espaço urbano, as indicações podem ser utilizadas para compreender o advento de posturas empreendedoras também nos espaços rurais, mesmo porque no caso dessa pesquisa o estímulo ao empreendedorismo advém particularmente do programa AGROSEBRAE, do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas — órgão com histórico de atuação junto a empreendimentos urbanos. O AGROSEBRAE é lançado em 2011 visando substituir o antigo SAI – Sistema Agroindustrial Integrado do Sebrae³⁶ –. Fornece diversos tipos de assessoria para pequenos e médios produtores rurais, atuando em formato coletivo e individual por um período de até 42 meses. Orienta-se pelo fornecimento de consultoria tecnológica para a melhoria da qualidade da produção e dos produtos, pela gestão e gerenciamento da propriedade, ministrando cursos e palestras sobre administração de negócios e por fim, pelo acesso a novos mercados, direcionando os produtores para a inovação.

O Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável, formado em 2009, nasce associado ao AGROSEBRAE. Criada por dissidentes da COAGROSOL – Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis –, a associação se une especialmente em razão da certificação orgânica e da assessoria técnica e gerencial proporcionada pelo SEBRAE. Para os produtores, a maior contribuição do AGROSEBRAE para sua atividade é a assessoria de dois agrônomos fornecidos pelo programa. Isso porque, relatam existir uma grande dificuldade para encontrar engenheiros e técnicos especializados no cultivo de orgânicos, o que torna extremamente cara a assessoria contratada de modo individual³⁷. Em síntese, a parceria Instituto ANNONA e AGROSEBRAE para além de significar a adoção de procedimentos técnicos, a participação de cursos e palestras para a qualificação da produção, do gerenciamento da propriedade e dos processos produtivos, procura estimular um *fazer* empreendedor nos produtores.

O dinamismo da atividade e mesmo da região quando pensado a partir da associação é visto como diretamente relacionado ao desempenho desses agricultores “empreendedores”, que realizam o controle de seus gastos e ganhos, que aplicam técnicas produtivas e tecnologias inovadoras, que usam o computador para buscar ideais ou mesmo consumidores, em outras palavras, que através do aprimoramento de seu capital social e cultural combinados aos seus conhecimentos típicos, produzam um valor conhecimento, aproveitado e circulado

³⁶ O programa SAI foi lançado pelo SEBRAE em 1997, junto à Secretaria de Abastecimento e Agricultura e a CATI – Coordenadoria de Assistência Técnica Integral.

³⁷ Para dar manutenção a essa parceria com o SEBRAE os produtores do Instituto ANNONA pagam durante três meses a cada semestre uma quantia de 50,00 reais ao mês.

em mercados diferenciados como o de produtos orgânicos. As críticas de Alentejano (2000) acerca de um documento lançado pelo governo federal em 1999³⁸ se encontram com essa perspectiva que reconhece a capacitação como central na promoção de uma agricultura sustentável. Segundo o autor, o documento presume erroneamente que os responsáveis por sua condição de marginalidade são os próprios agricultores que não se adéquam à capacitação técnica e gerencial, sendo assim, considerados “incompetentes” e “ignorantes”, incapazes de se moldarem às novas condições do mercado (ALENTEJANO, 2000).

O discurso acerca do empreendedorismo pôde ser constatado dentre os produtores entrevistados. No interior paulista, 16 dos 17 entrevistados se consideram empreendedores, seja por optarem por alternativas produtivas apostando na atividade, por características pessoais consideradas inatas, pelo gerenciamento que efetuam da propriedade, ou mesmo porque buscam crescer rumo a um futuro melhor para si e para sua família.

Quanto aos casos estudados em Andaluzia, a escolha de experiências relacionadas a grupos de consumidores e redes de produtores e consumidores, permitiu acompanhar uma fatia específica dos produtores orgânicos presentes naquela região. Embora não contassem com nenhum tipo de assessoria voltada para adoção de técnicas de gerenciamento e ao estímulo de uma visão empreendedora, todos os entrevistados responderam considerar sua propriedade uma empresa, acreditando que atualmente não é possível iniciar um *negócio*, sem ter consciência da necessidade de realizar o gerenciamento dos seus fluxos financeiros, uma vez que a atividade precisa ser também sustentável do ponto de vista econômico. Desta feita, percebemos como o discurso e o *fazer* empreendedor está amplamente impregnado nos produtores acompanhados e, por conseguinte, na agricultura orgânica, mesmo quando estudada em espaços tão diversos como o Brasil e a Espanha.

3.2. PERFIL PRODUTIVO

Em sequência início a apresentação de algumas tabelas com dados de todos os produtores entrevistados durante a pesquisa de Iniciação Científica, tanto daqueles visitados no Brasil, quanto daqueles acompanhados na Espanha. Através dessas, pretendo traçar o perfil dos grupos estudados em matéria de sexo, escolaridade, idade, local de residência, dentre outros, a fim de entender as características a que estão relacionadas a agricultura orgânica.

Como se observa na Tabela 3, em ambos os grupos entrevistados houve predomínio do sexo masculino na direção das propriedades. Nos dois, entretanto, as mulheres são bastante

³⁸ Agricultura familiar, reforma agrária e desenvolvimento local para um novo mundo rural.

ativas na gestão da propriedade, ademais, mães e esposas comumente contribuem com a produção, comercialização e mesmo elaboração de produtos artesanais como bolos e tortas³⁹. Como enfatiza Karam (2004), as mulheres que atuam em processos produtivos alternativos como a agricultura orgânica, principalmente aquelas com tradição rural, dão manutenção às sociabilidades rurais e conhecimentos tradicionais, particularmente referentes a sementes e temas de saúde, tendo participação muito maior e decisiva do que a verificada na tabela de distribuição por sexo na direção das propriedades.

Tabela 3 - Distribuição por sexo dos grupos entrevistados do Instituto ANNONA (Brasil) e dos produtores Andaluzes (Espanha), nos anos de 2013 e 2014.

Sexo	Instituto ANNONA	Produtores Andaluzes
<i>Feminino</i>	3	3
<i>Masculino</i>	14	6
Total	17	9

Fonte: Tabulações Especiais. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

Embora as denominações de etapas de ensino não sejam equivalentes no Brasil e na Espanha dada a diferença entre os respectivos sistemas educacionais, optei por utilizar a terminologia que usamos no Brasil para definir o nível de escolaridade dos produtores acompanhados. Cabe registrar, entretanto, que as etapas de ensino na Espanha são definidas pelo que se conhece como ensino primário⁴⁰ e ensino secundário⁴¹, que equivalem respectivamente ao nosso ensino básico/fundamental e médio.

Como é possível verificar na Tabela 4, em ambos os casos os produtores possuem ao menos formação básica, revelando ainda representatividade significativa do ensino superior. Nas experiências estudadas, portanto, o desenvolvimento da agricultura orgânica está estreitamente relacionado aos níveis de escolaridade dos produtores. Os resultados de outras pesquisas admitem também a importância do nível educacional na expansão da agricultura orgânica. Segundo Mazzoleni e Nogueira (2006), produtores com capacitação formal estimulam a expansão do mercado de orgânicos à medida em que trazem novas visões para a produção, propiciando o rompimento de paradigmas produtivos consolidados. Isso não significa, entretanto, a impossibilidade do estímulo a esse mercado por produtores de baixa

³⁹ Casos acompanhados especialmente junto aos produtores andaluzes.

⁴⁰ Esse nível de ensino ocorre em média dos 6 aos 12 anos de idade.

⁴¹ Ocorre entre os 12 e 16 anos enquanto ensino obrigatório e dos 16 aos 18 anos (bacharelato) como ensino facultativo. Podemos dizer que a primeira etapa de ensino secundário tem maior equivalência com a nossa segunda etapa do ensino fundamental, e a última coincidência maior com o nosso ensino médio.

escolaridade, dado que pesquisas realizadas em outras localidades do Brasil mostram exatamente o oposto, produtores, com baixos níveis de ensino formal que promovem satisfatoriamente a agricultura orgânica (VÁSQUEZ; BARROS E SILVA, 2008; MOOZ e SILVA, 2014).

Tabela 4 - Escolaridade dos grupos de entrevistados, Instituto ANNONA (Brasil) e produtores Andaluzes (Espanha), nos anos de 2013 e 2014

Escolaridade	Instituto ANNONA	Produtores Andaluzes
<i>Ensino Básico</i>	5	1
<i>Ensino Médio</i>	6	-
<i>Ensino Superior</i>	6	8
Total	17	9

Fonte: Tabulações Especiais. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

Verificamos a preponderância do ensino superior entre 8 dos 9 produtores andaluzes. Dentre os produtores do Instituto ANNONA, 6 de 17 possui esse nível de ensino. Interessante notar os cursos de graduação cursados por ambos os grupos. Dentre os produtores andaluzes há grande expressividade das áreas das ciências biológicas e agrônomicas, exceto dois produtores com formação nas ciências humanas, respectivamente filologia inglesa e ciência política. Ademais, dentre esses, alguns detinham cursos de mestrado e doutorado. No Instituto ANNONA, os cursos de formação são bastante diversificados, incluindo história, farmácia, ciências contábeis, administração, advocacia, engenharia agrônoma, pedagogia, filosofia e educação física⁴². Apesar da representatividade do ensino superior dentre os produtores andaluzes ser maior que no Instituto ANNONA, é preciso atentar para o fato do número de produtores acompanhados na Espanha ser menor, além dos mesmos guardarem um perfil peculiar associado às experiências coletivas de consumo, estando distribuídos próximos às intermitências entre o urbano e o rural – principalmente de grandes cidades como Sevilha.

Além disso, sabemos que no Brasil o nível de escolaridade de agricultores familiares é precário, sendo grande parte deles analfabetos, 37% segundo o Censo Agropecuário 2006. Nesse sentido, a representatividade de produtores com ensino médio no Instituto ANNONA é bastante relevante, 12 dos 17 produtores, corroborando o delineamento de algumas das características que essa atividade, isto é, a agricultura orgânica, tem tomando no Brasil e qual

⁴² O número de cursos superiores é maior que o número de detentores de cursos de graduação em razão de alguns dos produtores possuírem mais de um curso superior.

o perfil do agente que tem colocado em marcha seu desenvolvimento, especialmente no interior paulista.

Identifiquei que os maiores níveis de escolaridade dos produtores facilitavam a adequação as técnicas e tecnologias produtivas e de gerenciamento fornecida por órgãos públicos, o que no caso do Instituto ANNONA se efetivou com a assessoria do AGROSEBRAE, e esporadicamente com cursos oferecidos pelo SENAR – Serviço Nacional às Micro e Pequenas Empresas -, por Casas da Agricultura e da Lavoura, dentre outras. Por outro lado, em outros casos, a busca por modelos produtivos diferenciados demonstra estreita relação com os cursos superiores cursados pelos produtores, caso dos produtores andaluzes, formados especialmente nas áreas biológicas e agrônômicas. É possível dizer, portanto, que o capital conhecimento possui grande relevância no mercado de produtos orgânicos (GORZ, 2005).

Como vemos na Tabela 5, as idades dos produtores são bastante distribuídas em ambos os grupos, principalmente no Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável. As faixas predominantes dentre os mesmos é a dos 25 aos 35 anos e a dos 46 aos 55 anos, com respectivamente 5 produtores. Dentre os produtores andaluzes, a faixa que prevalece é a dos 36 aos 45 anos, com 4 produtores. Em vista desses dados, no Instituto ANNONA, a média de idade dentre os produtores é de 44 anos, face à média de 46 anos dos produtores andaluzes.

Tabela 5 - Idades dos grupos de entrevistados, produtores do Instituto ANNONA (Brasil) e produtores andaluzes (Espanha), nos anos de 2013 e 2014

Idade	Instituto ANNONA	Produtores Andaluzes
<i>25-35 anos</i>	5	2
<i>36-45 anos</i>	4	4
<i>46-55 anos</i>	5	-
<i>56-68 anos</i>	3	3
Total	17	9

Fonte: Tabulações Especiais. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

Antes de dar sequência a apresentação do perfil desses grupos com a análise do local de residência, é preciso dizer que os espaços rurais brasileiros conservam uma grande heterogeneidade (WANDERLEY, 2009). Trata-se de um rural que combina grandes produtores monocultores, pequenos e médios produtores alternativos, agricultores familiares ou camponeses, assentados, além das grandes agroindústrias e do trabalhador rural

proveniente da cidade. Essas figuras muitas vezes se confundem ao mesclar seus distintos perfis. Tal diversidade nos leva a pensar o “novo rural” como resultado da combinação de estruturas que persistem, que se resignificam e que se criam (ALENTEJANO, 2000). Tomando essa caracterização por definição, optei no decorrer da investigação e nos trabalhos que produzi⁴³ por utilizar a categoria pequeno e médio produtor alternativo, uma vez que não foi possível enquadrar todos os produtores em características de agricultura familiar ou camponesa, apesar da maior parte deles poder ser relacionada a esses grupos.

Nesse sentido, ainda que tenha optado por utilizar a terminologia pequena e média propriedade, o termo agricultura familiar também pode ser utilizado para pensar os produtores acompanhados. De acordo com Azevedo (2012) a agricultura familiar é espaço privilegiado para a agricultura orgânica, isso porque contribui para a sustentabilidade ao produzir em pequenas porções de terras, além disso, proporciona maior disponibilidade de mão-de-obra, o que é extremamente relevante na agricultura orgânica, que em função da não utilização de venenos e adubos químicos demanda muita mão-de-obra. Nos casos acompanhados o quadro não é diferente, no Instituto ANNONA, 13 dos 17 produtores utilizam alguma forma de mão-de-obra familiar. Por seu turno, todos os produtores andaluzes possuem em alguma medida o auxílio da mão-de-obra familiar em suas propriedades. Em variados discursos os produtores afirmaram que se não for familiar a agricultura orgânica não possui viabilidade econômica, pois exige mais mão-de-obra, em alguns casos não compensa o valor recebido pela produção, sendo insustentável economicamente.

Segundo Gasson e Errington (apud ABRAMOVAY, 1997), são 6 as características que definem os agricultores familiares: a gestão da propriedade realizada pelos proprietários; os responsáveis pela produção estarem conectados por laços de parentesco; o trabalho ter origem preferencialmente familiar; o capital ser de posse da família; patrimônio e ativos serem transferidos para o interior da família; os membros viverem na própria propriedade. Como salienta Abramovay (1997) essas características formatam um agricultor familiar típico, nos moldes do tipo ideal weberiano, por isso, na realidade nem sempre conta com todas elas, podendo ainda ser definido como agricultor familiar. Esse é o caso do Instituto ANNONA que, mesmo com 12 produtores vivendo no espaço urbano, possui parte significativa das características elencadas na definição do agricultor familiar.

⁴³ Especialmente dois artigos escritos em parceria, a saber: PEREIRA, G. G. e TROIANO, J. A. *Os atores do rural paulista: um ensaio sobre a região central*. Anais Ruralidades, UFSCAR, 2013; PEREIRA, G. G.; TROIANO, J. A. MACIEL, L. *A heterogeneidade dos espaços rurais: convivência e interdependência de agentes produtivos na Região Central do Estado de São Paulo (Brasil)*. Anais Alasru, 2014.

Ademais, a agricultura orgânica proporciona uma viabilidade econômica interessante para os agricultores familiares (CAMPANHOLA; VALARINI, 2001). Isso porque, diferente do mercado convencional, onde os produtos estão sujeitos a uma grande variação de preços em decorrência da oferta e da demanda, possibilita uma relativa estabilidade de preços. Foi o que identifiquei no Instituto ANNONA, com preços relativamente fixos, era possível o planejamento econômico e social dos agricultores.

O local de residência dos produtores mostra uma situação interessante no interior paulista (Tabela 6). Mesmo desenvolvendo a agricultura nos espaços rurais ou nas franjas urbanas, em chácaras ou em pequenas propriedades, os produtores do Instituto ANNONA permanecem residindo predominantemente no espaço urbano, 12 dos entrevistados. Dentre os 5 que residem no rural, 3 é produtor tradicional⁴⁴ — aprendeu a atividade com os seus pais, e sempre ou a maior parte da vida morou e/ou trabalhou no rural, sendo o trabalho cotidiano na agricultura sua atividade principal —, os outros 2 são produtores provenientes do espaço urbano que optaram por produzir orgânicos, em um caso o produtor possuía família com tradição rural e em outro o produtor não possuía nenhum vínculo com o rural.

Tabela 6 - Local de Residência dos grupos de entrevistados, produtores do Instituto ANNONA (Brasil) e produtores andaluzes (Espanha), nos anos de 2013 e 2014

Local de Residência	Instituto ANNONA	Produtores Andaluzes
<i>Urbana</i>	12	4
<i>Rural</i>	5	5
Total	17	9

Fonte: Tabulações Especiais. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

Entre os que vivem no espaço urbano há uma mescla tanto de produtores tradicionais quanto novos agricultores provenientes do espaço urbano. 2 são produtores tradicionais, mas que por algum motivo escolheram residir na cidade e apenas produzir no campo. Os outros 10 possuem alguma ligação com o rural e/ou com a atividade agrícola, por terem vivido ou trabalhado em algum momento da vida no rural ou terem parentes próximos relacionados a atividade agrícola. Apesar de terem se profissionalizado no espaço urbano, eles optaram motivados por diversas razões, como gosto e alternativa de mercado, por desenvolver a agricultura orgânica.

⁴⁴ Defino produtor tradicional como aquele que tenha crescido e vivido no campo a maior parte de suas vidas trabalhando na atividade agrícola aprendida pelos ensinamentos de seus pais, e tendo contato com a lida diária com a terra.

Apesar da maior parte não residir no rural, é interessante perceber como valores neo-ruralistas como a busca pela proximidade com a vida no campo, com a simplicidade e com a natureza funcionam como um sistema de valores alternativos (CARNEIRO, 1998) podendo ser observados dentre esses agricultores orgânicos acompanhados. Ademais, verifiquei que ir para o meio rural “trabalhar” significa o relacionamento direto com a terra e a construção de uma sociabilidade que está intimamente relacionada ao espaço rural e à produção agrícola. No campo, o trabalho desenvolvido por pequenos produtores e seus familiares/funcionários, é “descontraído”, o tempo é controlado pelo ritmo da natureza e do trabalhador/produtor, a “fuga” de atividades urbanas acontece à medida em que o trabalhador procura também uma maior qualidade de vida que pode ser proporcionada por um ambiente e por sociabilidades diferentes daquelas vivenciadas no espaço urbano. Como salienta Brandão (2009), no campo, principalmente em sociedades camponesas tradicionais, o trabalho se converte em festa, em canto, criando um clima que combina troca de serviços e de sentidos.

Nos casos acompanhados em Andaluzia, por sua vez, a maior parte dos produtores, 5 deles, reside nos espaços rurais. Desses, apenas, 2 é produtor tradicional, os demais apesar de terem alguma ligação com o rural, normalmente, pais com tradição no ramo da produção, possuem experiências mais relacionadas ao espaço urbano. Os 4 com residência urbana em sua maioria não possuem vínculo tradicional/afetivo com o espaço rural, mesmo porque em alguns casos desenvolvem atividades sem o contato direto com a terra como a produção apícola. Nesses casos, são produtores com tradição urbana que por motivos diversos escolheram produzir no rural e morar no urbano.

O perfil dos produtores se define também por sua dedicação a outras atividades afora a agricultura orgânica, estabelecendo a chamada pluriatividade dentre os produtores entrevistados (CARNEIRO, 1998; SILVA,1999), principalmente no caso do Instituto ANNONA (Quadro 1). A pluriatividade, segundo Carneiro (1998), expressa-se no campo brasileiro de modo bastante particular trazendo a possibilidade de uma reorientação das capacidades produtivas daqueles que antes viviam apenas dos frutos da terra. Dentre os produtores, observei um discurso onde afirmam ser fundamental para a pequena produção e para o agricultor familiar a diversificação de rendas, abaixo apresento as palavras de um agricultor orgânico entrevistado:

Tenho laranja, tenho limão, tenho manga, planto milho, tenho um pedacinho arrendado pra cana também [...]. A questão da gente, pequeno produtor, a questão é você diversificar sua propriedade, porque no caso só

laranja teve anos aí que não entrava dinheiro nenhum, pelo contrário, saía, perdia. Então eu vejo que eu não consigo mais falar – vou ter só esse sítio de tomate orgânico – eu não consigo. Minha cabeça não dá mais, eu acho que eu tenho que ter minha manga, tenho que ter meu limão, planto milho. Então [...] ir diversificando (Produtor Instituto ANNONA 1).

Quadro 1 - Outras atividades profissionais dos grupos de entrevistados por categoria agrícola ou não-agrícola e por setores de atividades, produtores do Instituto ANNONA (Brasil) e produtores andaluzes (Espanha), nos anos de 2013 e 2014.

Grupos	Categoria	Número de produtores por Categoria	Atividade	Número de produtores por Atividade
Grupo 1. Instituto ANNONA	Agrícolas	9	Convencional	9
	Não-Agrícolas	8	Serviços	3
			Comércio	6
			Indústria	2
Grupo 2. Produtores Andaluzes	Agrícolas	-	Convencional	-
	Não-Agrícolas	3	Serviços	3
			Comércio	-
			Indústria	-

Fonte: Quadro de formulação própria. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

Fica evidente ainda que a posição de mercado alternativo e diferenciado da agricultura orgânica ocasiona instabilidades que não afetam tão profundamente o sistema convencional, como a produtividade e a dificuldade no tratamento do controle das pragas. Isso leva a crer que a diversificação de fontes de renda por parte dos agricultores se faz extremamente importante, à medida em que os mesmos resguardam uma certa “segurança” econômica caso os orgânicos sejam afetados por algum problema.

Como é possível observar no Quadro 1, dos produtores do Instituto ANNONA, 9 também produzem convencional, especialmente culturas como a cana-de-açúcar e os seringais. Quanto às atividades não-agrícolas, 8 dos produtores do interior paulista as utilizam como forma de complementar suas rendas provenientes da agricultura orgânica. Abro

parênteses para esclarecer que o número de produtores por categoria não equivale ao número de produtores por atividade no caso da categoria não-agrícola, isso porque não raro, um mesmo produtor desenvolve mais que uma atividade de serviço, comércio ou indústria. O comércio, com 6 produtores, é a atividade mais representativa dentre as atividades não-agrícolas desenvolvidas por esses agricultores, seguido pelo setor de Serviços com 3 produtores e pela Indústria com 2. Em contrapartida, os produtores andaluzes apresentam uma dependência maior da agricultura orgânica enquanto fonte de renda, uma vez que apenas 3 deles complementam suas rendas com o setor de serviços. Os dados desse quadro nos mostra de forma muito interessante como a diversificação de renda no interior paulista tem sido essencial para o desenvolvimento e expansão da agricultura orgânica enquanto alternativa produtiva.

Como se observa na Tabela 7, o início da atividade é relativamente recente dentre ambos os grupos, com concentração nos 4 primeiros anos, 8 produtores no Instituto ANNONA e 5 produtores andaluzes. Apesar disso, observamos peso interessante de produções de 10 anos, respectivamente, 3 e 2 produtores.

Tabela 7 - Tempo em que é produtor de orgânicos nos grupos entrevistados, produtores do Instituto ANNONA (Brasil) e produtores andaluzes (Espanha), nos anos de 2013 e 2014

Tempo em que é produtor de orgânicos	Instituto ANNONA	Produtores Andaluzes
<i>1-2 anos</i>	5	1
<i>3-4 anos</i>	3	4
<i>5-6 anos</i>	3	1
<i>7-8 anos</i>	3	1
<i>9 anos ou mais</i>	3	2
Total	17	9

Fonte: Tabulações Especiais. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

Como registrei anteriormente, o caso do Instituto ANNONA demonstra que há na região de pesquisa um histórico de desenvolvimento de atividades alternativas e diferenciadas, especialmente em função da COAGROSOL, que de modo pioneiro na década de 90 desenvolve o comércio justo e solidário, abrindo espaço para o surgimento dos primeiros agricultores orgânicos da região, concentrados a princípio na cultura da laranja (LIRA, 2011). Além disso, dado o distanciamento relativo dos municípios de pesquisa, identifiquei outra experiência pioneira de estímulo à agricultura orgânica em Bebedouro, com

um curso ministrado pelo SENAR no início dos anos 2000, que reuniu cerca de 35 produtores: embora a grande maioria tenha desistido, dois dos produtores que entrevistei iniciaram a agricultura orgânica através do apoio fornecido por esse curso permanecendo até hoje na atividade.

Em somatória, verifiquei um movimento interessante, que pode ajudar a entender os diferentes perfis que se estabelecem nos espaços rurais e especialmente na produção orgânica, a saber, o início da atividade diretamente como produtor de orgânicos. 7 dos produtores do Instituto ANNONA iniciaram as atividades diretamente com os orgânicos, dentre os produtores andaluzes são 5 aqueles que iniciaram a atividade agrícola com os orgânicos. Esses produtores expressariam de modo emblemático as características que constituem o novo rural ou novos agentes que passam a compor o rural. Seja em função de uma alternativa econômica, seja em função de questões associadas a gostos, nesse tipo de mercado é possível observar um processo onde agentes urbanos passam a ocupar o rural ou mesmo áreas periurbanas para a produção em pequenas propriedades.

Neste subtópico, percebemos que o perfil dos produtores acompanhados une altos níveis de escolaridade, a predominância do sexo masculino na direção das propriedades e idades que se concentram na faixa dos 25 e 45 anos. Ademais, fatores como a diversificação de atividades agrícolas e não-agrícolas e um fazer empreendedor demonstram a combinação de influências urbanas e rurais na constituição dessas experiências.

4. COOPERAÇÃO, RECIPROCIDADE E CONFIANÇA

4.1 DINÂMICAS DE COOPERAÇÃO

Ao longo da história, cooperação e reciprocidade integraram os espaços rurais de modo significativo. A ajuda mútua e modalidades de troca e escambo representam algumas das formas de cooperação incorporadas pela sociabilidade rural, especialmente camponesa, estabelecendo a necessidade e importância do Outro nas relações de proximidade e reciprocidade. Essas experiências, mesmo que tradicionais, sugerem uma atmosfera propícia à cooperação nos espaços rurais. Recentemente, cooperação e reciprocidade estão sendo valorizadas como estratégias para o desenvolvimento rural em pequenas e médias propriedades (SABOURIN, 2009; ABRAMOVAY, 2000). Desenvolvimento rural que é comumente relacionado à combinação de agentes públicos e privados em uma determinada região ou território, através da valorização do trabalho, do conhecimento, da inovação, além de um *fazer* empreendedor (ABRAMOVAY, 2001). Não é à toa, portanto, que a difusão da agricultura orgânica tem se associado a ações cooperativas. Entretanto, um cenário curioso, encontrado nas pesquisas de campo, demonstra que não é apenas a cooperação pela produção, mas também a cooperação pelo consumo que dinamiza esse mercado.

Buscando entender um pouco mais sobre as formas de cooperação e reciprocidade acompanhadas durante a pesquisa, traçarei uma breve discussão acerca dessa temática pensada a partir dos estudiosos do rural. Segundo Cândido (1987), o mutirão é exemplo de uma prática tipicamente rural que combina cooperação e reciprocidade. Como uma forma de trabalho coletivo, compunha a sociabilidade dos grupos rurais caipiras estudados pelo autor. Conforme Franco (1997), no mutirão, as pessoas, buscando aumentar a produtividade através da força coletiva, reúnem-se espontaneamente, sem que uma estrutura formalizada esteja previamente definida.

Brandão (2009) correlaciona o trabalho realizado em mutirões e o momento das festas. Para ele, é comum efetuarmos a separação do trabalho e da festa, o primeiro, não raro, considerado duro e penoso, e a última, mesmo que por vezes “dê trabalho” admitida como um momento de descontração e alegria. Assim, identifica no mutirão uma mescla de trabalho produtivo e de convivência gratuita e generosa, consolidando-se, assim, “[...] uma relação entre pessoas por meio de coisas” (BRANDÃO, 2009, p. 42). Nele, o compartilhamento intersubjetivo do trabalho entre pares e as conexões de sentido e solidariedade, revela valores como confiança e amizade (SABOURIN, 2009). Formas de ajuda mútua são comuns também

em outras realidades sociais: segundo Putnam (2000), na Itália, a prática da *aiutarella* - ajuda concebida dentre agricultores em momentos decisivos do calendário agrícola - é característica de suas sociedades rurais. Entende-se, portanto, que a formação de associações de assistência mútua forma parte da sociabilidade construída nas sociedades rurais, principalmente antes da racionalidade capitalista tornar-se imperante nesses espaços.

Sabemos que a entrada da racionalidade capitalista nessas sociedades, provoca profundas transformações em seus agentes, principalmente no que se refere à sua relação com a terra e a natureza, influenciando sua sociabilidade e seus processos cooperativos.

O camponês tradicional utilizava os mecanismos naturais, mas não os dominava, era seu servo. A terra era velha companhia tirânica da qual ele devia suportar os caprichos. O agricultor moderno, ao contrário, domina a natureza, e a submete às suas vontades e a manipula a seu modo. (MENDRAS, 1969, p. 48).

Nessa conjuntura, o cotidiano de trabalho encarado como uma das formas de sociabilidade humana é nas sociedades rurais caipiras, por exemplo, esvaziado das formas coletivas de organização (CÂNDIDO, 1987). Para autores como Sabourin (2009) e Wanderley (2009), embora transformados por sua relação com a sociedade global e com o desenvolvimento capitalista, os camponeses ainda constituem uma realidade na sociedade brasileira. Conduzidos por formas particulares de produzir e viver em sociedade⁴⁵, apresentam características remanescentes daquelas formas específicas de cooperação e reciprocidade. Em suma, é possível dizer, portanto, que relações de troca entre produtores através de intercâmbios de alimentos ou mesmo de trabalho sempre esteve presente nas relações produzidas nesses espaços (CÂNDIDO, 1987; BRANDÃO, 2009). Diante da monetarização social e econômica vivenciada nos espaços rurais torna-se crescente a importância do desenvolvimento de mercados justos e qualificados dentre pequenos produtores/agricultores familiares (SABOURIN, 2009). Nesse quadro, entendendo a agricultura orgânica como uma dentre outras possibilidades, temos algumas experiências interessantes de cooperação e reciprocidade dentre os grupos estudados.

Ainda que não tenha constatado efetivamente nenhum evento como o mutirão, observei modalidades de escambo como a troca de produtos orgânicos por produtos orgânicos, que excluía assim, relações mediadas pelo dinheiro dentre os produtores

⁴⁵ No Brasil, o termo camponês tem origem política, ao invés de conceitual, uma vez que relacionado a reivindicações das esquerdas em prol dos direitos camponeses (SABOURIN, 2009).

entrevistados (BRANDÃO, 2009). As trocas de informações e conhecimentos é uma das formas de cooperação verificadas dentre os produtores, constituindo caminho viável para o desenvolvimento territorial (ABRAMOVAY, 2000). Essas trocas frequentemente respondem aos desafios ocasionados pelo modelo de produção orgânica, dependente de técnicas e tecnologias diferentes daquelas empregadas na produção convencional.

Existe uma cooperação, né, entre um e outro. [...] colabora porque você... através da experiência, né, as vezes você tá enfrentando um problema que o outro já viveu e aí... faz diferença ali, né, eu acho que é interessante isso aí. Troca de informação. (Produtor Instituto ANNONA 2).

Eu tô aqui, eu tenho um problema aí, eu vou ligar pra um amigo meu, pra um colega, aí tem essa parte da informação. (Produtor Instituto ANNONA 3).

Pues, bueno, somos 5, 6, o 7, amigos, conocidos que estamos en la misma historia, pues continuamente... ayer mismo estuvimos hablando por teléfono con uno, preguntando cosas tal, cuál... ¿viene otro! ¿Vale? No tenemos papeles en conjunto, pero si nos une una amistad y... bueno... Lo que uno va aprendiendo pues se lo va contando al otro. “Oye – ¿qué te ha pasado? ¿Tú tienes eso, no? ¿Tienes otro? (Produtor Andaluz 2).

Ao mesmo tempo, observei junto aos produtores andaluzes, onde predominava a cooperação através do consumo, uma situação interessante em que associações e grupos urbanos adotam formas de agir próximas àquelas tradicionalmente desenvolvidas no campo, como o “*Banco del Tiempo*”, idealizado pelo grupo *El Enjambre sin Reina*. Como mencionei anteriormente, trata-se de um sistema de troca de favores, saberes e habilidades onde o mediador comum das trocas é o tempo (EL ENJAMBRE SIN REINA, 2015). Outra experiência é a do *Centro Vecinal Pumarejo*, um casarão abandonado ocupado por moradores da vizinhança de um bairro de Sevilha. Congrega diversos coletivos e associações presentes nessa zona, promovendo atividades culturais e de capacitação para a população local como cursos de idioma ou de cinema. Ademais, o centro é precursor de uma moeda social denominada “Puma”, com a qual os seus membros intercambiam qualquer tipo de bens (PUMA RED DE MONEDA SOCIAL, 2015). Inclusive, dentre os produtores que entrevistei, encontrei alguns que vendiam seus produtos em “Puma” em lugar de Euro, ou uma porcentagem em Puma e uma porcentagem em Euro⁴⁶.

Em suma, nas associações e grupos de produtores e consumidores encontradas em Andaluzia, são os interesses de compra e venda, mas também as trocas de produtos, gostos e

⁴⁶ Além da moeda social Puma, havia outra moeda sendo implementada em Sevilha, chamada “La Oliva”.

identidades que organizam esses agentes em uma comunidade. O contato social acontece, por exemplo, quando os participantes se juntam para sair aos fins de semana, ou para tomar uma cerveja no fim da tarde, assim, a cooperação estabelecida através da agricultura orgânica acaba se tornando um meio para outras conexões de sentido, agregando as sociabilidades inerentes ao grupo.

As comunidades ou cooperativas, sejam rurais ou urbanas, aparecem segundo Gorz (2003) como a possibilidade de questionamento de nosso sistema vigente. Isso porque a cooperação solidária promove laços sociais capazes de integrar socialmente as comunidades em prol de objetivos comuns que são movidos por sua própria lógica em lugar daquela mercantil do cálculo racional (GORZ, 2003).

As atividades cooperativas podem estender-se, se a assembleia geral assim decidir, à criação, pelos moradores, de uma horta orgânica nas proximidades do edifício; de uma quadra de esportes; de uma cooperativa de consumidores e de um mercado de roupa, utensílios e brinquedos usados; de ajuda em caso de doença, morte ou dificuldades pessoais, de organização de cursos noturnos ou de festas etc. [...] A comunidade de base pode, assim, tornar-se o espaço microssocial intermediário entre a esfera privada e a esfera macrossocial, pública. Ela pode proteger os indivíduos contra o recolhimento, o isolamento, a solidão. Ela pode *abrir* a esfera privada para a *soberania comum*, subtraindo as relações mercantis, em que indivíduos autodeterminam *em conjunto* suas necessidades comuns e as ações mais apropriadas para satisfazê-las (GORZ, 2003, p. 158-159).

Gorz (2003) diferencia o que entende por atividades/trabalhos heterônomos e autônomos. Os primeiros seriam aqueles realizados com finalidade mercantil não levando em consideração a vontade e gostos daqueles que o produzem. Em contrapartida, no trabalho autônomo, o propósito não seria a troca mercantil. Desnecessário, esse trabalho seria motivado pela vontade de revelar o verdadeiro, o belo ou o bem. Sob essa perspectiva, os casos estudados na pesquisa de iniciação científica mostram realidades bastante diversas e muito interessantes, principalmente quando pensamos comparativamente as realidades encontradas no Brasil e na Espanha.

A um primeiro olhar, poderíamos supor, seguindo as conceituações de Gorz (2003) que o trabalho e a cooperação entre os produtores do Instituto ANNONA apresentam características eminentemente heterônomas, visto que voltadas para demandas de mercados; enquanto o trabalho e a cooperação experimentados pelos consumidores de orgânicos andaluzes, seriam atividades autônomas, organizadas por temas que vão além de questões econômicas e de consumo, como a divulgação e difusão do trabalho do grupo com agricultura

orgânica e a criação de sociabilidades específicas resultantes das relações de proximidade e reciprocidade entre produtores e consumidores.

Contudo, observo no Instituto ANNONA a convivência de um trabalho com finalidade de mercado e os ideais e gostos dos agentes que o produzem, fato delineado nos motivos elencados pelos produtores para sua escolha de produzir orgânicos. Ao mesmo tempo, a cooperação entre os grupos de consumo andaluzes embora não estabeleça um trabalho voltado para a troca mercantil, já que organizados pelo encontro de um interesse comum que é a agricultura orgânica, organiza-se para a compra de produtos, o que pressupõe um trabalho com finalidade mercantil. Isso nos permite entender que mais do que tipos ideais de organização do trabalho, esses grupos mostram uma complexificação da realidade social onde se mesclam dinâmicas autônomas e heterônomas.

Ademais, num contexto de capitalismo cognitivo e trabalho imaterial, para além dos conhecimentos e saberes, cooperação e comunicação integram a produção de valor (GORZ, 2005; LAZZARATO e NEGRI, 2001). Nesse regime de acumulação onde as subjetividades são utilizadas na organização do trabalho, a cooperação e a comunicação são ingredientes imprescindíveis no ciclo da produção do valor das mercadorias (LAZZARATO e NEGRI, 2001). Na agricultura orgânica, o caso não é diferente, um modelo alternativo e qualificado de produção onde a cooperação tem sido amplamente valorizada e incentivada.

É nessa conjuntura que, a substituição da hierarquia empresarial por modelos de cooperação incita outra constatação, a de que pode surgir uma nova orientação para os negócios privados, em que “[...] as figuras típicas de consumidores e produtores, compradores e vendedores se misturam” (ABRAMOVAY, 2012, p.160). Abaixo apresento um trecho onde um produtor quando questionado sobre as vantagens do Instituto ANNONA, salienta a relação entre a cooperação desenvolvida na associação e sua finalidade de mercado, particularmente quando o tema são as estratégias para a comercialização.

Dentro da comercialização você faz um volume e um mix de produto que você consegue vender até o... Então você tem o tomate, porque o tomate é o carro-chefe, mas aí você tem quiabo, que todo mundo faz quiabo, não sei o que e tal. Mas você não vai conseguir vender quiabo como você vende tomate, então por exemplo, você quer tomate? Você tem que comprar quiabo, abobrinha, berinjela, tudo do grupo, e a gente vai lá e fecha o preço [...]. A comercialização o Instituto dá todo o apoio necessário. [...] volume de produção e melhor forma de barganha, né. [...] Você tem como segurar o cara na mão, né, você sozinho o cara chega aqui e te pisa na garganta, faz o que quer (Produtor Instituto ANNONA 4).

Para Putnam (2000), as associações contribuem interna e externamente para as relações entre os indivíduos, em um caso, promovem hábitos de cooperação e solidariedade, no outro cria redes de cooperação que promovem uma colaboração social que é fundamental para o desenvolvimento rural. Isso pude constatar dentre os produtores do Instituto ANNONA que sem os laços cooperativos estabelecidos pela associação, dificilmente como eles próprios por vezes afirmaram, conseguiriam dar continuidade a um desenvolvimento rural mais sustentável através da agricultura orgânica. A cooperação funciona, portanto, como uma forma de dar respostas aos desafios impostos por esse mercado, tanto no plano da comercialização, como no da certificação e da assistência técnica e gerencial.

Assim, é possível dizer, que o desenvolvimento regional e territorial⁴⁷ estão diretamente relacionados às instituições públicas e aos agentes presentes num determinado espaço, uma maior participação cívica, é que propicia a criação de laços cooperativos e de solidariedade através de associações (PUTNAM, 2000). O capital social dos territórios contribui, assim, dando respostas coletivas e propiciando o desenvolvimento (ABRAMOVAY, 2000). Em resumo, condições específicas associadas ao local e seus agentes, isto é, um clima social, cultural e político estabelece sinergias para a formação da pequena e média empresa, fortalecendo processos cooperativos em lugar daqueles competitivos (BAGNASCO, 1999; ABRAMOVAY, 2012).

O dinamismo territorial e local observado nos grupos estudados está relacionado à cooperação presente nesses espaços, trazendo à tona oportunamente as possibilidades ocasionadas pela agricultura orgânica. Em ambos os casos, Instituto ANNONA e produtores andaluzes, a organização coletiva seja pela produção, seja pelo consumo, contribui de modo expressivo para a construção do mercado de produtos orgânicos, implicando, todavia, em diferentes caminhos para seu desenvolvimento, o que veremos a seguir.

4.2 COMERCIALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO

Antes de dar sequência é preciso dizer que os principais temas e problemas apresentados neste subtópico estão visceralmente ligados às interpretações e discussões realizadas anteriormente. Aqui, as teorias acerca da ação social e da cooperação, por exemplo,

⁴⁷ Exemplo disso são os Sistemas Produtivos Locais – SPL – descritos por Veiga (2005) e dos distritos industriais italianos descritos por Bagnasco (1999) e Putnam (2000). Unidades produtivas interdependentes dotadas de organização econômica e aglomeradas num mesmo território que no mais das vezes contribuem para o desenvolvimento econômico e social dos territórios.

figuram no plano das práticas de comercialização e certificação. Palco de controvérsias e debates, comercialização e certificação respondem por alguns dos principais desafios e possibilidades desse mercado, merecendo atenção especial quanto ao seu desenvolvimento nos grupos estudados (AZEVEDO, 2012; CALDAS, et al. 2012).

É sabido que os objetivos e ideais pressupostos pelo movimento da agricultura orgânica cumprem valores econômicos, ambientais, sociais e humanistas bem definidos, como a cooperação, a equidade, a manutenção das populações rurais, a proximidade entre produtor e consumidor e a sustentabilidade da produção e distribuição (SCHMIDT, 2001). Entretanto, a rápida expansão e apropriação desse mercado por agentes com os mais diversos tipos de interesses e objetivos, provoca disputas e embates em torno desses preceitos, levando no mais das vezes à seguinte pergunta: o que se entende por agricultura orgânica?

Autores como Gúzman et.al (2012) destacam o que chamam de convencionalização da agricultura orgânica, termo com o qual buscam traduzir a apropriação dos orgânicos por agentes de interesses monopolísticos, como os grandes latifundiários ou empresas multinacionais, que embora possuam um discurso a favor da sustentabilidade submetem o setor a uma homogeneização e padronização da produção e distribuição. A princípio, como razão e resultado dos preceitos acima mencionados, o escoamento dos produtos orgânicos se realizava em canais alternativos de comercialização como feiras e cestas (SCHMIDT, 2001). A partir dos anos 90, entretanto, o supermercado, espaço representativo do que são os canais longos de comercialização, converte-se na principal via de distribuição desses produtos (GUIVANT, 2003). Schmidt (2001) destaca os conflitos existentes em torno da introdução dos produtos orgânicos nos canais longos de distribuição, todavia, admite a impossibilidade de sua completa absorção em circuitos alternativos, atentando para a necessidade de espaços de comercialização como os supermercados. Essas disputas e controvérsias puderam ser percebidas nos discursos dos produtores acompanhados com as pesquisas:

¿Qué es agricultura ecológica? Porque hay mucha gente que produce en agricultura ecológica... pero no producen en agricultura ecológica. Quiere decir... esta certificado, puede vender como ecológico, pero no hacen rotaciones de cultivos... no hacen asociaciones... Entonces... se benefician de la etiqueta ecológico, porque tiene una certificación... porque hecho productos certificados, ¿pero... hasta qué punto... sabe? ¡Hay como categorías dentro del ecológico! ¡Entonces, también competir con esta gente es difícil! (Produtor Andaluz 3).

Algumas barreiras são impostas aos produtores quando dependentes dos canais longos de distribuição e da comercialização não local. Sob essas circunstâncias há uma diminuição

dos lucros recebidos pelo produtor, que se vê obrigado a vender num preço mais baixo para atravessadores. Em compensação, quando chega ao consumidor final, os gastos de deslocamento e os serviços prestados por intermediários tornam o produto mais caro.

Em somatória, problemas enfrentados por pequenos e médios produtores na agricultura convencional se reproduzem na agricultura orgânica, como os encargos com o transporte e o descarte, que permanecem sob a responsabilidade do produtor. Além disso, apenas a cooperação entre produtores e a formação de associações, como o Instituto ANNONA, conseguem responder positivamente a requisitos como volume, constância e variedade de produtos, necessários nessa forma de distribuição. Esses obstáculos, não raro, colocam em jogo a condição alternativa do mercado de produtos orgânicos para pequenos e médios produtores. O aumento da escala e ritmo de produção conforme a demanda pode tornar o processo, contraditoriamente insustentável (WILKINSON, 2003), não raro, reproduzindo o sistema convencional metamorfoseado em “alternativa produtiva”.

Ainda que pareçam sinônimos, comercialização local e canais curtos de distribuição, assim como comercialização não local e canais longos de distribuição designam diferentes processos no campo da comercialização. Para evitar confusões distinguirei algumas de suas características as quais certamente contribuiram para compreender melhor o funcionamento do mercado de produtos orgânicos. Resumidamente, o que diferencia a comercialização local/não local e os canais curtos/longos de distribuição é o principal elemento que os define, no primeiro caso o espaço/lugar onde o produto é vendido, no último o relacionamento entre produtores e consumidores. Proximidade e distanciamento são elementos chaves na delimitação de suas diferenças.

Assim, comercialização local/não local se define pela proximidade ou distanciamento de um produto de seu local de produção no momento da venda, logo: comercialização local pressupõe a venda do produto em seu local de origem ou em localidades muito próximas; enquanto a comercialização não local se refere à venda dos produtos fora da localidade onde produzido. Canais curtos/longos de distribuição exprimem a integração de um produto em diferentes redes de abastecimento alimentar. Nos canais longos de distribuição há um distanciamento entre produtores e consumidores, a relação de compra e venda é intermediada por atravessadores, comercializadoras, dentre outros. Canais curtos de distribuição privilegiam relações diretas entre produtores e consumidores, que se colocam de acordo para a compra e venda de um produto.

Conforme a Tabela 8, predomina dentre os produtores do Instituto ANNONA a comercialização não local. 14 dos 17 membros da associação realizam esse tipo de

comercialização. Em geral, vendem seus produtos para comercializadoras que os revendem encarregando-se da embalagem e etiquetagem de produtos, selo IBD e selo Orgânicos Brasil. Dentre os 6 que realizam a comercialização local as principais vias de inserção dos produtos são as feiras, quitandas, restaurantes, cestas e o PAA – Programa de Aquisição de Alimentos. Interessante que a maior parte dos produtores do Instituto ANNONA que comercializam no local possuem culturas de hortaliças, fato que está relacionado à pequena durabilidade desses produtos se comparados aos legumes, assim, para poupá-los do transporte e do deslocamento a grandes distâncias, os produtores se esforçam para comercializá-los no local⁴⁸.

Tabela 8 - Tipos de comercialização nos grupos entrevistados, produtores do Instituto ANNONA (Brasil) e produtores andaluzes (Espanha), nos anos de 2013 e 2014

Tipo de comercialização	Instituto ANNONA	Produtores Andaluzes
<i>Local</i>	6	7
<i>Não Local</i>	14	5

Fonte: Tabulações Especiais. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

Diferentemente, os produtores andaluzes têm maior representatividade da comercialização local, 7 deles. Mesmo assim apresentam presença significativa da comercialização não local, 5 produtores. O que é possível dizer, no entanto, é que todos os produtores andaluzes entrevistados realizam sua comercialização através de canais curtos de distribuição, privilegiando a relação direta entre produtor e consumidor mesmo quando a comercialização é não local, conforme a Tabela 9.

Tabela 9 - Canais de comercialização nos grupos entrevistados, produtores do Instituto ANNONA (Brasil) e produtores andaluzes (Espanha), nos anos de 2013 e 2014

Canais de comercialização	Instituto ANNONA	Produtores Andaluzes
<i>Canais curtos</i>	6	9
<i>Canais longos</i>	14	3

Fonte: Tabulações Especiais. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

⁴⁸ Em um dos casos o produtor possui o selo *Orgânicos Brasil* de maneira individual – obrigatório na etapa de comercialização para o produtor final –. Por realizar preferencialmente a comercialização não local o Instituto ANNONA não possui este selo, embora consegui-lo seja relativamente simples, já que trata-se de fazer a impressão do selo – no formato, tamanho e cor – solicitados pela legislação brasileira, o que se faz comumente em gráficas. E posteriormente submetê-lo para a avaliação da certificadora, com o intuito de confirmar sua conformidade.

Como vemos, no Instituto ANNONA comercialização local coincide com os canais curtos de distribuição, enquanto a comercialização não local coincide com os canais longos de distribuição. A grande relevância da comercialização não local e dos canais longos de distribuição dentre os produtores do Instituto ANNONA não representa, entretanto, um consenso em torno da escolha do modelo de comercialização do grupo. Parte considerável dos produtores desejam efetivar a comercialização local, buscando o restabelecimento da relação entre produtor e consumidor através de canais curtos de comercialização. Salientam particularmente, a liberdade com relação à venda e ao preço dos produtos proporcionada pela combinação de comercialização local e canais curtos de distribuição. Apesar desse desejo, observa-se uma dificuldade de efetivar esse tipo e canal de comercialização, especialmente em função da proximidade e distanciamento entre os produtores e os potenciais consumidores do local.

No que se refere à certificação, trata-se de um dispositivo utilizado para garantir a procedência de produtos submetidos a modelos de produção diferenciados e qualificados como os orgânicos (CALDAS et al., 2012). Para Sabourin (2009), apesar das certificações⁴⁹ atuarem como estratégia de publicidade do capitalismo internacional, reconstróem estruturas de reciprocidade dentro da economia, estabelecendo valores éticos entre produtores e consumidores, como amizade, respeito, fidelidade e confiança. Aparecem como uma alternativa à medida em que limitam a concorrência capitalista, típica dos mercados convencionais (SABOURIN, 2009).

Qualquer processo de qualificação que garanta a origem (o nome do produtor), a especificidade, o processo ou as normas de qualidade de um produto contribui para reduzir os efeitos da concorrência, que são próprios a troca capitalista. De fato, cria-se assim uma territorialidade de reciprocidade em torno de um produto específico (SABOURIN, 2009, p. 270).

Depreende-se que a difusão dos produtos orgânicos e seus preceitos depende da confiança nos modelos e práticas adotados. Diferenças significativas atuam entre as relações cara a cara (SABOURIN, 2012), e os compromissos sem rosto (GIDDENS, 1991), particularmente em matéria de confiança e reciprocidade. Para Sabourin (2012), o contato direto entre produtores e consumidores propicia conversas acerca da produção e da vida, gerando laços de confiança e afetividade.

⁴⁹ Dentre as quais denominações de origem, produtos orgânicos, produtos tradicionais, etc.

Por outro lado, o distanciamento requer sistemas peritos⁵⁰ (GIDDENS, 1991) como os selos de certificação, já que sem o contato direto com o produtor é impossível o conhecimento acerca da conformidade com as normas e preceitos da agricultura orgânica. Em suma, é a relação de proximidade ou distanciamento entre produtores e consumidores que determina a confiança e reciprocidade existente na relação de compra. Não raro, as relações diretas através de canais curtos de comercialização tornam irrelevante a certificação oficial para o consumidor, ao passo que o distanciamento dos grandes canais de distribuição a transforma em elemento imprescindível.

Os modelos de certificação, entretanto, também apresentam alguns impasses. A relação entre a certificação por auditoria/terceira parte e os Sistemas Participativos de Garantias – SPG⁵¹ – elucida com clareza alguns desses dilemas. Conforme aponta Sabourin (2012), os preços pagos pela certificação por auditoria costumam ser altos, segundo os produtores do Instituto ANNONA se o modelo fosse adotado de forma individual chegaria a um valor de 4.500 reais anuais para cada produtor.

Em simultâneo, a verticalidade do processo de certificação por auditoria (certificadora → produtor → consumidor), impede a participação efetiva dos agentes sociais envolvidos, além de condicionar o produtor a procedimentos burocráticos (CALDAS, et al., 2012). A burocracia dificulta a ascensão ao mercado de produtos orgânicos, principalmente em se tratando de pequenos e médios produtores dependentes dos lucros da atividade. Isso não é característico somente da realidade brasileira, mas também da conjuntura observada no sul da Espanha.

De acordo com Caldas et al. (2012), a relação de credibilidade e confiança entre produtores, vendedores e consumidores são prejudicadas com esse tipo de certificação. Isso porque, por se tratar de empresas prestadoras de serviços tenderiam a privilegiar a venda de seu produto, isto é, a certificação, provocando desconfiças dentre os produtores (CALDAS et al., 2012; GARCIA-PARPET, 2012).

A certificação do Instituto ANNONA corresponde à auditoria em grupo concedida pelo IBD – Instituto Biodinâmico –. Dado seu caráter coletivo, consegue ultrapassar um dos principais problemas que afetam a certificação por auditoria individual, a saber, os altos

⁵⁰ Giddens (1991) define os sistemas peritos como “[...] sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje” (p.37,38)

⁵¹ No Brasil, os Sistemas Participativos de Garantias (SPG) são reconhecidos pela legislação brasileira de certificação dos orgânicos como forma legítima de certificação. Embora pressuponha a participação de uma certificadora, é uma forma de certificação considerada inovadora, à medida que envolve a participação de produtores, consumidores, técnicos, bem como demais indivíduos e entidades que se interessem por este modelo agrícola é, portanto, um sistema de certificação considerado horizontal (BRANCHER, 2004).

custos, que divididos oscilam entre 400,00/500,00 reais para cada membro⁵². O modelo, entretanto, ainda provoca controvérsias no que se refere à relação entre prestador de serviços e cliente, colocando em causa para alguns produtores a confiabilidade do processo, discurso também ouvido dentre os produtores andaluzes, que possuem em sua maioria certificação por auditoria individual⁵³.

Certificação é um roubo, eu acho que é assim, é uma venda de permissões. Isso eu digo de boca cheia, porque é mesmo, né. Parece que já é uma coisa criada para que seja restrita (Produtor Instituto ANNONA 5).

Es una entidad, es una empresa certificadora. Tu le pagas esta empresa, ellos vienen te inspeccionan. [...]. Pero en otras comunidades es gratis. El problema es la empresa privada que al final quieren tener clientes y no son iguales de fiable que una empresa publica [...]. La empresa privada busca, pero no busca tanto porque en el fondo quiere que tú sigues siendo clientes de ellos, no quieren sacarte del sistema. Entonces esto no me gusta. (Produtor Andaluz 4).

Os Sistemas Participativos de Garantias, mais conhecidos como SPG, além da conformidade com as técnicas e tecnologias da agricultura orgânica, consideram as condições sociais de produção requisitos do processo de certificação. Das reuniões, inspeções e visitas as propriedades, participam técnicos, consumidores, produtores e demais agentes interessados na produção e consumo de orgânicos, favorecendo a horizontalidade do processo de certificação (SABOURIN, 2012; BRANCHER, 2004).

Interessante ressaltar o pioneirismo do Brasil na implementação de um SPG através da Rede Ecovida de Agroecologia⁵⁴, o que possibilitou posteriormente a regulamentação desse modelo na legislação nacional de produtos orgânicos (CALDAS et al., 2012). Além do mais, embora apresente custos, os mesmos costumam ser inferiores à certificação por auditoria individual e em grupo (BRANCHER, 2004).

⁵² Quando realizada em grupo a certificação por auditoria não abrange todos os membros. Embora permaneça anual, é escolhido um dos produtores do próprio grupo, isto é, do Instituto ANNONA para que realize uma pré-inspeção dentre todos os 17 produtores – um outro produtor realiza a inspeção na propriedade do responsável pela pré-inspeção. A inspeção que de fato é aplicada por um técnico do IBD é realizada apenas com cerca de 8 a 9 produtores, escolhidos através de sorteio.

⁵³ As principais certificadoras dentre os produtores acompanhados na Espanha foram: CAAE – Comitê Andaluz de Agricultura Ecológica – uma certificadora publica privatizada em anos recentes, passando a chamar-se ECOVALIA. Apenas “um” produtor possui certificação de outra instituição chamada AGROCOLOR.

⁵⁴ A Rede Ecovida nasce em 1998, reunindo agricultores familiares, técnicos e consumidores em associações, cooperativas e grupos informais que lutam pelo desenvolvimento da agroecologia, para além da certificação atua na área da comercialização promovendo feiras em diversas localidades do país (MAGNANTI, 2008).

Via de regra, as normas internacionais conferem legitimidade exclusiva à certificação por auditoria, funciona como “marca” que valoriza os produtos orgânicos nos mercados, daí a importância de pensar modelos alternativos de certificação também eficazes. Na Espanha esse quadro não é diferente, o modelo de certificação oficial admitido no país é a auditoria aplicada por empresas certificadoras públicas ou privadas. Ainda assim, identifiquei dentre os produtores andaluzes a construção de um SPG informal no âmbito de uma rede de produtores e consumidores orgânicos, a *Red Sevilla EcoArteSana*. Esse sistema, mesmo que não mediado pelo Estado, permitia a manutenção dos laços de confiança e reciprocidade entre os produtores e consumidores participantes do grupo. O modelo se fazia eficaz onde havia a proximidade entre produtores e consumidores, ao passo que nos canais longos de distribuição, a certificação oficial era fundamental, motivo pelo qual a maior parte dos integrantes dessa rede dispunham também da certificação por auditoria individual.

Considerando o que apresentei até o momento, é possível dizer que os modelos de comercialização e certificação adotados pelos produtores dependem em larga medida da conscientização e identificação dos consumidores com os preceitos defendidos pela agricultura orgânica. Nos grupos estudados, identifiquei uma relação causal entre o local de produção e o local de distribuição determinada pelos diferentes níveis de informação sobre a agricultura orgânica em pequenas, médias e grandes cidades.

Com os grupos estudados percebi que quando pequenas, as cidades costumam apresentar poucos consumidores interessados nos produtos orgânicos, resultando num distanciamento entre produtores e consumidores já que necessário vender para grandes centros de consumo. Já nas médias e grandes cidades é mais frequente experiências associadas a agricultura orgânica, o que favorece a proximidade de produtores e consumidores de uma mesma localidade. Entende-se que um dos motivos para tanto é a diferente concentração de indivíduos e diversidade cultural, econômica e social existente em pequenas, médias e grandes cidades.

Observei, por exemplo, presença significativa de grupos de consumo e redes de produtores e consumidores em grandes cidades como Sevilha – considerada capital da Andaluzia; por outro lado, a venda para grandes centros como São Paulo é determinante dentre os produtores do Instituto ANNONA, situados em pequenas cidades do interior paulista. Em síntese, iniciativas individuais e coletivas via consumidores são imprescindíveis para que os produtos orgânicos se difundam em redes alimentares alternativas – grupos de consumo, redes de produtores e consumidores, feiras – ou mesmo modelos de certificação alternativos (MONTIEL e COLLADO, 2010; CRUZ e SCHNEIDER, 2010).

Diante disso é evidente a relevância da cooperação nos processos de comercialização e certificação. 12 dos produtores do Instituto ANNONA acreditam que a comercialização e a certificação são os principais motivos para sua união enquanto grupo. Alguns problemas já apresentados como a distância de grandes centros de consumo, a necessidade de volume, constância e variedade de produtos, e os altos custos da certificação individual, contribuem para compreender a importância das facilidades propiciadas por uma associação. Da mesma forma, para os produtores andaluzes a participação em grupos de consumo e redes de produtores e consumidores, particularmente no caso da *Red Sevilla EcoArteSana*, facilita o encontro e as relações entre produtores e consumidores viabilizando a comercialização e por vezes a certificação, conforme citado o sistema SPG criado no grupo.

Abaixo apresento o Quadro 2, com os tipos ideais da relação entre cooperação, comercialização e certificação identificados dentre os grupos acompanhados.

QUADRO 2 - TIPOS DE RELAÇÃO ENTRE COOPERAÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO				
Grupos	Cooperação	Comercialização		Certificação Oficial
1. Instituto ANNONA	Produção	Não local	Canais Longos	Obrigatória
2. Produtores Andaluzes	Consumo	Local	Canais Curtos	Facultativa

Fonte: Quadro de formulação própria. Banco de Dados do Grupo de Estudos e Pesquisa, Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura - FCLAR/UNESP. 2015.

De um lado temos a cooperação via produção, a comercialização não local através de grandes canais de distribuição e a obrigatoriedade da certificação oficial – outorgada por certificadoras com reconhecimento estatal. Por outro a cooperação via consumo, a comercialização local por meio de canais curtos de distribuição e a condição facultativa da certificação oficial, não raro substituída por outros modelos de certificação ou por relações de confiança entre produtor e consumidor.

Em suma, a cooperação é aspecto essencial no desenvolvimento de alternativas produtivas como a agricultura orgânica. Proximidade e distanciamento seja em termos espaciais ou do relacionamento entre produtores e consumidores contribuem para definir a confiança e reciprocidade presentes nas diferentes experiências de comercialização e certificação. É nessa medida que o encontro dos ideais e ideias de produtores e consumidores cria e recria uma rede de valores e práticas, responsável por formar o mercado de orgânicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se pensarmos a partir de um ponto de vista macro a agricultura orgânica, sem dúvida, constitui uma atividade econômica com retorno financeiro determinante no seu desenvolvimento como alternativa produtiva. Isso se mostra, por exemplo, nas estatísticas de produção e consumo de orgânicos no mundo, nos investimentos governamentais na atividade ou mesmo na opção de produtores por esse mercado. Entretanto, foi com a intenção de interpretar as *micro-relações* envolvidas na construção desse mercado que essa pesquisa se desenvolveu e questionou as realidades vivenciadas por esses agentes. Por isso, o interesse norteador da pesquisa foi entender os motivos para a escolha desses produtos, que conforme verifiquei não são unicamente econômicos.

Consumir e produzir orgânicos, mais do que a absorção de nutrientes e substâncias benéficas para o corpo, significa para alguns consumidores e produtores a criação de espaços de comunicação, onde conexões de sentido e laços de reciprocidade se estabelecem criando um ambiente comunitário. Movidos por ideias como a sustentabilidade ambiental, a qualidade e segurança alimentar e os benefícios para a saúde, esses agentes recriam seu espaço comum e o de outros sujeitos interessados nesse modelo de produção. Assim, os resultados da pesquisa evidenciam que a cooperação é fator essencial para a expansão da produção orgânica, num caso a cooperação via produção, com o Instituto ANNONA, e no outro via consumo, com grupos de consumo e redes de produtores e consumidores.

A emergência do agente produtivo-consumidor, coloca a aproximação das etapas de produção e consumo como elemento difusor de mercados alternativos como o de produtos orgânicos. As subjetividades colocadas em movimento para a construção desse mercado ao mesmo tempo em que abrem possibilidades para um processo de diferenciação e de busca da qualidade insere esses produtos num circuito de valorização e produção imaterial de mercadorias, aproveitando-os no que se entende por capitalismo cognitivo. Em somatória, o perfil dos produtores estudados apresenta altos níveis de escolaridade e um fazer empreendedor, que é estimulado pelas próprias estratégias de valorização dos mercados num contexto de produção imaterial.

Além disso, os modelos de comercialização e certificação adotados pelos produtores acompanhados representa as diferenças ocasionadas pelas relações de proximidade e distanciamento de produtores e consumidores. Num compartilhamento imaterial de subjetividades, mas num distanciamento físico predomina o selo de certificação, ainda assim

produtores e consumidores coincidem numa rede de valores e práticas. Na proximidade física entre produtores e consumidores se torna facultativo o selo de certificação, mas a mesma rede de valores e práticas está presente num compartilhamento intersubjetivo propiciado pelas relações face a face. Em suma, entendo que diferentes formas de cooperação e motivos para a produção afetam diretamente a comercialização e certificação escolhida por esses grupos, determinando o modelo de produção orgânica implementado em diferentes espaços.

Identifiquei que o dinamismo e a inovação dos territórios propiciam um desenvolvimento rural com base na cooperação, na combinação de agentes públicos e privados e em atividades como a agricultura orgânica. Esse dinamismo territorial se apresentou em ambas as realidades estudadas, e mostrou que apesar de suas dificuldades, a agricultura orgânica é uma alternativa viável para o desenvolvimento rural.

Em suma, posso dizer que durante esse tempo de pesquisa aprendi não apenas meu objeto de estudo o qual gratamente pude observar em diferentes realidades sociais, mas a me posicionar e atuar enquanto pesquisadora das Ciências Sociais. O contato com as realidades vividas pelos agentes da pesquisa creio ter constituído uma das etapas mais ricas desse trabalho. O Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável e os produtores da Andaluzia-Espanha permitiram observar esse fenômeno em seu acontecer, desvendando suas dificuldades e seus avanços. Nesse sentido, entendo que as idas a campo permitiram vislumbrar e esclarecer a hipótese inicial desse trabalho, isto é, que na sociedade contemporânea as etapas de produção e consumo se confundem à medida que os agentes, produtores e consumidores passam a participar ativamente da construção de mercados como o de produtos orgânicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMOVAY, R. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Editora Abril, 2012.
- _____. Os mercados como construções sociais. **Valor econômico**, São Paulo, p. 10-10, 24 ago., 2007.
- _____. O mercado na sociedade a sociedade no mercado. **Valor econômico**, São Paulo, p.12, 27 nov., 2006.
- _____. Nova dimensão para as pequenas propriedades rurais. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 28 jun., p.A3, 2001.
- _____. O Capital Social dos Territórios: repensando o desenvolvimento rural. **Revista de Economia Aplicada**, v.4, n.2, p. 379-396, 2000.
- _____. Agricultura familiar e uso do solo. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 73-78, 1997.
- ALENTEJANO, P. R. R. O que há de novo no rural brasileiro? **Terra Livre**, São Paulo, v. 15, p. 87-112, 2000.
- AZEVEDO, E. **Alimentos orgânicos: ampliando os conceitos de saúde humana, ambiental e social**. São Paulo: Editora SENAC, 2012.
- BAGNASCO, A. Desenvolvimento regional, sociedade local e economia difusa. In: COCCO, G; URANI, A. GALVÃO, A. P. (Org.), **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da terceira Itália**. Rio de Janeiro, DP&A, 1999.
- BECK, U. **La mirada cosmopolita o la guerra es la paz**. Barcelona: Paidós, 2011.
- _____. **O que é globalização? Equívocos do globalismo, respostas à globalização**. São Paulo: Paz e terra, 1999.
- BECKER, C.; CABEDO, L. C. Como construir a qualidade agroalimentar: análise de experiências brasileiras e espanholas. **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v.59, n.2, p.115-130, 2012.
- BELL, D. **Las contradicciones culturales del capitalismo**. Madrid, Alianza Editorial, 2010.
- BOURDIEU, P. **Razões Práticas: sobre a teoria da ação**. 4. ed. Campinas, SP: Papirus, 2003a.

_____. **Os usos sociais da ciência:** por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: Editora da UNESP, 2003b.

BRANCHER, P. C. Importância da certificação na definição dos preços dos produtos orgânicos praticados na região metropolitana de Curitiba. In: XLII Congresso da SOBER, 2004, Cuiabá - MT. **Anais...** Cuiabá - MT, 2004.

BRANDÃO, C. R. O trabalho como festa: algumas imagens e palavras sobre o trabalho camponês acompanhado de canto e festa. In: GODOI, E. P.; MENEZES, M. A.; MARIN, R. A. (Org.). **Diversidade do campesinato:** expressões e categorias. Construções identitárias e sociabilidades. v. 1. São Paulo: Ed. UNESP, 2009

BRASIL. **Projeto de Lei nº 659-A, de 1999.** Dispõe sobre a agricultura orgânica, altera dispositivos da Lei nº 7802, de 11 de julho de 1989 dá outras providências. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=15705>> Acesso em: 11/05/2015.

BRASIL. **Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003.** Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2003/lei-10831-23-dezembro-2003-497002-publicacaooriginal-1-pl.html>> Acesso em: 11/05/2015.

BRASIL. **Decreto n. 6.323, de 27 de dezembro de 2007.** Regulamenta a Lei no 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. Disponível em:<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2007/decreto-6323-27-dezembro-2007-567641-publicacaooriginal-90937-pe.html>>. Acesso em: 11/05/2015.

CABEDO, C. L. Los atributos de los alimentos ecológicos: distinción, calidad y seguridad. In: SIMÓN, X.; COPENA, D. (Org.). **Construindo un rural agroecológico.** Vigo: Universidad de Vigo - Servizio de Publicacións, 2009, p. 317-334.

CALDAS, N. V.; ANJOS, F. S.; BEZERRA, A. J. A.; CRIADO, E. A. Certificação de produtos orgânicos: obstáculos à implantação de um sistema participativo de garantia na Andaluzia, Espanha. **RESR**, Piracicaba-SP, v. 5, n.3, p.455-472, jul./set., 2012.

CAMARGO, S. **Trabalho imaterial e produção cultural.** São Paulo: Annablume, 2011.

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

CAMPOS, R. L. S. **Capacitação rural**: o caso do SAI – Sistema Agroindustrial Integrado do SEBRAE/SP – Módulo de Araraquara. Relatório de pós-doutorado – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2010.

CAMPOS, R. L. S.; LIMA, D. R. A; TROIANO, J. A. Capitalismo cognitivo e a dinâmica da pequena produção agrícola “alternativa” no contexto local de Araraquara – o caso do SAI – Sistema Agroindustrial Integrado do SEBRAE/SP. In: V simpósio sobre reforma agrária e questões rurais, 2012, Araraquara. **Anais...** Araraquara: UNIARA, 2012.

CANDIDO, A. **Os Parceiros do Rio Bonito**. 7.ed. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1987.

CARNEIRO, M. J. Ruralidade: novas identidades em construção. **Revista Estudos Sociedade e Agricultura**, p. 53-75, out. 1998.

CERDEÑO, V. J. M. Agricultura ecológica en España: producción, distribución y consumo de productos ecológicos. **La tierra cuadernos**: Madrid. n. 14, p. 19-26. Disponível em: <http://www.upa.es/_clt/lt_cuadernos_14/pag_019-026_ecologicaespana.pdf> Acesso em: 11/08/2014.

COLLADO, A. C.; MONTIEL, M. S.; SÁNCHEZ, I. V. La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales. In: I Congreso español de sociología de la alimentación, 2009, Gijón. **Anais...** Gijón: Universidad de Oviedo, 25-26 de Maio, 2009. p.01-23.

CONTRERAS, J. H. La modernidad alimentaria. Entre la sobreabundancia y la inseguridad. **Revista Internacional de Sociología (RIS)**. n. 40, p.109-132, jan./abril, 2005.

CRUZ, F. T.; SCHNEIDER, S. Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais. **Revista Brasileira de Agroecologia**, Porto Alegre, v.5, n.2, p.22-38, 2010.

DAROLT, M. Comparação entre a qualidade do alimento orgânico e a do convencional. In: STRINGHETA, P. C.; MUNIZ, J. N. (Org.) **Alimentos orgânicos**: produção, tecnologia e certificação. Viçosa: UFV, 2003. p. 289-312.

DULLEY, R. D. Agricultura orgânica, biodinâmica, natural, agroecológica ou ecológica? **Revista Informações Econômicas**, São Paulo, v.33, n.10, p.96-99, out. 2003.

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

EL ENJAMBRE SIN REINA. **Iniciativas** Disponível em: <<http://www.elenjambresinreina.eu/?q=iniciativas>>. Acesso em: 24/02/2015.

_____. **¿Quiénes somos?** Disponível em: <<http://www.elenjambresinreina.eu/?q=conocenos>> Acesso em: 24/05/2015.

FiBL e IFOAM. **The world of organic agriculture 2014**. Disponível em: <<https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1636-organic-world-2014.pdf>> Acesso em: 12/03/2015.

FISCHLER, C. Cultura e Gastro-anomia: Psicopatologia da alimentação cotidiana: entrevista [Junho de 2011] **Revista Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 17, n. 36, p. 235-256, jul./dez. 2011. Entrevista concedida a Mirian Goldenberg.

FRANCO, M. S. C. **Homens Livres na Ordem Escravocrata**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.

GARCIA-PARPET, M-F. Estudo do 'mercado auto-regulado': normas voluntárias e qualidade dos produtos da agricultura orgânica. **Revista REDD**, vol. 4, n.2, p. 63-82, jan./jul. 2012.

_____. Mundialização dos mercados e padrões de qualidade: vinho, o modelo francês em questão. **Revista Tempo Social**, vol.16, n.2, p. 129-150, nov., 2004.

_____. Dinâmica de mercado e trajetória de produtores em face do sistema de classificação de vinhos. **RAE**, vol. 47, n.2, p. 26-36, abr./jun., 2007.

FÉRNANDEZ, F. E. G.; ESTRADA, E. M. Agricultura, sociedad y medio ambiente en la España actual. In: MARRÓN, M. J.; GARCÍA, G. (Orgs.). **Agricultura, Medio Ambiente y Sociedad**. Madrid: Serie Estudios MAPA, p. 29-56, 2004.

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

GORZ, A. **Metamorfoses do trabalho: crítica da razão econômica**. São Paulo: Annablume, 2003.

_____. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

GUIVANT, G. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida Ego- Trip. **Revista Ambiente & Sociedade**, vol. VI, n.2, p.63-81, jul./dez, 2003.

_____. Riscos alimentares: novos desafios para a sociologia ambiental e a teoria social. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n.5, p.89-99, jan./jun., 2002.

GÚZMAN E. S.; MONTIEL, M. S.; HÉRNANDEZ, D. G.; SÁNCHEZ, I. V.; COLLADO, A. C. **Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía**. Fundación Publica Andaluza Centro de Estudios Andaluces: Sevilla, 2012.

HARDT, M; NEGRI, A. **Multidão: Guerra e democracia na era do império**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2005.

_____. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo, Ed. 17, Loyola, 2008.

_____. Do administrativo ao empreendedorismo: a transformação da governança urbana no capitalismo tardio. In: HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005. p. 163-190.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Malhas digitais**. Disponível em <<http://mapas.ibge.gov.br/bases-e-referenciais/bases-cartograficas/malhas-digitais>> Acesso em: 07/05/2015.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2006**. Agricultura Familiar: primeiros resultados, Brasil, grandes regiões e unidades da federação. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/agri_familiar_2006/familia_censoagro2006.pdf> Acesso em: 29/09/2013.

IECA. Instituto de Estadística y cartografía de Andalucía. **Censo Agrario 2009: Resultados de Andalucía**. Disponível em:

<<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/resultadosConsulta.jsp?CodOper=703&codConsulta=60092>> Acesso em: 15/08/2014.

JARDIM, M. A. C.; CAMPOS, R. L. S. A construção social dos mercados e a crítica da ciência econômica. **Revista REED**, Araraquara, v.04, n.2, p.9-17, jan./jul. 2012.

JUNTA DE ANDALUCÍA. Consejería de Agricultura y Pesca. **I Plan Andaluz de Agricultura Ecológica 2002-2006**. Sevilla: Consejería de Agricultura y Pesca, 2001.

KARAM, K. F. A mulher na agricultura orgânica e em novas ruralidades. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 1, n.12, p. 303-320, jan./abr., 2004.

LATOUR, B. **The pasteurization of France**. Cambridge: Harvey University Press, 1993.

- LAZZARATO, M.; NEGRI, A. **Trabalho imaterial**. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2001.
- LEIS H. R.; D'AMATO J. L. O ambientalismo como movimento vital: análise de suas dimensões histórica, ética e vivencial. In: CAVALCANTI, C. (Org). **Desenvolvimento e natureza**: estudos para uma sociedade sustentável. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1998. p. 77-103.
- LIRA, A. V. M. **Coagrosol**: Alternativa para a pequena produção rural no interior paulista. Monografia de Conclusão de Curso, Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2011.
- LUPA. **Levantamento das Unidades de Produção Agropecuária do Estado de São Paulo**. Dados consolidados municipais, 2007-2008. Disponível em: <<http://www.cati.sp.gov.br/projetolupa/dadosmunicipais.php>> Acesso em: 18/02/2014.
- MAAM. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. **Agricultura ecológica**: estadísticas 2011. Madrid: MAAM, 2012.
- MAGNANTI, N. J. Circuitos Sul de circulação de alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia. Rio de Janeiro, **Agriculturas**, v. 5, n.2, p. 26-29, jun. 2008.
- MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Produtos orgânicos mais representativos de cada unidade da federação**. Disponível em: <[http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Not%C3%ADcias/mapa-organicov3%20\(2\).jpg](http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Not%C3%ADcias/mapa-organicov3%20(2).jpg)> Acesso em: 11/05/2015.
- MAZZOLENI, E. M.; NOGUEIRA, J. M. Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor. **RER**, Rio de Janeiro, vol. 44, nº 02, p. 263-293, abr/jun 2006.
- MÉNDES, C. D.; BENITO, C. G. Del consumo alimentario a la sociología de la alimentación. **Revista Distribución y Consumo**, v.11, n.60, p. 5-23, nov./dez., 2001.
- MENDRAS, H. Sociologia do meio rural. In: **Sociologia Rural**: Textos básicos de Ciências Sociais. Org. QUEIROZ, M. I. P. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1969.
- MILLS, C. W. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- MONTIEL, M. S.; COLLADO, A. C. Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización en Andalucía. In: MONTIEL, M. S.; QUINTERO, C. G (Orgs.). In: El patrimonio rural en Andalucía, monográfico de Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. Sevilla: Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, **PH Cuadernos**, n.º 26, p. 258-283, 2010.

MOOZ, E. D.; SILVA, M. V. Cenário nacional e mundial da produção de alimentos orgânicos. **Nutrire** – Revista da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição. São Paulo, v.39, n.1, p. 99-112, abr. 2014.

NEGRI, A. **Exílio seguido de valor e afeto**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2001.

OLIVEIRA, D.; SILVA, M. K.; SCHNEIDER, S. A conquista da autonomia através dos mercados: como pequenos agricultores mudaram sua forma de produzir e comercializar a produção em Ipê (RS). **Antropolítica** (UFF), v. 28, p. 249-282, 2010.

ORMOND, J.G.P; PAULA, S.R.L.; FILHO, P.F.; ROCHA, L.T.M. **Agricultura orgânica: quando o passado é futuro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

POULAIN, J-P. **Sociologias da Alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

PRADO, E. F. S. A ortodoxia neoclássica. **Estudos avançados**. São Paulo, v.15, n.41, jan./abr., 2001.

PUMA RED DE MONEDA SOCIAL. **Objetivos de la moneda social PUMA**. Disponível em: <<https://monedasocialpuma.wordpress.com/5-fines-de-la-moneda-social/>> Acesso em: 24/02/2015.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália Moderna**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

RODRIGUES, L. Capitalismo monopolista, Estado e agricultura. In: OLIVEIRA, M. F. M.; RODRIGUES, L. (Orgs.). **Capitalismo: da gênese à crise atual**. Montes Claros: Ed. Unimontes, 1999. p.53-92.

RIAL, C. As práticas alimentares e suas interpretações. In: GUIVANT, J. S.; SPAARGAREN, G.; RIAL, C. **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2010, p. 107-129.

SABOURIN, E. A Construção social dos mecanismos de qualificação e certificação entre reciprocidade e troca mercantil. **Revista REDD**, v.4, n.2, 2012, p. 83-104, 2012.

_____. **Camponeses no Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SEADE. **Informações dos Municípios Paulistas – IMP**. Disponível em: <<http://produtos.seade.gov.br/produtos/imp/>> Acesso em: 03/06/2013.

SCHMIDT, W. Agricultura orgânica: entre a ética e o mercado? **Revista Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**. Porto Alegre, v.2, n.1, p.62-73, jan/mar. 2001.

SILVA, J. G. Velhos e novos mitos do rural brasileiro. **Revista Estudos Avançados**, 15, n. 43, p.37-50, 2001.

_____. **O novo rural brasileiro**. Campinas: Unicamp, IE, 1999.

SIMMEL, G. **Questões fundamentais da sociologia**: indivíduo e sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

STEINER, P. **A Sociologia Econômica**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

VALIENTE, E. D; AYALA, M. L. CORDERO, V. D. Las ayudas agroambientales. In: **La agricultura y ganadería extremeñas: informe 2005 y análisis de una década, 1996-2005**. Badajoz: Caja de Ahorros de Badajoz, 2006.

VÁSQUEZ, S. F; BARROS, J. D. S.; SILVA, M. F. P. Agricultura orgânica: caracterização do seu produtor na cidade de Cajazeiras-PB. **Revista Verde**, Mossoró-RN, v.3, n.2, p 87-97, jan./mar., 2008.

VEIGA, J. E. Agricultura Moderna: diagnósticos e perspectivas. In: TRIGUEIRO, A (Org.). **Meio Ambiente no Século 21**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p.198-213.

_____. **Do local ao Global**. Campinas: Armazém do Ipê, 2005.

_____. Nascimento de outra ruralidade. **Estudos Avançados**. São Paulo: USP/IEA, v.20, n.57, p.333-353, 2006.

WANDERLEY, M. N. B. **O mundo rural como um espaço de vida**: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

WILKINSON, J. A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema agroalimentar na América Latina. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, p.62-87, 21 de out., 2003.

APÊNDICE - QUESTIONÁRIOS

Abaixo exponho os questionários aplicados junto aos produtores do Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável, e aos pequenos e médios produtores orgânicos relacionados a grupos de consumo e redes de produtores e consumidores da Andaluzia. Vale reforçar que os questionários foram contemplados enquanto roteiros com vistas a estimular o diálogo, sendo assim, as conversas mantidas com os produtores no momento das entrevistas extrapolavam por vezes as questões nele contidas permitindo a construção de uma maior interação entre pesquisador e entrevistado.

Questionário Instituto ANNONA de Agricultura Sustentável

Bloco 1: Produtor e a Propriedade

Data da Entrevista: ___ - ___ - 2013

Nome: _____

Idade: _____

Escolaridade: _____

Cidade: _____

Residência: () urbana () rural

1. O que você produz?

Hortaliça () _____

Legumes () _____

Frutas () _____

2. Qual a área de sua propriedade?

3. Há quanto tempo é produtor?

4. Há quanto tempo optou por produzir orgânicos?

5. Quantas pessoas trabalham na propriedade?

6. Quantos são da família e quantos são funcionários?

7. Se há funcionários, que tipo de relação de trabalho é estabelecida? (assalariado formal, trabalhador temporário, outro).

8. Você tem outra atividade profissional? Qual?

() Sim () Não

Bloco 2: Produtor e os orgânicos

1. O que o levou a produzir orgânicos?

2. Está satisfeito com esta opção? Por quê?

Sim () Não ()

3. Quanto ao conhecimento necessário para a produção orgânica, de que modo você o obteve?

4. Quais as vantagens dos produtos orgânicos face aos convencionais?

5. Quais os principais problemas que você acredita influenciar a produção orgânica?

6. No que se refere aos investimentos governamentais, você acha que são suficientes?

Por quê?

Sim () Não ()

7. Você acredita ser um empreendedor?

Sim () Não ()

Se sim, quais os fatores que contribuíram para que viesse a se tornar um?

8. Você consome alimentos orgânicos?

Sim () Não ()

Por quê?

9. Quanto à comercialização, de que modo é realizada?

Grandes centros () Local ()

10. Você acredita na viabilidade de inserir um mercado local para os orgânicos?

Sim () Não (). Por quê?

Bloco 3: Produtor e o Instituto ANNONA

1. Há quanto tempo faz parte do Instituto ANNONA?

2. Como conheceu o Instituto ANNONA?

3. O Instituto ANNONA contribuiu para que você optasse pelo mercado de orgânicos?

Sim () Não ()

Em quais aspectos?

4. Como funciona a certificação orgânica do Instituto?

Certificação por auditoria () Sistema participativo de garantias – SPG - () Venda direta aos consumidores () Outro:_____

5. Quais as principais vantagens em participar do Instituto ANNONA?

6. Há desvantagens em participar do Instituto?

Sim () Não ()

Bloco 4: Sugestões

1. Você gostaria de acrescentar algo que não foi abordado nas questões anteriores?

Questionário Produtores Andaluces

Bloque 1 – Productor y la Propiedad

Fecha de la entrevista: ____ - ____ - 2014

Nombre: _____

Edad: _____

Nivel de Enseñanza: _____

Ciudad: _____

Residencia: () urbana () rural

1. ¿Qué es lo que usted produce?

Hortalizas () _____

Legumbres () _____

Frutas () _____

2. ¿Cuál es el tamaño de su propiedad?

3. ¿Cómo has adquirido la propiedad?

Herencia () Compra ()

Otro: _____

4. ¿Por cuánto tiempo eres un productor?

5. ¿Por cuánto tiempo has optado por producir alimentos ecológicos?

6. ¿Cuántas personas trabajan en la propiedad?

7. ¿Cuántos son de la familia y cuántos son empleados?

8. ¿Si existe empleados, que tipo de relación laboral es establecida? (asalariado formal, trabajador temporario, otro).

9. ¿Tiene otra actividad profesional? ¿Cuál?

() Sí () No

Bloque 2 – El Productor y los Ecológicos

1. ¿Qué lo llevo a producir alimentos ecológicos?

2. ¿Estás satisfecho con esta opción? ¿Porque?

Sí () No ()

3. En cuanto a los conocimientos necesarios para la producción ecológica. ¿Cómo los conseguiste?

4. ¿Para usted, cuáles son las ventajas de los productos ecológicos en comparación con los convencionales?

5. ¿Para usted, cuáles son los principales problemas que influyen la producción ecológica?

6. Sobre las subvenciones del gobierno español en la agricultura ecológica. ¿Ellas existen? ¿Crees que son suficientes? ¿Porque?

Sí () No ()

7. ¿Qué piensa usted de la idea de que la gestión de la propiedad actualmente debe ser hecha como en una empresa?

8. ¿Usted consume alimentos ecológicos?

Sí () No ()

9. Sobre la comercialización, ¿cómo se hace?

Local () No Local ()

10. ¿Hace parte de alguna asociación? ¿Sea de consumo o de productores?

11. ¿Tienes certificación para los productos ecológicos?

Sí () No ()

12. ¿En caso afirmativo, cuál es? ¿Cómo se realiza? ¿Hay que pagar algo?

13. ¿Te gustaría acrescentar algo que yo no le he preguntado?
