

Transferência de dispositivos de reconhecimento da agricultura orgânica e apropriação local: uma análise sobre a Rede Ecovida

Transferal of devices for recognition of organic agriculture and local appropriation: an analysis of the Ecovida Network

Pascal BYÉ
Vanice D.B. SCHMIDT
Wilson SCHMIDT*

RESUMO

Tem-se constatado um processo recente de transferência, da União Européia ou dos Estados Unidos para o Brasil, de dispositivos de reconhecimento da agricultura orgânica – e dos sistemas de normatização e certificação que os acompanham. Pesquisas de campo foram realizadas, em Santa Catarina, para avaliar a adaptação e a apropriação local desses sistemas. Este artigo apresenta e analisa os resultados obtidos junto a uma das três redes pesquisadas, a Rede Ecovida de Agroecologia. A Ecovida se organiza para escapar, o mais possível, das restrições colocadas por um tipo de reconhecimento que considera “oficial”, da “indústria da certificação” e das restrições redutoras demais, dando prioridade à venda direta para consumidores “conscientes”. Essa prática militante constitui a forma mais ambiciosa de controle social da certificação. Os seus procedimentos se inscrevem no tempo longo de comunidades marcadas pelo patrimônio sociocultural da agricultura familiar e no universo relativamente estreito dos mercados de proximidade. Eles se confrontam, no entanto, com outras opções que remetem a universos mercantis mais amplos que têm tempos bastante curtos, ao traduzirem a reatividade dos operadores comerciais à transformação rápida dos modelos de consumo urbano. Indica-se, ao final, que a durabilidade, a estabilidade e a flexibilidade de cada um desses conjuntos dependeriam, em grande parte, da dinâmica que se impõe nos seus universos temporais e espaciais respectivos.

Palavras-chave: certificação da agricultura orgânica, agroecologia.

* Respectivamente, Diretor de Pesquisas do Instituto Nacional de Pesquisa Agrônoma da França, atuando na Unidade Mista de Pesquisa Moisa (Mercados, Organizações, Instituições e Estratégias de Atores), na Estação de Economia e Sociologia Rurais de Montpellier; Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); e Professor-pesquisador da Área de Desenvolvimento Rural no Centro de Ciências Agrárias da UFSC.

ABSTRACT

Recognition mechanisms for organic agriculture have been transferred from the European Union and the United States of America to Brazil, along with their regulation and certification systems. Our research aims to evaluate the local adaptation and appropriation of such systems in the state of Santa Catarina, Brazil. This work is a preliminary analysis of field data collected from one of the three networks surveyed, "Rede Ecovida de Agroecologia". This network is set up to escape, as far as possible, from constraints established by a kind of recognition its members define as "official", belonging to the "certification industry", and exceedingly reductionist. The network gives, therefore, priority to direct sales to "aware" consumers. This militant practice constitutes an ambitious form of social control of certification, but their procedures have been situated, for a long time, in the relatively narrow space of local markets. They are confronted, however, to other options linked to wider markets with shorter action time spans, that reflect the reactivity of commercial operators to rapid changes in urban consumption models. The duration, stability and flexibility of each of these recognition systems depend largely on the dynamic imposed on the temporal and spatial contexts of their agents.

Key-words: organic agriculture certification, agro-ecology.

Em trabalhos anteriores, procurou-se discutir as relações entre a transferência, da União Européia ou dos Estados Unidos para o Brasil, de dispositivos de reconhecimento da agricultura orgânica – e dos sistemas de normatização e certificação que os acompanham – e, neste quadro, as possibilidades de inserção da agricultura familiar em um mercado alimentar cada vez mais segmentado (SCHMIDT, 2001; BYÉ; SCHMIDT, 2001). Depois destes ensaios, buscando analisar as condições pelas quais os agricultores familiares constroem e se apropriam de dispositivos de reconhecimento para os seus produtos, propôs-se a realização de pesquisas de campo (BYÉ et al., 2001).¹ A partir de observações feitas sobre as condições do desenvolvimento da produção, das técnicas e dos mercados da agricultura orgânica em três redes existentes no estado de Santa Catarina, tinha-se a ambição de elucidar as condições em que pode se dar o domínio, pelos produtores, de dispositivos que em geral são apropriados apenas pelos operadores comerciais.

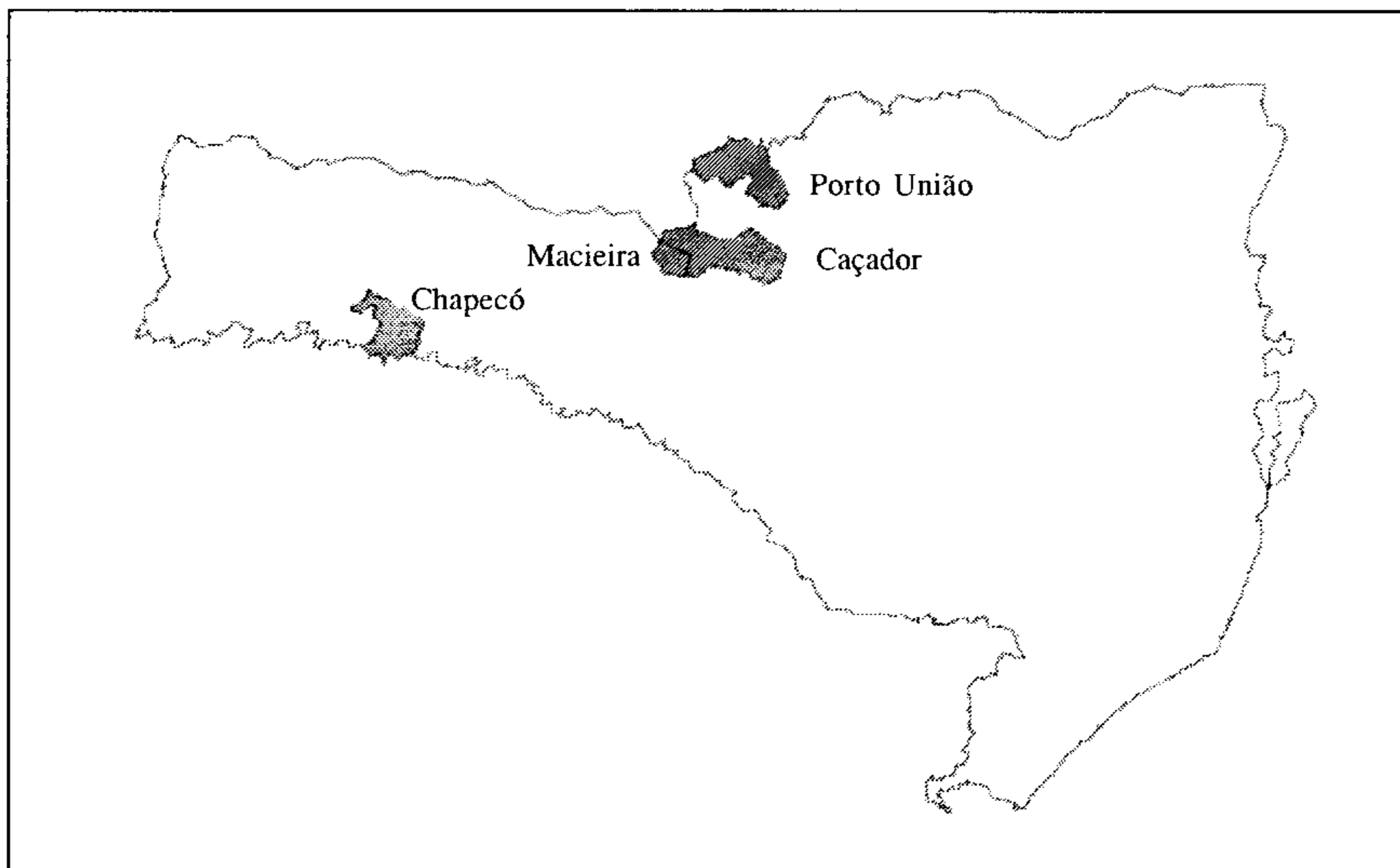
A pesquisa foi realizada entre fevereiro de 2002 e janeiro de 2003 junto a 90 atores ("produtores", "intermediários" e "consumidores") implicados nos procedimentos de certificação de produtos da agricultura orgânica. Três conjuntos agrupando atores e instituições foram identificados. Estes se diferenciam entre si pela maneira como cada um constrói e se apropria do proces-

so de reconhecimento. Um deles, a Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Rural Sustentável – Fundagro, adota como ponto de partida uma abordagem institucional e política em que a certificação ocupa um lugar central. Outro, a Associação dos Agricultores Ecológicos das Encostas da Serra Geral – Agreco, considera que a construção em comum é mais um meio do que um fim. Finalmente, o terceiro, a Rede Ecovida de Agroecologia – Ecovida, se organiza para escapar, o mais possível, das restrições colocadas por um reconhecimento oficial e da "indústria da certificação", julgada redutora demais, dando prioridade à venda direta para consumidores "conscientes". Partiu-se da hipótese de que as especificidades de cada um dos itinerários estudados encontrariam inicialmente sua origem nas especificidades de cada operador dominante: agricultores para a Ecovida, agricultores e animadores de desenvolvimento para a Agreco, operadores comerciais e instituições públicas para a Fundagro. Assim, como cada uma dessas redes obedece a regras de reprodução social particulares, as trajetórias adotadas em cada uma delas se sobrepõem, mais do que se hibridam.

A prática militante implementada pela Rede Ecovida para construir, através de feiras locais, um consumidor parceiro, constitui a forma mais ambiciosa de controle social da certificação e é, por isso, objeto de análise nes-

¹ Trata-se de um programa (*Transférabilité des systèmes de certification des techniques locales*) envolvendo pesquisadores de duas instituições francesas, o Instituto Nacional de Pesquisa Agrônômica (Inra) e o Centro de Cooperação Internacional em Pesquisa Agrônômica para o Desenvolvimento (Cirad), e da Universidade Federal de Santa Catarina. O financiamento é de um fundo mantido pelas duas instituições da França, tendo sido o projeto selecionado no edital 2001.

MAPA - MUNICÍPIOS DE SANTA CATARINA ONDE FORAM REALIZADAS AS PESQUISAS



te artigo. Ressalte-se que não se trata, aqui, de realizar uma reconstituição detalhada e crítica da história da Rede Ecovida (trabalho que está por ser feito), nem de refletir sobre os limites que ela apresenta, hoje, para se credenciar como entidade certificadora, e muito menos de traçar um paralelo particularizado entre o sistema de “certificação participativa” por ela proposto com aquele, em geral, exigido pelas legislações, baseado na ação de um organismo certificador independente, imparcial e capaz. O que se busca é, a partir de dados originais e de comentários feitos segundo as percepções manifestadas por produtores e consumidores, incorporar elementos inovadores em um debate bastante polarizado e no qual parece predominar um forte determinismo.

A base da pesquisa foi uma amostra reduzida, mas deliberadamente bastante contrastada. Para amostragem dos produtores ligados à Ecovida, foram escolhidas três regiões de produção (mapa) em que o trabalho de animação de agricultores em torno da agricultura orgânica tem mais tempo de existência, havendo, no entanto, diferenças importantes entre elas. A primeira é o município de Macieira, que abastece a feira de Caçador e que teve

uma ação mais direta de uma ONG, o Centro de assessoria e apoio aos trabalhadores rurais – Cepagri. A segunda, o município de Porto União, onde os agricultores, a partir do estímulo da Igreja e da ação de um agricultor líder, se organizam em uma associação – a Afruta. A terceira, o município de Chapecó, onde se combinam a atuação de organizações ligadas mais diretamente a movimentos sociais e a ação mais recente da administração municipal em uma gestão do Partido dos Trabalhadores.

Nas três regiões, ao chegar ao local, a equipe de pesquisa buscou entrevistar informantes-chave, obter uma lista dos agricultores, estratificá-los e sortear, de forma ponderada, os cinco a serem entrevistados em cada uma. Ressalte-se que em recenseamento recente da agricultura orgânica em Santa Catarina³ (OLTRAMARI et al., 2002) foram identificadas 164 propriedades que têm a Ecovida como “entidade certificadora”. Destas, 115 estão localizadas nas regiões escolhidas para os trabalhos de campo.

Na pesquisa como um todo, foram entrevistados, também, atores-chave na distribuição dos produtos. No caso da Ecovida, como a venda é direta, essa figura não

2 Esse recenseamento indicou a existência de 706 agricultores orgânicos em Santa Catarina, produzindo em uma área de 5.922,24 hectares. Destes, 241 estariam sendo “certificados”. Setenta e um, por certificadoras que fazem auditoria e inspeção, caracterizando-se como terceiros independentes (IBD, 34; Fundagro, 30; AO, 2; AAO, Ecocert, Biocert, FVO e OCIA, uma cada uma). Os outros 164 estariam inseridos no sistema de certificação participativa da Ecovida (OLTRAMARI et al., 2002).

existe. Já o consumidor foi abordado no momento em que realizava efetivamente a compra de produtos orgânicos. A escolha se dava ao acaso, pelo momento de chegada dos pesquisadores ao ponto de venda e, em seguida, pela combinação do próprio ritmo das entrevistas e o fluxo de pessoas. Os consumidores da Ecovida foram entrevistados nas feiras de Caçador (cinco consumidores), Porto União – em duas “feirinhas” diferentes, uma no centro da cidade (dois consumidores); e outra no Bairro Santa Rosa (três consumidores) – e Chapecó (cinco consumidores).

Este artigo procura sistematizar os primeiros dados resultantes desta enquete e apresentar as análises iniciais neles baseadas. Apresentou-se, no começo, a abordagem que norteia as ações da Ecovida no campo da certificação. Esta aparece como instrumento do projeto social e não como objeto em si. Dizendo de outra forma, as bases do reconhecimento ou “acreditação” dos produtos seriam os sistemas sociopolíticos ligados à agricultura familiar (cf. “Um procedimento militante a serviço de uma alternativa social”). O selo Ecovida constitui, assim, o único sinal de identificação da especificidade da demanda coletiva defendida por esta rede, sendo a certificação adiada em benefício de uma identificação direta pelos consumidores. Privilegia-se, desta forma, um reconhecimento tácito produtor-consumidor (cf. “Rumo a um consumidor parceiro ou uma certificação aliada em benefício de uma identificação direta pelos consumidores”). Discute-se, depois, se este tipo de reconhecimento é reproduzível e durável. O que está em questão é se os fundamentos ideológicos e sindicais não podem gerar uma baixa ampliação do número de agricultores envolvidos, uma homogeneidade desses produtores e a não penetração em mercados “neutros” e/ou distantes (cf. “A certificação Ecovida é reproduzível e durável?”). Conclui-se, ao final, que das ambições macrossociais evocadas pela Rede Ecovida decorre um longo processo de construção de identidade conduzido pelos seus produtores, que esbarra, no entanto, na postura de um consumidor que privilegia sua saúde e a de seus familia-

res, centrando, por isso, sua atenção sobre os produtos e a sua disponibilidade.

Um procedimento militante a serviço de uma alternativa social

Nos anos 80, com os primeiros sinais da crise que fragilizam o modelo de desenvolvimento agrícola brasileiro (apoiado, na sua origem, pelo regime militar), intelectuais, estudantes e políticos progressistas questionam a abordagem e as estratégias fundadas na industrialização das técnicas agrícolas (EHLERS, 1996). Iniciativas concretas, mas isoladas são tomadas para encorajar o desenvolvimento de agriculturas “alternativas” em várias regiões do país. Nesse quadro, as associações e as organizações não-governamentais agroambientalistas do Sul do Brasil (Rede TA-Sul, 1997)³ anunciam uma outra ambição: fazer da “agricultura alternativa” não apenas uma simples denúncia do “modelo de modernização da agricultura brasileira baseado na exclusão”, mas um instrumento “de intervenção no âmbito da prática” (BRANDENBURG, 1999) e, por extensão, do desenvolvimento sustentável e do desenvolvimento local. Qualificadas por Dias e Diesel (2000) de “Organizações não governamentais de desenvolvimento rural (ONGSDR)”, elas vão ter uma presença importante e uma certa influência nos debates sobre agricultura nos três estados do Sul. Como destaca Almeida (1988), a função delas se situa “entre a assistência técnica e o militância político”.

Nos anos 90, com a iniciativa do Ministério da Agricultura brasileiro de adotar um processo destinado à regulação da agricultura orgânica, essas mesmas organizações vão participar ativamente de negociações iniciadas em 1994 e que culminaram, em 1999, com a publicação de uma norma que regulamenta a produção orgânica, sua transformação e distribuição: a Instrução Normativa 007.⁴ Nestas negociações, as “ONGSDR” do Sul do Brasil foram, primeiro, contrárias à certificação.

3 Pode-se citar, a título de exemplo, as organizações que compõem ainda hoje a Rede de Tecnologias Alternativas do Sul: Associação dos pequenos agricultores do Oeste de Santa Catarina – Apaco; Associação de Estudo, de Orientação e de Assistência Rural – Assessorar; Centro de Agricultura Ecológica – CAE-Ipê; Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor – Capa; Centro de Tecnologias Alternativas Populares – Cetap; Centro Vianei de Educação Popular; Fundação para o Desenvolvimento Econômico Rural da Região Centro-Oeste do Paraná – Rureco (ALMEIDA, 1998; BRANDENBURG, 1999; Rede TA/Sul, 1997).

4 Uma recuperação rápida deste processo pode ser encontrada em Byé e Schmidt (2001) e em diversos textos apresentados à Seção 3 do V Simpósio Latino-americano sobre Investigação e Extensão em Pesquisa Agropecuária – IESA, coordenada por estes autores. Ver especialmente Souza e Bulhões (2002).

Para elas, quem deveria ser certificado seria o produto convencional (inclusive com a indicação na embalagem do seu potencial de contaminação), já que o custo da certificação acabaria onerando tanto produtores quanto consumidores. Além disso, para elas, a certificação seria excludente e dificultaria o processo de expansão da agricultura orgânica entre os agricultores familiares. Em um momento seguinte, como o mercado de produtos orgânicos havia crescido bastante no Brasil, elas deixam de ser rigorosamente contrárias à certificação, desde que se abrisse a possibilidade de uma “certificação participativa”. Neste sentido, os termos da IN-007 são percebidos como uma “conquista” e elas vão atuar nos debates e na montagem das estruturas que se seguiram a esta Instrução Normativa (como a constituição dos Colegiados Estaduais, a discussão sobre os protocolos para o credenciamento de certificadoras, ou a realização de seminários sobre o tema). A iniciativa do Governo Federal acabou desencadeando, neste processo, uma aproximação mais efetiva dessas “ONGSDR”, agora centrada em aspectos mais “pragmáticos” da produção e da comercialização da agricultura orgânica. Isso começou a dar corpo a uma rede, inicialmente catarinense, que passou a ser chamada de “Rede Ecovida”. Formalizada em novembro de 1998, com a denominação de “Rede Ecovida de Agroecologia,”⁵ esta rede, passa, logo em seguida, a atingir os três estados do Sul do Brasil. No final de 2002, ela contava com 130 grupos, associações ou cooperativas de agricultores, cerca de 23 ONG, 10 cooperativas de consumidores e 10 comercializadoras ou processadoras (DOS SANTOS, 2002). Destaque-se, de passagem, que, no geral, as organizações que compõem a Ecovida têm, hoje, uma forte proximidade com dois outros atores posicionados à esquerda no debate sobre os rumos do desenvolvimento rural no três estados do Sul do Brasil: o Sistema Cresol⁶ e a Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar da Região Sul – Fetraf-Sul.⁷

A certificação aparece, neste quadro da Rede Ecovida, como um dos meios colocados à disposição dos agricultores familiares para alcançar objetivos que superam em muito o da simples identificação de produtos alimentares. A agroecologia e a agricultura familiar são as engrenagens principais de uma abordagem que visa, primeiro, a aproximar produtores e consumidores que o modelo produtivo da agricultura industrial contribuiu a separar. A ética é claramente o principal fundamento da construção da certificação, embora alguns considerem que seja a ideologia ou um projeto político. A certificação aparece, desta forma, como um produto entre outros – e não como um instrumento – de um programa de reconstrução das relações sociais, destruídas por processos de integração ou de exclusão “capitalistas”. Assim, para Arl (2002):

Nestas iniciativas, numa condição muitas vezes ainda frágil, mas de forma ascendente, incorporam-se aspectos de dimensão estratégica, envolvendo valores e perspectivas que almejam uma sociedade sustentável, desafiando de forma propositiva a atual lógica de desenvolvimento através do exercício de uma nova prática sócio-política, produtiva e ecológica.

A certificação; instrumento do projeto social e não objeto em si

Como foi visto, a Rede Ecovida de Agroecologia foi formalizada em novembro de 1998. O procedimento de reconstrução social por ela adotado prioriza a construção de uma imagem – ou de uma “confiabilidade” – que daria credibilidade aos “processos agroecológicos” e, por extensão, aos seus produtos. Para seus promotores, trata-se primeiro de fortalecer ou de recriar o tecido

5 Foge aos objetivos deste artigo o debate em torno da(s) noção(ões) de “agroecologia”. Discute-se, em geral, se ela é ciência, conjunto de procedimentos técnicos, ou mesmo, movimento social. Para a Rede Ecovida, trata-se de “uma visão de agricultura que traz consigo uma proposta de desenvolvimento sustentável” (DOS SANTOS, 2002).

6 “A Cresol é um sistema integrado de cooperativismo de crédito rural com interação solidária. As cooperativas do Sistema Cresol são instituições financeiras autorizadas pelo Banco Central do Brasil, constituídas e administradas por agricultores familiares, articuladas com movimentos e organizações populares e integradas entre si através da Cresol Baser e das Bases Regionais de serviço” (cf. <www.cresol.com.br>; acesso em 3 de maio de 2003).

7 Corrente sindical que se forjou a partir dos movimentos de oposição dentro dos sindicatos ligados às Federações Estaduais de Trabalhadores na Agricultura (Fetags). Inicialmente organizados em torno dos Departamentos Estaduais de Trabalhadores Rurais da Central Única dos Trabalhadores (CUT), seus líderes, após várias tentativas de disputa eleitoral ou de composição proporcional nas diretorias das Fetags, optam por criar, em março de 2001, uma nova federação. Para maiores informações consultar <www.fetrafsul.org.br>

de relações sociais presentes na “transação” para escapar, em seguida e com a ajuda da certificação, da exclusividade das relações de mercado. Para Dos Santos (2002), por exemplo:

Hoje, os procedimentos das certificadoras estão cada vez mais especializados e burocráticos, sendo que algumas realizam apenas o serviço de certificação sem qualquer relação ou compromisso com os princípios básicos da agroecologia (...). Esta compreensão tem levado à criação de um verdadeiro mercado de certificação, no qual diversas organizações lutam acirradamente por seu espaço. (...) O que fica mais claro é que os produtos orgânicos e os processos de certificação decorrentes não têm conseguido contribuir para a modificação da realidade agrícola, constituindo-se apenas em uma oportunidade de mercado. Frente a esta realidade, a Rede Ecovida de Agroecologia esforça-se em construir um processo diferente de certificação denominado *participativo em rede* que contrapõe o modelo vigente.

Lenta e complexa a realizar, uma vez que ela não pode transcender das restrições do cotidiano, a afirmação desta ambição, fundada sobre uma equidade e uma solidariedade partilhadas com um conjunto de *consumidores-cidadãos*, se revelaria no longo prazo mais sólida e mais irreversível que o reconhecimento apenas formal dos “selos” comerciais. Esse procedimento implica uma aproximação estreita entre consumidores e produtores locais, aos quais cabe um papel maior na reconstrução das condições de negociação. Esta não é mais considerada como uma simples permuta de mercadorias por dinheiro, mas como uma troca de informações, de conhecimentos recíprocos e, portanto, de partilha de experiências. A venda é um instrumento e um objeto de formação e de construção de projetos.

O projeto social induz o procedimento técnico

A venda direta é um elemento maior da construção de uma identidade coletiva fundada sobre a agricultura familiar, as técnicas agroecológicas e a partilha de valores militantes.

Em geral, mais jovens, mais abertos em função de sua história de militância ou de suas experiências profissionais⁸ e mais solidários por convicção do que por tradição, os membros da Rede Ecovida destacam dois princípios:

- o da autonomia, com a necessidade de se libertar das restrições e das dependências induzidas por uma agricultura industrial (da qual eles sublinham, ainda, os efeitos “destrutivos” sobre o meio ambiente) e de se apoiar sobre práticas de produção e de organização da agricultura familiar e sobre os conhecimentos locais;
- o da equidade, com a necessidade para os agricultores de reconstruir o tecido das relações sociais, âmbito do qual eles foram afastados pelo desenvolvimento da agricultura contratual e pelas estratégias de integração dos grandes operadores comerciais.

A proximidade desempenha neste procedimento um papel capital. A transmissão informal de conhecimentos entre agricultores; o acompanhamento das experiências em curso; a troca de serviços (mutirão); a organização coletiva da venda semanal nas feiras locais; a identificação, pelos consumidores, dos produtores e não dos produtos; tudo isso faz com que, de fato, os horizontes espaciais dos atores envolvidos sejam idênticos. Para que as atividades de comercialização – embalagem, transporte, venda coletiva – sejam assumidas por “núcleos” (grupos) de produtores, é necessário que estes produtores não estejam muito distanciados uns dos outros. O reconhecimento desses núcleos nas feiras supõe que os consumidores, por seu lado, as freqüentem de forma regular e, portanto, que eles também estejam relativamente próximos.

Sob essas reservas, a durabilidade do projeto – que na sua tripla dimensão associativa, produtiva e comercial, existe há mais de quatro anos – estaria relacionada ao fato de a solidez dessa construção social parecer menos volátil ou menos instável do que se o projeto estivesse fundado unicamente sobre normas técnicas. Ou ainda, ao fato de os produtores abandonarem mais facilmente uma orientação produtiva⁹ do que uma organização que lhes proporcionou e lhes proporciona formação e que os defendeu e defende.

⁸ Uma parcela (quase um terço) dos agricultores entrevistados havia tido uma experiência profissional fora da agricultura. A adesão ao projeto pelos mais novos é descrita por eles como uma escolha mais profunda e não apenas uma simples reorientação técnica ou produtiva.

⁹ Mesmo se eles, na maior parte, realizaram investimentos, estes podem ser rapidamente reconvertidos para um outro tipo de produção. O retorno para agricultura convencional, aliás, acontece com uma certa freqüência.

Esse princípio geral enunciado não é, contudo, incompatível com o fato de que uma maioria de aderentes tem no interior de suas unidades produtivas parcelas com agricultura orgânica e parcelas com agricultura convencional. Em todas as unidades dos produtores da Ecovida entrevistados – e em particular nas daqueles que não parecem ser os mais ameaçados pelos possíveis riscos induzidos por uma conversão rápida¹⁰ –, não é dada a devida importância às complementaridades entre produções animal e vegetal, que são, contudo, preceitos da agroecologia. Desta forma, cada um dos aderentes acaba colocando-se no seio da Rede (ou da feira local) mais como um “especialista” em um ramo da produção vegetal (horticultura, fruticultura) ou animal (mel, queijo, embutidos de suínos), do que como um agricultor agroecológico e, portanto, diversificado.

No interior de uma mesma unidade ou no seio de um mesmo grupo, a coexistência das técnicas da agroecologia e da agricultura convencional permite, ao mesmo tempo, que cada agricultor compare as vantagens de cada tipo de produção e aproveite o “período de conversão” – assim como as possibilidades de “conversão parcial” ou de “produção paralela”¹¹ – para melhor dominar os princípios da produção orgânica e para adequar suas práticas. O recurso individual à formação direta é raro, mas os conhecimentos adquiridos por alguns em formações especializadas parecem ser sistematicamente difundidos a outros membros do grupo. Os aspectos ideológicos, como a preservação da saúde e da vida, o respeito à terra e seus ciclos biológicos ou a valorização da profissão e do *status* de agricultor, aparecem como o verdadeiro cimento desta conversão progressiva para outras formas de produzir e comercializar.

O projeto coletivo favorece a abertura dos mercados locais

Para todos os agricultores entrevistados, a aproximação produtor-consumidor é o meio de construir e de manter a coesão técnica e, ainda mais, ideológica entre os membros da Rede. A participação ativa de cada um na venda semanal dos produtos é uma condição necessária à sua integração.

Em Porto União, partindo de um primeiro grupo de cinco famílias, as 41 famílias que se repartem, hoje, em grupos de 3 a 7 membros, asseguram o funcionamento de 12 pontos de venda (“feirinha”) no município. Aqui, e em outros municípios de tamanho médio no interior do estado de Santa Catarina, como Caçador (63.000 habitantes) e Chapecó (145.000 habitantes), o crescimento da oferta aparece ainda como insuficiente para satisfazer a demanda local que aumentaria à medida que fosse ampliado o número de postos de venda assumidos pela Rede. Se for feita uma comparação entre o número de famílias de agricultores envolvidas e o de consumidores potenciais – não se limitando apenas à classe média e com elevada educação formal, principais consumidores atualmente de produtos da agricultura orgânica – a relação produtor-consumidor é ainda baixa. Ela seria de 1 para 500 em Porto União, de 1 para mais de 1000 em Caçador, e de 1 para mais de 2000 em Chapecó.

O distanciamento dos grandes mercados urbanos e o número ainda limitado de produtores são fatores favoráveis ao desenvolvimento de um reconhecimento tácito e direto, pelos consumidores, das especificidades da Rede Ecovida. Essa especificidade é fortalecida e enriquecida por um diálogo permanente, nas feiras, com os consumidores. A própria venda dos produtos pelos membros da Rede Ecovida se traduz por uma política concertada em matéria de preços e de gestão da diversidade dos produtos.

10 Eufemismo para significar que as unidades mais viáveis são aquelas que conservam o tempo mais longo possível à convivência, no seu interior, dos dois tipos de agricultura.

11 Segundo as normas brasileiras, “Período de conversão” é “o tempo decorrido entre o início do manejo orgânico de culturas e criações animais e sua certificação como processos orgânicos”; “Conversão parcial” é “quando ocorrem, na mesma unidade, produção convencional e produção orgânica, ou produção convencional e produção em conversão”; e “Produção paralela” é a “produção obtida onde, na mesma unidade, haja cultivo, criação ou processamento de produtos orgânicos certificados e não certificados. É também considerada produção paralela, a produção obtida em uma unidade com áreas de produção orgânica e produção em conversão.” (BRASIL, 2002)

Uma política de preços acordada é indispensável para desenvolver a demanda local

No processo de construção das feiras, passou-se a discutir uma política de preços. Os seus pontos principais seriam:

- O controle dos preços dos produtos da agricultura orgânica para evitar que eles sejam apenas privilégio dos consumidores mais abastados. Ele responderia a um objetivo de equidade destinado a defender os consumidores mais modestos e também a aumentar a demanda nas feiras (ou a participação destas na distribuição alimentar);
- A transparência dos preços, visando a atrair e deixar segura a clientela e a se distinguir das práticas comerciais da grande distribuição;
- Um acordo entre os produtores da rede, destinado a evitar a concorrência entre eles e a responder à possível entrada de novos ofertantes no mercado local.

Esses elementos podem ser ilustrados com o que ocorreu no “Vale Norte” do Rio Itajaí, onde o Cemear – Centro de motivação ecológica e alternativas rurais – constrói um dos “nós” da Rede Ecovida:

Ao se discutir (...) a comercialização, tinha-se como premissa a idéia de que o alimento ecológico deveria ser um produto acessível a todas as pessoas, independente do seu nível social, e não ser destinado somente àqueles com maior poder aquisitivo, dispostos a pagar mais caro por este tipo de alimento. Para que isso pudesse ser garantido a figura do intermediário teria que ser evitada ao máximo, sendo os próprios agricultores os próprios responsáveis pela comercialização de seus produtos. Além disso, esta seria também uma boa oportunidade pedagógica para que os grupos ecológicos pudessem melhor explorar/conhecer o mercado local, sendo que alguns, pela primeira vez, estavam estabelecendo preços sobre os frutos de seu trabalho. (SAGAZ, 2002)

Uma ampliação progressiva da gama de produtos

A gama de produtos vendida pela Rede Ecovida nas feiras locais se enriquece à medida que há adesão de novos produtores. Ela é mais ampla no “setor” de verduras, cresce no de frutas e é relativamente estreita com os produtos animais, onde o domínio das técnicas está menos desenvolvido. Alguns produtos transformados começam a surgir. Eles resultam mais de iniciativas individuais vinculadas à idéia de agregação de valor (bastante difundida junto à agricultura familiar por organizações governamentais e não-governamentais ligadas ao desenvolvimento rural), à própria característica perecível da matéria-prima e ao beneficiamento / transformação de produtos pouco vendáveis *in natura*, mais do que de uma verdadeira vontade de desenvolver uma agroindústria voltada ao objetivo de alargar a participação das vendas no grande circuito (mercado nacional ou exportação).

A gestão da demanda local: multiplicação dos pontos de venda acompanhados da necessidade de formação de consumidores

A estruturação de feiras se dá sob a concepção de que a cada novo ponto de venda corresponderá um novo grupo de agricultores que se organiza para a produção. Normalmente, a avaliação é de que há um bom potencial de expansão. Em Porto União, por exemplo, as lideranças consideram que se pode passar de 41 para 70 famílias produtoras de orgânicos se for seguida esta estratégia, com abertura de novas feiras nos bairros. Deve-se ressaltar que se abre esse serviço em locais onde ele não existia, com preços competitivos com o dos vendedores atuais de produtos convencionais. As mesmas lideranças julgam que, após a abertura destes espaços de mercado, é necessário “educar” o consumidor, favorecendo uma aproximação com os próprios agricultores. A formação de conselhos éticos de feira, a proposição de reuniões ou as visitas nas propriedades dos agricultores-feirantes vão nessa direção.

Rumo a um consumidor parceiro ou uma certificação adiada em benefício de uma identificação direta pelos consumidores

O selo Ecovida constitui até o momento o único sinal de identificação da especificidade da demanda coletiva defendida por esta rede. Ele resulta hoje da aplicação de um conjunto de normas em elaboração e é zelado por membros da rede, cuja autoridade moral é reconhecida internamente por todos. Mesmo assim, ele se assemelha mais a um “guarda-chuva”, sob o qual se reforça a prática de reconstrução social pregada pelos iniciadores do projeto, do que a uma verdadeira garantia de conformidade de práticas ou produtos. É a presença de uma rede de pontos de venda em circuito curto (“feirinhas”) e de consumidores “de proximidade” que assegura a diferenciação dos produtos. Destaque-se, a propósito, que os pesquisadores puderam perceber uma distância importante entre a percepção dos consumidores das feiras e o que é afirmado pelas organizações que assessoram os produtores. Para uma parte dos consumidores das feiras, mais do que “naturais” ou orgânicos, os produtos da feira aparecem como “locais”, “diretos dos agricultores” e “frescos”.

O desenvolvimento da demanda local condiciona o futuro das feiras locais protegidas por sua “localidade” e pelo acesso direto à informação. Os dispositivos formais ligados à certificação são colocados em segundo plano. Eles aparecem até antinômicos com os objetivos inicialmente traçados.

A identificação pelos consumidores julgados parceiros

A grande maioria dos consumidores entrevistados – majoritariamente mulheres (10/15), entre 46 e 60 anos (10/15), com segundo grau (7/15) ou nível superior (5/15), e que gasta em alimentação entre 15 e 35% do orçamento familiar (11/15) – apresentam “a saúde” como principal motivação (11/15) para a compra de produtos orgânicos. O fato de os produtos serem “naturais”, “sem agrotóxicos”, “com menos venenos” aparece como a principal justificativa. A qualidade dos produtos foi ci-

tada por três entrevistados e apenas um colocou a solidariedade com os agricultores como sua principal motivação. Alguns consumidores colocaram este último fator como uma motivação secundária (“eles saem do interior e montam a feira aqui”; “meus pais são agricultores”). Destaque-se que a maioria dos entrevistados começou a consumir produtos orgânicos entre 1995 e 2000 (8/15) ou depois de 2000 (2/15), o que caracteriza um consumo bastante recente,¹² coincidindo com o início das feiras. Os produtos são destinados a toda a família em 100% dos casos, da mesma forma que a totalidade dos entrevistados faz todas as refeições em casa. Isso caracteriza comportamento ainda pouco influenciado pelos “modos” urbanos, mesmo que, como foi visto, as entrevistas tenham sido feitas com moradores de municípios de 145.000, 63.000 e 32.000 habitantes. Os consumidores declararam ter uma frequência de compra semanal (10/15) ou de duas vezes por semana (5/10).

É interessante destacar que apenas um terço deles declara fazer suas compras de produtos orgânicos somente na feira. Outro terço diz que prefere as feiras, mas que, ocasionalmente, também compra em supermercados (“na feirinha é mais fresquinho”; “esporadicamente no supermercado porque nele é difícil encontrar produto orgânico”; “sempre que posso, na feirinha”; “às vezes me pego sem produto orgânico em casa”). Já o terço restante alterna suas compras entre a feira e supermercados (“compro onde tem”, “conheço o fornecedor do supermercado”, “tem um supermercado bom”). Percebe-se que o centro está no produto – como vimos, associado à saúde do consumidor e de sua família – na sua disponibilidade em casa ou nos pontos de venda e na compatibilidade entre a necessidade e as oportunidades de compra (a feira ocorre, no máximo, em apenas dois dias da semana, pela manhã).

Sete dos consumidores mencionaram a qualidade como principal característica do produto orgânico. Estes devem ser somados com os que atribuíram, ao mesmo produto, maior sabor (três) ou duração (um). Assim, apenas quatro consumidores associaram os produtos ao elemento confiança (três) ou ao conhecimento da origem (um). Esse dado coloca um certo questionamento sobre as afirmações frequentes de lideranças da Rede Ecovida de que o consumidor da feira já teria um maior envolvimento com a sua proposta. Neste mesmo sentido, também deve ser sublinhado que dois terços dos

12 Apenas cinco já consumiam orgânicos antes de 1995.

consumidores combinam a compra no circuito curto com a compra no circuito longo. A referência para a identificação do produto continua, no entanto, sendo o local, ou seja, a feira, para 10 dos 15 entrevistados. Três dizem identificar o produto orgânico “no olho” ou “pela cara (do produto)” e apenas dois mencionam o “selo”.

A propósito do selo, há um equilíbrio entre os que consideram que ele lhes dá informação e segurança (7/15) e os que julgam que não (7/15). Apesar de uma parte dos que responderam positivamente associar o selo com “controle”, “fiscalização” ou “possibilidade de reclamação”, não existe sempre uma posição muito clara. Dois consumidores, por exemplo, afirmam, contraditoriamente, que o selo lhes dá segurança porque eles conhecem os produtores. Dois outros diferenciam os circuitos, ao afirmar que “na feira não precisa selo, mas no supermercado, sim”. Já os consumidores que não acreditam no selo reafirmam sua própria capacidade de distinguir o produto na hora da compra (“a gente vê se o produto é natural”); ou, pelo menos, quando do consumo (“na primeira vez eles me pegam, mas na segunda, não”). Ressalte-se que um dos consumidores, apesar de dizer que o selo não lhe traz informações, toma-o, na verdade, como um indicador da quebra da proximidade. Para ele, “se o produto tem selo é porque veio mais de longe, logo é menos fresco”.

Coerente com o que foi discutido com relação à estratégia de preços dentro da Rede Ecovida, este item é bastante considerado pelos consumidores. Nove dos 15 entrevistados afirmam existir diferença de preços entre o produto orgânico e o produto convencional (três afirmaram que não comparam e três que não há diferença de preços). Para três entrevistados, os produtos orgânicos são mais caros (para dois, 10 a 30% mais caros, para um, mais de 30%). Seis dos que afirmam haver diferença de preços consideram que o preço do orgânico na feira é inferior ao que é praticado para o convencional no município, o que é visto como bastante positivo. Na expressão de um consumidor: “além de natural é menos caro”.

A totalidade dos consumidores afirma que após as primeiras compras tornou-se fiel aos produtos orgânicos. Uma ressalva aparece, às vezes, com um “sempre que é possível”. Novamente as explicações mais frequen-

tes para a fidelidade são a saúde, a ausência de agrotóxicos, a boa qualidade dos produtos, o sabor, o frescor. Destaque-se que apenas dois consumidores mencionaram elementos ligados à solidariedade. Para um, “os agricultores que fazem a feira são batalhadores e são da mesma região” e “tem que dar lucro para quem luta”.¹³ Para outro, a fidelidade é explicada, além do gosto pelos produtos, pela “familiaridade com os produtores”.

Com relação ao papel do selo na informação sobre a qualidade dos produtores, nove consumidores afirmam que o selo não lhes dá elementos sobre os agricultores e seis, que sim. Os comentários feitos elucidam alguns elementos (ou limites) da própria certificação. Para os que responderam negativamente, destaque-se as afirmações de que o “selo também é enganoso, (...) depende de quem está por trás...”; “do agricultor não (dá elementos), só do produto”; “(o selo) não tem muita importância, às vezes no supermercado nem com selo a gente compra”. Para os que responderam afirmativamente, há que se destacar uma certa confusão entre embalagem e rótulo dos produtos e o próprio selo da certificadora. Assim, registraram-se depoimentos como: “porque pelo selo a gente sabe quem produz”. Os depoimentos também indicam alguns limites da relação de proximidade e do papel complementar que pode ter o selo: “eu moro perto da feira, conheço os agricultores e confio neles; o selo influi porque a gente tem certeza de que o produto é bom”; “a gente conhece quem vende, mas o selo é mais uma garantia; também não adianta conhecer só a pessoa”. Na maioria dos casos, o selo aparece, então, como “um elemento a mais”.¹⁴

A certificação Ecovida é reproduzível e durável?

Sendo, incontestavelmente, um resultado positivo no plano dos resultados imediatos obtidos à escala local, a identificação do projeto Ecovida pode ser de mais difícil realização se houver uma passagem do plano local e militante a um plano nacional e comercial. Se para seus

13 É interessante que esta consumidora de um ponto de venda (feirinha) instalado em um bairro popular, tem apenas o primeiro grau, gasta mais de 35% de seu orçamento familiar em alimentação. Ela considera que não existe diferença de preços entre o produto orgânico e o convencional, mas que até consumiria “se fosse um pouco mais caro”. Em um momento ela afirmou que tem que “consumir mais verdura e de mais qualidade por causa da idade e da saúde” e, em outro, que a tendência é aumentar o seu consumo de verduras e legumes orgânicos “porque a carne está custando muito caro e a verdura é mais barata”.

14 “Sem o selo eu compraria da mesma forma porque tenho confiança no produtor. O selo é um elemento a mais” (Depoimento de um consumidor).

promotores sua vocação deve estar reduzida a essa única dimensão, a adesão de novos produtores ou de novos consumidores conduz, contudo, a saber se o processo de construção/apropriação implementado não constitui a primeira etapa de um processo mais formalizado que termina com uma certificação confiada a terceiro. O caso recente do apelo a uma certificadora reconhecida no exterior (Ecocert) para certificar grupos da Rede Ecovida com oportunidade concreta de exportação é bastante ilustrativo.

A construção coletiva dos dispositivos de reconhecimento: os limites do local

No conjunto, os produtores entrevistados pensam que a venda direta e as feiras os protegem de toda concorrência. A certificação não é indispensável no que se refere aos consumidores, mas ela teria o objetivo primeiro de reforçar a disciplina interna dos produtores e de evitar as derivas e a concorrência entre os aderentes.

Praticamente todos os agricultores entrevistados estiveram envolvidos com a criação do sistema de certificação (12/15). Essa participação, no entanto, nem sempre é direta. Em muitos casos (7/15), existe uma espécie de delegação a um membro do “grupo” ou da família para que participe das reuniões e atividades e mantenha os demais informados. A participação direta em reuniões por parte dos entrevistados ocorreu e ocorre muito esporadicamente. Praticamente a metade (8/15) considera que a “consciência” ou o “compromisso” do agricultor é que vai garantir efetivamente que uma produção é de fato orgânica. Na opinião dos restantes (7/15), faz-se necessário, para obter essa mesma garantia, um contrato formalizado e uma fiscalização. Combinam-se, neste caso, as idéias de que “falta conscientização entre os agricultores”, de que tem “muito nego bom de conversa” e de que “para os novos é necessário (fiscalização)”, sintetizadas na fala de um agricultor: “para mim não precisa, mas para os outros...”. Um dos agricultores considerou que os contratos formalizados seriam a melhor

demonstração de que “o produto foi trabalhado dentro de um sistema”. Como o debate sobre a certificação está diretamente ligado à própria conversão à agricultura orgânica e, por essa via, ao acesso aos canais de comercialização do tipo venda direta, uma parcela importante (9/15) considera que o resultado mais importante obtido graças à certificação é a aproximação com o consumidor. Experiências malsucedidas com fornecimento a supermercados ou a avaliação de que “a alternativa seria entregar para a indústria” reforçam o julgamento positivo da feira como opção de comercialização. A melhoria de renda aparece como outro resultado importante da certificação. É interessante que a grande maioria (11/15) teme que a certificação possa levar à tomada de controle por terceiros. Alguns fizeram a ressalva de que esta é a diferença da Ecovida: “não é uma empresa privada, é uma coisa que a gente construiu”.

A ampliação da Rede passa necessariamente pela certificação?

A ampliação da rede a novos produtores pode colocar em questão os processos de reconhecimento tácitos adotados até agora. Recorde-se que a venda direta e a prática de preços moderados destinados a abrir o mercado local foram a regra. O caráter perecível de certos produtos e também a preocupação de certos produtores mais consolidados podem acelerar a passagem à agroindustrialização. Seriam as feiras suficientes para absorver esse suplemento de produção? Uma fortíssima resistência se manifesta a respeito das redes de supermercados, mesmo que elas sejam locais. Os temores foram reforçados por alguns insucessos. A manutenção da linha diretriz diz respeito, no entanto, à prioridade às feiras como estratégia para evitar as derivas de uma passagem rápida demais à agroindústria e ao grande circuito.

Mais do que a certificação em si, a criação da Rede Ecovida e a ampliação de sua abrangência serviu para a aproximação e a efetiva troca entre as experiências antes desarticuladas. Esse intercâmbio já se coloca inclusive

15 Tramita no Congresso Nacional um Projeto de lei sobre essa questão (atualmente, no Senado Federal, sob o número PLC14). Na Rede Ecovida, avalia-se que os resultados eleitorais apontaram para uma composição política que parece favorável à agricultura familiar, havendo, por isso, uma expectativa positiva das suas lideranças quanto às possibilidades do reconhecimento, por esta lei, da certificação participativa por ela proposta. Além disso, as instruções normativas do Ministério da Agricultura sobre certificação orgânica não foram efetivamente implementadas ou operacionalizadas, ampliando o quadro de indefinição.

na perspectiva do abastecimento cruzado de produtos, sempre visando o “mercado alternativo”. Para lideranças da Rede, na verdade, os debates sobre a certificação e a comercialização dos produtos orgânicos devem gerar uma reflexão sobre como está a prática da agroecologia no país e para o resgate dos seus princípios. A indefinição no quadro de regulação brasileira sobre a certificação¹⁵ tem diminuído a pressão sobre os produtores e suas organizações, e permite ou reforça este debate. Somente nos casos em que já se colocaram a necessidade ou a oportunidade de exportação ou de comercialização em supermercados, a certificação por terceiros se impôs ou está sendo estudada. Neste caso, parece ter-se apontado para um sistema híbrido, a certificação de grupo, em que a estrutura da Rede mantém um sistema de controle interno, que é auditado pela certificadora terceira, com as inspeções das propriedades sendo feitas por amostragem.

Conclusões

A Rede Ecovida privilegia a autenticidade dos processos e produtos “orgânicos”, dentro de uma “agroecologia política” com ambições macrosociais. Neste quadro, os suportes da identificação desses produtos são as unidades de produção e os “núcleos locais” ligados à Rede. Assim, o fator-chave no processo de reconhecimento é a solidariedade dos seus aderentes, ligados por uma ética ou por referências culturais comuns. Todo o trabalho de organização visa a evitar as restrições de um reconhecimento oficial que seus membros julgam caro demais e inadequado politicamente. A questão de fundo é a reconstrução do comportamento dos consumidores e a construção de um “outro mercado”, que poderia ser rotulado de “pós-capitalista”.

O consumo de alimentos orgânicos reflete, no entanto, visões mais pragmáticas: a saúde e a segurança dos próprios consumidores. Uma representação urbana da agricultura orgânica vai, assim, conformar alianças, aparentemente coerentes, mas freqüentemente instáveis, entre agricultores familiares que ficam à margem da agricultura produtivista e consumidores que buscam uma

nova “segurança alimentar” não assegurada por essa mesma agricultura produtivista. Os procedimentos da Rede Ecovida se inscrevem no tempo longo de comunidades marcadas pelo patrimônio sociocultural da agricultura familiar e no universo relativamente estreito dos mercados de proximidade. Eles se confrontam com outras opções que remetem a universos mercantis mais amplos que têm, no entanto, tempos bastante curtos, que traduzem a reatividade dos operadores comerciais à transformação rápida dos modelos de consumo urbano.

A durabilidade, a estabilidade e a flexibilidade de cada um desses conjuntos dependeriam em grande parte da dinâmica que se impõe nos seus universos temporais e espaciais respectivos. A coesão entre produtores e consumidores defendida pela Rede Ecovida está estritamente ligada à pequena dimensão das feiras locais, em mercados “protegidos” pela distância e pela especificidade. Na medida em que os mercados se distanciam das zonas de produção e que os modelos de consumo urbano se dissociem daqueles em vigor no espaço rural, desapareceriam, pouco a pouco, os procedimentos mais baseados nas esferas produtivas e locais, em benefício daquelas que privilegiam a esfera da circulação de produtos, os mercados mais amplos e os tempos mais curtos. Isso favoreceria as ações de operadores exteriores à esfera produtiva, induzindo sinais de reconhecimento que traduzem o peso crescente das injunções urbanas em relação às ambições dos agricultores familiares e dos habitantes do espaço rural. Neste caso, as normas de comercialização, decididas “por cima” e freqüentemente resultado de uma simples transposição de normas em vigor para as trocas internacionais, vão pouco a pouco harmonizar as formas de produzir e de comercializar, reforçando gradativamente as concorrências entre produtores filiados, excluindo os outros, dando aos grandes intermediários industriais e comerciais um poder federador sobre essa cadeia agroalimentar. Ter-se-á compreendido que uma imposição *top-down* de uma certificação tem conseqüências sensivelmente diferentes daquelas construídas em função das dificuldades e dos projetos dos produtores. A questão é saber se esses dois processos são complementares ou concorrentes e, neste último caso, qual se imporá ao outro.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, J. *A construção social de uma nova agricultura: tecnologia agrícola e movimentos sociais no sul do Brasil*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.
- ARL, V. *Agroecologia: uma importante contribuição na construção de uma nova ordem*. Florianópolis, 2002, 41 f. Monografia (Curso de Especialização em Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável) - Programa de Pós Graduação em Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina.
- BRANDENBURG, A. *Agricultura familiar, ONGs e desenvolvimento sustentável*. Curitiba: Ed. UFPR, 1999.
- BRASIL – MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Instrução Normativa 06, de 10 de janeiro de 2002. *Diário Oficial da União*, seção 1, n. 11, 16 jan. 2002.
- BYÉ, P.; SCHMIDT, W. Agricultura familiar no Sul do Brasil – de uma exclusão produtivista a uma exclusão certificada? *Estudos: Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, CPDA, n. 17, out. 2001.
- _____ et al. *Transférabilité des systèmes de certification des techniques locales*. Montpellier, 2001. 5 p. Projeto de pesquisa submetido a Fonds commun Inra-Cirad; appel à proposition 2001.
- DE SOUZA, R. S.; BULHÕES, F. M. Perfil e desenvolvimento do modelo de certificação de produtos alimentares orgânicos no Brasil. In: SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO SOBRE INVESTIGAÇÃO E EXTENSÃO EM PESQUISA AGROPECUÁRIA – IESA, 5., 2002, Florianópolis. *Anais...* Florianópolis, 2002. 1 CD-ROM.
- DIAS, M. M.; DIESEL, V. A proposta das ONG brasileiras para o desenvolvimento rural; uma avaliação crítica. In: WORLD CONGRESS OF RURAL SOCIOLOGY, 10., 2000, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, 2000. 1 CD-ROM.
- EHLERS, E. *Agricultura sustentável: origens e perspectivas de um novo paradigma*. São Paulo: Livros da Terra, 1996.
- OLTRAMARI, A. C. et al. *Agricultura orgânica em Santa Catarina*. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2002. 56 p.
- REDE TA/Sul - Rede Tecnologias Alternativas/Sul. Interconectando idéias e ideais na construção da agricultura do futuro. In: ALMEIDA, J.; NAVARRO, Z. (Org.). *Reconstruindo a agricultura: idéias e ideais na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1997. p. 169-185.
- SAGAZ, D. P. *A comercialização de alimentos ecológicos e a sensibilização do público urbano*. Florianópolis, 2002. 23 f. Monografia (Curso de Especialização em Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável) - Programa de Pós Graduação em Agroecossistemas, da Universidade Federal de Santa Catarina.
- SANTOS, L. C. R. *A certificação participativa de produtos ecológicos desenvolvida pela Rede Ecovida de Agroecologia: limites e desafios*. Florianópolis, 2002. 28 f. Monografia (Curso de Especialização em Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável) - Programa de Pós Graduação em Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina.
- SCHMIDT, W. Agricultura orgânica: entre a ética e o mercado? *Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável*, Porto Alegre, v. 2, n. 1, p. 62-73, jan./mar. 2001.