

no marketing dos produtos e serviços da agricultura familiar, a exemplo do que tem feito, internamente, o sistema CONTAG e, externamente, a Secretaria Nacional da Agricultura Familiar (SAF/MDA), na promoção destes produtos em Feiras Internacionais, como Bolonha/Itália; São Francisco/EUA, Hannover/Alemanha, etc. O Estado do Espírito Santo, nos últimos 2 anos, avançou nesta direção, através da SEAG/INCAPER, principalmente na implantação do Sistema Estadual de Certificação de Produtos e Serviços de Origem Familiar. Conclui-se, portanto, que desta parceria entre setor público, privado e organizações sociais, pode-se esperar muito mais no aproveitamento das oportunidades do mercado, dando à agricultura familiar mais competência e profissionalismo, não só para consolidar, mas para ampliar os atuais espaços mercadológicos.

<sup>(1)</sup> Publicado em A Gazeta, Vitória/ES, 30/04/2001.

<sup>(2)</sup> Eng. Agrônomo e Coordenador de Comercialização do Incaper.

## MERCADOS DOS PRODUTOS ORGÂNICOS <sup>(1)</sup>

**Cleber Bueno Guerra <sup>(2)</sup>**

Depois da 2ª guerra, a “Revolução Verde” chegou na agricultura prometendo acabar com a fome no mundo, através do pacote tecnológico constituído de produtos químicos, melhoramento genético e máquinas agrícolas. Nas décadas seguintes, numa visão da fome apenas como problema técnico, os Governos tiveram muita determinação política em conceder pesados subsídios para consolidar tal modelo no campo.

Os impactos negativos desta “revolução” foram ampliados no Espírito Santo, por se tratar de um Estado típico da agricultura familiar e tradicional produtor de café e hortaliças. Somente a partir de 1985, ocorreram movimentos de resistência a estes excessos, como os Projetos da Igreja Luterana; Associação de Produtores de Santa Maria do Jetibá (APSAD-VIDA); da APTA; do Hortão de Cachoeiro e da SEAG, que colocaram o Espírito Santo como um dos destaques no cenário nacional.

Em recentes visitas aos Estados de São Paulo e Paraná, técnicos da SEAG/Emcaper, buscando subsídios para melhor articular a agricultura orgânica no Espírito Santo, puderam comprovar a importância das Organizações Não Governamentais (ONGs) nesta resistência, a exemplo da contribuição efetiva na redução do uso de agrotóxicos no Estado do Paraná, que caiu de 60 para 20 mil toneladas/ano, entre 1980 e 1999. Voltaram convencidos da sustentabilidade técnica, social, econômica e ambiental dos cultivos orgânicos, mas, principalmente, perceberam a força da organização dos agricultores nos mercados diferenciados destes produtos. Assim, os acréscimos de 30% a 50% nos preços dos orgânicos, em relação às médias obtidas pelos produtos convencionais, tem respondido mais pelo sucesso da atividade do que a própria eficiência técnica de produção. Como maiores dificuldades, destacaram o alto custo da “certificação dos produtos orgânicos”, que quase tem inviabilizado o processo para os agricultores familiares, como também a falta de maior organização dos agricultores na comercialização. Neste aspecto, merece destaque o sucesso da Associação dos Agricultores Orgânicos do Paraná (AOPA), com seus 400 associados, que tem “focado” sua ação no mercado, movimentando cerca de R\$ 100 mil reais/mês, sendo 90% para Supermercados, além da assistência técnica, redução de custos na certificação e contratos de vendas.

Estes técnicos, em paralelo, visitaram também a “1ª Conferência Internacional de Mercado Justo e Café Orgânico”, em Machado/MG, com presença de 30 Japoneses, entre técnicos, produtores e consumidores, fruto de uma “aliança mercadológica”, já no seu 2º ano, de um grande produtor do Município com uma compradora de café orgânico, sediada no Japão. Nesta Conferência, conceituou-se “Mercado Justo” como diminuição das distâncias entre produtores e consumidores, entre campo e cidade, entre 1º e 3º mundo, além da preocupação de manter os mercados conquistados, através da qualidade, constância e preços competitivos, numa integração entre homem e natureza. No fundo, uma “versão japonesa” do já consolidado “Mercado Solidário”, centrado na Alemanha, que, além dos aspectos filosóficos do conceito anterior, garante que parte dos percentuais dos preços mais altos pagos pelos consumidores seja reinvestida em benfeitorias diretas para as comunidades produtoras. Ficou evidenciada a

rejeição absoluta do mercado japonês ao produtos transgênicos e uma demanda crescente por produtos orgânicos, bem como a forte presença das associações dos consumidores no processo, ditando normas na produção, beneficiamento e distribuição, além de pagar adiantado pelos produtos encomendados.

A grande novidade da Conferência foi ver o Banco do Brasil, com grande ênfase, apresentar a agricultura orgânica como seu mais novo agronegócio prioritário. O lado contraditório, ficou por conta do relato dramático dos Cafeicultores Orgânicos de Poço Fundo/MG, presentes à Conferência, que, por serem pequenos, não conseguem vender sua produção orgânica, nem no mercado interno, enquanto o mencionado grande produtor vendeu todo seu café, antes mesmo de ser produzido, para a Organic Coffee/Japão, na faixa de R\$ 380,00/sc.... Que “Mercado Justo” é esse?

A forte tendência de crescimento da demanda para produtos orgânicos é irreversível e está a recomendar ao Estado um maior engajamento na luta até aqui sustentada pela sociedade civil, apoiando politicamente este modelo alternativo, a exemplo do que já fez na consolidação do modelo agroquímico. A SEAG/Emcaper, ao buscarem subsídios em Estados mais avançados, emitem sinais claros de que estão se preparando para intensificar sua ação no desenvolvimento da agricultura orgânica no Estado do Espírito Santo, através de apoio mais efetivo à produção, à certificação e à comercialização dos produtos orgânicos, principalmente de base familiar, com vistas a contribuir com a sustentabilidade de nossa agricultura em termos econômicos, sociais, ambientais e políticos.

<sup>(1)</sup> Publicado em *A Gazeta, Vitória/ES*, 05/07/2000.

<sup>(2)</sup> Eng. Agrônomo e Coordenador de Comercialização do Incaper.