

Aprimoramentos

Certificações orientam consumidor sobre qualidade dos produtos

Carlos Armênio Khatounian*



ANNA NETTO

Equipe trabalha em colheita mecanizada do café: certificações referenciam mercado sobre processos de produção; Fortaleza de Minas, MG, 2009

Tem crescido o interesse entre os agricultores pela certificação de seus produtos, refletindo o interesse dos consumidores em conhecer melhor e estarem mais seguros sobre os produtos que consomem. Naturalmente, o nível de interesse e informação é desigual, no mercado como um todo, de modo que permanece uma nebulosidade em torno dos métodos e qualificações dos produtos, assim como de suas respectivas certificações. Nosso foco se volta, aqui, mais para os produtores do que para os consumidores, e as questões que buscamos responder são: O que é certificação? Quais as principais modalidades de certificação disponíveis e quais as naturezas dos critérios sobre os quais elas se alicerçam? Por fim, qual a melhor delas para o produtor?

Para algumas dessas perguntas, contudo, não há respostas prontas ou definitivas; além disso, parte das respostas terá de ser desenvolvida pelo próprio interessado.

O QUE É CERTIFICAÇÃO?

Certificação é um vínculo de comunicação, ou seja, um elo informacional entre produtor e consumidor. Para ambos, a certificação se efetiva por meio de um selo impresso na embalagem do produto; o selo é, portanto, a materialização visual da certificação. No século passado, os produtos agrícolas com maiores volumes de comercialização mundial passaram pelo processo de comoditização; para que o comprador pudesse saber como era o produto que estava comprando, foram desenvolvidos

critérios para classificação da produção, em frações homogêneas. A partir desses critérios, mesmo sem conhecer o produtor ou ver o produto, o comprador poderia saber o que estava negociando.

No negócio mundial do café, isso começou a ocorrer já na segunda metade dos anos de 1800, e a iniciativa de classificação partiu dos portos de exportação de café. No Brasil, o primeiro porto foi o Rio de Janeiro, daí a origem dos termos como “rio”, “riado” e “rio zona”, que continuam a ser utilizados na classificação comercial do café. Do ponto de vista da diferenciação do produto, uma consequência da comoditização foi a desvinculação do produto café de seu produtor. Como a ênfase na comoditização foi centrada no produto, os esforços

envidados pelos produtores, no sentido de melhorar o sistema ou as práticas de produção, não podiam ser contabilizados; salvo se de alguma maneira interferissem em algum critério de classificação da *commodity*.

Na segunda metade do século passado, particularmente a partir da década de 1970, tomou corpo uma nova exigência no mercado focalizada nos processos de produção. Já não importava apenas o produto final, mas como era produzido, inclusive em termos de impactos ambientais e sociais. Em outras palavras, o foco passou a ser o processo de produção e não apenas o produto. Este novo enfoque refletiu-se no mercado, reforçando essas duas ordens de preocupações, cuja importância há mais de 40 anos não cessa de crescer: por um lado, as preocupações ambientais e com a saúde humana, associadas ao anseio por sistemas de produção conservacionistas e com restrição a usos de agroquímicos. Aliadas a essas, cresceram também as preocupações sociais e éticas, ligadas a questões como o trabalho infantil, o trabalho forçado, os direitos das organizações dos trabalhadores etc.

A partir do final do século passado, essas duas ordens de preocupações têm sido incorporadas aos textos de tratados e regulamentos internacionais e utilizadas também como barreiras não tarifárias ao comércio internacional. Mas, muito antes de serem incorporadas a textos oficiais, elas já se efetivavam em setores do mercado que estavam dispostos a pagar mais por produtos que as incorporassem, em seus processos de produção. Como a classificação das *commodities* não tinha ainda sensibilidade aos critérios do processo de produção, esses setores foram criando mecanismos próprios de garantia de qualidade do processo. Assim, a certificação é um processo de comunicação entre o produtor e o consumidor mediado por um sistema de controle e materializado, visualmente, pelo selo.

O selo é a finalização do processo. Antes dele, é preciso que haja um conteúdo a

ser comunicado (por exemplo, que o café foi produzido sem agrotóxicos, que os produtores são agricultores familiares etc.) e que o sistema de controle alcance a confiança dos consumidores. Satisfeitos esses quesitos, é preciso que o próprio selo seja visualmente reconhecido pelo comprador final. O sucesso comercial de algumas iniciativas de certificação de organizações sociais pioneiramente envolvidas com as preocupações ambientais e sociais atraíram para a certificação outros atores e organizações. Com isso, há, atualmente, várias iniciativas em curso, com diferentes níveis de incorporação de requisitos ambientais e sociais.

NATUREZA DAS CERTIFICAÇÕES

As certificações mais conhecidas referentes a processos de produção de cafés são a Orgânica e a do Comércio Justo. É importante ter em mente que “ser conhecida” é um ponto crítico para o sucesso econômico da certificação, uma vez que o consumidor apenas compra o que reconhece. Outras certificações incluem: *Utz Certified*, *Rainforest Alliance*, *Smithsonian Bird Friendly*, 4C (SCAA, 2009). No Brasil, temos a Associação Brasileira de Cafés Especiais (em inglês, *Brazilian Specialty Coffee Association* – BSCA) e a Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), Selo Pureza. O prêmio pela certificação tem sido proporcional ao nível de atendimento das expectativas ambientais e sociais dos consumidores.

Orgânica — A tônica da Certificação Orgânica é ambiental, mas as normas incluem, também, uma contribuição social significativa. É a certificação mais antiga, datada da década de 1970. As mudanças nas práticas de produção são as mais drásticas, e excluem totalmente os defensivos agrícolas e impõe restrições a adubos minerais. Não há restrições quanto à dimensão do negócio, e inclui desde agricultores familiares até grandes fazendas (*Organic Trade Association*, 2012).

Comércio Justo / Fair Trade — É a mais social de todas as certificações, restringindo-se à produção familiar. A preocupação que levou ao desenvolvimento dessa iniciativa foi o impacto das oscilações do preço do café sobre as comunidades de pequenos produtores. Originou-se na América Central; é uma década mais recente que a Certificação Orgânica.

Utz Certified (ex- Utz Capeh) — Foi criada em 1997, podendo ser interpretada como uma reação empresarial ao sucesso comercial das certificações Orgânica e Comércio Justo. À mensagem estrita de não uso de defensivos agrícolas própria à agricultura orgânica opõe a ideia de boas práticas agrícolas; e, à ideia estrita de comércio justo oferece a alternativa da transparência na cadeia de produção. Também se insere no cacau e no chá (*Utz Certified*, 2012).

Rainforest Alliance — Baseia-se na ideia do aprimoramento progressivo das condições ambientais, sociais, culturais e éticas do processo de produção. Iniciou-se em 1996 e, de certa forma, é mais flexível nas exigências quanto ao sistema de produção, desde que os aprimoramentos estejam em curso (SCAA, 2009).

Smithsonian Bird Friendly — Contemporâneo da *Rainforest Alliance*, desenvolveu-se a partir da constatação de que as agroflorestas cafeeiras são sítios muito importantes para migrações de pássaros, na América Central, por se situarem em grandes regiões desmatadas. Para essa certificação, apenas se qualificam os cafezais com fortes componentes arbóreos (SCAA, 2009).

4C: Código Comum da Comunidade Cafeeira — Iniciada em 2003, esta certificação foi resultado de reação internacional dos países produtores de café face à crise de preços do produto

(SCAA, 2009). Como a *Utz Certified*, trabalha com critérios relativamente nebulosos para atender aos anseios dos consumidores preocupados com questões ambientais e sociais, como as “boas práticas agrícolas”. Se a *Utz Certified* pode ser compreendida como uma reação empresarial à certificação Orgânica e Comércio Justo, a 4-C pode ser vista como proposição dos principais agentes da cadeia mundial do café.

Associação Brasileira de Cafés Especiais / Brazilian Specialty Coffee Association (BSCA) – Fundada em 1991, foi uma iniciativa mais voltada à qualificação do café em si do que dos processos de produção. Não obstante, as preocupações ambientais e sociais também estão presentes. A rastreabilidade e a qualidade da bebida são seus pontos fortes, de modo que a BSCA é mais um selo do café *gourmet* do que de variedades ambientalmente ou socialmente corretas (BSCA, 2012).

Associação Brasileira da Indústria de Café, Selo Pureza – Esta certificação foi estabelecida em 1989, e, como a anterior, visa a garantir a qualidade do produto (Abic, 2012). Até aquela época, era comum a adulteração do café com vários tipos de produtos mais baratos, como milho, cevada, casca de café etc. O selo indicava que o conteúdo do pacote era exclusivamente café. Com o aprimoramento da cadeia, e a generalização de boas práticas, a adulteração foi desaparecendo, o selo foi perdendo importância. Atualmente a Abic inicia outras certificações, inclusive a de cafés sustentáveis, na linha das preocupações ambientais.

QUAL A MELHOR CERTIFICAÇÃO?

Na perspectiva dos agricultores, a pergunta pragmática que se coloca é: Qual é a melhor das certificações? Subentendendo-se que melhor, no caso, quer dizer a que resulta em prêmio mais alto. Esta ideia, contudo,

pode ser falsa. A certificação tem custos financeiros e administrativos, de modo que a pergunta ou as perguntas mais adequadas seriam: 1) Quais aprimoramentos são necessários para que a produção se enquadre nas especificações de determinada certificação? 2) Que nível extra de cuidados na produção e na administração podem ser assumidos? 3) Passando à matemática simples, quais são as vantagens comparativas justapondo custos adicionais *versus* prêmio da certificação?

Essas questões demonstram que não há milagres. Normalmente, as certificações mais exigentes resultam em prêmios maiores; por outro lado, os custos das certificações não são fixos. Eles dependem, primeiro, de quão distante a propriedade está da situação considerada aceitável por determinada certificação; segundo, são relativos aos custos incorridos para remuneração da certificadora. Quando já há iniciativas regionais de certificação ou quando as despesas podem ser rateadas por grupos grandes de agricultores estes custos podem ser menores. Por outro lado, um produtor isolado, em uma região distante precisará arcar com custos mais altos. O envolvimento de associações ou cooperativas pode reduzi-los significativamente. Vista por essas perspectivas, a certificação mais factível é aquela com menores dificuldades de ajuste no sistema de produção e com melhor relação custo/benefício.

Contudo, voltando ao início dessa discussão, a certificação é uma comunicação que o produtor envia ao consumidor. Se a mensagem for apenas que aquele café é um pouquinho melhor do que os outros, é pouco provável que o consumidor de maiores expectativas ambientais ou sociais venha a pagar muito mais por ele. Por outro lado, esse mesmo consumidor não pagará mais por um processo social ou ambientalmente melhor, se o produto em si, o café, não tiver boa qualidade enquanto bebida.

A questão central da certificação é, portanto, a necessidade de que os sistemas de produção agrícola atendam às atuais

demandas da sociedade. No passado, a demanda era que houvesse abundância do produto barato. Pouca atenção se dava aos impactos diversos causados pela produção. A exigência de produção em quantidade ainda persiste, mas abundância e preço são ponderados, hoje, pela qualidade ambiental e social. Por um lado, o agricultor pode ter esses fatores a seu favor, melhorar seu sistema de produção e se beneficiar dos prêmios que o mercado oferece. Por outro lado, se não se ajustar às demandas, estará se expondo cada vez mais aos riscos das barreiras não tarifárias.

O setor cafeeiro deu um salto importante desde 1989, no Brasil, quando a Abic criou o Selo Pureza. A partir de então, o consumo de café cresceu sistematicamente; os cafés adulterados desapareceram do mercado e, justamente por este sucesso, o selo se tornou superado. Acreditamos que com o esforço, tornando os sistemas de produção de café melhores, no Brasil – ambiental e socialmente – poderemos não apenas alcançar as certificações, mas um novo patamar de produção com qualidade, que garanta um futuro promissor ao meio ambiente nos cafezais, assim como à nossa participação nos mercados. 

*Carlos Armênio Khatounian é professor do departamento de Produção Vegetal da USP/ESALQ (armenio.esalq@usp.br).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABIC, 2012. Associação Brasileira da Indústria do Café. Disponível em: <<http://www.abic.com.br>>. Acesso em: 10 dez. 2012.
- BSCA, 2012. *Brazilian Specialty Coffee Association*. Disponível em: <<http://bsca.com.br>>. Acesso em: 10 dez. 2012.
- Organic Trade Association, 2012. Disponível em: <<http://www.ota.com>> Acesso em: 10 dez. 2012.
- SCAA, 2009. *Specialty Coffee Association of America*. Sustainable coffee certifications, a comparison matrix. Disponível em: <<http://www.scaa.org/PDF/SustainableCoffeeCertificationsComparisonMatrix.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2012.
- Utz Certified, 2012. Disponível em: <<http://www.utzcertified.org>>. Acesso em: 10 dez. 2012.