

A Apropriação do Discurso Agroecológico pela Agricultura Orgânica Ressignificada

Appropriation of the agroecological speech by the resignified organic agriculture

La Apropiación del Discurso Agroecológico por la Agricultura Orgánica Resignificada

Vanessa de Cássia Tavares Andrade
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
vanessataan@yahoo.com.br

Celso Donizete Locatel
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
celso.locatel@gmail.com

Resumo

O objetivo desse artigo é compreender como o discurso agroecológico tem sido apropriado pelo capital, mercantilizado por meio da agricultura orgânica ressignificada (capitalizada, empresarial), que segue à lógica de mercado, igualmente à agricultura tecnificada/quimificada. Assim sendo, busca-se também entender como a informação está atrelada à agricultura orgânica sob o ponto de vista político e técnico, no atual período. Para tanto, foram adotados como procedimentos metodológicos, a análise da bibliografia, que aborda esse tema e a análise de dados de fontes secundárias. Dessa forma, este trabalho vem contribuir para compreensão das estratégias do capital voltadas para produção e reprodução ampliada do capital, a partir do discurso da preservação ambiental, da defesa das práticas agrícolas agroecológicas atreladas aos sistemas de comunicação e informação somado aos processos normativos de certificação e de conduta produtiva.

Palavras chave: Discurso agroecológico, sistemas de informação e comunicação, Agricultura Orgânica ressignificada.

Abstract

The aim of this paper is to understand how agro-ecological speech has been appropriated by the capital and commodified by the resignified organic agriculture (with capitalized and corporatist traits), following a market-based, mechanized and chemified agriculture model. Furthermore, this study aims to understand how technical and political information are currently linked to organic agriculture. For this

purpose, literature review and data analysis from secondary sources were performed. Thus, a contribution to the understanding of capital strategies that are dedicated to producing and reproducing capital in a large scale, considering its selective and uneven features, is presented. In addition, this study also contemplates the speech of environment protection and the defense of agro-ecological practices coupled with communication and information systems and normative processes of certification and productive conduction.

Keywords: Agro-ecological speech. Information and communication systems. Resigned organic agriculture.

Resumen

El objetivo de este artículo es comprender cómo el discurso agroecológico viene siendo apropiado por el capital, mercantilizado por medio de la agricultura orgánica resignificada (capitalizada, empresarial), que sigue la lógica del mercado, igualmente a la agricultura tecnificada / quimificada. De este modo, se busca también entender cómo la información está relacionada a la agricultura orgánica desde el punto de vista político y técnico, en el actual período. Para ello, fueron adoptados, como procedimientos metodológicos, el análisis de la bibliografía, que aborda este tema y, el análisis de datos de fuentes secundarias. Así, este trabajo contribuirá para la comprensión de las estrategias del capital vueltas para la producción y reproducción ampliadas del capital, a partir del discurso de la preservación ambiental, de la defensa de las prácticas agrícolas agroecológicas relacionadas a los sistemas de comunicación e información sumado a los procesos normativos de certificación y de la conducta productiva.

Palavras chave: Discurso agroecológico, sistemas de información y comunicación, Agricultura Orgánica resignificada.

Introdução

Desde que a agricultura foi acrescida de várias descobertas, tanto mecânica, como química e biológica, busca-se um novo paradigma para o meio rural pautado na sustentabilidade, na proteção dos recursos naturais, na promoção da segurança alimentar e nutricional sustentável para todos. Nessa perspectiva, surgiu o movimento agroecológico, enquanto via alternativa à política de modernização agrícola, ao modelo tecnológico da Revolução Verde. (CAPORAL et al. 2009).

No entanto, vale ressaltar que as práticas agroecológicas existem antes do processo de modernização da agricultura. Vários autores afirmam que o termo “agroecologia” passou a ser conhecido na década de 1970, apontando como seus pioneiros e maiores divulgadores Miguel Altieri e Stephen Gliessman, posteriormente, passando a ser utilizado também por outros pesquisadores.

Altieri (2002) não considera a agroecologia somente como uma prática agrícola de produzir. Para o autor, ela consiste na ciência capaz de compreender os processos produtivos de uma maneira mais ampla. É definida como uma ciência ou disciplina científica que apresenta uma série de princípios, conceitos e metodologias para estudar, analisar, dirigir e avaliar agrossistemas, numa perspectiva de sustentabilidade que seja produtiva e viável economicamente.

A agroecologia se consolida como enfoque científico que permeia várias disciplinas – Ecologia, Agronomia, Sociologia, Antropologia, Ciência da Comunicação, Geografia, Economia Ecológica –, assim como valoriza os saberes dos próprios camponeses em busca de um desenvolvimento rural sustentável e de processos de desenvolvimento rural mais humanizado (CAPORAL et al., 2009). Ela visa propor alternativas que vão além da produção, perpassando por discussões relacionadas à comercialização da produção, às forças produtivas e à permanência do homem no campo (GLEISSMAN, 2009).

Entre as principais características da agroecologia estão: as produções baseadas em conceitos ecológicos, o conhecimento científico integrado ao conhecimento popular local, a maior valorização da biodiversidade, o respeito à diversidade cultural e a equidade social. (CAPORAL; COSTABEBER, 2004).

Portanto, a agroecologia não deve ser entendida de forma superficial, como um modelo de desenvolvimento agrícola que não utiliza fertilizantes químicos e agrotóxicos. A agroecologia é uma oposição ao modelo da agricultura tecnicada/quimificada¹. Gúzman (2000) defende que a agroecologia não está atrelada somente a uma proposição técnica a ser adotada pelos camponeses, trata-se, também, de uma proposição política, visto que há formação de uma base concreta de contestação à lógica da racionalidade econômica empregada pelo modo de produção capitalista.

No Brasil, há movimentos, a exemplo, da Via Campesina (organização que reúne mais de 100 milhões de camponeses e camponesas de quatro continentes Ásia, América, África e Europa) que lutam contra a agricultura orientada por corporações e voltadas para exportação, em prol de uma produção descentralizada, sustentável socialmente e ecologicamente (MCMICHAEL, 2016).

A agroecologia é uma possibilidade, um paradigma produtivo em construção, que extrapola o limite técnico e avança para o debate político, social, cultural, ideológico e ambiental. Enquanto a agricultura orgânica ressignificada² está voltada para os nichos de mercados.

A agroecologia consiste em outra abordagem, enquanto concepção de modo de vida, de sociedade, de regulamentação dos recursos naturais. Constrói-se a partir de aspectos da conservação de recursos naturais, com base na agricultura tradicional local, e ao mesmo tempo na incorporação de conhecimento e de métodos ecológicos modernos.

¹ Todo tipo de agricultura é tecnicada desde o período Neolítico, mas aqui o que chamamos de agricultura tecnicada/quimificada é o modelo que privilegia o componente técnico/científico em prol do processo produtivo. Está relacionada ao novo modelo agrário/agrícola relacionado às tecnologias modernas, criadas a partir da Revolução Verde, tais como máquinas, insumos, fertilizantes, agrotóxicos que interferem diretamente nos ganhos do processo produtivo, ou seja, que são usadas no campo a serviço do capital.

² Agricultura Orgânica ressignificada é entendida como uma agricultura que não utiliza agrotóxicos, mas que é capitalizada, normatizada, que segue à lógica de mercado, portanto se distancia dos princípios agroecológicos, embora se apropria dos mesmos através do discurso.

Por conseguinte, trabalha na perspectiva da interação complexa entre todas as dimensões: ecológicas, técnicas, social, cultural e econômica.

A agroecologia se configura por meio de um campo de saberes práticos voltados para uma agricultura mais sustentável, orientada ao bem comum, ao equilíbrio ecológico do planeta, ao respeito ao meio ambiente e como ferramenta para a soberania alimentar. “É o caldeirão onde se amalgamam saberes e conhecimentos, ciências, tecnologias e práticas, artes e ofícios no forjamento de um novo paradigma produtivo” (LEFF, 2011, p. 37).

Nesse sentido, para se pensar uma nova sociedade a partir de processos produtivos, é preciso partir do princípio de que os sistemas de produção com base agroecológica são complexos, diversificados e integrados, sendo, portanto, intrínsecos à pequena escala. Os camponeses com base agroecológica é a única forma de fazer com que esses sistemas se perenizem. Diferente da lógica urbano-industrial, a qual pondera que quanto maior a escala, mais próspero é o sistema produtivo, quando na verdade é o contrário. Portanto, a agroecologia está relacionada à agricultura de pequena escala, caracterizada pela policultura, voltada, primeiramente, para a reprodução social, à valorização das práticas agrícolas e socioculturais dos camponeses.

A agroecologia concretiza o esforço de construção de um modelo de agricultura e de sociedade que atribui grande importância à agricultura camponesa, a partir de práticas que proporcionam o desenvolvimento humano³, qualitativo e que não implicam em perdas ecológicas e socioculturais.

Para contextualizar, vale ressaltar que o processo denominado de Revolução Verde desvalorizou os saberes que haviam no campo, tentou destruí-los, ao desqualificá-los como se fossem mera magia ou superstição. Segundo Machado e Machado Filho (2014) a revolução verde é entendida como o processo de interiorização do capitalismo no campo, a partir de 1960, com a introdução das monoculturas e da destruição da biodiversidade, dos avanços tecnológicos, da facilitação do uso de máquinas de grande porte, com o objetivo de pôr em prática a tríade capitalista: tempo, custo, lucro. A Revolução Verde representou a tática política do grande capital para consolidar o capitalismo no campo.

Dessa forma, a partir da Revolução Verde a forma de produzir do camponês foi caracterizada e julgada como arcaica. Naquele momento, era uma forma de produzir que não interessava ao capital agrário. Vale ressaltar que essa forma de produzir é o que conhecemos hoje como agroecológica, pois a agroecologia sempre existiu, desde do início da história da agricultura. No entanto, até a década de 1970, não havia a

³ Desenvolvimento humano, nos termos de Manfred Max-Neef (2012) que propõe um desenvolvimento centrado no ser humano, na cultura, na cooperação, na solidariedade e não nos objetos. Baseia-se no protagonismo real do povo, em soluções criativas que procedam de baixo para cima, a partir de aspirações reais e consistentes dos sujeitos envolvidos. Tal processo de desenvolvimento permite a elevação da qualidade de vida que transcende a racionalidade econômica, satisfaz os seres humanos em sua totalidade.

valorização da agroecologia, a edificação de sua subjetividade, ou seja, a construção intelectual, cognitiva, simbólica, política e social do que é a agroecologia e seus princípios. Ao contrário, era vista e tratada como retrógrada, por conseguinte não suscitava interesse ao capital. Dessa forma, o produto agroecológico por si só era destituído de valor, só passou a ser valorizado a partir de sua existência relacional à agricultura tecnificada/quimificada.

Nesse sentido, a partir da “crise” da agricultura tecnificada/quimificada, ou seja, do surgimento das preocupações ambientais, da desconfiança do consumidor em relação aos produtos desse tipo de agricultura surge a agricultura orgânica ressignificada com o discurso socioambiental. Assim sendo, no atual contexto, o discurso da agricultura orgânica ressignificada se apodera dos princípios da agroecologia para viabilizar-se através do mercado. Em outras palavras, o discurso agroecológico tem sido apropriado pelo capital, mercantilizado por meio da agricultura orgânica ressignificada, caracterizando-se como um nicho de reprodução do capital. Dificultando a agricultura agroecológica realizada pelos camponeses.

A produção orgânica, ressignificada pelo capital, possui caráter eminentemente geográfico. Além de possuir forma jurídica, além do caráter econômico e social, relaciona-se ao controle e à regulação do território, pois altera a especificidade produtiva, alargando o espaço da produção, da circulação, da distribuição e do consumo. Nesses termos, esses processos relacionados ao circuito produtivo de alimentos orgânicos envolvem grandes distâncias, atravessam fronteiras, com distintos direcionamentos e frequência. Criam-se processos, formas, conteúdos, e funções distintas que merecem ser analisadas pelo viés geográfico.

A agricultura orgânica utiliza-se de técnicas, tanto tradicionais, como de um sistema de comunicação moderno e de informação. Assim, a agricultura orgânica se dá por meio do que Santos (2006) denomina de ordem da forma técnica, ordem da forma jurídica e ordem do simbólico. Essas são criadas para agilizar o mercado e controlar o território. Dessa forma, os produtos advindos da agricultura orgânica precisam de um selo que ateste sua qualidade, mas também necessitam da retórica, do convencimento, para que ocorra a aceitação da racionalidade do objeto, sem grandes questionamentos. Nesse caso, o discurso não revela que a agricultura orgânica pouco altera a lógica da produção da agricultura convencional. Os discursos atrelados à legitimação da agricultura orgânica tentam passar a ideia de que os produtos são mais perfeitos que a própria natureza. Assim, os objetos modernos nascem com a enorme carga de informação, com função predeterminada, indispensáveis para produção e reprodução do capital (SANTOS, 2006).

Os produtos orgânicos são mais “saudáveis” que os produzidos pela agricultura tecnificada/quimificada, mas não se trata apenas dos alimentos, do produto em si, e sim da política, das lógicas normativas, dos protocolos de conduta de cultivos, das relações econômicas e sociais que são excludentes e naturalizadas, a partir do discurso socioambiental, agroecológico.

Nota-se que, o selo pode levar a banalização do termo orgânico, a descrença por parte dos consumidores dos alimentos comercializados diretamente pelos camponeses que realizam a agricultura orgânica e agroecológica. Na maioria das vezes, esses camponeses não têm o selo de identificação orgânica. A troca se dá pela confiança que é estabelecida entre o produtor e o consumidor. Tal fato mostra o quanto é inadequado a adoção da certificação como única forma de garantir a qualidade do alimento. O processo de certificação, no Brasil, é excludente. A certificação por auditoria é custosa e burocrática, portanto, não acessível a todos camponeses. As certificações alternativas, participativa ou por organização social necessita de organização política, através de associações, de sindicatos fortes que nem sempre existem no território brasileiro. Por outro lado, há as empresas de comunicação e informação para dar legitimidade a esse tipo de agricultura.

A agricultura orgânica resignificada tanto carrega informação como necessita de informação para se legitimar. Diante do exposto, o presente trabalho visa compreender como a proposta agroecológica tem sido apropriado pelo capital, mercantilizada por meio da agricultura orgânica resignificada. Entender como a informação está atrelada à essa agricultura orgânica resignificada (sob o ponto de vista político e técnico), a partir do discurso ecológico.

Vale destacar que se trata de uma pesquisa de natureza eminentemente teórica, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Para alcançar os objetivos propostos, foi necessário a utilização de recursos metodológicos, tais como: pesquisa bibliográfica e levantamento de dados secundários, junto ao IBGE (2006) referentes à produção camponesa, a Organics (Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável), IBD (Instituto Biodinâmico) e a IFOM (Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica) que apresentam dados sobre o crescimento da produção orgânica brasileira.

Os discursos vinculados pelos meios de comunicação e informação para legitimação da agricultura orgânica resignificada

No contexto da globalização, a informação produzida se define como uma mercadoria estratégica utilizada seletivamente e hierarquicamente (SANTOS, 1996). Informações se tornam cada vez mais necessárias no processo de acumulação de capital, designam mudanças nos sistemas produtivos. Assim sendo, busca-se entender como a informação está atrelada à agricultura orgânica sob o ponto de vista político e técnico, no atual período. Uma das características fundamentais do atual período é a associação entre técnica, ciência e informação, constituindo o que Santos (2006) denominou de período técnico-científico-informacional. Nesses termos, o território é moldado para se adaptar ao capital, para responder aos reclamos da classe hegemônica. Mesmo que o meio técnico-científico-informacional não se instale em todos os lugares, ele comanda todo o território.

Desse modo, o mercado torna-se global. O território ganha novos conteúdos e impõe novos comportamentos, graças às enormes possibilidades da produção e,

sobretudo, da circulação dos insumos, dos produtos, do dinheiro, das ideias e informações, das ordens e dos homens (SILVEIRA; SANTOS 2008, p.52). Nessa perspectiva, os autores acrescentam que a informação constitui uma nova forma de trabalho, sendo um dado relevante da divisão social e territorial do trabalho.

No contexto mundial, Silva (2012) coloca que é possível distinguir a existência de círculos de informações destinados a produção – manipulada por grandes empresas – com frequência normativa e, por outro lado, há os círculos de informações banais, destinadas ao cotidiano; ainda que também seja em larga medida manipulada por grandes empresas, ou seja, atrelada ao universo de informações monopolizadas por grandes grupos de comunicação, associada ao consumo e à indústria cultural.

Pode-se dizer que existem, hoje, quatro grandes tipos de informações destinadas à produção: 1) a informação sobre gestão (produzida por firmas de consultoria, marketing); 2) a informação associada ao mercado financeiro e seus instrumentos modernos; 3) a informação enquanto imagem (produzida em agências de publicidade) 4) e a informação tecnológica (produzida em centros de pesquisa e universidades). (SILVA, 2012, p.5).

Constata-se que esses tipos de informações são importantes para a legitimação da produção orgânica ressignificada no Brasil. Vale ressaltar que esse país ocupa uma posição periférica em relação às redes de informações constituídas, e dentro do próprio território elas não são homogêneas. É necessário também enfatizar que os tipos de informações destinadas à produção denominadas por Silva (2012) estão imbricados.

A **informação sobre gestão**, no caso da produção orgânica brasileira, está atrelada aos organismos regulatórios, à atuação da política internacional. Encontra representatividade nas certificadoras (empresas de consultoria públicas ou privadas), as quais estabelecem as normatizações, ou seja, lidam com a informação organizacional, que chegam aos lugares de forma verticalizada e hierárquica. Vale ressaltar que as certificadoras têm acesso às informações responsáveis pela regularização da produção orgânica, mas não participam dos processos decisórios de criação de leis, as quais são criadas pelos organismos internacionais, o que reafirma mais o poder dos países centrais sobre os países periféricos. No entanto, as certificadoras são cada vez mais fundamentais, enquanto agentes de organização em escala mundial, a serviço das empresas e do próprio Estado.

Nesse sentido, as certificadoras também precisam seguir determinadas normas, como estar filiadas ao Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) e credenciadas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que é o órgão responsável por fiscalizar o trabalho das mesmas. As certificadoras internacionais, além dessas filiações, devem estar credenciadas à Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM).

Constata-se que as empresas certificadoras apresentam incoerência, envolvem as normas que regulamentam o território e a produção, mas não são reconhecidas pela maioria dos produtores orgânicos locais. Ditam os comandos que vêm de fora do país,

mas, na maioria das vezes, são regulamentos que não condizem com a realidade dos lugares.

Os camponeses precisam seguir vários protocolos, ou seja, precisam comprovar o período que a terra está sem o uso de adubos químicos e agrotóxicos (que deve ser de dois a três anos), necessita ter plano de manejo, estar com a documentação regularizada, cumprir a legislação sanitária, tratar a qualidade da água a ser utilizada, entre outros.

Portanto, surge a necessidade de informar aos camponeses e, principalmente, aos consumidores sobre a importância do selo de certificação, isto é, criar sua aceitação, pois é essa que vai reger todo o processo regulatório e terá implicações no território, por meio da mercantilização da política, do aprofundamento das desigualdades regionais, da exclusão no campo.

O Instituto Biodinâmico (IBD) é a maior certificadora da América Latina e a única certificadora brasileira de produtos orgânicos com credenciamento na Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM), o que torna seu certificado aceito globalmente. Além dos protocolos de certificação orgânica, o IBD oferece certificações de sustentabilidade: RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*), UEBT (*Union for Ethical BioTrade*), Fair Trade IBD, UTZ (*café, cacau*), RAS (*Rain Forest Alliance*), 4C Association (*café*).

O IBD constrói uma topologia mundial. Está localizado em Botucatu/SP, desde sua fundação, no entanto, o Instituto, hoje, vem se instalando em todos os estados brasileiros, bem como em mais de 20 países como Argentina, Chile, Bolívia, Colômbia, Equador, México, Paraguai, Uruguai, Costa Rica, Guatemala, Estados Unidos, Canadá, Bélgica, Holanda, Alemanha, Portugal, Espanha, França, Itália, Nova Zelândia, China, Índia e Tailândia (IBD, 2017).

Assim sendo, a rotulagem ambiental com base na informação (na certificação) surge como uma faceta; faz parte da lógica de mercado; é uma oportunidade competitiva por meio da agregação de valor. Surge no momento em que as empresas constatarem que as preocupações ambientais, criadas por elas mesmas, poderiam se converter em vantagens mercadológicas. Assim, criam uma materialidade informacional que permite que os produtos agrícolas orgânicos transcendam as escalas geográficas, com objetivo eminentemente de aumentarem os lucros.

A informação por gestão depende da **informação tecnológica** (produzida em centros de pesquisa e universidades). Sabe-se que as relações entre os homens e o ambiente se dão por intermédio da técnica. Atualmente, o saber científico produz técnicas que estão a serviço do mercado, e não da sociedade enquanto todo. São atuantes na constituição e na definição de posicionamentos políticos e penetram em todas as instâncias da sociedade. Faz isso por meio da produção de um discurso, que não é neutro, mas é socialmente aceito, portanto legitima a racionalidade capitalista. Logo, os usos do conhecimento científico são intrínsecos à dinâmica econômica, política e social. A ciência está no cerne da produção orgânica, sendo necessário ter base científica para desenvolver maior consciência ecológica, que implique na escolha dos produtos

preferíveis sob o ponto de vista ambiental. É imprescindível que ocorra a disseminação nos centros de pesquisas e nas universidades, bem como as inovações e a adoção de melhores tecnologias agrícolas ecológicas, para realização da produção até o seu descarte e para avaliação da performance ambiental.

Para a legitimação das ações do capital há também a necessidade das **informações banais**. Segundo Silva (2010), essas estão vinculadas à mídia, aos programas de televisão, aos jornais, as redes sociais. Nesse caso, para a legitimação da agricultura orgânica para fins de mercado, ela é essencial. Vale ressaltar, que essas também estão imbuídas de um discurso ideológico fundamental, do bem-estar, da saúde e da sustentabilidade. Sem esse tipo de “informação”, o crescimento da agricultura orgânica não se realiza. Sempre é preciso um discurso que ajude a transformar os padrões de consumo. Atualmente, a disseminação da comunicação e informação é facilitada pela técnica. As informações globalizadas ocorrem em tempo real, de maneira instantânea, aproximando todos os lugares, criando a relação unitária à escala do mundo (SANTOS, 2006).

Nesse sentido, constata-se que o marketing tradicional foi ressignificado, apresentando-se, agora, como marketing ambiental. Esse cria estratégias de convencimento, que envolvem o consumidor no processo da própria produção, de forma que esse não só se interesse em adquirir os produtos oferecidos no mercado, mas também se torne responsável pelo processo de produção. As estratégias de marketing passam a ideia que o consumidor poderá decidir, escolher os melhores produtos e, com isso, contribuir com a melhor qualidade do ambiente, com a própria saúde e, por outro lado, punir os produtores que não agem de forma ambientalmente correta, que não possuem o selo para atestar a procedência do produto e suas qualidades ambientais. Dessa forma, informações sobre saúde e alimentação tornam-se normas para novos consumos alimentares, que ofuscam os interesses da produção orgânica em grande escala, deixando o incoerente escondido. A lógica mercadológica que está por trás de uma embalagem mais sofisticada com um selo, fica além da compreensão da maioria dos usuários comuns.

A **informação enquanto imagem** denominada por Silva (2012) corresponde às projetadas pelas grandes agências de publicidade. Além dos discursos favoráveis à aceitação do produto, essas empresas de publicidade mapeiam o território e o fragmentam em potenciais áreas de investimentos.

No Brasil, em relação à produção orgânica, pode-se exemplificar com o Organics (Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável). Esse projeto é resultado de uma ação conjunta da iniciativa privada com o IPD (Instituto de Promoção do Desenvolvimento) e da Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), criada para fortalecer o setor brasileiro de orgânicos e viabilizar sua expansão no mercado internacional.

O objetivo do projeto Organics é tornar a produção orgânica brasileira conhecida e apreciada no mundo, a partir da apresentação dos produtos orgânicos

brasileiros em eventos nacionais e internacionais, em rodadas de negócios. No ano de 2017 o projeto Organics participou da Biofash, em Nuremberg, na Alemanha, a maior feira de alimentos orgânicos do mundo. Em 2018, participou novamente da Biofash, realizada em São Paulo. Com lançamentos de 1.500 novos produtos e marcas, 175 expositores, 40.787 visitantes, 60% mais que em 2017. (ORGANICS, 2018). Teve participação também na Expo West, na Califórnia, uma das principais feiras de produtos orgânicos em nível mundial. Participou da APAS (Associação Paulista de Supermercado), o maior evento brasileiro do setor de supermercados. Dessa forma, concordando com Silva (2012, p. 263), é a partir desse nexos informacional que se instala o nexos circulacional, criando-se movimento, ou seja, é a partir da informação que os produtos orgânicos brasileiros ultrapassam as fronteiras brasileiras.

Para tanto, o produtor precisa estar associado ao projeto, o que demonstra claramente a condição da informação enquanto mercadoria, enquanto investimento a ser feito para obtenção de lucros. Nesse sentido, Lojkine (1995) argumenta que o critério do lucro a curto prazo reduz a informação a qualquer coisa negociável, a uma mercadoria. “Não se pode separar as transformações de natureza material do grande desenvolvimento das funções informacionais” (LOJKINE, 1995, p.115). As informações são determinantes para o aumento da eficácia do capital, conservam a utilização elitista e tecnocrática das Novas Tecnologias da Informação estratégicas a um pequeno grupo.

Nesse sentido, segundo Liu Ming⁴ (2017), as empresas que exportam são associadas ao Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e ao Projeto Organics Brasil. Dentre as empresas exportadoras estão: a AMMA, pioneira no Brasil e líder em produção de chocolate orgânico, localizada em Salvador/BA; a Jasmine Alimentos, que produz grande variedade de alimentos integrais orgânicos e lanches, uma linha com mais de 130 itens, desde 1990, localizada em Curitiba/PR; a Empresa Ciano Indústria de Alimentos Ltda., Marca Juçai, alimento orgânico que contém o sabor puro da fruta Juçara, nativa da Mata Atlântica, localizada em Resende/RJ. A Pianezza, empresa que se dedica ao segmento de alimentos com base na Biomassa Verde de Banana, localizada em Santa Bárbara d'Oeste/SP; a MN Própolis, que produz Produtos de Abelha – Própolis, Mel, Pólen, Geleia Real, Alcool orgânico para bebidas e cosméticos, localizada em Mogi das Cruzes/SP. A Native, produtora de açúcar orgânico, álcool neutro orgânico, óleo de azeitona, café orgânico, cookies orgânicos, cereais orgânicos, sucos de frutas orgânicos, mistura de cacau orgânica, bebidas orgânicas de soja, localizada em Sertãozinho/SP; a Resibras, que é uma das principais empresas brasileiras de processamento de castanha de caju fundada em 1972, localizada em Fortaleza/CE; a Stevita Soul, que produz adoçante, exporta uma variedade de produtos para a China, Canadá, Espanha, Itália, Peru e Uruguai, localizada em Maringá/PR; a Empresa Y. Takaoka Agropecuária S.A., que produz fruticultura orgânica com diversas variedades de árvores frutíferas em uma área de 120 hectares na fazenda São Francisco, localizada em Iaras/SP; a Usibras, fundada em 1979, que processa e exporta caroços de castanha de

⁴ Diretor do Projeto Organics Brasil e do Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável.

caju por meio de suas duas fábricas na Região Nordeste brasileira e uma subsidiária em Nova Jersey, EUA, Aquiraz/CE; a Econatura, que opera desde 1996, com a produção de farinha de semente de uva orgânica e vinagres, localizada em Garibaldi/RS; a Empresa Vapza Alimentos As, que produz uma diversificada linha de produtos alimentícios biológicos, localizada em Joinville/SC, entre outras.

As 54 empresas, associadas ao Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (Organis) e ao Projeto Organics Brasil, fecharam 2016 com faturamento de US\$ 145 milhões em exportações, 9,5% menor em relação a 2015, justificado pela séria oscilação do câmbio (real-dólar), mas com 15% a mais em volume de produção exportado. 'Em 2016, o setor faturou R\$ 3 bilhões de reais no mercado nacional e a perspectiva é chegar à taxa de crescimento na ordem de 25% a 30% em 2017'. Apesar das exportações terem fechado pouco abaixo das estimativas, continuamos sendo o principal país fornecedor de açúcar, castanhas, frutas e seus derivados. Há muito espaço para crescer em exportação para a Europa, China, Oriente Médio e Ásia. A América do Norte continua sendo o mercado de maior potencial de exportação em 2017. (LIU, 2017).

Diante do exposto, observa-se que a partir dessas estratégias informacionais a produção orgânica vem se consolidando no Brasil. O mercado internacional tem concebido grande oportunidade para a venda de produtos orgânicos brasileiros, a partir da contribuição da ciência, técnica e informação. Essa valorização da produção orgânica representa as reformulações do próprio desenvolvimento do sistema capitalista. No entanto, dificilmente, o camponês terá condições de participar desse mercado, não só pela falta de recursos financeiros para ter seus produtos certificados, mas, também, pela falta de políticas públicas, de assistência técnica e de desconhecimento dos mecanismos e das regras que regem o comércio exterior. Dessa forma, constata-se que a produção orgânica, vista enquanto informação, só serve aos interesses dominantes.

Graças ao período técnico-científico-informacional, há a integração em redes, a mobilidade de notícias, normas e comandos torna-se uma realidade, assegurando aos centros de decisão o real poder sobre os outros pontos dos espaços (SILVEIRA; SANTOS, 2008). Por outro lado,

a dinâmica globalizante não apaga restos do passado, mas modifica seu significado e acrescenta, ao já existente, novos objetos e novas ações características do novo tempo. Agravam-se diferenças e disparidades, devidas, em parte, aos novos dinamismos e a outras formas de comando e dominação. (SILVEIRA; SANTOS, 2008, p. 253).

Nesse contexto, emergem-se conflitos, pois há grupos que não defendem a lógica de mercado, de apropriação econômica e simbólica da natureza. Desses grupos, ressaltam-se os agroecologistas, os quais buscam novos projetos societários e de

projeções para o futuro da sociedade, que não estão ligados à lógica produtivista. Portanto, o uso da informação pela agricultura orgânica (de concepção elitista e tecnocrata) a separa dos princípios da agroecologia, logo agricultura orgânica e a agroecologia não devem ser confundidas. A informação para agroecologia não tem um sentido mercantil, e sim um sentido voltado para as trocas de saberes, pautadas nas experiências dos próprios agricultores. O objetivo da produção dos alimentos não é alimentar o mercado externo.

Nesse sentido, dois conceitos entram em disputa a segurança alimentar e a soberania alimentar. A segurança alimentar é um conceito que já vem sendo discutido desde 1974 com objetivo de sanar o problema da fome no mundo. Em 1996, ocorreu a Cúpula Mundial de Alimentação, momento em que Chefes de Estado e de Governo reafirmaram o direito dos homens de terem acesso a alimentos seguros e nutritivos. (CAMPOS, 2007).

Segurança Alimentar e Nutricional consiste em garantir a todas condições de acesso a alimentos básicos, seguros e de qualidade, em quantidade suficiente, de modo permanente e sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, com base em práticas alimentares saudáveis, contribuindo assim para uma existência digna em um contexto de desenvolvimento integral da pessoa humana (BRASIL, 1996, p. 4)

A principal referência da Via Campesina para a construção da proposta sobre a soberania alimentar data de sua II Conferência Internacional, realizada em Tlaxcala, no México, no ano de 1996. (COCA, 2016). A soberania alimentar se transformou na bandeira política dos movimentos camponeses vinculados à Via Campesina. A crítica do movimento camponês é que a segurança alimentar não se preocupa com a procedência, com o modo como os alimentos são produzidos, podem ser transgênicos ou ecológicos, não se preocupa com a padronização alimentar que está sendo imposta pelos conglomerados que atuam no setor do agronegócio. Para o movimento dos camponeses a segurança alimentar nos termos propostos favorece as monoculturas, a importação de alimentos e contribui para inviabilizar a agricultura camponesa. (CAMPOS, 2007). Portanto, a segurança alimentar não tem o alcance da soberania alimentar, no sentido de contribuir com o fortalecimento da agroecologia. Nesse sentido, espaços de conflitos são permanentes entre os agentes não hegemônicos e os agentes hegemônicos. Esses, com apoio do Estado, utilizam os princípios da agroecologia para legitimarem a agricultura orgânica ressignificada.

A agricultura orgânica como estratégia de produção e reprodução ampliada do capital

No atual período técnico-científico-informacional a tudo pode ser atribuído um valor de mercado, representável nos códigos do capital. Nesses termos, a partir de um processo político de apropriação da natureza, fomentado pelo modo de produção

capitalista, a problemática ambiental surge como sinal da crise da racionalidade puramente econômica.

No entanto, vale ressaltar que a destruição ecológica e o esgotamento dos recursos, embora se apresentem como algo naturalizado, pelo modo de produção capitalista, não são. Esses problemas são gerados pelas formas sociais, pelos padrões tecnológicos de apropriação e exploração econômica da natureza. Portanto, tanto a destruição ecológica, quanto o esgotamento de recursos, a falta de equidade e as más distribuições de rendas foram geradas pela acumulação capitalista. Todavia, tudo isso ocorre por trás de um discurso de legitimação, de naturalização, da crença de que a tecnologia se encarregará de reverter os efeitos da degradação ambiental nos processos de produção, distribuição e consumo de mercadorias.

Nesse contexto, é comum se deparar com os conceitos de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável. Esses são diariamente apresentados nos discursos realizados pela grande mídia em prol do desenvolvimento econômico. Tiveram suas origens na Conferência de Estocolmo em 1972, presidida pela Primeira Ministra da Noruega. O relatório resultante dessa reunião, conhecido como Relatório Brundtland, foi publicado em 1987 e inaugurou o conceito de desenvolvimento sustentável como sendo aquele que supre as necessidades do presente sem comprometer as necessidades das futuras gerações (PORTO-GONÇALVES, 2006).

Assim, o conceito de desenvolvimento sustentável apresentou um paradoxo, pois a iniciativa não se esquivava à hegemonia do mercado. Tal fato ficou claro na introdução do documento, quando salienta que “hoje, precisamos de uma nova era de crescimento econômico, um crescimento vigoroso e, ao mesmo tempo, social e ambientalmente sustentável” (ACSELRAD; LEROY, 1999 p.1).

O discurso do desenvolvimento sustentável ressalta a importância das políticas ambientais para solucionar os processos de degradação ambiental e o uso racional dos recursos naturais; por outro lado, responde à necessidade de legitimar a economia de mercado (LEFF, 2011).

De acordo ainda com Leff (2011), o discurso neoliberal afirma que não existe contradição entre ambiente e crescimento. Os mecanismos de mercado buscam formas eficazes de manter as condições ecológicas e os valores ambientais ao processo de crescimento econômico. “O discurso da sustentabilidade busca reconciliar os contrários da dialética do desenvolvimento: o meio ambiente e o crescimento econômico” (LEFF, 2011, p.26).

O discurso da sustentabilidade chegou a afirmar o propósito e a possibilidade de conseguir um crescimento econômico sustentado através dos mecanismos do mercado, sem justificar sua capacidade de internalizar as condições de sustentabilidade ecológica, nem de resolver a tradução dos diversos processos que constituem o ambiente (tempos ecológicos de produtividade e regeneração da natureza, valores culturais e humanos, critérios qualitativos que

definem a qualidade de vida) em valores e mediações do mercado. (LEFF, 2011, p. 20).

Esse discurso promete alcançar seu objetivo sem fundamentação, sem ações propositivas voltadas à valorização da natureza, das diferentes identidades culturais para dissolução das desigualdades sociais e preferências das futuras gerações (LEFF, 2011, p.24).

O discurso do desenvolvimento sustentável inscreve-se assim numa política de representação, que simplifica a complexidade dos processos naturais e destrói as identidades culturais para assimilá-las a uma lógica, a uma razão, a uma estratégia de poder para a apropriação da natureza como meio de produção e fonte de riqueza. Neste sentido, as estratégias de sedução e simulação do discurso da sustentabilidade constituem o mecanismo extra-econômico por excelência da pós-modernidade para reintegração do ser humano e da natureza a racionalidade do capital, gerando formas mais sofisticadas, sutis e eficazes para a exploração do trabalho e a apropriação dos recursos naturais, que a aplicação da violência direta e a lógica pura do mercado. (LEFF, 2011, p. 25-26).

Assim como o discurso do desenvolvimento sustentável foi sendo legitimado, apropriado pelo capital, oficializado e difundido amplamente a partir de conferências sobre o meio ambiente, atualmente, atrelado ao discurso de sustentabilidade está a apropriação do discurso agroecológico, pelos agentes hegemônicos para legitimar a agricultura orgânica, não no sentido de produzir alimentos mais saudáveis para todos, mas com propósito de alcançar o crescimento econômico sustentado por meio dos mecanismos de mercado. Esses mecanismos são explícitos nas normas de certificação da produção orgânica. A certificação a partir da rotulagem dos alimentos orgânicos invalida toda a lógica agroecológica, a qual os agentes hegemônicos buscam validar, uma vez que a agroecologia não visa o mercado externo, como já mencionado, a agroecologia busca fortalecer a proposta da soberania alimentar, ou seja, o direito dos povos de definir as suas próprias políticas e estratégias de produção, distribuição e consumo de alimentos, numa perspectiva sustentável e viável economicamente para os camponeses.

Segundo os órgãos oficiais do Ministério do Meio Ambiente (2002), a rotulagem ambiental, que caracteriza a produção orgânica, atende ao direito básico do consumidor à informação da qualidade do que se é consumido. Essa afirmativa, a princípio, se apresenta como algo positivo, leva-se, por outro lado, a refletir como o incoerente é escondido.

Se “a rotulagem ambiental atende ao direito básico do consumidor que é o direito à informação” (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2002, p. 57), porque não somos informados sobre a quantidade e a qualidade de produtos químicos que são inseridos nos alimentos convencionais? O objetivo dos rótulos não é garantir a melhor qualidade ambiental e a saúde do consumidor? Somente o rótulo em produtos orgânicos

é suficiente para proporcionar ao consumidor um instrumento de informação importante e essencial para exercerem seu poder de compra? Por que os meios de comunicação não esclarecem a população sobre os prejuízos que causam a agricultura quimificada/tecnificada, pelo contrário, a coloca em evidência, a partir de propagandas, de campanhas que a enaltece, a exemplo da campanha realizada no Brasil pelas agências de marketing e de comunicação da maior empresa de telecomunicação, a rede Globo, a qual vem favorecendo o agronegócio, mencionando-o, insistentemente, por meio do anúncio publicitário, com um slogan de que o “agro é pop, o agro é tech, o agro é tudo”. Recentemente, em horário nobre, tal propaganda tem mencionando a agricultura orgânica como sendo “pop”, “tech”, ou seja, utiliza o mesmo slogan utilizado para exaltar o agronegócio, assim como imagens de grandes unidades produtivas e o símbolo dos produtos orgânicos, com objetivo de transmitir a ideia de que se trata de uma única forma de produção, tudo é agronegócio, tudo é “pop e tech”.

Tal fato vai ao encontro do que Santos (1997) coloca que, apesar de as condições técnicas da informação serem capazes de permitir que toda a humanidade saiba a realidade que o mundo apresenta, acaba-se não sabendo, porque há essa intermediação.

Nesse caso, a “informação” escamoteia todos os problemas causados pelo agronegócio e o destaca como a solução, como indispensável ao crescimento econômico e social do país, agindo como um instrumento de manipulação da opinião pública. Tal fato enfatiza a relação dos agentes hegemônicos (grandes produtores, que são também os principais financiadores das campanhas políticas no Brasil, presentes no Congresso Nacional por intermédio da Bancada Ruralista⁵) com as redes de telecomunicações e com o próprio Estado. Locateli e Lima (2016) colocam que os ruralistas, empresários e latifundiários sempre exerceram poder no direcionamento das políticas agrícolas no Brasil, mesmo após o fim do regime civil-militar. A União Democrata Ruralista (UDR), criada em 1985, representou o instrumento das novas formas de perpetuação no poder da oligárquica rural no Brasil. O ponto de partida foi a garantia da presença de parlamentares no cenário político nacional, por meio de fundos para campanhas políticas, a partir do ano de 1990. Os financiadores das campanhas estão diretamente envolvidos com o agronegócio.

Quando se analisa os valores constata-se que a empresa Fibria S/A, uma das maiores do setor de papel e celulose, doou R\$4.375.200,00 para campanhas eleitorais em 2014; as empresas de fertilizantes doaram R\$ 648.366,34; o grupo JBS S/A efetuou doações no montante de R\$76.704.441,50, dos quais R\$17.464.265,38 para a campanha de deputados eleitos, a Cutrale, do setor de suco de laranja, efetuou doações no montante de R\$ 6.565.000,00, basicamente para campanha de candidatos do Estado de São Paulo, o setor sucroalcooleiro doou mais de R\$

⁵ Conhecida como Frente Parlamentar da Agropecuária. Disponível em: <<http://www.fpagropecuaria.org.br/>>. Acesso em: 12 dez. 2017.

7.500.000,0016. Quando se analisa os dados de prestação de contas dos candidatos à deputados federais eleitos verifica-se que esse grupo de empresas doaram um valor superior a R\$ 39,5 milhões (TSE, 2014), quantia muito superior as doações realizadas na campanha de 2010. (LOCATEL; LIMA, 2016, p.77).

Nesse sentido, o “Estado atua com objetivo de estimular esses setores competitivos, deixando praticamente abandonado as culturas que se têm constituído, historicamente, a alimentação básica dos trabalhadores brasileiros” (OLIVEIRA, 2009, p. 516).

Ao mesmo tempo em que há alternativas para o fortalecimento da agricultura tecnificada/quimificada, o modo de produção capitalista busca diferentes formas de organização da produção. Em outras palavras, o modo de produção capitalista impõe sua lógica de várias maneiras para atingir seus objetivos, para ampliar sua produção e reprodução. Para tanto, possui várias facetas como formas de reproduzir relações desiguais e auferir lucros.

De acordo com Oliveira (2009), os mecanismos dos agentes capitalistas do campo se mostra desigual e combinado, criam várias facetas para se reproduzirem. Tal fato explica o motivo dos pequenos estabelecimentos agrícolas no Brasil responderem por mais de 70% do volume total da produção agropecuária, mesmo sem acesso a créditos e à tecnificação de forma ampla (IBGE, 2006). Essa explicação está ora a partir da territorialização do capital no campo, ora a partir da monopolização do território. A territorialização do capital no campo ocorre quando o capitalista da indústria é também o proprietário da terra, o latifundiário. Nesse caso, os trabalhadores são expulsos do campo, passam a ser assalariados tanto na cidade como no campo. A monopolização do território ocorre quando o capital monopoliza o território sem territorializar-se. O camponês continua sendo proprietário de suas terras, mas o capital lança mão de relações de trabalho e de produção familiar para produzir para o capital. Nesses termos, o capital cria e redefine as relações de produção do camponês, que fica subjugado ao capitalista, ao latifundiário, seja por meio da produção do agricultor que é voltada para o latifundiário, ou por meio da dependência dos produtos industrializados. Nesse sentido,

O capital, portanto, não expande de forma absoluta o trabalho assalariado (sua relação de trabalho típica) por outro canto e lugar, destruindo de forma total e absoluta o trabalho familiar camponês. Ao contrário, ele cria e recria o trabalho familiar camponês para que a produção do capital seja possível e, com ela, a acumulação possa aumentar. Assim, esse processo gera ao mesmo tempo a expansão do trabalho assalariado nas grandes e médias propriedades e o trabalho familiar camponês nas pequenas propriedades e estabelecimentos. (OLIVEIRA, 2009, p.480).

Nesse contexto, de organização espacial, novos mecanismos vêm sendo criados. O setor empresarial constatou que o consumidor mais bem informado e de maior poder aquisitivo se conscientizou com relação às questões ambientais, principalmente as que

dizem respeito à produção de alimentos mais saudáveis, e, portanto, esse consumidor tem preferência por produtos que são produzidos por intermédio de tecnologias limpas, de respeito à vida dos seres vivos e ao equilíbrio ecológico. Dessa forma, os investimentos em publicidade vêm aumentando com objetivo de garantir a boa imagem junto aos consumidores. Nesse sentido, aparece uma nova forma de produção e reprodução ampliada do capital, que se dá por meio da apropriação do discurso agroecológico para legitimar a agricultura orgânica voltada para o mercado. Constata-se que não se trata de uma mudança do modo de produção, distribuição e consumo, o que há é uma ressignificação das práticas agrícolas tradicionais, essas práticas, nesse caso, estão mais relacionadas a questões quantitativas, que favorecem poucos sujeitos sociais. Não há preocupação com a qualidade dos alimentos voltados para toda população, num sentido de melhorar as condições alimentares, as condições de saúde, mas, sim, uma visão da quantidade de renda e lucros que a produção orgânica irá permitir por meio do mercado internacional. No Brasil, a preocupação com a produção orgânica está atrelada ao funcionamento segundo os padrões internacionais. Portanto, busca a reciprocidade, a cooperação a partir de normatizações exigidas do exterior, para dessa maneira facilitar a aceitação dos produtos brasileiros no mercado internacional.

Nesses termos, vale ressaltar que o discurso e as políticas voltadas para uma agricultura mais sustentável no Brasil estão abrindo um campo heterogêneo de perspectivas, marcado pelo conflito de interesses em torno da apropriação da natureza. Ao mesmo tempo em que surgem agentes hegemônicos com a intenção puramente econômica, condicionados por uma tecnosfera e por uma psicosfera tanto para justificar o modelo de produção como a para realização da própria produção, da circulação e do consumo, que permitem a competitividade. Há também outras formas de apropriação da natureza representada por outra lógica, ou seja, a agroecologia.

Nesse sentido, a agroecologia é outra experiência, é uma ação política projetiva e criadora que busca a construção de uma tecnosfera/psicosfera que se impõem enquanto uma utopia, realizável, no sentido de oferecer outro caminho, uma oposição ao processo de manipulação e de controle da tecnosfera/psicosfera exercida pelos agentes hegemônicos. Corresponde a atividades e ações que possibilitam a reprodução da vida no sentido coletivo, de cooperação, de solidariedade, de justiça social e ambiental, a construção de racionalidade ambiental baseada em princípios não mercantis.

Portanto, na perspectiva agroecológica, a sustentabilidade se define por meio de significados sociais e estratégias políticas diferenciadas. É uma prática sustentável milenar que foi descartada pelo modo de produção capitalista; no entanto, atualmente, tem sido ressignificada pelo capital em seu próprio benefício por meio da agricultura orgânica.

Considerações finais

Partindo dessas premissas, a hipótese deste trabalho é que a agricultura orgânica se encontra, atualmente, ressignificada e inserida na lógica de produção e reprodução ampliada do capital, a partir da apropriação dos princípios agroecológicos, por meio de sua mercantilização empreendida pelos agentes hegemônicos. Dessa forma, o processo de certificação dos produtos orgânicos apresenta nítidos contornos geográficos. Significa a renovação do processo capitalista de acumulação no campo, criando desigualdades econômicas, sociais e espaciais. O selo de certificação da produção orgânica permite a expansão geográfica para outras regiões, impõe uma regulação de controle territorial, mesmo havendo distância do processo de produção. Nesse sentido, a atuação do Estado enquanto normatizador cria contradições, dificulta a efetivação da agroecologia, a partir da lógica de mercado, que beneficia o grande capital.

Referências Bibliográficas

- ACSELRAD, H; LEROY, J. *Novas premissas de sustentabilidade democrática*. Rio de Janeiro: Projeto Brasil Sustentável e Democrático. FASE, 1999.
- ALTIERI, M. *Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2002.
- CAMPOS, C. S. S. Soberania alimentar como alternativa ao agronegócio no Brasil. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2007, vol. XI, núm. 245 (68). Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-24568.htm>> Acesso: 29 jan. 2019.
- CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. *Agroecologia: alguns conceitos e princípios*. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004.
- CAPORAL, F. R (org.); COSTABEBER, J.A; PAULUS G. *Agroecologia: uma ciência do campo da complexidade*. Brasília: 2009. Disponível em: <http://www.emater.tcche.br/site/arquivos_pdf/teses/Agroecologia%20uma%20ciencia%20do%20campo%20da%20complexidade.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2018.
- GLIESSMAN, S. R. *Agroecologia – processos ecológicos em agricultura sustentável*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- COCA, E.L.F. *20 anos da proposta de soberania alimentar: construindo um regime alimentar alternativo*. REVISTA NERA – ANO 19, Nº. 32 – Dossiê 2016. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/viewFile/4789/4109>> Acesso: 05 fev. 2019.
- GUZMÁN, S. E. *De lasociología rural a la agroecología*. Barcelona: Icaria, 2006. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/311273933_La_Agroecologia_y_Eduardo_Sevilla_Guzman> Acesso: 29 jan. 2019.
- IBD CERTIFICAÇÕES. Disponível em< <http://www.ibd.com.br/pt/Default.aspx>>. Acesso em: 14 jun. de 2018.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário de 2006. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/>>. Acesso: 29 jun. 2018.

IFOAM- INTERNATIONAL FOUNDATION FOR ORGANIC AGRICULTURE Disponível em <<http://www.ifoam.org/>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

LEFF, H. *Saber Ambiental: sustentabilidade, complexidade, racionalidade e poder*. 8º ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2011.

LOCATEL, C.D; LIMA, F.L.S. *Agronegócio e poder político: políticas agrícolas e o exercício do poder no brasil*. Disponível < em <http://docplayer.com.br/54761513-Agronegocio-e-poder-politico-politicas-agricolas-e-o-exercicio-do-poder-no-brasil.html> >Acesso: 12 nov. 2017.

LOJEKINE, J. *A revolução informacional*. São Paulo: Cortez, 1995.

MACHADO, L. C. P; MACHADO FILHO L. C. P. *A dialética da Agroecologia*. São Paulo: Expressão Popular, 2014.

MAX-NEEF, M. *Desenvolvimento à Escala Humana: Concepção Aplicação- Reflexos Posteriores*. Blumenau: EDFURB, 2012.

ORGANICS BRASIL. Disponível em: <<http://organicsbrasil.org/>> Acesso em: 10 jun. de 2018.

OLIVEIRA, A. U. Agricultura Brasileira: Transformações recentes. In: *Geografia do Brasil*, Jurandyr Ross (org) 6ª ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

PORTO-GONÇALVES, C. W. *A globalização da natureza e a natureza da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

SANTOS, M. *Por uma Geografia Nova*. São Paulo: Hucietc, 1996.

SANTOS, M. *Técnica Espaço Tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

SANTOS, M. *A natureza do espaço*. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2006.

SANTOS, M. SILVEIRA, M. L. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. 10ª. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SILVA, A. M. B. *Círculos de informações, urbanização e usos do Território brasileiro*. Revista Anpege, v8, n 10, p-3-15, 2012.

SILVA, A. M. B. A cidade de São Paulo e os círculos de informações. *Ciência Geográfica*. Ano XIV, vol. XIV, nº1, janeiro/dezembro, AGB-Bauru, p. 24-30, 2010.

Vanessa de Cássia Tavares Andrade

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte -Campus Universitário, Lagoa Nova, CEP: 59078-970, Natal (RN), Brasil.

E-mail: vanessataan@yahoo.com.br

Celso Donizete Locatel

Professor Adjunto na Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN. Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, Departamento de Geografia. Campus Universitário, Lagoa Nova, CEP 59072-970 Natal, RN.

E-mail: celso.locatel@gmail.com

Recebido para publicação em julho de 2018
Aprovado para publicação em janeiro de 2019