

Breakfast Off Tiffany's

Categories : [Sérgio Abranches](#)

Quem andar pelas ruas de Manhattan vai encontrar várias lojas e mercados com cartazes dizendo que vendem produtos orgânicos. Cresce, dia a dia, a demanda por esses produtos, na mesma medida em que os consumidores vão ficando mais preocupados com transgênicos, laticínios e carnes com antibióticos e hormônios de crescimento, frutas e legumes cheirando a pesticida.

Na parte leste da Terceira Avenida tem um mercado, Food Emporium, que sempre vendeu produtos horti-fruti frescos. Agora, além de vender horti-fruti convencionais, vende e anuncia orgânicos. Não há diferença notável de preços. Resolvi conferir e ver se conseguia comprar um café da manhã 100% orgânico. Sucesso absoluto. Nem comprei todos os produtos possíveis. Por exemplo, troquei a manteiga orgânica por queijo newfchatel igualmente orgânico. Chique, né?

Suco de laranja de entrada produzido de polpa de laranja, não de concentrado, da [Horizon Organic](#), uma empresa de produção cooperativada de laticínios e frutas. A laranja é produzida sem agrotóxicos e o suco certificado pela Quality Assurance International. O iogurte e o leite também são da marca Horizon. O leite pasteurizado, desnatado, que é vendido em embalagens iguais às do leite comum, é produzido por vacas que se alimentam em pastagens sem agrotóxicos e com grãos e capim produzidos de acordo com regras que permitem ao produto receber o selo de orgânico do USDA (o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos). Os animais não recebem antibióticos ou hormônios de crescimento. O iogurte, além de usar o leite orgânico, continha frutas e açúcar orgânico.

O cereal Flax Plus Multibran, da [Nature's Path](#) - havia outras cinco opções, de marcas diferentes, nas prateleiras - é orgânico e integral. Também tem o selo de produto orgânico do USDA. Os cereais são produzidos sem sementes transgênicas ou pesticidas químicos e o produto não recebe aditivos ou conservantes. A empresa teve sua origem em um restaurante vegetariano, que seus donos abriram em Vancouver, no Canadá, nos anos 60. De tanto lidarem com fornecedores, acabaram no movimento orgânico e passaram a produtores. O cereal é comercializado no Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, Austrália e Nova Zelândia. É acondicionado em embalagens feitas de papelão reciclado. Também é certificado pela Quality Assurance International.

O queijo vem de uma outra empresa, na verdade uma rede de fazendeiros orgânicos, a [Organic Valley](#), que se denomina uma "família de fazendas". Não tem o selo da USDA, mas é produzido de acordo com as determinações do California Organic Foods Act, de 1990, e com os padrões de produção agrícola do estado do Oregon. Seus produtos são certificados por duas agências, OTCO e MOSA. As embalagens são analisadas para terem o menor impacto ambiental possível, pelo método do "ciclo de vida", que avalia cada etapa da produção, da obtenção da matéria-prima ao produto final.

Não encontrei café orgânico adequado à cafeteira de que dispunha. Mas havia várias marcas de chá orgânico para escolher.

Quem visitar o site dessas empresas verá que elas misturam negócios bem estruturados, com gestão financeira, comercial e industrial profissional, à militância ambientalista ou orgânica. Claro, quanto mais o movimento crescer e ganhar adeptos, maior seu mercado consumidor. Mas esse envolvimento com o movimento social também dá ao consumidor mais garantia de que não está comprando apenas maquiagem.

Isso está mais claro no caso de duas delas: a Horizon Organic e a Organic Valley. Ambas nasceram de pequenas cooperativas de produtores. Hoje administram uma ampla rede de produtores independentes, aos quais prestam serviços de orientação técnica, além de distribuir e comercializar seus produtos. As empresas comercializam o produto com a sua marca.

A Horizon mantém mais de 125 parcerias desse tipo, incorporando o equivalente a 80 mil hectares de terra à agricultura orgânica. Todos os produtores, para entrarem na parceria, têm, antes de tudo, que certificar sua produção junto a uma agência certificadora independente. A Horizon indica agências, em cada estado, e orienta os candidatos a parcerias, no processo de certificação.

A Organic Valley opera com mais de 620 fazendas orgânicas independentes. Ela começou em 1988, como uma pequena cooperativa de 8 membros. Já incorporou à produção orgânica, por meio dessas parcerias, mais de 630 produtores, em 18 estados do país e uma província canadense. Foram mais de 35 mil hectares de terra convertidos. Têm, atualmente, só no grupo de laticínios 469 produtores, fora os que produzem ovos, carne de boi, suínos, produtos agrícolas e suco de laranja. Faturou, no ano passado, quase US\$ 160 milhões.

Para cada parceiro, ela tem instruções específicas, por grupo de produtos, além de orientar a observância das regras para produção orgânica no estado do produtor. Para os que se candidatam a se converter em produtores orgânicos e juntar-se à rede, oferecem, no site, como orientação básica inicial, as regras do USDA que são, digamos, o padrão genérico. Mas, a maioria dos estados tem regras mais abrangentes, que os produtores locais terão que obedecer adicionalmente. Isso garante que os produtos da Organic Valley terão, no mínimo, o padrão USDA, e muitos irão além. Todos certificados.

O crescimento da produção alternativa leva à expansão da atividade de certificação. A esse movimento, junta-se a exigência de rastreamento de produtos, atestando sua origem e trajetória. No Brasil, o governo tem adiado essa exigência na pecuária. Mas nenhum exportador que vende para a Europa, hoje, consegue passar seu produto se ele não tiver origem rastreada e a vida alimentar e medicamentosa do animal não estiver adequadamente registrada.

Todas essas atividades, seja a certificação de obediência a padrões de produção orgânica, seja o rastreamento de origem, seja a certificação de qualidade, têm crescido no mundo todo, e no Brasil

também. Além disso, nos EUA e na Europa já não basta a aprovação dos órgãos oficiais. No caso dos produtos que mencionei aqui, o selo de orgânico do USDA ou do departamento correspondente do estado do produtor é uma condição necessária, mas não suficiente. É preciso certificação independente de ONGs ou empresas qualificadas. No caso do queijo da Organic Valley, por exemplo, as especificações de dois departamentos estaduais, da Califórnia e do Oregon, têm que ser obedecidas e os produtos certificados por terceiros. A certificação virou bom negócio. E o segredo desse negócio é a qualidade e credibilidade de suas análises e certidões.

A Organic Valley recomenda dois serviços de certificação aos que se candidatam a juntar-se à sua operação. A [Oregon Tilth Inc.](#) é uma ONG que certifica a obediência aos padrões de agricultura orgânica do estado do Oregon. Ela mesma é acreditada pelo USDA e pelas autoridades estaduais como uma certificadora qualificada. Os produtores que se juntam a seus quadros, como sócios pagantes, são auditados por consultores independentes e recebem o selo OTCO. Ela também lhes dá orientação para se enquadrarem nos padrões vigentes e sobre as mudanças regulatórias, que têm aumentado as exigências de qualidade ambiental e de produção.

A Associação de Serviços Orgânicos do Meio-Oeste, MOSA, também reconhecida pelo USDA, foi criada em 1999 para prestar serviços de certificação independente, não-governamental, nos 12 estados do meio-oeste dos Estados Unidos. Em 2003, obteve a licença do Conseil d'Accréditation du Quebec, para poder certificar produtos orgânicos exportados para aquela parte do Canadá. Os associados da MOSA são também auditados por consultores independentes.

Tanto a Horizon Organic quanto a Nature's Path são certificadas por uma empresa comercial, baseada em San Diego, na Califórnia: a [Quality Assurance International](#). A QAI foi criada em 1989 e é especializada em serviços de certificação orgânica. Tem, atualmente, mais de 920 clientes certificados e opera nos Estados Unidos, Japão, Canadá e América Latina. Além de certificar os clientes com base nos padrões nos EUA, também os orienta com relação aos padrões regulatórios dos países dos quais importam ou para os quais desejam exportar.

Os serviços de certificação são uma exigência das autoridades regulatórias nacionais e estaduais, nos EUA. Mas são, também, decorrência da demanda dos mercados consumidores por maior segurança sobre a qualidade do que estão comendo. Além disso, com padrões regulatórios cada vez mais exigentes, cresce o número de empresas que buscam se adequar para atender a esse mercado crescente. Em um país diversificado como os Estados Unidos, a principal força que determina a elevação de padrões e regras é a autonomia federativa. Há estados mais exigentes, como a Califórnia, que se tornam sinalizadores das mudanças que terminarão por atingir outros estados e, eventualmente, tornam-se padrão nacional.

Essa combinação de regulação e demanda social não explica apenas o crescimento da agricultura orgânica nos Estados Unidos. O progresso recente na oferta de motores alternativos no mercado de automóveis é um bom exemplo disso, também. Há programas federais de incentivo ao uso de combustíveis limpos e parâmetros para a redução de emissões. A regulação federal, geralmente,

estabelece o padrão mínimo. Muitos estados terminam por exigir mais que esse piso. No caso de emissões de carbono, a maior atividade está no plano local.

Apenas três estados não têm, hoje, programas de incentivos à adoção de combustíveis alternativos. Os programas estaduais são muito diferentes e uma parcela significativa dessa diferença se explica pela diversidade de iniciativas municipais. Existem, hoje, mais de 80 “coalizões de cidades” pela adoção de combustíveis limpos. O estado que tem regulação mais exigente e conhecida é a Califórnia, mas há vários outros que já rivalizam com ela em matéria de abrangência e profundidade das regras e incentivos voltadas para a drástica redução do uso de combustíveis fósseis.

Com o preço do petróleo claramente inaugurando um novo patamar, que não deve ser inferior a US\$ 35.00 o barril - talvez o ponto de estabilização fique mais próximo dos U\$ 40.00 -, os incentivos para acelerar o processo de transição para combustíveis alternativos são ainda maiores. Os sinais da eficácia desses programas são muito evidentes. Hoje, os consumidores estadunidenses já podem escolher, por exemplo, motores mistos – etanol/gasolina – nos modelos de carros da Honda, da Toyota, da Ford, Chrysler, Dodge, GM e Mercedes Benz. Só a GM oferece opções bi-combustível em seis modelos.

Já há alternativas comerciais de carros híbridos, eletricidade/gasolina ou diesel, em várias linhas dessas marcas. No segmento de “gastadores”, os SUVs e picapes, a Ford lançou um modelo muito avançado, com motor híbrido elétrico-gasolina, o Escape. Mas a Toyota está apresentando, para os modelos de 2005, opção igualmente sofisticada de híbrido para o Highlander, seu SUV de médio porte, que pode vir equipado com um motor 3.3 a gasolina e dois motores elétricos de alto torque. Um computador e um sistema de sensores determina a mistura entre gasolina e eletricidade que obtenha o melhor rendimento e a maior eficiência energética, em cada situação. A GM oferece a opção de motores híbridos para os modelos das picapes Silverado e GMC Sierra. Nas outras linhas, há híbridos para três modelos de sedan da Honda e dois da Toyota.

Vários estados – e coalizões de cidades – estão desenvolvendo programas agressivos, misturando incentivos fiscais e regulação (regulação positiva, que incentiva, e negativa, que restringe), para realizar metas de transição para veículos a hidrogênio ou biodiesel. Vários programas estão particularmente focados na possibilidade de substituir nos tanques dos SUV, ônibus e caminhões, o diesel fóssil pelo biodiesel.

No caso do hidrogênio, a Califórnia está na frente, com o mais ambicioso programa. Por causa do consenso antipoluição que domina o estado, nenhum político californiano consegue se eleger por lá sem ter boas propostas nesse campo. A distância que existe entre Bush e Kerry no tema ambiental seria impensável entre dois candidatos igualmente competitivos ao governo californiano. Por isso Arnold Schwarzenegger tem um programa para a “auto-estrada do hidrogênio”, cujo objetivo é aumentar o número de postos de hidrogênio, dos 13 hoje em operação para 170 até 2010. Neste ano, deverá, pelo plano, haver um posto a cada 30 quilômetros em todos os

corredores rodoviários que cortam a Califórnia. Tem gente que não gosta. São várias as críticas, desde as dos que consideram a iniciativa prematura, dados os custos vigentes, até aqueles que acham que é preciso ter certeza de que o hidrogênio a ser servido nos postos é, realmente, limpo. Nem todo hidrogênio, dizem, é criado igual. Dependendo de como ele é gerado, pode até aumentar a emissão de carbono.

Mas a maioria é favorável, ainda que com ajustes. Daniel Emmett, da ONG Environment Now/Energy Independence Now, que ajudou a escrever o programa energético de Schwarzenegger, reconhece os problemas e defende uma parceria público-privada para aumentar a massa crítica de postos de hidrogênio no estado. O que ele quer dizer com isto é que o maior obstáculo a ser removido é o custo. Marianne Mintz, pesquisadora do Laboratório Argonne da Universidade de Chicago, diz que, embora o Departamento de Energia do governo federal (DOE) tenha estabelecido a meta de reduzir o custo do hidrogênio para equipará-lo ao da gasolina, sem impostos, até 2010, é difícil imaginar que isto venha a ocorrer tão cedo. Implicaria reduzir pela metade os custos atuais de produção, em cinco anos. Uma economia do hidrogênio, diz ela, vai requerer um enorme investimento da sociedade. É muito complexa e demandará muito tempo e esforço para se tornar realidade. Sua opinião é que a alternativa do hidrogênio não deve levar ao descarte de soluções intermediárias, como os motores flexpower, que ajudam a reduzir as emissões de carbono.

No Brasil, o maior obstáculo à criatividade no campo ambiental ainda é o centralismo autoritário, que põe tudo na mão de Brasília. Imaginem se o Rio Grande do Sul, cuja soja é 90% transgênica, pudesse autorizar a produção e outros estados, além de proibi-la, pudessem criar incentivos para a produção de soja orgânica. Imaginem, ainda, que houvesse certificadores independentes, com credibilidade e autoridade, para determinar a veracidade do selo orgânico estadual. Os produtores gaúchos não conseguem ser competitivos na produção convencional, menos ainda na orgânica. Os produtores de outras regiões conseguem e teriam uma vantagem competitiva extra na exportação de soja orgânica para os países mais exigentes, principalmente para fins de consumo humano. Como só Brasília, hoje, pode regular, ficamos nessa situação patética, de um governo que não consegue propor, articular e aprovar uma lei decente de biossegurança, um Congresso atolado em suas próprias contradições. Resultado, MPs que adiam as soluções e deixam o Brasil nessa posição canhestra em que o governo passa horas, noite a dentro, sufocado pelas dúvidas, divergências internas e pelas pressões de interesses contrários, para, no final, produzir uma medida provisória que formaliza a informalidade por três meses.

Imaginem se a prefeitura de São Paulo pudesse criar, junto com o governo estadual, regras e incentivos para a adoção de combustíveis limpos. Hoje, não podem mais que estabelecer o rodízio que, além de ser ineficiente, induz os consumidores a ter dois carros, um com placa ímpar, outro par, para furar o rodízio.

Sem descentralização federativa, estamos condenados a soluções padronizadas, não raro ineficientes, e impedidos de experimentar alternativas e exercer a criatividade, a diversidade e, até

mesmo, a contrariedade.

Pois é, tudo isso, só porque resolvi tomar um café da manhã orgânico, em Nova Iorque.