

Rotulagem do café e certificações de sustentabilidade Significado e importância para a sociedade

Joana F. Silva¹
M. Beatriz P. P. Oliveira²
Rita C. Alves³

RESUMO

O planeta está a sofrer alterações cada vez mais rápidas, com consequências devastadoras para a agricultura e as comunidades que a utilizam como principal meio de subsistência. O café é um dos produtos agrícolas mais transacionados e a matéria-prima de uma das bebidas mais consumidas e apreciadas. Porém, o seu cultivo feito em países maioritariamente subdesenvolvidos, e os cafeicultores dependem quase exclusivamente de seu cultivo. Pelo referido, surgiram as *Voluntary Sustainability Standards* (VSS), certificações que visam garantir melhor qualidade de vida dos trabalhadores e, simultaneamente, que o café seja produzido de forma mais sustentável. Nesta revisão, são abordadas questões sobre as diversas certificações do café e os domínios da sustentabilidade em que atuam (ambiental, económico e social). Um dos principais objetivos é dar a conhecer estes tópicos, uma vez que ainda são bastante desconhecidos/desvalorizados pelos consumidores. Como complemento, apresentam-se outras informações que constam dos rótulos das embalagens de café vendido em Portugal, que certamente serão mais úteis se forem do conhecimento do consumidor. Adquirir café certificado é certamente uma forma de colaborar com os objetivos deste tipo de certificações e um meio de conhecer um pouco da história do produto consumido.

Termos para indexação: *Coffea* sp., economia, meio ambiente, qualidade, rotulagem, sociedade.

Coffee labeling and sustainability certifications Meaning and importance to society

ABSTRACT

Our planet is undergoing fast changes with devastating consequences on agriculture and in the communities that use it as the main means of subsistence. Coffee is one of the most transacted agricultural products and the raw material for one of the most consumed and appreciated beverages. However, its cultivation is done mostly in underdeveloped countries, and coffee growers depend almost exclusively on it. Because of that, the *Voluntary Sustainability Standards* (VSS) emerged, which are certifications that aim both to ensure a better quality of life for workers and that coffee is produced in a more sustainable way. This review addresses questions about the several coffee certifications and the areas of sustainability in which they operate (environmental, economic, and

¹ Licenciada em Bioquímica, estudante do Mestrado em Controlo da Qualidade, na Faculdade de Farmácia da Universidade do Porto, Portugal. E-mail: joanasilvam@hotmail.com.

² Licenciada em Ciências Farmacêuticas, doutora em Ciências Farmacêuticas, especialidade Bromatologia, professora catedrática da Faculdade de Farmácia da Universidade do Porto, investigadora do Laboratório Associado para a Química Verde (LAQV), da Rede de Química e Tecnologia (REQUIMTE), Portugal. E-mail: beatoliv@ff.up.pt.

³ Licenciada em Ciências Farmacêuticas, doutora em Ciências Farmacêuticas, especialidade Nutrição e Química dos Alimentos, investigadora principal do Laboratório Associado para a Química Verde (LAQV), da Rede de Química e Tecnologia (REQUIMTE), assistente convidada da Faculdade de Farmácia da Universidade do Porto, Portugal. E-mail: rcalves@ff.up.pt

Ideias centrais

- O café é uma das matérias-primas mais produzidas em todo o mundo.
- As certificações Voluntary Sustainability Standards (VSS) foram criadas para proteger os produtores e garantir uma produção sustentável de café.
- Para que seja possível uma mudança de paradigma, é necessário que o consumidor conheça o significado de cada VSS.
- Apesar do grande crescimento das VSS nos últimos anos, ainda são necessários mais estudos para comprovar seu verdadeiro impacto.
- Considera-se mais positivo consumir café certificado pelas diferentes VSS do que café não certificado.

Recebido em
14/07/2020

Aprovado em
07/08/2020

Publicado em
27/04/2021



This article is published in Open Access under the Creative Commons Attribution licence, which allows use, distribution, and reproduction in any medium, without restrictions, as long as the original work is correctly cited.

social). One of the main objectives of this review is to make these topics known, since they are still quite unknown/devalued by consumers. As a complement, other information labeled in coffee packages sold in Portugal are presented, which will certainly be more useful when known by consumers. Purchasing certified coffee is certainly a way to contribute to the objectives of these certifications and a means to know a little of the history of the consumed product.

Index terms: *Coffea* sp., economy, environment, labeling, quality, society.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o planeta tem sofrido mudanças drásticas de diversas formas. As alterações climáticas são consequências do comportamento humano incorreto, por meio da produção excessiva de gases de efeito estufa. Inicialmente, as atividades industriais pareceram ser a alternativa para erradicar a fome e a miséria, garantindo melhores condições de vida e econômicas, porém, no longo prazo, não se verificou que essa fosse a solução, visto que a fome e a pobreza ainda existem e são realidade em pleno século XXI (Lobell & Burke, 2010).

A parte mais dura de toda essa realidade é que as populações mais carentes vivem em áreas rurais pouco desenvolvidas e continuam a ter como meio de subsistência a agricultura. Porém, esta depende largamente das boas condições climáticas e, se estas estão a mudar, quem sofrerá mais com essas consequências são as pessoas que vivem dos benefícios que a terra traz (Lobell & Burke, 2010). Assim, é urgente tentar arranjar soluções para adaptar ou mitigar essas consequências para que não se tornem devastadoras no futuro, em termos ambientais, sociais e econômicos.

É aqui que o pensamento baseado no desenvolvimento sustentável deve entrar, de forma a tornar a nossa sociedade mais evoluída e mais rica, com melhores condições de vida, garantindo todos os direitos humanos, passando pela erradicação da fome, menos carência econômica, com mais educação e justiça laboral, sem comprometer o meio ambiente e as gerações futuras. Estes e outros Objetivos podem ser encontrados na Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável (ODS) propostos pelas Nações Unidas que, idealmente, seriam atingidos até 2030 (Nações Unidas, 2020).

Assim, é importante que todas as partes interessadas, tais como a comunidade científica, indústria, organismos governamentais e não governamentais e os próprios agricultores unam esforços, para que haja uma cooperação multissetorial com o objetivo de arranjar soluções para as adaptações e desafios do futuro (Oliveira & Franca, 2015; Alves et al., 2017).

O café é uma das matérias-primas mais produzidas e transacionadas do mundo, pelo fato de ser uma das bebidas mais apreciadas e consumidas (Murthy & Madhava Naidu, 2012; Vegro & Almeida, 2020). Vários estudos revelam também que o consumo de café pode ter uma ação benéfica na saúde, quando consumido com a devida moderação (Franca & Oliveira, 2019).

O cafeeiro é cultivado em países que se encontram na região do globo denominada como “cinturão do café”, que se caracterizam por terem clima quente e tropical que favorece o crescimento dessa planta. Porém, a maioria dos países onde o café é produzido e tratado após a colheita estão em vias de desenvolvimento. Como consequência, o cultivo desse fruto é feito por pequenos agricultores e suas famílias, em condições precárias de vida, às quais acresce o fato de que, na maioria das vezes, não têm maquinaria sofisticada para facilitar o processo (Läderach et al., 2017; Franca & Oliveira, 2019; Vegro & Almeida, 2020). Em contraste, o seu consumo é majoritariamente feito por países desenvolvidos e economicamente poderosos. Dados fornecidos pela *International Coffee Organization* (ICO), referentes a 2019 e início de 2020, reportam que o continente europeu é o maior importador, e o conjunto de países da União Europeia é o que registra a maior quantidade de café importado, e só depois se encontram os Estados Unidos da América (ICO, 2020b).

Por todas essas questões relacionadas ao cultivo e tratamento pós-colheita do café, é extremamente importante perceber de que modo estão a ser implementados os conceitos de sustentabilidade na cadeia de produção de café, nomeadamente nos países de origem, visto que é aí que as questões

são mais sensíveis. Apesar de os estudos sobre esta temática terem aumentado na última década, são muitos mais os que avaliam o impacto destes na sustentabilidade ambiental do que aqueles que avaliam a sustentabilidade econômica (Cabrera et al., 2020). Dessa forma, apesar de estas questões estarem cada vez mais presentes na comunidade científica, ainda são necessários mais estudos que avaliem o seu verdadeiro impacto.

CONCEITOS DE SUSTENTABILIDADE

Os conceitos de sustentabilidade envolvem três domínios diferentes, não sendo possível que cada um deles funcione por si só. Estão sempre interligados, e uma mudança num dos domínios irá afetar os restantes (Figura 1). Resumidamente, a garantia de sustentabilidade ambiental deve ocorrer por meio de boas práticas agrícolas, da manutenção de habitats para os animais nativos dessas regiões e da integridade das florestas, banindo-se o desmatamento de áreas de floresta tropical, assim como garantindo-se a gestão eficiente e racional das matérias-primas e de resíduos formados. Para garantir a sustentabilidade social, é necessário perceber se os direitos humanos são respeitados, se há justiça social, se não existe trabalho infantil ou qualquer outra forma de trabalho forçado, e se os agricultores e as comunidades envolvidas estão a ter condições de vida justas e dignas. Por fim, no que respeita à sustentabilidade econômica, é importante perceber se os agricultores são pagos de forma justa pelo seu produto, e se isso é traduzido em investimento e melhoria das zonas de produção e das comunidades (El-Haggar & Samaha, 2019).

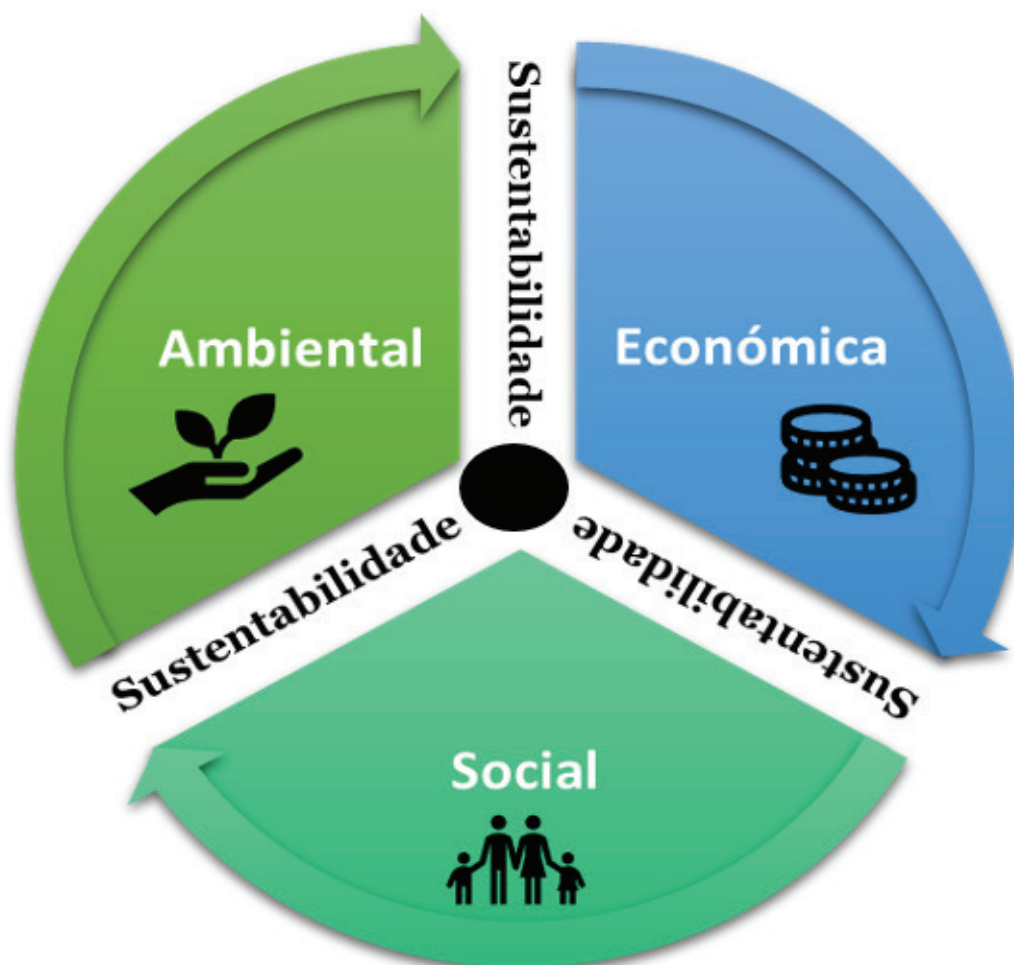


Figura 1. Esquema representativo dos três domínios da sustentabilidade e a forma como se encontram interligados.

Nos países consumidores, em geral muito afastados dos produtores, pode surgir a questão: qual a forma de garantir que se está a comprar café que apoia os agricultores, o ambiente e a economia? A resposta a esta questão são os cafés certificados. Apesar de a sustentabilidade não requerer verificações ou certificações, estas continuam a ser as únicas formas que dão garantias aos consumidores de práticas que garantem a sustentabilidade (ITC, 2011).

Inicialmente, o crescimento do café no mercado global foi acompanhado de vários problemas sociais, ambientais e econômicos e, assim, o café tornou-se uma das primeiras matérias-primas para a qual foram implementadas certificações (Potts et al., 2014; Dietz et al., 2018). Algumas dessas certificações, apesar de atuarem nos países produtores, tiveram origem nos países desenvolvidos (importadores/consumidores) que se preocuparam com questões ambientais, qualidade de vida no trabalho e qualidade do produto final (Brando, 2019).

A *International Organization for Standardization* (ISO) define a certificação como sendo “a provisão por um organismo independente, de garantia por escrito (um certificado) de que o produto, serviço ou sistema em questão atende a requisitos específicos” (ISO, 2020, tradução nossa). Desta forma, as certificações podem considerar-se um elo entre agricultores, retalhistas e consumidores, uma vez que dão informação sobre o produto desde o cultivo até a comercialização e são uma ferramenta útil de credibilidade, já que mostram se o produto corresponde às expectativas do cliente (Brando, 2019; ISO, 2020).

No contexto da sustentabilidade, existem diferentes tipos de certificação que podem ser aplicadas ao café. Há uma certificação específica da União Europeia (UE) e obrigatória para produtos orgânicos pré-embalados na UE que se designa por “Eurofolha”, que será descrita mais à frente. Existem também os padrões voluntários de sustentabilidade [do inglês *Voluntary Sustainability Standards* (VSS)], ou também recentemente denominados por Akoyi et al. (2020) como “padrões privados de sustentabilidade” [do inglês *Private Sustainability Standards* (PSS)], que são certificações privadas e não governamentais, sujeitas à monitorização, que promovem abordagens sustentáveis na produção e na restante cadeia de valor, e que no caso do café são: *Organic*, *Rainforest Alliance*, *UTZ Certified*, *Fairtrade* e, por fim, *Common Code for the Coffee Community Association* (4C). Das VSS, fazem ainda parte as iniciativas privadas empresariais para a sustentabilidade como o Programa Nespresso *AAA Coffee Sustainable Quality* e as práticas *Starbucks Coffee And Farmer Equity* (C.A.F.E.) (Janssen & Hamm, 2011; Komives & Jackson, 2014; Glasbergen, 2018; Voora et al., 2019; ICO, 2020a; Pião et al., 2020).

De forma simplificada, é comum associar-se *Organic* com a agricultura sustentável, *Rainforest Alliance* com o meio ambiente, *UTZ Certified* com a melhor gestão das fazendas, *Fairtrade* com a sustentabilidade social, e *4C* como um padrão básico de iniciação às restantes certificações. Estas VSS são frequentemente conhecidas pelas suas origens, principais áreas onde atuam ou pelos clientes, porém, como irá ser descrito mais à frente, elas atuam em vários pontos para além daqueles aos quais as associamos (Brando, 2019).

Apesar do grande número de VSS diferentes associadas à cadeia de produção do café, os seus objetivos são comuns ou cruzam-se, muitas vezes, e passam por garantir o cumprimento das ideologias adjacentes a um ou mais dos três domínios de sustentabilidade, o que faz com que possam competir entre si, apesar de todas elas se basearem em regulamentos privados e diferentes (Dietz et al., 2018; Brando, 2019).

O *Sustainable Coffee Challenge* (desafio do café sustentável) foi criado pela *Conservation International* e pela *Starbucks* em 2015, durante a conferência climática de Paris, e conta com o esforço de diversas entidades (como, por exemplo, a *Conservation International*, *Nespresso*, *Starbucks*, *Fairtrade*, *4C*, *Rainforest Alliance*, *McDonald's Corporation*, entre muitas outras (Sustainable Coffee Challenge, 2020a), para tornarem o setor cafeeiro 100% sustentável. Esse caminho que todos

percorrem para atingir uma demanda superior por café sustentável passa pelo aumento da transparência, pensamento comum acerca da sustentabilidade e colaboração para rapidamente alcançar o desejado. O *Sustainable Coffee Challenge* será atingido, quando se garantir:

- Que os cafeicultores obtenham da sua atividade agrícola melhores rendimentos e lucros justos, contribuindo, assim, para a prosperidade das suas vidas, das dos seus trabalhadores e das suas famílias.
- Quando a agricultura for feita segundo práticas sustentáveis, mas com aumento significativo de produtividade (para que a oferta seja capaz de fazer face ao crescente consumo de café proveniente de locais social e ambientalmente responsáveis).
- Quando não ocorrer o desmatamento de nenhum hectare de floresta para a produção de café ou o esgotamento de recursos naturais para melhorarem a qualidade dessa cultura (Sustainable Coffee Challenge, 2020b).

A forma que as empresas aderentes têm para demonstrarem que cumprem os princípios, regras e normas de uma certificação passa pela utilização de um logotipo oficial no rótulo dos seus produtos, que torna então visível o seu compromisso responsável (Ssebunya et al., 2019). Ao longo do presente artigo também será possível consultar os logotipos utilizados na rotulagem do café referentes a cada certificação no contexto apresentado. No entanto, o aumento de selos/imagens/comprovativos de certificação leva por vezes a que os consumidores se sintam confusos na hora da compra e, dessa forma, as empresas têm de investir economicamente para serem credíveis e demonstrarem que efetivamente têm essa responsabilidade (Dietz et al., 2018).

O principal objetivo deste artigo foi esclarecer e ajudar os consumidores a estarem informados relativamente às certificações que estão presentes nos rótulos do café, no âmbito da sustentabilidade. Assim, propomo-nos a tentar consciencializar e a informar quais as principais diferenças entre as diferentes certificações previamente mencionadas, em que domínios da sustentabilidade têm maior ação e impacto, e responder, por fim, apesar que preliminarmente, qual o impacto que as certificações têm a nível social, económico e ambiental (Tabela 1). Na parte final desta revisão encontram-se, ainda, outras informações que constam dos rótulos e que podem suscitar dúvidas ao consumidor sobre seu significado. Assim, pretendemos contribuir para um maior esclarecimento ao consumidor de café.

PADRÕES VOLUNTÁRIOS DE SUSTENTABILIDADE (VSS)

Organic

Muitos produtos químicos sintéticos que são utilizados na agricultura são tóxicos para a biodiversidade e para o meio ambiente (Sosa et al., 2008). Tais agroquímicos podem constituir fontes de poluição direta dos solos e das águas (Elbana et al., 2019). Inicialmente, quando começaram a ser introduzidos nas culturas, os químicos sintéticos permitiram que estas se tornassem mais férteis e, conseqüentemente, a produtividade aumentou. Porém, atualmente, isso já não se verifica porque os solos estão saturados e já não têm a capacidade de degradação natural dos compostos introduzidos, o que pode levar à poluição adicional dos recursos hídricos envolventes. Assim, a sua acumulação desses compostos no solo passou a ser uma preocupação ambiental. A solução a este problema passará pela implementação de uma agricultura mais sustentável. Acresce a este fator o aumento da procura e aquisição por parte dos consumidores por alimentos biológicos isentos de produtos químicos prejudiciais à saúde (Datta et al., 2016).

Tabela 1. Resumo das ideologias de cada certificação e a dimensão da sustentabilidade em que atuam.

VSS	Sustentabilidade			Referência
	Ambiental	Social	Econômica	
Organic	<p>Proíbe o uso de agroquímicos e fertilizantes inorgânicos.</p> <p>Proíbe a utilização de OGM.</p> <p>Proíbe o desmatamento florestal.</p> <p>Sustenta a saúde dos solos e ecossistemas.</p> <p>Preserva e respeita a biodiversidade.</p> <p>Utilização consciente de recursos naturais e energia.</p> <p>Garante a qualidade da água.</p>	-----	-----	(Valkila, 2009; Comissão Europeia, 2020c; Pião et al., 2020)
Rainforest Alliance	<p>Preocupação com a biodiversidade (garante refúgio para os animais selvagens).</p>	<p>Direitos dos trabalhadores e comunidade.</p> <p>Salários justos.</p> <p>Maquinaria e condições de trabalho apropriadas.</p> <p>Acesso à educação e à saúde.</p>	<p>Os agricultores podem aceder a mercados mais competitivos.</p> <p>Acesso a um preço <i>premium</i>.</p>	(Potts et al., 2014; ICO, 2020a; Pião et al., 2020)
UTZ Certified	<p>Melhor gestão das fazendas com base em melhores práticas agrícolas.</p> <p>Minimizar e documentar o uso de agroquímicos.</p>	<p>Melhoria da qualidade de vida dos agricultores e das suas famílias.</p> <p>Garantia dos direitos dos trabalhadores. Acesso a cuidados de saúde e educação.</p> <p>Erradicação do trabalho infantil.</p>	<p>Melhoria e transparência nos mercados.</p> <p>Aumento do valor associado ao produto.</p> <p>Acesso a um preço <i>premium</i>.</p>	(ICO, 2020a; Pião et al., 2020; UTZ Certified, 2020a)
Fairtrade	<p>Práticas agrícolas sustentáveis: uso mínimo e seguro de agroquímicos, gestão de resíduos, fertilidade dos solos e uso racional dos recursos hídricos, e não uso de OGM.</p>	<p>Trabalho de forma justa.</p> <p>Garantia de direitos laborais.</p>	<p>Preço mínimo pago pelo café.</p> <p><i>Fairtrade Premium</i>.</p> <p>Relações comerciais de longo prazo.</p> <p>Estabilidade financeira.</p> <p>Promovendo o empreendedorismo e o desenvolvimento das comunidades rurais.</p>	(Potts et al., 2014; Fairtrade International, 2020a)
4C	<p>Aplica as boas práticas agrícolas e de gestão nas fazendas.</p>	<p>Elucida e facilita aos agricultores a entrada nas restantes certificações.</p> <p>Ajuda pequenos agricultores a trabalharem de forma mais sustentável e, conseqüentemente, mais rentável.</p>	<p>Meio de verificação economicamente mais acessível.</p> <p>O produto, ao entrar em cadeias de suprimento mais sustentáveis, justas e confiáveis, traz benefícios econômicos para os agricultores.</p>	(Potts et al., 2014; 4C, 2020b)

A agricultura orgânica (*organic griculture*) ou mais comumente conhecida em Portugal por agricultura biológica, baseia-se em quatro princípios básicos: da saúde, da ecologia, da justiça e do cuidado. Estes princípios traduzem o contributo que a agricultura orgânica pode dar ao mundo (Ifoam Organics International, 2020b). Assim, a definição de agricultura orgânica é:

A Agricultura Orgânica é um sistema de produção que sustenta a saúde dos *solos*, dos *ecossistemas* e das *pessoas*. *Conta com processos ecológicos, biodiversidade e ciclos adaptados às condições locais*, e não no uso de insumos com efeitos adversos. A Agricultura Orgânica combina *tradição, inovação e ciência* para beneficiar o ambiente compartilhado e promover *relações justas* e uma *boa qualidade de vida* para todos os envolvidos. (Ifoam Organics International, 2020a, grifo nosso, tradução nossa).

Quando surgiu a primeira fazenda de café certificado, nos anos 60 do século XX, apenas se garantia a produção de café sem a utilização de produtos químicos. Posteriormente, o interesse focou-se em construir fazendas sustentáveis que apresentassem também solos saudáveis. Assim, a agricultura biológica, tal como a conhecemos hoje, garante não só a integridade ambiental como a saúde pessoal (Potts et al., 2014). Esta certificação proíbe o uso de agroquímicos, como pesticidas e fungicidas e, também, fertilizantes inorgânicos; proíbe a utilização de organismos geneticamente modificados (OGM) e seus derivados; proíbe as práticas de desmatamento florestal; requer medidas de controle da erosão dos solos e medidas de implementação da fertilidade dos solos; utiliza de forma responsável os recursos naturais e a energia; permite a manutenção da qualidade da água; garante a manutenção da biodiversidade; preserva o equilíbrio ecológico regional; e incentiva os agricultores a preservarem o bem-estar animal e a atenderem às suas necessidades comportamentais (Valkila, 2009; Comissão Europeia, 2020c; Pião et al., 2020).

Um estudo realizado no Brasil refere que agricultores inquiridos aderem à conversão da agricultura convencional para a agricultura orgânica por diversas razões, mas fazem-no principalmente porque consideram mais importante poderem praticar uma agricultura de forma mais sustentável, e que inerente a isso está também uma alimentação mais saudável (Maas et al., 2018).

Apesar de a agricultura biológica ter benefícios, como referido anteriormente, e ser a certificação mais antiga, a venda deste tipo de café cresce a um ritmo mais lento em comparação ao café certificado pelas outras VSS (Potts et al., 2014).

EU organic ou Eurofolha

A Eurofolha é o símbolo uniforme utilizado na União Europeia para alimentos orgânicos. É obrigatório o seu uso desde 1 julho de 2012, em alimentos e produtos alimentícios biológicos, pré-embalados na UE (Ifoam Organics Europe, 2020; Quercus, 2020). A Eurofolha, permite a fácil identificação aos consumidores, de quais os produtos orgânicos produzidos e/ou embalados pela União Europeia e facilita também aos agricultores a comercialização desses produtos (Comissão Europeia, 2020b).

Esse logotipo é de fácil identificação, visto que nos casos mais comuns tem um fundo verde (apesar de poder ter outras cores), e no seu interior está o contorno de uma folha construída com as 12 estrelas da UE. Por esse motivo, esse símbolo é conhecido como Eurofolha (Comissão Europeia, 2020b; Quercus, 2020).

Esse logotipo é também acompanhado por outras informações importantes, como o número do código da autoridade ou organismo que certifica e controla o produto, e pela identificação da região geográfica de onde provêm as matérias-primas agrícolas que constituem o produto. Essas matérias primas podem ou não ser produzidas na UE, porém, essa informação consta no logotipo, referindo “agricultura UE” ou “agricultura não UE”. Esta última informação é aquela que está contida nos rótulos de café com certificado biológico, visto que é um produto importado (Ifoam Organics Europe, 2020).

Esses produtos devem estar em conformidade com os seguintes regulamentos: Regulamento (CE) n.º 834/2007 do Conselho, “relativo à produção biológica e à rotulagem dos produtos biológicos”

e Regulamento (CE) n.º 889/2008 do Conselho, “relativo à produção biológica e à rotulagem dos produtos biológicos, no que respeita à produção biológica, à rotulagem e ao controlo” (Ifoam Organics Europe, 2020). Esses regulamentos estabelecem as regras gerais, princípios e objetivos da produção orgânica e, ainda, definem como os produtos devem ser rotulados, distribuídos e comercializados (Comissão Europeia, 2020a).

Outro aspecto importante é que existe uma premissa de que todos os processos – desde a produção (sejam alimentos produzidos na UE ou importados) até à comercialização – sigam legislações e, segundo elas, sejam verificados pelos organismos ou autoridades de controle. Após a inspeção e verificação, todas as entidades operadoras ao longo da cadeia alimentar (que engloba os setores do processamento, distribuição e venda dos produtos) recebem um certificado que comprova que trabalham segundo os padrões orgânicos. Todos os anos, pelo menos uma vez, essas entidades são sujeitas a inspeções e verificações periódicas, para comprovar que continuam a atuar em conformidade (Comissão Europeia, 2020c).

O logotipo biológico da UE só pode ser usado em produtos que contenham pelos menos 95% dos ingredientes biológicos, e os outros 5% devem respeitar condições estritas. Além disso, o mesmo ingrediente não pode estar presente no produto na forma biológica e não biológica (Comissão Europeia, 2020b). Para além dessas informações importantes que esse símbolo transmite ao consumidor, descreve também que o produto cumpre todas as regras de agricultura biológica, tal como mencionado no ponto anterior.

Em razão do elevado interesse mostrado pelos consumidores Europeus e, conseqüentemente, do rápido crescimento que tem vindo a ser observado nas práticas de Agricultura Biológica, a partir de 1 de janeiro de 2021, será implementado um novo quadro jurídico que engloba as necessidades da indústria e garante aumentar a confiança dos consumidores (Comissão Europeia, 2020c).

De fato, a necessidade de informar os consumidores é premente. A percentagem de pessoas inquiridas que reconhece um símbolo errado, como sendo o verdadeiro símbolo europeu, só porque tem a palavra “BIO” inscrito, ainda é bastante elevada (Zander et al., 2015); os autores concluíram, também, que o conhecimento dos consumidores ainda era limitado sobre esse assunto, tendo apresentado como solução as campanhas de sensibilização ou promoção, assim como a apresentação clara da rotulagem, para que os consumidores não se sintam enganados ou confundidos.

Rainforest Alliance

Como foi referido anteriormente, o cafeeiro é uma planta endógena de países tropicais. Como consequência, é cultivado, em muitos casos, em áreas protegidas em razão da biodiversidade que ali habita. Assim, o cultivo legal de café nessas zonas é possível apenas porque existe a certificação *Rainforest Alliance* (ICO, 2020a), que foi fundada com o princípio de “conservar a biodiversidade e garantir meios de subsistência sustentáveis, transformando a terra – práticas de uso, práticas comerciais e comportamento do consumidor” (Potts et al., 2014, tradução nossa). Generalizando, o principal objetivo desta certificação é melhorar o futuro da natureza e das pessoas, pois primeiramente torna as empresas mais responsáveis. Assim, procura a conservação da biodiversidade, pois defende que as cafeiculturas podem servir de refúgio para os animais selvagens. Integra também os direitos dos trabalhadores e suas famílias e condições de vida sustentáveis para todos os que se encontram na comunidade. A *Rainforest Alliance* garante também assistência aos agricultores, pois fornece ferramentas para a gestão sustentável das fazendas com vista à produtividade. Economicamente, permite que os agricultores possam negociar e entrar em mercados mais competitivos e, ainda, que possam ter acesso ao preço *premium*. Socialmente, esta certificação tenta garantir que os trabalhadores recebam salários justos, tenham acesso aos equipamentos apropriados para a melhor execução das suas tarefas e acesso a condições de saúde e educação (ICO, 2020a; Pião et al., 2020).

A *Rainforest Alliance* e a *Sustainable Agriculture Network* (SAN) são duas organizações não governamentais que se aliam. Até 2017, o SAN era a entidade que elaborava as normas de certificação para a *Rainforest Alliance* (Potts et al., 2014; SAN, 2017). Em 2017, ambas as entidades assinaram um

acordo que permite que a *Rainforest Alliance* seja proprietária do sistema de certificação compartilhado entre ambas. Esse contrato permitiu, ainda, que a *Rainforest Alliance* pudesse usar as normas de 2017 criadas pela SAN (SAN, 2017). Até 2020/2021, as auditorias das fazendas certificadas pela *Rainforest Alliance* seguem as diretrizes *The Rainforest Alliance 2017 Sustainable Agriculture Standard* e *The Rainforest Alliance 2017 Lists for Pesticide Risk Management*, que foram construídas com base em padrões desenvolvidos pelo SAN, em 2010, mas que, atualmente, são propriedade exclusiva da *Rainforest Alliance* (Rainforest Alliance, 2017; SAN, 2017). A nova norma (2020) da *Rainforest Alliance* – “*Rainforest Alliance Sustainable Agriculture Standard, applicable for smallholder farms*” Draft Standard 2.0 – já inclui os princípios da *UTZ Certified*, como será abordado mais à frente.

A *Rainforest Alliance* está a desenvolver um novo programa de certificação 2020 (publicado em junho de 2020), que inclui os novos padrões de agricultura e cadeia de custódia. Em 2021, está previsto começarem as auditorias segundo esses novos padrões; até lá, tanto a *Rainforest Alliance* como a *UTZ Certified* podem continuar a usar os seus padrões em paralelo, até que o processo de transição esteja concluído (Rainforest Alliance, 2020a).

Qualquer consumidor pode aliar-se à causa que a *Rainforest* defende, adquirindo produtos de parceiros que contenham no seu rótulo o selo “green frog” (Figura 4) (Rainforest Alliance, 2020b).

UTZ Certified

A *UTZ Certified*, quando fundada em 2002, chamava-se *Utz Kapeh*, que na língua Quiché significa “bom café”) (Potts et al., 2014). As ideias desta certificação passam por garantir uma produção agrícola responsável nas fazendas, defendendo os princípios de melhoria e transparência nos mercados (Pião et al., 2020). Além disso, pretende monitorizar as atividades agrícolas (que devem minimizar e documentar o uso de agroquímicos) e, em termos sociais, pretende proteger os direitos dos trabalhadores, garantindo o acesso a cuidados médicos e educação para os empregados e suas famílias e, ainda, pretende erradicar o trabalho infantil (ICO, 2020a; *UTZ Certified*, 2020a). Os agricultores podem tirar partido dessa certificação, pois, ao melhorarem as suas práticas de produção e processamento, aumentam o valor associado ao seu produto por este apresentar maior qualidade – preço *premium*. Esse valor irá variar consoante os valores do mercado (Pião et al., 2020).

A norma usada pela *UTZ Certified*, para certificar as fazendas, segue duas vertentes distintas ao longo do processamento do café: a primeira, denomina-se Código de Conduta e é referente ao processo de cultivo e colheita; a segunda é chamada Cadeia de Custódia e engloba o café desde as plantações até a chegada às prateleiras do supermercado (*UTZ Certified*, 2020c).

Desde que foi fundada, a *UTZ Certified* tornou-se, de forma independente, uma das maiores certificações de café, maioritariamente devido a parcerias com os fabricantes europeus. Continuou a expandir-se e, em 2012, pertencia-lhe o maior número de vendas comparativamente com qualquer outro VSS, o que lhe garantiu a segunda posição (o primeiro lugar é ocupado por café certificado pela *4C Association*), em termos de volume de café sustentável produzido, segundo uma norma de sustentabilidade (Potts et al., 2014).

Em janeiro de 2018, a *Rainforest Alliance* e a *UTZ Certified* uniram-se, pois os seus objetivos eram complementares. Essa união permitirá aos agricultores ter melhores meios de subsistência e, ainda, proteger a floresta onde vivem e trabalham. Por esse motivo, a norma usada a partir de 2020 pela *Rainforest Alliance* – a *2020 Sustainable Agriculture Standard* – foi reformulada para conter os princípios da *UTZ Certified* (Rainforest Alliance, 2019). Em 1 de setembro de 2020, o novo logotipo da *Rainforest Alliance* já poderá ser usado pelos seus parceiros e, com esta junção, o logotipo *UTZ Certified* deixará de ser usado. Esse novo logotipo contém as palavras chave que caracterizam as ações dessa certificação: *People & Nature* (Figura 2) (Rainforest Alliance, 2020c). Apesar de ser encorajado o uso do novo símbolo *Rainforest Alliance* (*UTZ Certified*, 2020b), as empresas podem adotar um logotipo temporário (Figura 3).



Figura 2. Junção dos logotipos de *Rainforest Alliance* e *UTZ Certified*, que estará visível nos produtos a partir de 1 de setembro de 2020.

Fonte: Rainforest Alliance (2020d).

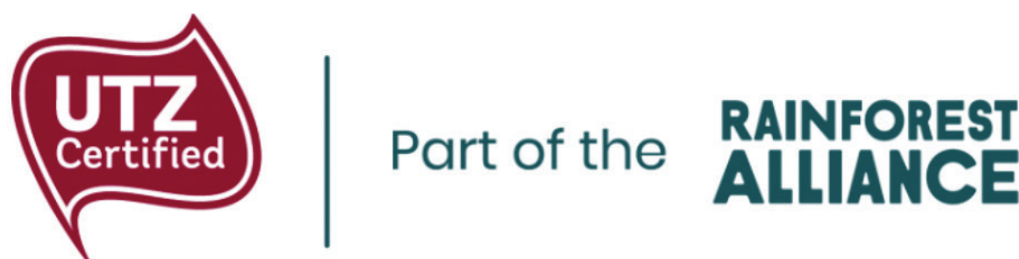


Figura 3. Logotipo *UTZ Certified* que pode ser usado pelas empresas, temporariamente.

Fonte: UTZ Certified (2020b).

Fairtrade

A certificação *Fairtrade* surgiu para responder ao declínio e inconstância dos preços do café. Nas outras certificações, o preço *premium* depende dos preços do café no mercado. Se o preço do café estiver em declínio, os agricultores irão receber menos rendimentos. Esta é a única certificação que paga aos agricultores um preço mínimo e justo pelo seu café, mesmo se o preço do café estiver inconstante ou em declínio (Valkila, 2009; Potts et al., 2014).

A certificação *Fairtrade*, que trabalha apenas com organizações de pequenos agricultores, fornece um *Fairtrade Premium*, uma quantia extra em dinheiro que permita aos agricultores fazerem investimentos em projetos ou negócios que melhorem o desenvolvimento social, ambiental e econômico, mas que lhes permita, principalmente, cobrir os custos de uma produção mais sustentável. Além disso, prevê: melhorar e garantir os direitos laborais; estabelecer relações comerciais de longo prazo, o que permite a estabilização financeira e controle dos pequenos agricultores sobre o processo comercial; e definir critérios claros que permitam que os produtores trabalhem de forma socialmente justa, economicamente viável e ambientalmente responsável (Valkila, 2009; Fairtrade International, 2020a, 2020b; Pião et al., 2020).

Os padrões da *Fairtrade* não exigem certificação orgânica, porém, este tipo de produção é incentivada e, quando praticada, é recompensada com o pagamento de preços mínimos de *Fairtrade* mais elevados. Assim, ambientalmente, a certificação *Fairtrade* aposta também em práticas agrícolas sustentáveis, como: uso minimizado e seguro de agroquímicos, garantia da fertilidade dos solos, gestão eficaz dos resíduos, uso racional dos recursos hídricos e proibição do uso de OGM (Fairtrade International, 2020a).

A *Fairtrade International (FLO)* (ou *Fairtrade Labelling Organizations International*, ou simplesmente *Fairtrade*) (Potts et al., 2014) é uma entidade que trabalha para partilhar os benefícios do comércio de forma mais igualitária e, para isso, recorre a padrões que elabora, como certificações que permitem apoiar o produtor por meio desses programas (Fairtrade International, 2020a). A *Fairtrade International* é proprietária da FLOCERT. Este é um organismo independente de certificação, que é responsável por certificar e auditar todos os envolvidos na cadeia de suprimento, garantindo assim a integridade desde a matéria-prima até a embalagem final dos produtos certificados pela *Fairtrade*. É importante referir que esse organismo de certificação é acreditado pela *ISO/IEC 17065:2012 - Conformity assessment – Requirements for bodies certifying products, processes and services*, o que mostra transparência e independência no trabalho que realizam (Flo-cert, 2020).

Associação *Common Code for the Coffee Community (4C)*

A associação *Common Code for the Coffee Community (4C)*, também conhecida como Associação *4C*, surgiu após a crise de 2001 ter levado à necessidade de convergência entre os principais representantes do setor privado: *Fairtrade*, *Rainforest Alliance* e *Organic*. Assim, segundo os especialistas, *4C* é referida como a porta de entrada para outras certificações (Potts et al., 2014; Pião et al., 2020).

Foi criada para atender às necessidades dos produtores e considerada uma ferramenta inicial para estes darem os primeiros passos em direção à sustentabilidade. A *4C* tem duas vertentes: por um lado, pretende tornar a cadeia de suprimento mais sustentável e transparente; por outro, permite que os agricultores obtenham melhores meios de subsistência (Potts et al., 2014; 4C, 2020b; Pião et al., 2020).

A Associação *4C* passou por vários processos até que, por fim, se transformou num padrão de sustentabilidade que tem como objetivo reduzir a barreira existente à entrada de produtos na cadeia de suprimentos. Porém, continua a ser uma associação que se compromete a estimular a procura por cafés sustentáveis certificados. Assim, não só é responsável por promover o seu próprio padrão de sustentabilidade, mas também promove os outros padrões de sustentabilidade de membros dessa associação: *Fairtrade*, *UTZ Certified* e *Rainforest Alliance* (Potts et al., 2014). Por ser uma certificação que utiliza meios de verificação economicamente mais acessíveis, apresentou maior crescimento em produção e vendas (Potts et al., 2014) e, seu trabalho com padrões que permitem condições socialmente, economicamente e ambientalmente sustentáveis, na produção e processamento do café favorece a entrada deste produto em cadeias de suprimento sustentáveis, justas e confiáveis (4C, 2020b).

O café que é produzido em conformidade com o código de conduta da Associação *4C* segue um conjunto de práticas e princípios que abrangem as três dimensões da sustentabilidade (4C, 2020b). Este código apresenta 27 princípios baseados nas boas práticas agrícolas e de gestão, assim como diretrizes internacionais que são aceitas no setor cafeeiro, e apresenta, ainda, 10 práticas que não são aceitas e que a empresa deve banir de suas práticas antes de requerer a certificação *4C* (QIMA, 2020).

A entidade responsável para elaborar o sistema de certificação *4C* é a *4C Services GmbH* (4C, 2020b). Porém, existem vários organismos de certificação e auditoria aprovados pela *4C*, destacando-se, como exemplo, o *QIMA-WQS*. Este organismo garante a segurança, qualidade e higiene alimentar (QIMA, 2020; WQS, 2020). Os organismos aprovados pela *4C* seguem algumas regras, e uma delas também é serem acreditados pela *ISO/IEC 17065* (4C Services GmbH, 2020).



Figura 4. Logotipos dos produtos certificados pelas diferentes VSS: a) Organic ou Biológico; b) Rainforest Alliance; c) UTZ Certified; d) Fairtrade; e) Associação 4C.

*Certificados encontrados em rótulos de café à venda em Portugal, até a data; **Em setembro de 2020 estes símbolos deixarão de existir tal como os conhecemos agora.

Fonte: 4C (2020a); Fairtrade Foundation (2020); Ifoam Organics Europe (2020); Rainforest Alliance (2020d).

VSS que surgiram de iniciativas empresariais para a sustentabilidade no setor do café

A crescente introdução de normas no setor cafeeiro proporcionou que duas das principais empresas de café optassem por criar os seus próprios padrões de compra ou diretrizes corporativas. São diferentes dos sistemas de certificação e verificação das restantes VSS, pois cada empresa adotou um padrão específico, porém, há pontos em que as ideologias se cruzam. As VSS que surgiram das iniciativas empresariais não se preocupam apenas com a sustentabilidade ambiental, social e econômica, mas também apostam fortemente na melhoria da qualidade, garantindo assim gestão da qualidade e fornecimento sustentável ao longo de toda a cadeia de valor (ITC, 2011; Potts et al., 2014). Os dois exemplos mais conhecidos, que serão detalhados em seguida, são o Programa Nespresso AAA *Sustainable Quality* e as Práticas *C.A.F.E.* da *Starbucks*.

Programa Nespresso AAA *Coffee Sustainable Quality*

O programa Nespresso AAA *Sustainable Quality* é resultante de uma colaboração entre a Nespresso (empresa que faz parte do grupo Nestlé) e a *Rainforest Alliance*. Após verificarem um grande crescimento inicial, surgiu a necessidade de garantia de que no futuro haverá matéria-prima (Nestlé Nespresso SA, 2020a). Os objetivos desse programa são: “criar um suprimento sustentável de café da mais alta qualidade e melhorar a situação dos cafeicultores e de suas comunidades” (Nestlé Nespresso SA, 2020b, tradução nossa). Resumidamente, esta colaboração pretende garantir a qualidade do produto final, mas simultaneamente a sustentabilidade do processo (Nestlé Nespresso SA, 2020b). Os “três As” representam os pilares do programa: qualidade, sustentabilidade e produtividade (Nestlé Nespresso SA, 2016).

Assim, o Programa AAA permite que os agricultores recebam prêmios em dinheiro, pelo café cultivado segundo as melhores práticas agrícolas, fornece formação e condições para que eles invistam em infraestruturas e disponibiliza assistência técnica para a melhoria contínua da qualidade do café, com vista ao aumento da produtividade e garantia da sustentabilidade. Assim, promove melhorias nas condições sociais, ambientais e econômicas para os cafeicultores e toda a comunidade. Além disso, a Nestlé garante uma relação direta e contínua com os agricultores abrangidos pelo programa, garantindo aos consumidores a consistente qualidade dos seus cafés (Nestlé Nespresso SA, 2016).

O café Nespresso é proveniente, em percentagens distintas, de fazendas certificadas pelo programa Nespresso AAA e fazendas certificadas *Rainforest Alliance*. O logotipo pode ser encontrado nas embalagens de café dessa marca (Figura 5 A) que, produzido em conformidade com esses padrões, representa um café de qualidade sustentável (Nestlé Nespresso SA, 2020b).

Práticas *Starbucks* (*C.A.F.E.*)

As Práticas *Coffee and Farmer Equity* (*C.A.F.E.*) são um projeto da *Starbucks* em parceria com a *Conservation International* que, por meio de verificação, avaliam as condições das fazendas tendo em conta os critérios econômicos, sociais e ambientais. Todos estes critérios foram pensados de forma a promover práticas de cultivo transparentes, rentáveis e sustentáveis e visam, ainda, garantir

o bem-estar dos agricultores, dos trabalhadores das cafeiculturas, das suas famílias e de toda a comunidade. Essas práticas ajudaram a *Starbucks* a criar, a longo prazo, um fornecimento de café de elevada qualidade e a influenciar positivamente a vida dos cafeicultores e daqueles que os rodeiam. As práticas *C.A.F.E.* garantem a proteção dos direitos dos trabalhadores, a elaboração de relatórios financeiros e a conservação da água e da biodiversidade (Starbucks Corporation, 2020).

As práticas *C.A.F.E.* da *Starbucks* atuam em quatro áreas descritas a seguir.

Transparência econômica – os fornecedores da *Starbucks* devem apresentar evidências dos pagamentos aos agricultores (esta é uma forma de se saber de onde o café vem, qual o preço pago aos agricultores e quem estes são).

Responsabilidade social – garante a proteção social dos cafeicultores, promovendo condições de trabalho humanas, seguras e justas; além destas, prevê a avaliação de salários (dependendo da sazonalidade) e outras questões relacionadas com a remuneração; por fim, garante acessos a cuidados de saúde e educação, e não é permitido nem tolerado qualquer tipo de trabalho infantil.

Liderança ambiental – este programa prevê que o café seja cultivado e processado segundo práticas agrícolas sustentáveis que englobam medidas de preservação da qualidade da água e redução do seu uso, melhoria dos solos e preservação da biodiversidade; prevê também a redução do uso de agroquímicos, não permitindo o uso de pesticidas, e proíbe a utilização de florestas naturais para a produção agrícola. **Qualidade** – a *Starbucks* vende apenas café arábica da melhor qualidade, pagando aos agricultores prêmios que apoiam o fornecimento contínuo deste tipo de café de qualidade *premium*; além disso, paga prêmios às cadeias de suprimento que mostrem melhoria contínua e atinjam o mais alto nível de desempenho (Starbucks Corporation, 2020).

As práticas *C.A.F.E.* não são apenas um sistema de certificação, mas também um programa de verificação, pois a *Starbucks* baseia-se na melhoria contínua e acredita que há sempre mais e melhor a fazer pela qualidade dos seus cafés. O processo de verificação da conformidade é realizado por entidades externas, mas é supervisionado pela *SGS Global Services*, que é a entidade responsável por garantir a integridade e a qualidade das auditorias realizadas (Starbucks Corporation, 2020).

Atualmente, a *Starbucks*, em parceria com a *Conservation International*, está comprometida em verificar e fornecer aos seus clientes café 100% de origem ética, obtido por meio das práticas agrícolas sustentáveis de acordo com as propostas pela *C.A.F.E.* Esta é a informação que pode ser consultada nos rótulos das embalagens de Café *Starbucks* (Figura 5 B) vendido em supermercado (Conservation International, 2020).



A) Programa Nespresso AAA
Coffee Sustainable Quality

B) Práticas Starbucks Coffee and
*Farmer Equity (C.A.F.E.)**

Figura 5. Logotipos: A) nos cafés Nespresso certificados pelo programa Nespresso AAA; B) nos cafés Starbucks que seguem as práticas *C.A.F.E.*

Fonte: Conservation International (2020); Nestlé Nespresso SA (2020a). *Fotografia tirada a um rótulo de uma caixa de Café *Starbucks* vendido em supermercado. Foto: Joana Ferreira da Silva.

Outras informações que podem constar nos rótulos

Neste último ponto, descrevem-se outras informações que constam em alguns rótulos de embalagens de cafés, à venda em superfícies comerciais, e cujo significado pode não ser conhecido pelos consumidores. Por isso, pretende-se esclarecer os seus conceitos. A certificação *Florest Stewardship Council* (FSC) também está relacionada com a garantia da sustentabilidade ambiental e a melhor gestão das florestas. O selo *Portuguese Coffee* é um certificado de origem que garante as características únicas de um café produzido em Portugal.

Certificação FSC

O certificado FSC é um selo que se pode encontrar em algumas das embalagens de cartão que transportam, por exemplo, o café vendido em supermercados (Figura 6 A). Essa certificação garante que os produtos que contêm esse selo provêm de florestas que têm planos de gestão eficazes e responsáveis e, ainda, oferecem benefícios sociais, ambientais e econômicos (FSC, 2020a).

A certificação FSC garante ser a ponte entre a floresta e o consumidor final, pois assegura que existe uma melhor gestão de conflitos no que diz respeito à pertença e uso das terras, garante a saúde e segurança dos trabalhadores, trabalha segundo políticas florestais participativas, premia a conservação da natureza e protege as espécies ameaçadas. Essa certificação não traz só benefícios para a comunidade local, mas também à sociedade em geral, que irá desfrutar no futuro do impacto que uma gestão florestal responsável trará (FSC, 2020b).

Selo *Portuguese Coffee* – *a blend of stories*

O *Portuguese Coffee – a blend of stories* (Figura 6 B) é outro selo que pode ser encontrado nas embalagens de café, mas, desta vez, específico para o café que é produzido em Portugal. É um selo que representa uma certificação de origem e que reflete uma aliança existente entre os diferentes torrefatores portugueses, que quiseram, por meio desse logotipo, divulgar as características únicas e a elevada qualidade que um café torrado em Portugal tem. Assim, essa marca institucional da Associação Industrial e Comercial do Café (AICC) surgiu com o objetivo de apoiar as empresas nacionais a divulgar o café das suas marcas. O café torrado em Portugal tem a característica interessante de ser uma mistura de grãos de café robusta e café arábica (e não 100% arábica como é comum noutros países), torrados de forma lenta, o que permite que essa mistura possua menos acidez, mais corpo e doçura e um aroma mais intenso (Portuguese Coffee, 2020).



A) Certificado FSC



B) Selo *Portuguese coffee*

Figura 6. Outras informações nos rótulos de café em Portugal: A) Certificado FSC; B) Selo *Portuguese Coffee*.

CONCLUSÕES

Com esta revisão pretendeu-se essencialmente esclarecer a sociedade sobre uma realidade que está em constante crescimento – as preocupações sobre a sustentabilidade –, nomeadamente na cadeia de produção de café que, neste caso, é mostrada pela inserção de logotipos nos rótulos, de forma a comprovar a certificação.

Assim, espera-se contribuir para que o consumidor tome decisões mais conscientes e informadas na hora de comprar café. Está descrito que a excessiva informação ou aquela que não cumpre as regras de utilização dos rótulos dos produtos pode gerar confusão aos consumidores, especialmente àqueles que não estão bem informados (Zander et al., 2015). Assim, se o consumidor não tiver conhecimento do que existe ou o que cada simbologia representa, não se sentirá aliciado a comprar o produto, até porque, em alguns casos, se verifica que o preço acresce em produtos certificados comparativamente aos não certificados. Apesar desta diferença de preço, uma significativa parte dos consumidores adere a produtos certificados, pois, se assim não fosse, as empresas não investiriam nesse tipo de certificação. Porém, também acreditamos que as empresas não estejam apenas preocupadas com os benefícios econômicos e tenham cada vez mais consciência dos problemas que o nosso planeta atravessa, querendo ter um papel ativo e de responsabilidade nesse processo.

É importante ter, ainda, em consideração, a informação presente no rótulo sobre a percentagem de café certificado que o produto contém porque, na maioria dos casos, não corresponde a 100% e, se assim for, o consumidor deve ser informado (Brando, 2019).

Relativamente às VSS, existem vários estudos que mostram vantagens e desvantagens na implementação das certificações nas fazendas. E é importante tê-los em conta, para tirar conclusões mais profundas sobre o tema.

Um estudo realizado por Ssebunya e a sua equipe (2019) comparou o desempenho de fazendas (em Uganda), com certificado *Organic e Fairtrade*, com outras pequenas cafeiculturas que não são certificadas, e concluíram que as certificadas alcançaram um melhor desempenho sustentável (Ssebunya et al., 2019).

Os preços *premium* pagos em algumas certificações, à exceção de *Fairtrade*, são variáveis conforme a oscilação que o preço do café sofre no mercado. Assim, e a longo prazo, podem não trazer benefícios aos agricultores, pois a oferta de cafés certificados está a aumentar (Brando, 2019). Além desta questão, em muitos casos, o preço *premium* recebido não é suficiente para cobrir os investimentos que são necessários (Ho et al., 2018). Um outro estudo, realizado por Bennett (2017), refere que apenas uma pequena percentagem de VSS incorpora os agricultores nas equipes de chefia e lideranças das VSS, sendo então questionável qual será a voz ativa dos agricultores se estes, que são os que conhecem a realidade de perto, não são incorporados na tomada de decisões (Bennett, 2017).

Os objetivos dessas certificações são comuns em muitos pontos e, apesar de cada uma delas, comumente, se associar apenas a uma área, acabam todas por ter objetivos muito próximos, apenas com normas privadas diferentes. Surgem, então, duas questões muito pertinentes, que são: qual a necessidade de existirem tantas certificações diferentes com objetivos comuns? Existirão interesses econômicos subjacentes às diferentes VSS? Dessa forma, não seria mais prático, até para os agricultores conseguirem escolher mais facilmente um padrão que querem implementado nas suas fazendas, haver uma harmonização das normas, e existir apenas uma certificação que englobasse todos os aspectos? Esta solução também já foi questionada por Glasbergen em 2018 (Glasbergen, 2018). O *Sustainable Coffee Challenge* poderá ser a chave para essa uniformização, pois conta com o apoio de várias VSS (Sustainable Coffee Challenge, 2020a).

Muitas outras questões se têm levantado no que diz respeito às certificações no âmbito da sustentabilidade no setor cafeeiro. Assim, no futuro, será importante avaliar o impacto delas e perceber se efetivamente estão a atingir os seus objetivos tal como os têm proposto.

Apesar de todas as questões dentro desta temática, os produtos certificados fornecem informação acerca de sua origem e produção ao consumidor, garantindo a sustentabilidade social, ambiental e econômica desejada, em comparação a um café acerca do qual não se sabe a origem ou a história.

AGRADECIMENTOS

À Fundação para a Ciência e a Tecnologia/ Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (FCT/MCTES), projeto UIDB/50006/2020, pelo financiamento por meio de fundos portugueses; ao Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), pelo financiamento do projeto U2SCOFFEE (POCI/01/0247/FEDER/033351); ao Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) através do NORTE 2020 (Programa Operacional do Norte 2014/2020), pelo financiamento do projeto AgriFood XXI I&D&I (NORTE-01-0145-FEDER-000041) . Rita C. Alves agradece à Fundação para a Ciência e a Tecnologia, pelo contrato CEECIND/01120/2017.

REFERÊNCIAS

- 4C SERVICES GMBH. **How to become a 4C Certification Body**. 2020b. Disponível em: <<https://www.4c-services.org/process/certification-bodies/>>. Acesso em: 27 maio 2020.
- 4C. **4C Certification: Logo Use and Claims**. 2020a. Disponível em: <<https://www.4c-services.org/process/logo-use-and-claims/>>. Acesso em: 22 maio 2020.
- 4C. **4C works towards sustainable coffee supply chains and improved livelihoods of farmers**. 2020b. Disponível em: <<https://www.4c-services.org/>>. Acesso em: 26 maio 2020.
- AKOYI, K.T.; MITIKU, F.; MAERTENS, M. Private sustainability standards and child schooling in the African coffee sector. **Journal of Cleaner Production**, v.264, art.121713, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121713>.
- ALVES, R.C.; RODRIGUES, F.; NUNES, M.A.; VINHA, A.F.; OLIVEIRA, M.B.P.P. State of the art in coffee processing by-products. In: GALANAKIS, C.M. (Ed.). **Handbook of coffee processing by-products**. London: Academic Press, 2017. cap.1, p.1-26. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-811290-8.00001-3>.
- BENNETT, E.A. Who governs socially-oriented voluntary sustainability standards? Not the producers of certified products. **World Development**, v.91, p.53-69, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.10.010>.
- BRANDO, C.H.J. Coffee Certification. In: FARAH, A. (Ed.). **Coffee: production, quality and chemistry: The Royal Society of Chemistry**, 2019. cap.17, p.418-428. DOI: <https://doi.org/10.1039/9781782622437-00418>.
- CABRERA, L.C.; CALDARELLI, C.E.; CAMARA, M.R.G. da. Mapping collaboration in international coffee certification research. **Scientometrics**, v.124, p.2597-2618, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03549-8>.
- COMISSÃO EUROPEIA. **Legislation for the organics sector**. 2020a. Disponível em: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/legislation_en>. Acesso em: 25 maio 2020.
- COMISSÃO EUROPEIA. **Organics at a glance**. 2020c. Disponível em: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance_en>. Acesso em: 25 maio 2020.
- COMISSÃO EUROPEIA. **The organic logo**. 2020b. Disponível em: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organic-logo_en>. Acesso em: 25 maio 2020.
- CONSERVATION INTERNATIONAL. **Starbucks + Conservation International**. 2020. Disponível em: <<https://www.conservation.org/corporate-engagements/starbucks>>. Acesso em: 28 maio 2020.
- DATTA, S.; SINGH, J.; SINGH, S.; SINGH, J. Earthworms, pesticides and sustainable agriculture: a review. **Environmental Science and Pollution Research**, v.23, p.8227-8243, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11356-016-6375-0>.
- DIETZ, T.; AUFFENBERG, J.; ESTRELLA CHONG, A.; GRABS, J.; KILIAN, B. The Voluntary Coffee Standard Index (VOCSI). Developing a composite index to assess and compare the strength of mainstream Voluntary Sustainability Standards in the global coffee industry. **Ecological Economics**, v.150, p.72-87, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.03.026>.
- ELBANA, T.; GABER, H.M.; KISHK, F.M. Soil chemical pollution and sustainable agriculture. In: EL-RAMADY, H.; ALSHAAL, T.; BAKR, N.; ELBANA, T.; MOHAMED, E.; BELAL, A.-A. (Ed.). **The soils of Egypt**. Cham: Springer, 2019. p.187-200. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-95516-2_11.

- EL-HAGGAR, S.; SAMAHA, A. **Roadmap for global sustainability: rise of the green communities**. Cham: Springer, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-14584-2>.
- FAIRTRADE FOUNDATION. Using **the core Fairtrade mark**. 2020. Disponível em: <<https://www.fairtrade.org.uk/What-is-Fairtrade/Using-the-FAIRTRADE-Mark>>. Acesso em: 22 maio 2020.
- FAIRTRADE INTERNATIONAL. **Aims of the Fairtrade Standards**. 2020a. Disponível em: <<https://www.fairtrade.net/standard/aims>>. Acesso em: 22 maio 2020.
- FAIRTRADE INTERNATIONAL. **Coffee**. 2020b. Disponível em: <<https://www.fairtrade.net/product/coffee>>. Acesso em: 22 maio 2020.
- FLOCERT. **About us: Meet FLOCERT**. 2020. Disponível em: <<https://www.flocert.net/about-flocert/>>. Acesso em: 22 maio 2020.
- FRANCA, A.S.; OLIVEIRA, L.S. Coffee. In: PAN, Z.; ZHANG, R.; ZICARI, S. (Ed.). **Integrated processing technologies for food and agricultural by-products**. London: Elsevier, 2019. cap.17, p.413-438. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-814138-0.00017-4>.
- FSC. Forest Stewardship Council. **A importância do FSC**. 2020b. Disponível em: <<https://pt.fsc.org/pt-pt/fsc-internacional-01/a-importancia-do-fsc>>. Acesso em: 1 jun. 2020.
- FSC. Forest Stewardship Council. **Certificação FSC**. 2020a. Disponível em: <<https://pt.fsc.org/pt-pt/certificacao>>. Acesso em: 1 jun. 2020.
- GLASBERGEN, P. Smallholders do not eat certificates. **Ecological Economics**, v.147, p.243-252, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.01.023>.
- HO, T.Q.; HOANG, V.-N.; WILSON, C.; NGUYEN, T.-T. Eco-efficiency analysis of sustainability-certified coffee production in Vietnam. **Journal of Cleaner Production**, v.183, p.251-260, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.147>.
- ICO. **Iniciativas de sustentabilidade**. 2020a. Disponível em: <http://www.ico.org/pt/sustaininit_p.asp?section=Sobre_o_caf%E9>. Acesso em: 7 maio 2020.
- ICO. **World coffee consumption**. 2020b. Disponível em: <<http://www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2020.
- IFOAM ORGANICS EUROPE. **Labelling**. 2020. Disponível em: <<https://www.ifoam-eu.org/en/detailed-implementing-rules/labelling>>. Acesso em: 25 maio 2020.
- IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL. **Definition of organic agriculture**. 2020a. Disponível em: <<https://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/definition-organic-agriculture>>. Acesso em: 12 maio 2020.
- IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL. **The four principles of organic agriculture**. 2020b. Disponível em: <<https://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/principles-organic-agriculture>>. Acesso em: 12 maio 2020.
- ISO. International Organization for Standardization. **Certification**. 2020. Disponível em: <<https://www.iso.org/certification.html>>. Acesso em: 5 maio 2020.
- ITC. International Trade Centre. **The Coffee Exporter's Guide**. 3rd ed. Geneva, 2011.
- JANSSEN, M.; HAMM, U. **Consumer Preferences and willingness to pay for organic certification logos: Recommendations for actors in the organic sector: report of the CERTCOST project (D17)**. [S.l.]: Economic Analysis of Certification Systems in Organic Food and Farming, 2011. 32p.
- KOMIVES, K.; JACKSON, A. Introduction to Voluntary Sustainability Standard systems. In: SCHMITZ-HOFFMANN, C.; SCHMIDT, M.; HANSMANN, B.; PALEKHOV, D. (Ed.). **Voluntary Standard systems: a contribution to sustainable development**. Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2014. p.3-19. (Natural Resource Management in Transition, 1). DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-642-35716-9_1.
- LÄDERACH, P.; RAMIREZ-VILLEGAS, J.; NAVARRO-RACINES, C.; ZELAYA, C.; MARTINEZ-VALLE, A.; JARVIS, A. Climate change adaptation of coffee production in space and time. **Climatic Change**, v.141, p. 47-62, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10584-016-1788-9>.
- LOBELL, D.; BURKE, M. Introduction. In: LOBELL, D.; BURKE, M. (Ed.). **Climate change and food security: adapting agriculture to a warmer world**. Dordrecht: Springer, 2010. p.3-12. DOI: https://doi.org/10.1007/978-90-481-2953-9_1.
- MAAS, L.; MALVESTITI, R.; VERGARA, L.G.L.; GONTIJO, L.A. Agricultura orgânica: uma tendência saudável para o produtor. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v.35, p.75-92, 2018. DOI: <https://doi.org/10.35977/0104-1096.cct2018.v35.26313>.
- MURTHY, P.S.; MADHAVA NAIDU, M. Sustainable management of coffee industry by-products and value addition — A review. **Resources, Conservation and Recycling**, v.66, p.45-58, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2012.06.005>.
- NAÇÕES UNIDAS. **Sustainable Development Goals**. 2020. Disponível em: <<https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>>. Acesso em: 27 abr. 2020.
- NESTLÉ NESPRESSO SA. **How Nespresso's unique relationship with the Rainforest Alliance offers you quality coffee that helps improve the livelihood of coffee farmers and the environment**. 2020a. Disponível em: <<https://www.nespresso.com/ch/en/our>>

choices/sustainable-coffee-quality/the-secret-to-sustainable-and-quality-coffee?utm_id=6a26af9d-9d10-4647-92cb-8895503c3228>. Acesso em: 27 maio 2020.

NESTLÉ NESPRESSO SA. **NESPRESSO AAA Sustainable Quality™ Program**. 2016. Disponível em: <<https://www.nestle-nespresso.com/asset-library/Documents/Nespresso%20-%20AAA%20Program%20-%20Protecting%20Future%20Quality%20Coffee%20-%20Factsheet.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2020.

NESTLÉ NESPRESSO SA. **Nespresso AAA Sustainable Quality™ Program: a triple-win collaboration between Nespresso and the Rainforest Alliance 2013**. 2020b. Disponível em: <<https://www.nestle-nespresso.com/newsandfeatures/nespresso-aaa-sustainable-quality-tm-program-a-triple-win-collaboration-between-nespresso-and-the-rainforest-alliance>>. Acesso em: 27 maio 2020.

OLIVEIRA, L.S.; FRANCA, A.S. An overview of the potential uses for coffee husks. In: PREEDY, V.R. (Ed.). **Coffee in health and disease prevention**. San Diego: Academic Press, 2015. cap.31, p.283-291. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00031-0>.

PIÃO, R.S; FONSECA, L.S. da; JANUÁRIO, É. de C.; SAES, M.S.M. Certification: facts, challenges, and the future. In: ALMEIDA, L.F. de; SPERS, E.E. (Ed.). **Coffee consumption and industry strategies in Brazil**. London: Elsevier, 2020. cap.6, p.109-123. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-814721-4.00005-6>.

PORTUGUESE COFFEE. **Portuguese coffee – a blend of stories**. 2020. Disponível em: <<https://theportuguesecoffee.com/pt/>>. Acesso em: 1 jun. 2020.

POTTS, J.; LYNCH, M.; WILKINGS, A.; HUPPÉ, G.; CUNNINGHAM, M.; VOORA, V. **The state of sustainability initiatives Review 2014: Standards and the green economy**. Winnipeg: International Institute for Sustainable Development, 2014.

QIMA. **4C certification for coffee**. 2020. Disponível em: <<https://www.qima.com/food-certification/4c-coffee-certification>>. Acesso em: 26 maio 2020.

QUERCUS. Associação Nacional de Conservação da Natureza. **Certificação e rotulagem**. 2020. Disponível em: <<https://www.quercus.pt/certificacao-e-rotulagem>>. Acesso em: 25 maio 2020.

RAINFOREST ALLIANCE. **2020 Rainforest Alliance certification program**. 2020a. Disponível em: <<https://www.rainforest-alliance.org/business/reimagining-certification/2020-rainforest-alliance-certification-standard/>>. Acesso em: 24 jun. 2020.

RAINFOREST ALLIANCE. **Follow the frog with us!** 2020b. Disponível em: <<https://www.rainforest-alliance.org/business/marketing-sustainability/follow-the-frog/follow-the-frog-with-us/>>. Acesso em: 20 maio 2020.

RAINFOREST ALLIANCE. **New Rainforest Alliance certification seal**. 2020c. Disponível em: <<https://www.rainforest-alliance.org/business/marketing-sustainability/new-seal/>>. Acesso em: 21 maio 2020.

RAINFOREST ALLIANCE. **Rainforest Alliance sustainable agriculture standard: for farms and producer groups involved in crop and cattle production**. [S.l.], 2017. 57p.

RAINFOREST ALLIANCE. **Sustainable agriculture standard: applicable for smallholder farms**. [S.l.], 2019. 51p.

RAINFOREST ALLIANCE. **Using our logo and seal**. 2020d. Disponível em: <<https://www.rainforest-alliance.org/business/marketing-sustainability/using-our-logo-and-seal/>>. Acesso em: 22 maio 2020.

SAN. **The Rainforest Alliance assumes full ownership of certification system**. 2017. Disponível em: <<https://www.sustainableagriculture.eco/blog/2017/11/23/the-rainforest-alliance-assumes-full-ownership-of-certification-system?rq=rainforest%20Alliance>>. Acesso em: 24 jun. 2020.

SOSA, L.; ESCAMILLA, E.; DÍAZ, S. Organic coffee. In: WINTGENS, J.N. (Ed.). **Coffee: growing, processing, sustainable production: a guidebook for growers, processors, traders, and researchers**. [Weinheim]: Wiley, 2008. cap.10, p.339-354. DOI: <https://doi.org/10.1002/9783527619627.ch10>.

SSEBUNYA, B.R.; SCHADER, C.; BAUMGART, L.; LANDERT, J.; ALTENBUCHNER, C.; SCHMID, E.; STOLZE, M. Sustainability performance of certified and non-certified smallholder coffee farms in Uganda. **Ecological Economics**, v.156, p.35-47, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.09.004>.

STARBUCKS CORPORATION. **C.A.F.E. Practices: Starbucks approach to ethically sourcing coffee**. 2020. Disponível em: <<https://stories.starbucks.com/press/2020/cafe-practices-starbucks-approach-to-ethically-sourcing-coffee/>>. Acesso em: 28 maio 2020.

SUSTAINABLE COFFEE CHALLENGE. **Our partners**. 2020a. Disponível em: <<https://www.sustaincoffee.org/partners/>>. Acesso em: 30 maio 2020.

SUSTAINABLE COFFEE CHALLENGE. **People need coffee to thrive**. 2020b. Disponível em: <<https://www.sustaincoffee.org/about/>>. Acesso em: 30 maio 2020.

UTZ CERTIFIED. **Programa de certificação Rainforest Alliance 2020**. 2020a. Disponível em: <<https://utz.org/language-landingpage/portuguese/>>. Acesso em: 21 maio 2020.

UTZ CERTIFIED. **The UTZ logos**. 2020b. Disponível em: <<https://utz.org/what-we-offer/the-utz-logos/>>. Acesso em: 22 maio 2020.

UTZ CERTIFIED. **The UTZ standard**. 2020c. Disponível em: <<https://utz.org/what-we-offer/certification/the-standard/>>. Acesso em: 21 maio 2020.

VALKILA, J. Fair Trade organic coffee production in Nicaragua — Sustainable development or a poverty trap? **Ecological Economics**, v.68, p.3018-3025, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2009.07.002>.

VEGRO, C.L.R.; ALMEIDA, L.F. de. Global coffee market: socio-economic and cultural dynamics. In: ALMEIDA, L.F. de; SPERS, E.E. (Ed.). **Coffee consumption and industry strategies in Brazil**. London: Elsevier, 2020. cap.1, p.3-19. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-814721-4.00001-9>.

VOORA, V.; BERMÚDEZ, S.; LARREA, C. **Global market report: Coffee**. Winnipeg: International Institute for Sustainable Development, 2019.

WQS. **Ensuring quality and safety in the food service sector**. 2020. Disponível em: <<https://wqscert.com/industries/food-service/>>. Acesso em: 26 maio 2020.

ZANDER, K.; PADEL, S.; ZANOLI, R. EU organic logo and its perception by consumers. **British Food Journal**, v.117, p.1506-1526, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2014-0298>.
