

ROTULAGEM DE ORGÂNICOS, DIREITO À INFORMAÇÃO E SEGURANÇA ALIMENTAR

ORGANIC LABELING, RIGHT TO INFORMATION AND FOOD SECURITY

*Antonio Carlos Efig¹
Carolina Luckmeyer Gregório²*
PUC/PR

Resumo

Através da definição de conceitos acerca de termos como rotulagem de orgânicos, rotulagem ambiental, segurança alimentar e segurança de alimentos, busca-se apresentar as definições que conferem credibilidade ao alimento orgânico, em especial aquela oferecida pelos rótulos, e qual a influência destes no consumidor interessado no produto orgânico. Com base na dogmática atualizada do Direito Ambiental e do Direito do Consumidor, mediante a metodologia de revisão bibliográfica e análise de documentos, o presente trabalho traz, em um primeiro momento, questões referentes à segurança alimentar e de alimentos, apontando agrotóxicos e transgênicos como elementos que geram efeitos antagônicos ao defendido por esses conceitos. Após, pretende-se conhecer como a rotulagem correta e verdadeira, conforme objetivam as legislações e regulamentações, interfere na construção da confiança e da credibilidade do consumidor com relação a esses produtos. Conclui-se que a confiabilidade nas informações é elemento essencial na promoção do consumo consciente, e, conseqüentemente, da saúde e da proteção ao meio-ambiente.

Palavras-chave

Rotulagem orgânica. Direito do consumidor. Informação. Confiança

Abstract

Through the definition of concepts such as organic labeling, environmental labeling, food safety and food safety, we seek to present definitions which confer credibility to organic food, especially that offered by

¹ Mestre e Doutor pela PUCSP; professor titular da PUCPR (Curitiba, PR-Brasil) onde leciona na graduação, especializações, mestrado e doutorado; professor da Escola da Magistratura do Paraná; membro do Instituto dos Advogados do Paraná; Advogado militante em Curitiba.

² Discente da Pontifícia Universidade Católica do Paraná

labels, and its influence on the consumer interested in organic products. Based on the updated dogmatics of Environmental Law and Consumer Law, through the methodology of bibliographic review and document analysis, the present work brings, in a first moment, questions related to food and food safety, pointing to pesticides and transgenic as elements, which generate antagonistic effects to what's defended by these concepts. Afterwards, it is intended to approach how correct and true labeling, according to the laws and regulations, interferes in the construction of the trust and the credibility of the consumer when it concerns to these products. It is concluded that the reliability of information is an essential element in the promotion of conscious consumption, and consequently of health and environment protection.

Keywords

Organic labeling. Consumer law. Information. Trust

Introdução

Consumidores responsáveis tendem a procurar mais informação, pois, segundo Hansen e Schrader³, a percepção de cidadania resulta em uma "responsabilidade de ser informado". Essa informação, por sua vez, promove a participação civil. Contudo, os consumidores estão em uma posição de desvantagem para julgar os compromissos potenciais derivados do sistema de certificação orgânica. As intenções de compra dos indivíduos estão baseadas nas informações que eles obtêm, providas de inúmeras fontes. Enquanto alguns aspectos influenciadores da decisão de compra, como a procura e a experiência, dependem da ação do consumidor e de seu ponto de vista pessoal, a credibilidade baseia-se inteiramente na confiança que se tem no produto. Confiança, como conceito jurídico, indica “o crédito ou convicção relativa à idoneidade de uma pessoa. Revela, assim, o conceito íntimo a respeito do critério, do caráter e da boa conduta de uma pessoa, em quem, por esta razão, se deposita fé em sua ação ou em seu bom procedimento” nas palavras de De Plácido e Silva.⁴

³ HANSEN, U., & SCHRADER, U. A modern model of consumption for a sustainable society. **Journal of Consumer Policy**, 2, 443–468. 1997

⁴ DE PLACIDO E SILVA, Oscar Joseph. **Vocabulário jurídico**. 18. ed. atual. Nagib Slaibi Filho e Geraldo Magela Alves. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p.199.

Por isso, para orientar um potencial consumidor consciente, bem como para incentivar tal comportamento através da facilitação do processo, é de extrema importância que a informação entregue a ele seja verídica. Informações chanceladas por agentes reguladores, autoridades e conhecedores ou especialistas no assunto oferecem maior credibilidade do que o marketing provindo do próprio fornecedor, o qual conhecidamente seria tendencioso, e, nisso, a rotulagem por terceiros especialmente se destaca.

Em um primeiro momento, conceitua-se segurança alimentar e segurança de alimentos, sendo a última englobada pela primeira e especialmente relacionada ao objeto do trabalho. Segundo a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura,⁵ *food security*, ou segurança alimentar, existe quando todas as pessoas, em todos os momentos, têm acesso físico, social e econômico a alimentos suficientes, seguros e nutritivos que atendam às suas necessidades dietéticas e preferências alimentares para uma vida ativa e saudável. Abarcado por esse conceito está o de *food safety*, ou segurança de alimentos, que se refere à garantia de que o alimento não apresentará ameaça à saúde do consumidor quando preparado e ingerido de acordo com as recomendações de consumo, ou seja, que se apresente inócuo ao consumidor. O uso de agrotóxicos e os organismos geneticamente modificados são questões especialmente controversas, que colocam em questionamento tais seguranças. O enfrentamento destes pode ser feito através dos alimentos orgânicos.

No segundo item, o trabalho apresenta a correlação entre o acesso do consumidor a esse alimento orgânico e a rotulagem, com foco no ordenamento brasileiro. Entendendo rotulagem como a apresentação ao consumidor da constituição e outras informações essenciais ao produto ao qual ele tem acesso, claramente que as informações nele expostas devem ser verdadeiras. A rotulagem ambiental, aquela que se propõe a demonstrar as qualidades ambientais do produto sem a intenção

⁵ FAO. **Food security statistics.** [2015] Disponível em <<http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/en/>>. Acesso em 30 maio 2017

publicitária de imediato. Por fim, conclui-se que confiabilidade nas informações é elemento essencial na promoção do consumo consciente, e, conseqüentemente, da saúde e da proteção ao meio-ambiente, e que o melhor instrumento para transmitir tal informação sem tendenciosidade (como poderia haver com o *marketing*) é a rotulagem, seguindo princípios de proteção do consumidor e a legislação vigente.

Consumo de orgânicos, segurança alimentar e segurança de alimentos

No Brasil, previsto nos artigos 6º e 227º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 está o Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA). Nesse aspecto, para além da fome, a insegurança alimentar e nutricional se expressa através da produção e consumo de alimentos com uso de agrotóxicos que afetam a saúde de trabalhadores e consumidores, sem respeito ao princípio da prevenção e ao meio-ambiente.⁶

A tutela do consumidor de alimentos – por óbvio, os indivíduos em sua generalidade – possui lastro no Código de Defesa do Consumidor quando este determina em seu art. 4º que a Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, com o respeito à sua dignidade, saúde e segurança. Ainda, do art. 6º, I, sedimenta-se como direito do consumidor a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos.

É possível abordar *segurança alimentar* como um gênero, dentro do qual identificamos *segurança de alimentos* como espécie. Isso pode ser extraído a

⁶ CONSEA. **Segurança Alimentar e Nutricional e Soberania Alimentar**. 2015. Disponível em: <www4.planalto.gov.br/consea/aceso-a-informacao/institucional/conceitos> Acesso em 19 maio 2017

partir do que Monteiro e dos Santos⁷, indo no mesmo sentido, trazem acerca da segurança alimentar, que englobaria duas definições: *food security* e *food safety*, haja vista que em português as traduções são coincidentes. O conceito possui lastro na nossa legislação e regulamentação. Conforme disposto no artigo 3º da Lei 11.346 de 15 de setembro de 2006, que cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional, *segurança alimentar* consiste na realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis. Para Frota⁸, a segurança alimentar “volve-se no arsenal de estruturas/instrumentos a criar e/ou a desenvolver por forma a garantir e/ou a reforçar a segurança neste particular”.

Dentro desse gênero pode-se conceituar a *segurança de alimentos* nos termos da norma ISO 22000/2006⁹, segundo a qual a segurança de alimentos está relacionada à presença de perigos veiculados pelos alimentos no momento do consumo.

Ainda que segurança alimentar seja um campo que pode trazer inúmeras problematizações, para o presente estudo dois aspectos são especialmente relevantes: o uso de agrotóxicos¹⁰ e os organismos geneticamente modificados¹¹, ou transgênicos, no que concerne à segurança de alimentos.

⁷ DOS SANTOS, Graciela Cristina; MONTEIRO, Magali. **Sistema orgânico de produção de alimentos**. 2004.

⁸ FROTA, Mario. Segurança alimentar - imperativo de cidadania. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 44/2002. p. 68 – 96. Out – Dez. 2002

⁹ ABNT. **NBR ISO 22000**: Sistemas de gestão da segurança de alimentos – Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos. Rio de Janeiro: ABNT. 2006.

¹⁰ Também chamados de biocidas, defensivos agrícolas, pesticidas, praguicidas e produtos fitossanitários. Segundo o Decreto Federal Brasileiro nº 4.074, de 4 de janeiro de 2002, entendem-se por agrotóxicos: "produtos e agentes de processos físicos, químicos ou biológicos, destinados ao uso nos setores de produção, no armazenamento e no beneficiamento de produtos agrícolas, nas pastagens, na proteção de florestas, nativas ou plantadas e de outros ecossistemas e de ambientes urbanos, hídricos e industriais, cuja

Desde 2008, o Brasil ocupa o lugar de maior consumidor de agrotóxicos do mundo.¹² Ainda que regulamentada no país,¹³ a adoção de agrotóxicos é repleta de polêmicas e controvérsias. Considerando que alimentos convencionais frequentemente apresentam resíduos de insumos químicos que possuem a potencialidade de causar danos à saúde do consumidor,¹⁴ Jardim, Andrade e Queiroz¹⁵ ilustram:

Embora alguns dos resíduos de agrotóxicos encontrados em alimentos não excedam os limites máximos permitidos para o consumo humano, ao longo prazo, ainda não se conhecem os efeitos da acumulação desses compostos no organismo

finalidade seja alterar a composição da flora ou da fauna, a fim de preservá-las da ação danosa de seres vivos considerados nocivos, bem como substâncias e produtos empregados como desfolhantes, dessecantes, estimuladores e inibidores do crescimento das plantas"

¹¹ Encontra-se a definição na Lei 11.105, de 24 de março de 2005, ou Lei de Biossegurança, que traz em seu art. 3º: “Para os efeitos desta Lei, considera-se: (...) V – organismo geneticamente modificado - OGM: organismo cujo material genético – ADN/ARN tenha sido modificado por qualquer técnica de engenharia genética”

¹² CARNEIRO, Fernando Ferreira (Org.) **Dossiê ABRASCO**: um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde - Rio de Janeiro: EPSJV, 2015, p. 37. Disponível em: <http://www.abrasco.org.br/dossieagrototoxicos/wp-content/uploads/2013/10/DossieAbrasco_2015_web.pdf> Acesso em: 20 maio de 2017

¹³ A legislação principal acerca do tema pode ser elencada como a Lei Federal nº 7.802 de 11 de julho de 1989, regulamentada pelos Decretos nºs. 98.816 de 1990 e 4.074 de 2002. Todos os produtos comerciais a serem registrados com uso para agricultura devem seguir os procedimentos de registro estabelecidos na legislação de agrotóxicos: Decreto nº 4.074/2002, RDC nº 216/2006 e Portaria nº 03/1992 da ANVISA.

¹⁴ SANTOS, GC dos; MONTEIRO, Magali. Sistema orgânico de produção de alimentos. **Alimentos e Nutrição Araraquara**, v. 15, n. 1, p. 73-86, 2008.

¹⁵ JARDIM, Isabel Cristina Sales Fontes; ANDRADE, Juliano de Almeida; QUEIROZ, Sonia Cláudia do Nascimento de. Resíduos de agrotóxicos em alimentos: uma preocupação ambiental global - Um enfoque às maçãs. **Quím. Nova**, São Paulo, v. 32, n. 4, p. 996-1012, 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-40422009000400031&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 24 maio 2017.

humano. Por exemplo, não foi calculado o efeito crônico dos agrotóxicos em crianças e bebês. O que se conhece até o momento é que muitos agrotóxicos podem causar câncer ou outros efeitos adversos em animais, humanos e no meio ambiente.

Os resultados do Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos, desenvolvido pela ANVISA¹⁶ e publicado em 2016, apontam que do total de 9.680 das amostras monitoradas, 2.371 amostras (19,7%) foram consideradas insatisfatórias, sendo que 362 destas amostras (3,00%) apresentaram concentração de resíduos acima do limite legal e 2.211 (18,3%) apresentaram resíduos de agrotóxicos não autorizados para a cultura.

As ações para o enfrentamento do uso dos agrotóxicos têm como base a DHAA, a Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Decreto nº 7.272, de 25/08/2010), a Política Nacional de Saúde Integral das Populações do Campo e da Floresta (Portaria nº 2.866 de 02/12/2011) e a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Decreto nº 7.794, de 20/08/2012).

Da mesma forma importa a abordagem dos organismos geneticamente modificados. Apesar da rápida adoção de culturas geneticamente modificadas (GM) por agricultores em muitos países, as controvérsias públicas sobre os riscos e benefícios continuam. O direito à informação quanto aos alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham ou sejam produzidos a partir de OGM

¹⁶ANVISA. **Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos:** Relatório das análises de amostras monitoradas no período de 2013 a 2015. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. 2016 Disponível: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/111215/0/Relat%C3%B3rio+PARA+2013-2015_VERS%C3%83O-FINAL.pdf/494cd7c5-5408-4e6a-b0e5-5098cbf759f8> Acesso em 22 maio 2017

(Organismos Geneticamente Modificados) está regulamentado no Decreto nº 4.680, de 24 de abril de 2003, e possui propostas de alteração em trâmite,¹⁷ com vistas a suprimir algumas destas informações. Como ressaltam Efing, Baggio e Mancia,¹⁸

Em que pese, no Brasil, a liberação e a comercialização de produtos transgênicos serem submetidas à análise prévia da CTNBio, vê-se que tais pareceres embasam-se em dados superficiais e inconsistentes – geralmente parciais no que diz respeito aos danos que poderão causar –, pois consideram os relatórios feitos pela parte interessada (fornecedores), e, mesmo porque a própria ciência desconhece os efeitos destes produtos à saúde humana, o que afronta sobremaneira os direitos fundamentais dos cidadãos como a sua segurança e a sua própria vida.

A agricultura orgânica é uma alternativa para a produção de um alimento seguro¹⁹ dentro do aspecto de *food safety*, ou segurança de alimentos, e também da *food security*, ou segurança alimentar. O padrão internacional em

¹⁷ Projeto de Lei da Câmara (PLC) nº 34, de 2015 (na origem Projeto de Lei nº 4.148, de 2008, de autoria do Deputado Luis Carlos Heinze), que altera o art. 40 da Lei nº 11.105, de 24 de março de 2005 (Lei de Biossegurança). As modificações previstas por essa proposição legislativa são: (i) Rotular como transgênicos apenas os alimentos cuja presença acima de 1% de OGM na composição final for comprovadamente detectada por meio de “análise específica”; (ii) Facultar a rotulagem “livre de transgênicos” aos alimentos para os quais a referida “análise específica” tenha resultado negativo sobre a presença de organismos geneticamente modificados (OGM); e (iii) Retirar o símbolo “T”, atualmente utilizado para complementar a identificação de alimentos transgênicos, mantendo as expressões “(nome do produto) transgênico” ou “contém (nome do ingrediente) transgênico”. (SOUZA, Luiz Beltrão Gomes de. **Rotulagem de produtos transgênicos**: o “T” da questão: considerações sobre o PLC nº 34, de 2015. 2017)

¹⁸ EFING, Antônio Carlos; BAGGIO, Andreza Cristina; MANCIA, Karin Cristina Borio. A informação e segurança no consumo de alimentos transgênicos. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 68/2008. p. 9 - 27 Out – Dez. 2008

¹⁹ SANTOS, GC dos; MONTEIRO, Magali. Sistema orgânico de produção de alimentos. **Alimentos e Nutrição Araraquara**, v. 15, n. 1, p. 73-86, 2008.

alimentos produzidos de forma orgânica provém do “*Codex Alimentarius*”, originado da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação. Para a Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM),²⁰

[a] agricultura orgânica é um sistema de produção que promove a saúde dos solos, ecossistemas e pessoas. Tem como base os processos ecológicos, biodiversidade e ciclos adaptados às condições locais em alternativa ao uso de insumos com efeitos adversos. A Agricultura orgânica combina a tradição, inovação e ciência de modo a ser benéfica para o espaço partilhado, promove relacionamentos justos assegurando uma boa qualidade de vida a todos envolvidos.

Seguindo tais definições, de acordo com a referida Lei Federal nº 10.831/03²¹, considera-se sistema orgânico de produção agropecuária

(...)todo aquele em que são adotadas técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade ecológica e econômica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento,

²⁰ IFOAM. Definition of Organic Agriculture. Portuguese Translation. Vignola, Italy: s.n. 2008. Disponível:

<http://infohub.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/da_portuguese.pdf> Acesso em 09 mai 2017

²¹ BRASIL: Lei Federal nº 10.831 de 23 de dezembro de 2003.

distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.

Para Padel e Foster,²² a questão dos resíduos mais baixos é particularmente importante para frutas e vegetais (onde se ingere a casca), mas também para produtos lácteos (menos drogas na produção animal), levando a valores de considerações de saúde pessoal, bem como o respeito pela natureza e pelo meio ambiente. Para a produção orgânica de carne e lácteos, o valor político do bem-estar animal aparece, mas também não se exclui o valor do comércio justo e da proximidade da produção de alimentos.

Desta forma, a preocupação com a saúde própria ou familiar, para Magnusson,²³ é forte preditor, ainda que não a única, de atitudes indicadoras da importância do critério "produzido organicamente" e da intenção de compra dos alimentos orgânicos. De acordo com o ponto de vista de Vilas Boas,²⁴ a alimentação é altamente pessoal e envolve a ameaça de se ingerir algo inadequado, de modo que a decisão se vê influenciada por valores afetivos e fatores altamente não-cognitivos. E é notável a existência de mudanças expressivas nos modelos de consumo de alimentos na sociedade atual, a exemplo da brasileira, como bem trazem Hoffman e Oliveira:²⁵

²² PADEL, Susanne; FOSTER, Carolyn. Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. **British food journal**, v. 107, n. 8, p. 606-625, 2005.

²³ MAGNUSSON, Maria K. et al. Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. **Appetite**, v. 40, n. 2, p. 109-117, 2003.

²⁴ VILAS BOAS, L. H. de B. **Comportamento do consumidor de produtos orgânicos**: uma análise na perspectiva da teoria da cadeia de meios e fins. 2005. 222 p. Tese (Doutorado em Administração)- Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2005.

²⁵ DE OLIVEIRA, Fabíola Cristina Ribeiro; HOFFMANN, Rodolfo. Consumo de alimentos orgânicos e de produtos light ou diet no Brasil: fatores condicionantes e elasticidades-renda. **Segurança Alimentar e Nutricional**, v. 22, n. 1, p. 541-557, 2015.

As alterações nas características das famílias brasileiras têm gerado várias análises sobre mudanças no comportamento do consumidor nos mercados de alimentos e bebidas, tais como: o crescimento do consumo fora do domicílio; a crescente conscientização com a qualidade dos alimentos, que tem levado muitas pessoas ao consumo de produtos com menos teor de colesterol, gordura, sal, açúcar, tais como os alimentos light e diet; a preocupação com o meio ambiente e o consumo sustentável também está estimulando novos hábitos, dando espaço para os produtos orgânicos. A expansão de lares com menor número de moradores e o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho está promovendo o consumo de produtos de fácil preparo.

Para Da Veiga Dias et. al.,²⁶ a tendência mundial do aumento na demanda de produtos naturais e orgânicos é revelada na ascensão do mercado de produtos naturais e orgânicos. A crescente desconfiança de alguns setores da sociedade em relação à indústria moderna, a agrotóxicos e transgênicos, que, não obstante terem facilidades à vida cotidiana, mas também aumentou significativamente a manipulação de químicos persistentes no meio ambiente, com graves consequências para a saúde humana e para os ecossistemas naturais. A procura por alimentos orgânicos, desta forma, tem se relacionado principalmente à saúde e à preocupação com o meio ambiente, e depende intrinsecamente da percepção que o consumidor possui acerca daqueles.

O papel da rotulagem na percepção do consumidor com relação a alimentos orgânicos

²⁶ DA VEIGA DIAS, Valéria et al. O mercado de alimentos orgânicos: um panorama quantitativo e qualitativo das publicações internacionais. **Ambiente & Sociedade**, v. 18, n. 1, 2015.

As motivações do consumidor para a compra de produtos orgânicos variam²⁷. A saúde foi um motivo principal, mas também surgiram mais razões altruístas na discussão (por exemplo, "melhor para o meio ambiente"), especialmente entre os consumidores mais regulares. Para Chang e Chang,²⁸ as influências interpessoais de informação e as influências da regulação têm um relacionamento positivo sobre a intenção de compra verde, o que influenciará positivamente o comportamento da compra efetiva.

Ao fazer escolhas para os produtos, o consumidor normalmente depende dos atributos de qualidade dominantes, a exemplo da procura, da experiência e da credibilidade, conforme enumeram Zhang e Boldt.²⁹ Um atributo de procura, como frescor ou aparência, é conhecido antes da compra e os consumidores têm a capacidade de examiná-lo. Atributos da experiência, tais como gosto, são conhecidos somente após o consumo do produto. Atributos de credibilidade, como nutrição ou contaminação, são difíceis de serem observados pelos consumidores, mas eles podem confiar em terceiros para garantia de qualidade.

A comunicação constrói credibilidade quando realizada de forma verídica. Conforme traz Almeida Santos,³⁰ informar é promover participação, e a informação “configura elemento constitutivo da decisão, ou seja, é requisito para que o homem exerça os seus direitos e tome suas decisões

²⁷ PADEL, Susanne; FOSTER, Carolyn. Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. **British food journal**, v. 107, n. 8, p. 606-625, 2005.

²⁸ CHANG, Sheng-Hsiung; CHANG, Chin-Wen. Tie strength, green expertise, and interpersonal influences on organic food purchase in an emerging market. **British Food Journal**, v. 119, n. 2, 2017.

²⁹ ZHANG, Jing; BOLDT, Lin. Is Organic Labelling Enough? Information Disclosure as Policy Instrument to Empower Consumer Choices. In: **Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences**. 2017.

³⁰ ALMEIDA SANTOS, Fabíola Meira. Informação como instrumento para amenizar riscos na sociedade de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 107/2016. p. 363 - 384. Set – Out. 2016. DTR\2016\24090

de forma livre como sujeito universal de direitos³¹, apresentando-se como um instrumento regulador de liberdades.

Segundo sustenta Carmen Valor,³¹ nesse sentido, dentro da estratégia de sinalização, a rotulagem trata-se do veículo mais eficiente para fornecer aos consumidores essas informações, e não se confunde com publicidade. Os rótulos ambientais (*eco-labels*) são instrumentos que informam os consumidores sobre os aspectos ambientais das suas decisões de compra, nisso se incluindo seu caráter orgânico. Por rótulos, entendam-se as informações gráficas postas na embalagem para a identificação do produto, agindo como “um veículo de comunicação durante o processo de comercialização, transmitindo ao consumidor informações de cunho legal e comercial sobre o produto”, nas palavras de Carrano.³² E, como ilustra Mestriner,³³ “a embalagem é um item de avaliação e referência cada vez mais relevante no processo de escolha dos produtos”. Elas são parte integrante do produto, da sua comunicação mercadológica, de relacionamento da marca e comunicação da indústria, desde o formato e material até através da transparência dos dados que informam ao consumidor – não é apenas um invólucro a se acondicionar o produto para a venda³⁴.

Os rótulos ecológicos têm um papel importante, uma vez que a maioria dos produtos a eles sujeitos são bens de credibilidade. Isso implica que os atributos do processo valorizado (no presente caso, as qualidades

³¹ VALOR, Carmen. **Can consumers buy responsibly? Analysis and solutions for market failures.** *Journal of Consumer Policy* 31.3. p. 315-326. 2008.

³² CARRANO, Sergio Henrique Soares. **Estudo sobre Rotulagem do Alimento.** Rio de Janeiro: Sociedade Nacional de Agricultura, 2008.

³³ MESTRINER, Fabio. **Gestão estratégica de embalagem: uma ferramenta de competitividade para sua empresa.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. p. 139.

³⁴ ALIGLERI, Lilian; ARAUJO, Lucas Vieira. **Comunicação mercadológica e *greenwashing* nos rótulos dos sabões para lavar roupa** in Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente – ENGEMA. São Paulo, SP. 2015. Disponível em <<http://engemausp.submissao.com.br/17/anais/arquivos/256.pdf>> Acesso em 10/05/2017

orgânicas) não são observáveis para o consumidor mesmo após a compra ou o consumo. Grankvist e Biel³⁵, em pesquisa, apresentaram que a crença de que os alimentos com rótulo ecológico são melhores do que os alimentos convencionais para a própria saúde é positivamente correlacionada com a frequência de compra de muitos itens básicos.

Diversas problemáticas referentes à percepção dos consumidores aos apelos trazidos por rótulos podem ser elencadas. A percepção ativa das mensagens divulgadas pelas empresas nas embalagens dos produtos não é generalizada.³⁶ Janssen e Hamm³⁷ apontam que as percepções dos consumidores sobre os sistemas de rotulagem orgânica revelam-se de natureza subjetiva e, em muitos casos, não baseadas num conhecimento objetivo, e concluem que é aconselhável rotular produtos orgânicos com logos de certificação orgânica bem conhecidos aos consumidores. Seguindo pela mesma linha, Chassy *et. al.*³⁸ sugeriram que a palavra

³⁵ GRANKVIST, G., & BIEL, A. The importance of beliefs and purchase criteria in the choice of eco-labeled food products. **Journal of Environmental Psychology**, 21, 405-410. 2001

³⁶ Segundo pesquisa do IDEC e do Market Analysis de 2013, um grupo restrito de 1 em cada 4 consumidores (24%) que percebe ativamente as mensagens divulgadas pelas empresas nas embalagens dos produtos; outro grupo com pouco menos de um terço da população (30%) que pouco sabe sobre a existência dessas mensagens, e uma grande parcela (46%) que não conhece ou não lembra de ter visto essas indicações. Aqueles que percebem com frequência as mensagens nos produtos (24%) tendem a ser pessoas de classe alta, com alta escolaridade e idade entre 45 e 54 anos. Dentre estes, todavia, os produtos cujas mensagens mais atingem os consumidores são as trazidas pelos alimentos e bebidas (20%). IDEC; MARKET ANALYSIS. **A percepção do consumidor sobre os apelos nas embalagens**. 2013. Disponível em: . Acesso em: 04 jun 2017

³⁷ JANSSEN, Meike; HAMM, Ulrich. Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos. **Food quality and preference**, v. 25, n. 1, p. 9-22, 2012.

³⁸ CHASSY, Bruce et al. Organic marketing report. **Academics Review**, http://academicsreview.org/wp-content/uploads/2014/04/Academics-Review_Organic-Marketing-Report1.pdf, 2014. http://ww1.prweb.com/prfiles/2014/04/07/11743859/Academics-Review_Organic%20Marketing%20Report.pdf

"orgânico" significa muitas coisas aos consumidores. A forma de superar tais aspectos vem, por partes dos consumidores, de conscientização em sentidos como a educação para o consumo³⁹ e a educação ambiental⁴⁰, sim; todavia, só é possível que sua busca por informação não seja inócua se estiver perante informações claras, verdadeiras e acessíveis.

No Brasil, para a informação da qualidade orgânica, nos termos legais, a qual deve estar estampada na parte frontal do rótulo, o art. 119 do Anexo I da Instrução Normativa n. 19, pelo MAPA⁴¹, prevê termos específicos. "Orgânico" ou "produto orgânico" para aqueles com 95% ou mais de ingredientes orgânicos; e "produto com ingredientes orgânicos" para produtos com 70% a 95% de ingredientes orgânicos, entre mais variantes. Já na Lei 10.831/03, verifique-se que no art. 1º, § 2º, o conceito de sistema orgânico de produção agropecuária e industrial amplia-se, abrangendo termos como ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico,

³⁹ "O consumidor engajado pode ser visto como um novo ator social. Consciente das implicações dos seus atos de consumo, passa a compreender que está ao seu alcance exigir que as dimensões sociais, culturais e ecológicas sejam consideradas pelos setores produtivo, financeiro e comercial em seus modelos de produção, gestão, financiamento e comercialização. Essa não é uma tarefa simples, pois requer uma mudança de posturas e atitudes individuais e coletivas no cotidiano. (FURRIELA, Rachel Biderman. **Educação para o Consumo Sustentável**. Ciclo de Palestras sobre Meio Ambiente - Programa Conheça a Educação do Cibec/Inep- MEC/SEF/COEA, 2001 Disponível em: <http://184.182.233.153/rid=1255702566159_609656948_13781/Educa%C3%A7%C3%A3o%20para%20o%20consumo%20sustent%C3%A1vel.pdf> Acesso 05 mai 2017)

⁴⁰ "[existe o] reconhecimento da gravidade dos problemas ambientais, que estes são decorrência de um modelo de desenvolvimento econômico de forte impacto ambiental e que a Educação Ambiental é uma importante ação para a superação destes problemas" GUIMARÃES, Mauro. POR UMA EDUCAÇÃO AMBIENTAL CRÍTICA NA SOCIEDADE ATUAL. **Revista Margens Interdisciplinar**, v. 7, n. 9, p. 11-22, 2016.

⁴¹ BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa Nº 19 de 28 de Maio de 2009 (mecanismos de controle e formas de organização) <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/legislacao/portugues/instrucao-normativa-no-19-de-28-de-maio-de-2009-mecanismos-de-controle-e-formas-de-organizacao.pdf/view>>

agroecológicos, permacultura e outros que atendam os princípios estabelecidos pela lei, sem diferenciação específica no texto.⁴²

Como traz Brancher,⁴³ “[n]o caso da produção orgânica, podem acontecer problemas de várias ordens e que podem aumentar drasticamente os custos de transação”. A irregularidade e a pouca diversidade da oferta de produtos são questões que afetam a incerteza. Outro exemplo é o uso de artifícios “não orgânicos” desvirtuando a sua forma de produção; ou, ainda, a falta do selo da certificação em produtos orgânicos, ou rotulagem, ou mesmo a falta de diferenciação na embalagem entre orgânicos e os demais.

Já de modo geral o CDC cuida da questão da veracidade e clareza dos rótulos, em seu artigo 31, quando determina que a oferta e apresentação

⁴² Os conceitos, todavia, podem sofrer diferenciações. O IDEC, por exemplo, distingue agroecologia, por sua vez, como um conceito mais amplo e avançado. Não se confundem expressões que sugerem similar, como “hidropônico”, por exemplo, cuja principal diferença em relação ao sistema convencional de produção na terra com uso de agrotóxicos é que a planta não tem contato com o solo, desenvolvendo-se na água. É uma forma de produção que pode, contrariando os princípios orgânicos, utilizar adubos químicos e produtos como inseticidas e fungicidas. (IDEC. **Rota dos orgânicos**. Revista do IDEC. nº 162, Fev. 2012. p.21. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/ed-162-pesquisa-organicos.pdf> Acesso em 15 de maio de 2017)

A agroecologia bane o uso de produtos químicos sintéticos e propõe resguardar o ambiente de agressões, produzir alimentos sem contaminantes, diminuir os custos de produção, aumentar a oferta de emprego e evitar, assim, o êxodo rural. Essa proposta aumenta as chances de se tornar o sistema agrícola sustentável e mostra-se como a mais adequada a regiões em desenvolvimento. Os produtos agroecológicos não só não possuem agrotóxicos e transgênicos como são cultivados de forma justa, economicamente viável e ecologicamente sustentável. (ROEL, Antonia Rilda. A agricultura orgânica ou ecológica e a sustentabilidade da agricultura. **Interações (Campo Grande)**, v. 3, n. 4, 2016.)

⁴³ BRANCHER, Paulo Cesar. As Faces da Certificação de Produtos Orgânicos no Brasil: o caso do mercado da Região Metropolitana de Curitiba - PR. **Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**, 2011. p. 7. Disponível em: . Acesso em: 15/11/2016

de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Em nosso país, a rotulagem especificadamente de orgânicos está regulamentada pela Lei Federal nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Em 2007, o Decreto nº 6.323 estabeleceu as regras de certificação e fiscalização. Define-se, portanto, que a certificação pode ser realizada de três formas: por auditoria⁴⁴; por sistema participativo de garantia⁴⁵; e pelo controle social na venda direta.^{46 47} Para que um determinado produto possa ser comercializado como orgânico, ele deverá passar pelo controle por um desses mecanismos.

O controle da qualidade orgânica visa, de acordo com Vriesman,⁴⁸ “oferecer à sociedade a garantia de que os produtos foram produzidos de

⁴⁴ BRASIL. Decreto nº 6.323 de 27 de dezembro de 2007. Art. 2º II - auditoria de credenciamento: procedimento pelo qual uma equipe oficial de auditores realiza a avaliação de uma entidade candidata ao credenciamento como organismo de avaliação da conformidade, para verificar a conformidade com a regulamentação oficial;

⁴⁵ BRASIL. Decreto nº 6.323 de 27 de dezembro de 2007. Art. 2º, XVI - Sistemas Participativos de Garantia da Qualidade Orgânica: conjunto de atividades desenvolvidas em determinada estrutura organizativa, visando assegurar a garantia de que um produto, processo ou serviço atende a regulamentos ou normas específicas e que foi submetido a uma avaliação da conformidade de forma participativa.

⁴⁶ VIII - Organização de controle social: grupo, associação, cooperativa ou consórcio a que está vinculado o agricultor familiar em venda direta, previamente cadastrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, com processo organizado de geração de credibilidade a partir da interação de pessoas ou organizações, sustentado na participação, comprometimento, transparência e confiança, reconhecido pela sociedade.

⁴⁷ STELZER, Joana; GONÇALVES, Everton das Neves. Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo. Brasília. v. 2, n. 1, p. 130-148, Jan/Jun. 2016. p. 137-138

⁴⁸ VRIESMAN, Alice Karine et al. Assistência técnica e extensão rural para a certificação de produtos orgânicos da agricultura familiar. **Revista Conexão UEPG**, v. 8, n. 1, p. 138-149, 2012.

acordo com a legislação para os sistemas de orgânicos de produção”. O Selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg) foi estabelecido em 2011, e também devem ser levadas em consideração as diversas Instruções Normativas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)⁴⁹.

A confiança no rótulo demonstra-se forma de reduzir a subjetividade e permitir ao consumidor ratificar as alegações. De acordo com levantamento realizado pelo IDEC⁵⁰ entre outubro e novembro de 2016, 87% dos 1817 consumidores questionados sabia que é possível garantir que um alimento é orgânico de fato pedindo ao produtor um documento oficial ou constatando o selo no produto. Como salienta Daugberg *et al.*⁵¹ os consumidores dependem fortemente de rótulos ecológicos como garantia de que esses atributos serão realmente entregues. Desta forma, o rótulo só terá o efeito desejado se os consumidores conhecerem os padrões de produção que o sustentam e têm confiança no rótulo. Nesse sentido, enfim, a rotulagem ecológica, conforme sustentam Sammer, e Wüstenhagen,⁵² é uma medida eficaz que ajuda a criar uma ponte sobre a lacuna existente entre vendedores e compradores, fornecendo ferramentas para o consumo consciente. E, conforme Efing e Hayama,⁵³ o consumo

⁴⁹ Principalmente as seguintes: nº 19/09 (mecanismos de controle e formas de organização); nº 18/09, alterada pela IN 24/11 (processamento); nº 17/09 (extrativismo sustentável orgânico); nº 50/09 (selo federal do SisOrg); nº 38/11 (sementes e mudas orgânicas); nº 28/11 (produção de organismos aquáticos). nº 46/11 (produção vegetal e animal);

⁵⁰ IDEC. **Mais orgânicos:** por alimentos saudáveis e sustentáveis. 2016. Disponível em: <www.idec.org.br/especial/maisorganicos> Acesso em 05 jun 2017

⁵¹ DAUGBJERG, Carsten et al. Improving eco-labelling as an environmental policy instrument: knowledge, trust and organic consumption. **Journal of Environmental Policy & Planning**, v. 16, n. 4, p. 559-575, 2014.

⁵² SAMMER, K., e WÜSTENHAGEN, R. The influence of eco-labelling on consumer behaviour – results of a discrete choice analysis for washing machines. **Business Strategy and the Environment**, 15, P. 185–199. 2006

⁵³ (EFING, Antônio Carlos; HAYAMA, Andrew Toshio. SOCIOAMBIENTALISMO E CONSUMO CONSCIENTE NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO. **Amazon's Research and Environmental Law**, v. 4, n. 2, 2017)

consciente, responsável e solidário, “não representa apenas uma decisão pessoal politicamente correta e ecológica, muito menos um individualismo egoístico e alienado, mas um novo paradigma de atuação social, coletiva e política, que instaura uma nova mentalidade, racionalidade, cultura e ética no (inter)agir humano”.

Conclusões

A rotulagem correta, suficiente e clara, conforme objetivam as legislações e regulamentações, contribui para a construção da confiança e da credibilidade do consumidor com relação aos produtos orgânicos. Um mercado livre eficiente exige um fluxo livre de informações entre vendedores e compradores. Se devidamente concebida, a divulgação de informações deve promover a autonomia e a qualidade da tomada de decisão individual do consumidor, aumentar a eficiência e ajudar a evitar a falha do mercado resultante de informações incompletas e assimétricas. A confiabilidade nas informações, dessa forma, é elemento essencial na promoção do consumo consciente, e, conseqüentemente, da saúde e da proteção ao meio-ambiente.

Embora a expansão do mercado de orgânicos esbarre em mais empecilhos, como a quantidade produzida mundialmente ainda não seja suficiente para suprir a população, os preços e o problema da logística de distribuição e conservação, a alimentação orgânica traz vantagens para o mercado local, proporciona contato mais fácil entre consumidor e fornecedor e visam promover a proteção à saúde e ao meio ambiente.

Uma vez que ausentes ou, ao menos, diminuídos os riscos potenciais provindos da utilização de agrotóxicos e de sementes transgênicas, apresenta-se ao consumidor um produto com potencialidade de ameaça à saúde do consumidor consideravelmente reduzidas. Portanto, vai de encontro ao intuito de oferecer um alimento seguro – as bases do conceito de segurança de alimentos, o que só tem a agregar vantajosamente no âmbito da promoção da saúde e da proteção ao meio ambiente.

Referências bibliográficas

ABNT. **NBR ISO 22000**: Sistemas de gestão da segurança de alimentos – Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos. Rio de Janeiro: ABNT. 2006

ALIGLERI, Lilian; ARAÚJO, Lucas Vieira. **Comunicação mercadológica e *greenwashing* nos rótulos dos sabões para lavar roupa** in Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente – ENGEMA. São Paulo, SP. 2015. Disponível em <<http://engemausp.submissao.com.br/17/anais/arquivos/256.pdf>> Acesso em 10/05/2017

ALMEIDA SANTOS, Fabíola Meira. Informação como instrumento para amenizar riscos na sociedade de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 107/2016. p. 363 - 384. Set – Out. 2016. DTR\2016\24090

ANVISA. Portaria nº 03/1992.

ANVISA. Portaria nº 216/2006

ANVISA. **Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos**: Relatório das análises de amostras monitoradas no período de 2013 a 2015. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. 2016 Disponível: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/111215/0/Relat%C3%B3rio+PARA+2013-2015_VERS%C3%83O-FINAL.pdf/494cd7c5-5408-4e6a-b0e5-5098cbf759f8> Acesso em 22 maio 2017

BRANCHER, Paulo Cesar. As Faces da Certificação de Produtos Orgânicos no Brasil: o caso do mercado da Região Metropolitana de

Curitiba - PR. **Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**, 2011. p. 7. Disponível em: . Acesso em: 15/11/2016

BRASIL. Decreto nº 4.074/2002

BRASIL. Decretos nº 98.816 de 1990

BRASIL: Lei Federal nº 10.831 de 23 de dezembro de 2003.

BRASIL. Decreto nº 6.323 de 27 de dezembro de 2007.

BRASIL. Lei Federal nº 7.802 de 11 de julho de 1989

BRASIL. Projeto de Lei da Câmara (PLC) nº 34, de 2015 que altera o art. 40 da Lei nº 11.105, de 24 de março de 2005 (Lei de Biossegurança)

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa Nº 19 de 28 de Maio de 2009 (mecanismos de controle e formas de organização) Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/legislacao/portugues/instrucao-normativa-no-19-de-28-de-maio-de-2009-mecanismos-de-controle-e-formas-de-organizacao.pdf/view>> Acesso em 11 maio 2017

CARNEIRO, Fernando Ferreira (Org.) **Dossiê ABRASCO: um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde** - Rio de Janeiro: EPSJV, 2015, p. 37. Disponível em: <http://www.abrasco.org.br/dossieagrotoxicos/wp-content/uploads/2013/10/DossieAbrasco_2015_web.pdf> Acesso em: 20 maio de 2017

CARRANO, Sergio Henrique Soares. **Estudo sobre Rotulagem do Alimento**. Rio de Janeiro: Sociedade Nacional de Agricultura, 2008.

CHANG, Sheng-Hsiung; CHANG, Chin-Wen. Tie strength, green expertise, and interpersonal influences on organic food purchase in an emerging market. **British Food Journal**, v. 119, n. 2, 2017

CHASSY, Bruce et al. Organic marketing report. **Academics Review**, http://academicsreview.org/wp-content/uploads/2014/04/Academics-Review_Organic-Marketing-Report1.pdf, 2014.

<http://ww1.prweb.com/prfiles/2014/04/07/11743859/Academics-Review_Organic%20Marketing%20Report.pdf> Acesso em 11 mai 2017

CONSEA. **Segurança Alimentar e Nutricional e Soberania Alimentar**. 2015. Disponível em: <www4.planalto.gov.br/consea/acesso-a-informacao/institucional/conceitos> Acesso em 19 maio 2017

DAUGBJERG, Carsten et al. Improving eco-labelling as an environmental policy instrument: knowledge, trust and organic consumption. **Journal of Environmental Policy & Planning**, v. 16, n. 4, p. 559-575, 2014.

DA VEIGA DIAS, Valéria et al. O mercado de alimentos orgânicos: um panorama quantitativo e qualitativo das publicações internacionais. **Ambiente & Sociedade**, v. 18, n. 1, 2015.

DE OLIVEIRA, Fabíola Cristina Ribeiro; HOFFMANN, Rodolfo. Consumo de alimentos orgânicos e de produtos light ou diet no Brasil: fatores condicionantes e elasticidades-renda. **Segurança Alimentar e Nutricional**, v. 22, n. 1, p. 541-557, 2015.

DE PLACIDO E SILVA, Oscar Joseph. **Vocabulário jurídico**. 18. ed. atual. Nagib Slaibi Filho e Geraldo Magela Alves. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p.199

DOS SANTOS, Graciela Cristina; MONTEIRO, Magali. **Sistema orgânico de produção de alimentos**. 2004

EFING, Antônio Carlos; BAGGIO, Andreza Cristina; MANCIA, Karin Cristina Borio. A informação e segurança no consumo de alimentos transgênicos. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 68/2008. p. 9 - 27 Out – Dez. 2008

EFING, Antônio Carlos; HAYAMA, Andrew Toshio. SOCIOAMBIENTALISMO E CONSUMO CONSCIENTE NA

SOCIEDADE DO ESPETÁCULO. **Amazon's Research and Environmental Law**, v. 4, n. 2, 2017.

FAO. **Food security statistics**. 2015. Disponível em <<http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/en/>>. Acesso em 30 maio 2017

FROTA, Mario. Segurança alimentar - imperativo de cidadania. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 44/2002. p. 68 – 96. Out – Dez. 2002

FURRIELA, Rachel Biderman. **Educação para o Consumo Sustentável**. Ciclo de Palestras sobre Meio Ambiente - Programa Conheça a Educação do Cibec/Inep- MEC/SEF/COEA, 2001 Disponível em: <http://184.182.233.153/rid=1255702566159_609656948_13781/Educa%C3%A7%C3%A3o%20para%20o%20consumo%20sustent%C3%A1vel.pdf> Acesso 05 mai 2017

GRANKVIST, G., & BIEL, A. The importance of beliefs and purchase criteria in the choice of eco-labeled food products. **Journal of Environmental Psychology**, 21, 405-410. 2001

HANSEN, U., & SCHRADER, U. A modern model of consumption for a sustainable society. **Journal of Consumer Policy**, 2, 443–468. 1997

IDEC. **Mais orgânicos**: por alimentos saudáveis e sustentáveis. 2016. Disponível em: <www.idec.org.br/especial/maisorganicos> Acesso em 05 jun 2017

IDEC. **Rota dos orgânicos**. Revista do IDEC. nº 162, Fev. 2012. p.21. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/ed-162-pesquisa-organicos.pdf> Acesso em 15 maio de 2017)

IDEC; MARKET ANALYSIS. **A percepção do consumidor sobre os apelos nas embalagens**. 2013. Disponível em: . Acesso em: 04 jun 2017

GUIMARÃES, Mauro. POR UMA EDUCAÇÃO AMBIENTAL CRÍTICA NA SOCIEDADE ATUAL. **Revista Margens Interdisciplinar**, v. 7, n. 9, p. 11-22, 2016.

JANSSEN, Meike; HAMM, Ulrich. Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos. **Food quality and preference**, v. 25, n. 1, p. 9-22, 2012.

JARDIM, Isabel Cristina Sales Fontes; ANDRADE, Juliano de Almeida; QUEIROZ, Sonia Claudia do Nascimento de. Resíduos de agrotóxicos em alimentos: uma preocupação ambiental global - Um enfoque às maçãs. **Quím. Nova**, São Paulo , v. 32, n. 4, p. 996-1012, 2009 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-40422009000400031&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 24 maio 2017.

MAGNUSSON, Maria K. et al. Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. **Appetite**, v. 40, n. 2, p. 109-117, 2003.

MESTRINER, Fabio. **Gestão estratégica de embalagem: uma ferramenta de competitividade para sua empresa**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. p. 139.

PADEL, Susanne; FOSTER, Carolyn. Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. **British food journal**, v. 107, n. 8, p. 606-625, 2005.

ROEL, Antonia Railda. A agricultura orgânica ou ecológica e a sustentabilidade da agricultura. **Interações (Campo Grande)**, v. 3, n. 4, 2016

SAMMER, K., e WÜSTENHAGEN, R. The influence of eco-labelling on consumer behaviour – results of a discrete choice analysis for washing machines. **Business Strategy and the Environment**, 15, P. 185–199. 2006

SANTOS, GC dos; MONTEIRO, Magali. Sistema orgânico de produção de alimentos. **Alimentos e Nutrição Araraquara**, v. 15, n. 1, p. 73-86, 2008.

SOUZA, Luiz Beltrão Gomes de. **Rotulagem de produtos transgênicos: o “T” da questão: considerações sobre o PLC nº 34, de 2015.** 2017)

STELZER, Joana; GONÇALVES, Everton das Neves. Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo. Brasília. v. 2, n. 1, p. 130-148, Jan/Jun. 2016. p. 137-138

VALOR, Carmen. **Can consumers buy responsibly? Analysis and solutions for market failures.** *Journal of Consumer Policy* 31.3. p. 315-326. 2008.

VILAS BOAS, L. H. de B. **Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma análise na perspectiva da teoria da cadeia de meios e fins.** 2005. 222 p. Tese (Doutorado em Administração)-Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2005.

VRIESMAN, Alice Karine et al. Assistência técnica e extensão rural para a certificação de produtos orgânicos da agricultura familiar. **Revista Conexão UEPG**, v. 8, n. 1, p. 138-149, 2012.

ZHANG, Jing; BOLDT, Lin. Is Organic Labelling Enough? Information Disclosure as Policy Instrument to Empower Consumer Choices. In: **Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences.** 2017.