



Cultivo orgânico das hortaliças: oportunidades e desafios para os olericultores do estado do Tocantins

Maisa Fernandes Ribeiro^a, Ana Paula Nogueira das Neves^a, Simone Pereira Teles^{a*},
Liomar Borges de Oliveira^a, Valéria Gomes Momenté^a, Ildon Rodrigues do Nascimento^a

^a Universidade Federal Do Tocantins, Brasil

* Autor correspondente (simonypxe@gmail.com)

INFO

Keywords

organic vegetable
food safety
rural extension

ABSTRACT

Organic vegetable cultivation: opportunities and challenges for vegetable farming in the state of the Tocantins

Organic food is understood as the entire universe of production, commercialization and consumption of products free from pesticides synthetic chemical fertilizers and transgenics, and which, within the scope of their practices and meanings, aim to respect the environment and maintain the quality of the food. Although these foods are in accordance with a sustainable production system added to the agroecological perspective, the impact of both opportunities and challenges, this type of production echoes in the most different cultural, economic and technological levels of society, involving a series of factors that must be taken into account. Through a documentary analysis through articles, interviews, journalistic articles and other types of information, we list the main challenges and opportunities for vegetable producers in the state of the Tocantins. As timely results, market retraction was glimpsed due to the low supply of these products and the need for environmental awareness linked to the search for a healthier lifestyle. In terms of challenges, the complex market scenario and the need to disseminate production techniques accompanied by specialized technical assistance stand out in particular. Finally, it is observed that in the state of Tocantins the relative production of organic products is still very small, but in the process of expansion. In the case of vegetable production, vegetable growers have a long path of opportunities and challenges to go through, for this it is necessary to support, encourage and integrate different spheres of society with governmental incentives, the performance of educational institutions and extension, commercial conjecture and change of society's attitude towards the preference for healthier products.

RESUMO

Palavras-chaves

olericultura orgânica
segurança alimentar
extensão rural

Alimentos orgânicos são entendidos como todo o universo de produção, comercialização e consumo de produtos isentos de agrotóxicos, pesticidas, fertilizantes sintéticos e químicos, transgênicos, e que, no âmbito das suas práticas e significados, visam respeitar o meio ambiente e manter a qualidade do alimento. Apesar desses alimentos estarem de acordo a um sistema de produção sustentável somados à perspectiva agroecológica, o impacto tanto de oportunidades quanto desafios, deste tipo de produção ecoa nos mais diferentes níveis culturais, econômicos e tecnológicos da sociedade, envolvendo uma série de fatores que devem ser levados em consideração. Através de uma análise documental por meio de artigos, entrevistas, matérias jornalísticas e outros tipos de informações, elencamos os principais desafios e oportunidades dos produtores de olerícolas do estado do Tocantins. Como resultados oportunos foram vislumbrados retração no mercado devido à baixa oferta desses produtos e a necessidade da consciência ambiental atrelada à busca por um estilo de vida mais saudável. Nos desafios, destaca-se especialmente, o cenário mercadológico complexo e a necessidade de difusão de técnicas de produção acompanhada de assistência técnica especializada. Por fim, observa-se que no estado do Tocantins a produção relativa de produtos orgânicos ainda é bem pequena, porém em processo de expansão. No caso da produção de hortaliças, os olericultores têm um longo caminho de oportunidades e desafios a percorrer, para isso é necessário o apoio, incentivo e integração de diferentes esferas da sociedade com incentivos governamentais, atuação das instituições de ensino e extensão, conjectura comercial e mudança de atitude da sociedade quanto a preferência de produtos mais saudáveis.

Received 23 February 2022; Received in revised from 22 June 2022; Accepted 11 August 2022



INTRODUÇÃO

As últimas décadas trouxeram mudanças significativas nos padrões mundiais de produção de alimentos. As mudanças tecnológicas rotuladas como 'revolução verde' trouxeram a incorporação de recursos tecnológicos para ampliar a produção, bem como, a concentração do controle dos meios de produção nas mãos de grandes corporações (Elder et al., 2014).

Em resposta a estas transformações, surgiram contra movimentos, que têm buscado superar os regimes impostos pela 'revolução verde', especialmente, seus impactos ambientais e sociais, por meio de perspectivas agroecológicas (Altieri, 2018). Neste contexto, a agricultura orgânica desponta como uma alternativa sustentável frente ao padrão agrícola imposto após a 'revolução verde' (Scalco et al., 2015).

No plano empírico, esse processo é visível no incremento da produção orgânica, bem como, na tendência crescente de consumo deste tipo de alimento. As evidências empíricas demonstram que o mercado de alimentos orgânicos tem se expandido a partir da busca por modos de produção e de consumo mais sustentáveis ou orientados à saudabilidade (Barcellos et al., 2015; Dalmoro, 2015).

À medida que o fenômeno empírico tem se tornado mais reluzente, diferentes áreas do conhecimento científico buscam descrevê-lo. Além das áreas diretamente ligadas às ciências agrárias, que, por vocação, dedicam atenção ao tema, dada sua relevância, outras áreas da ciência também têm buscado descrever o fenômeno dos orgânicos.

Na área das ciências sociais, destaca-se a sociologia rural, que compreende elementos humanos na produção e no consumo deste tipo de produto (Dias et al., 2015). Na área da administração, maior atenção tem sido dada à descrição dos aspectos de consumo, envolvendo especialmente as motivações (Goetzke et al., 2014; Seegebarth et al., 2016) e as barreiras neste mercado (Van Doorn e Verhoef, 2015; Altarawneh, 2016).

Por meio dos estudos analisados, identificou-se que a produção de orgânicos vão além de técnicas de cultivo que envolvem barreiras e motivações em níveis distintos: microssocial, mesossocial e macrossocial (Läpple e Kelley, 2013). Existe uma articulação de indivíduos e de organizações em busca de mecanismos de produção e de consumo de alimentos mais sustentáveis (Baumgartner e Nguyen, 2017). A concepção de orgânico tem sido construída a partir da noção de cadeias agroalimentares mais sustentáveis (Elder et al., 2014; Karki et al., 2011), em contraponto à orientação puramente mercadológica e

economicista da produção de alimentos convencionais (Schultz et al., 2001; Herath e Wijekoon, 2013).

Portanto, a legislação brasileira - Lei 10.831/2003 - considera produto orgânico, seja ele *in natura* ou processado, aquele que é obtido em um sistema orgânico de produção agropecuária ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local. Ainda, todo aquele em que no seu processo de produção se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais.

No que tange a certificação, para obtê-la o produtor tem três caminhos: a certificação por auditoria, onde a concessão do selo SisOrg é feita por uma certificadora pública ou privada credenciada no MAPA, o controle social na venda direta, onde para o produtor é exigido somente o credenciamento em uma organização de controle social cadastrada em órgão fiscalizador oficial e o sistema participativo de garantia, caracterizada pela responsabilidade coletiva dos membros do sistema, devendo possuir um Opac legalmente constituído, para emissão do SisOrg (Schmitt, 2015).

A partir da certificação é dada como vantagem a preferência pelo consumidor a um produto cuja qualidade envolve atributos relacionados à saúde, à justiça social, à conservação e preservação ambiental, especialmente quando há preços competitivos.

Ademais, o aumento da disposição pela aquisição do produto orgânico pelos mercados institucionais, em que o produto orgânico alcança valorização de cerca de 30% em relação ao convencional.

A certificação de produtos orgânicos para os produtores é essencial para que haja a devida valorização de seus produtos, dada uma desleal competitividade de produtos da agricultura convencional e um público geralmente desconhecedor dos princípios da segurança alimentar e do que é um produto orgânico, com demanda apenas por baixos preços.

Contudo tem-se constatado que há um crescente, porém, ainda modesto despertar da população em relação ao consumo inteligente e consciente, acima de tudo sustentável. Para ampliação dessa consciência, faz-se necessário que haja maior integração entre os produtores, a extensão rural, a academia e a sociedade a fim de que esse despertar de propósitos se torne pleno.

A revisão da literatura pré-existente acerca de um tema é considerada o primeiro passo, fundamental e essencial, para a reflexão acerca de um campo de pesquisa (Webster e Watson, 2002).

Uma revisão efetiva propicia uma base sólida na descrição do avanço do conhecimento, seus limites e possibilidades.

Entretanto, Kitchenham (2004) ressalta que, caso uma revisão de literatura, início de grande parte das pesquisas, não for completa e justa, terá pouco valor científico. Ainda, o autor define a revisão de literatura como um meio de identificar, avaliar e interpretar pesquisas relevantes e disponíveis sobre uma determinada questão de pesquisa, um tópico ou um fenômeno de interesse.

O trabalho consistiu, portanto, em uma investigação empírica do desenvolvimento da produção orgânica, em toda sua complexidade dentro de seu contexto na vida real, no estado do Tocantins, com o intuito de se entender suas oportunidades e desafios diante do cenário atual.

A metodologia foi baseada em análise documental disponível na internet, por meio de artigos, entrevistas, depoimentos e outros tipos de informações, nos principais sites governamentais e não governamentais, jornais online e redes sociais, relacionados à temática da agroecologia, agricultura orgânica ou desenvolvimento sustentável agrícola.

Mercado dos produtos orgânicos

O mercado brasileiro de orgânicos cresceu aproximadamente 30% em 2021 e movimentou cerca de R\$ 5,8 bilhões, segundo a Organiza - Associação de Promoção dos Orgânicos, que reúne cerca de 60 empresas do setor. Este aumento, acelerado em função da pandemia, mostra que os produtores brasileiros precisam estar adequadamente preparados para suprir essa demanda.

Ainda, segundo a IFOAM – Federação Internacional de Movimentação de Produtos Orgânicos - estão identificados 3 milhões de produtores orgânicos em um universo de 181 países. O Brasil é apontado na pesquisa como líder do mercado de orgânicos da América Latina. Contudo, a extensão de terra destinada à agricultura orgânica, o país fica em terceiro lugar na região, e em 12º no mundo, com uma área de 1.136.857 ha.

No cenário tocantinense para produção de orgânicos, há apenas três agricultores familiares do Cinturão Verde da cidade de Araguaína e cinco do Projeto de Assentamento Família Feliz, da cidade de Porto Nacional, que são cadastrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, segundo um levantamento publicado em 2020/Fev (Figura 1).

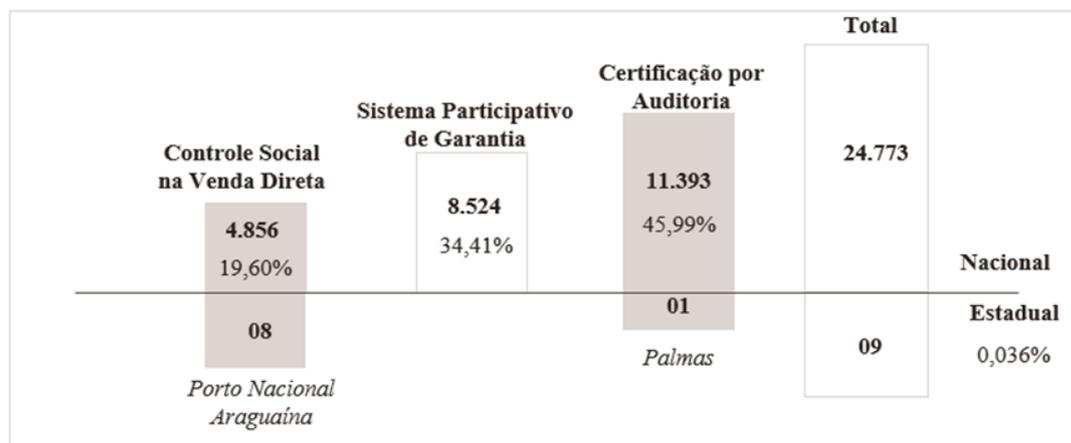


Figura 1 - Número de produtores orgânicos cadastrados no MAPA em campo nacional e estadual. Fonte MAPA (2020).

Para os oito agricultores que tiveram seus produtos atestados no sistema de produção orgânica, ganharam do órgão certificador uma declaração que garante o produto orgânico, sem a necessidade do selo. A certificação dada à eles foi pelo Controle Social de Venda Direta, dando-os a oportunidade de comercializarem seus produtos em programas socioassistenciais do Governo com valorização dos seus produtos em 30%.

Motivações para a produção orgânica de agricultores familiares

As análises constatadas a partir dos resultados obtidos através do levantamento bibliográfico e outras fontes, permitiram identificar que as motivações para a produção orgânica de agricultores familiares no estado do Tocantins envolvem principalmente questões pessoais, cooperativas e econômicas (Figura 2).

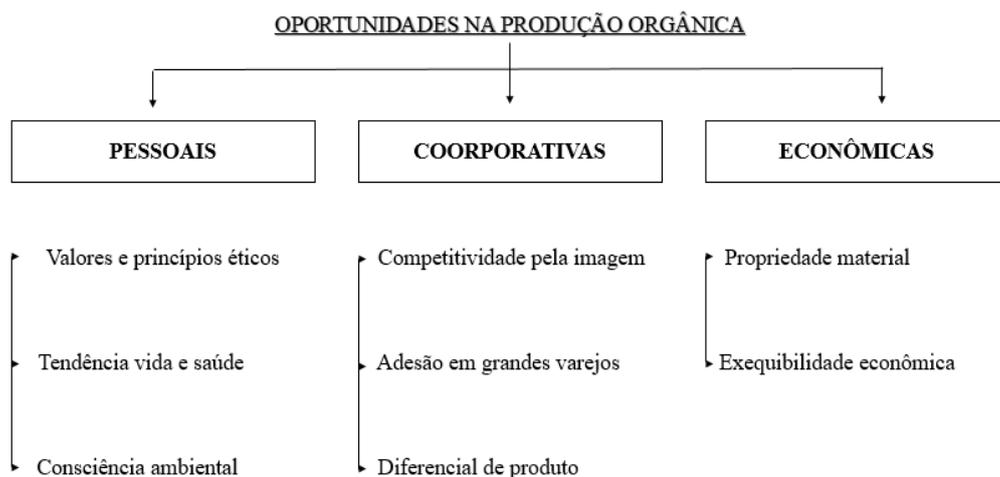


Figura 2 - Esquema demonstrando as oportunidades na produção orgânica vislumbradas pelos agricultores do estado do Tocantins.

Nesse sentido, primeiramente, identifica-se que a produção orgânica advém de ideologias, princípios e valores dos produtores que buscam contribuir para a melhoria do meio ambiente e da sociedade. Segundo Läßle e Rensburg (2011) a agricultura orgânica tem crescido como resposta à consciência ambiental devido ao impacto positivo no meio ambiente.

Arelado a esse fator, a idade dos próprios agricultores, especialmente os familiares, também influencia - produtores mais velhos estão mais propensos à adoção (Karki et al., 2011), o estado civil dos agricultores e produtividade da fazenda - quanto maior, mais disposição para adoção (Jouzi et al., 2017). Ademais, a atitude para a agricultura orgânica envolve preocupação com a saúde, consciência ambiental e moral (Scalco et al., 2015).

Além dos aspectos pessoais, foi identificada uma característica importante para a adoção da agricultura orgânica relacionada a interesses corporativos. Formatos organizacionais estruturados como cooperativas tendem a atuar como motivadores na adoção da agricultura orgânica (Bravo-Monroy et al., 2016).

Sabe-se que a filiação dos agricultores às cooperativas pode aumentar o poder de barganha frente ao governo e processadores, além de facilitar o acesso às certificações e às ações de marketing em grupo. A isso, soma-se o aumento de capital social proporcionado pela agricultura orgânica, no qual os agricultores podem aumentar as oportunidades de emprego em áreas rurais e obter melhores acessos a créditos e mercados (Jouzi et al., 2017). Além disso, a chegada de grandes varejistas no mercado de hortaliças do Tocantins, pode ampliar a demanda por produtos orgânicos.

Em um acordo firmado durante a Biofach (2019), evento que reúne autoridades do mundo inteiro na área de orgânicos, ficou decidido que para exportações de produtos orgânicos, antes aceitos para produtos com certificação por auditoria, também se aceitar permissão quando se tivesse o Sistema de Participação por Garantia (SPG), facilitando as exportações para os produtos que se encontram em OPAC (Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade Orgânica).

Não menos importante, as motivações também passam por aspectos econômicos. Estudos mostram que os agricultores podem obter benefícios ao adotar a produção orgânica, como, por exemplo: economia monetária, redução dos custos de insumos e aumento da renda através do ingresso em mercados certificados ao comercializarem seus produtos a preços premium (Läßle e Rensburg, 2011; Jouzi et al., 2017).

Conversão para agricultura orgânica

Diversas pesquisas realizadas a respeito dos fatores que influenciam as decisões dos agricultores na conversão para a agricultura orgânica; porém, a maioria destes estudos foi realizada em países desenvolvidos. Nos países em desenvolvimento, o ambiente político, o acesso aos mercados e os recursos financeiros dos agricultores estão entre os fatores econômicos ligados à adoção de práticas agrícolas orgânicas (Karki et al., 2011).

Ademais, entre as principais oportunidades para agricultura orgânica em países em desenvolvimento, estão: a contribuição para o desenvolvimento sustentável e a redução da

pobreza; o aumento da renda dos agricultores; a oferta de insumos permitidos nesse sistema na região produtora e o acesso ao mercado orgânico com preço premium. Ver se nesse cenário a baixa oferta dessa linha de produtos na região do estado do Tocantins como uma oportunidade aos agricultores da região (Sutherland, 2013).

Assim no Tocantins e nos demais estados brasileiros os produtores de orgânicos enfrentam diversos desafios como: burocracia para conseguir a certificação, elevados custos de produção, aquisição de sementes, mão de obra, distribuição e comercialização, controle de pragas e doenças, falta de subsídios, pequena escala de produção e acesso à informação e conhecimentos (Johann et al., 2019).

Até 2010, a única maneira de conseguir a certificação para a comercialização de produtos orgânicos era por meio da Certificação por Auditoria, no entanto, em 2011 entrou em vigor a Lei 10.831 que permite novos caminhos para conseguir a certificação: SPG (Sistema Participativo de Garantia) e a Certificação por Controle Social de Venda direta (Olczevski e Cotrin, 2013). Como no Tocantins, os produtores orgânicos são pequenos agricultores, essas novas modalidades de certificações permitiram o acesso ao selo através da Certificação por Controle Social e Venda Direta.

Principais fatores que afetam os custos da produção orgânica

O ciclo de produção no sistema orgânico é mais longo comparado com o sistema convencional, pois não utiliza adubos prontos e assim demoram mais até atingir o ponto de colheita e também no sistema orgânico são plantadas várias culturas por área o que acarreta menor área de produção e elevação de custos (Tivelli, 2012).

Outro fator que interfere na elevação de custos de produção é a mão de obra, além da necessidade de mão de obra qualificada, são necessários trabalhadores para realização dos monitoramentos das culturas visando a prevenção de pragas e doenças, na preparação e distribuição de compostos orgânicos (Tivelli, 2012).

A distribuição e comercialização também são desafios para os produtores, ou seja, como a produção é em pequena escala os produtores apresentam dificuldades em atingir os grandes

centros devido à distância das propriedades o que prejudica o acesso a novos mercados. Em relação a comercialização, muitos produtores vendem seus produtos abaixo do preço de mercado devido a condições impostas pelo mercado capitalista (Scalco et al., 2015). No Tocantins o principal veículo de comercialização de hortaliças orgânicas são as feiras, assim é essencial que os olericultores desenvolvam novas alternativas de comercialização.

A dificuldade de encontrar sementes orgânicas de qualidade a fim de atender o mercado de produção tem sido uma barreira para os olericultores. A disponibilidade de mercados com insumos permitidos, de boa qualidade e bom preço é também é uma limitação para os produtores (Feiden, 2001). Entraves relacionados a falta de subsídios como a dificuldade de acesso a crédito, incentivos governamentais, pesquisas e assistência técnica voltadas à produção orgânica são fatores que prejudicam a expansão do cultivo orgânico (Lima e Sousa, 2011).

As hortaliças bem como outras culturas tanto no sistema convencional como no cultivo orgânico estão suscetíveis a diferentes pragas e doenças, o que podem prejudicar o rendimento das plantações. No cultivo orgânico, os olericultores dispõem de diversas técnicas alternativas no combate a pragas e doenças, essas técnicas consistem no Manejo Ecológico de pragas e Doenças (MEP). O MEP são práticas ecologicamente sustentáveis integradas para melhorar a qualidade da lavoura e do ambiente (Sujii, et al., 2010).

Barreiras e motivações na produção de orgânicos

Por fim, a análise integrada dos estudos permite identificar ainda que a compreensão das barreiras e das motivações na produção de orgânicos passa por três níveis distintos de análise: nível microssocial, relacionado ao aspecto humano, gerencial e técnico da produção de orgânicos e o nível macrossocial, que aborda aspectos mais amplos, como influências políticas e sociais. No entanto, seguindo uma visão clássica das ciências sociais, entre estes dois níveis opera o nível mesossocial, ou seja, as inter-relações que formam o ambiente que institucionaliza as relações entre os atores de um sistema social (Figura 3).

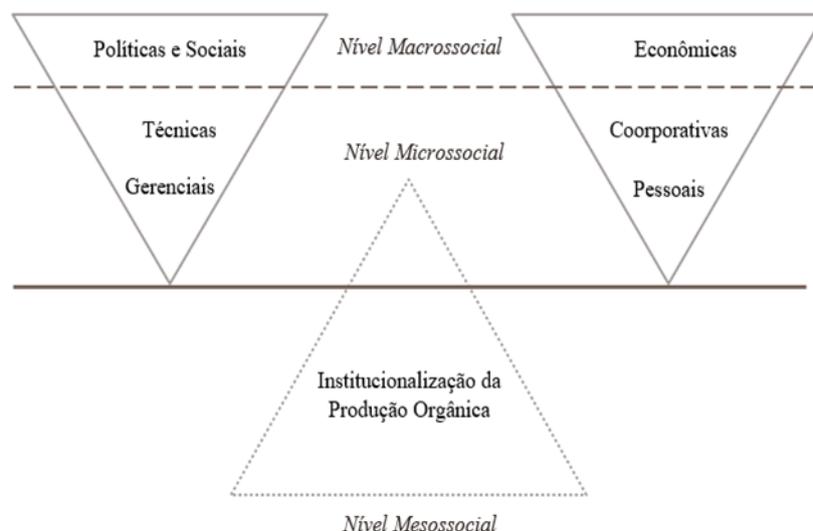


Figura 3 - Divisão das barreiras e motivações em ambientes de análise. Fonte: Dalmoro et al., (2019).

Para entender os aspectos mesossocial na produção orgânica, é necessário investigar como as mudanças advindas dos empreendedores institucionais (articulações, mobilização de recursos, visão de mercado) proporcionaram a legitimidade dos agricultores orgânicos, que, firmes em suas ideologias, contestaram a legitimidade da agricultura convencional, alterando a lógica dominante das normas agrícolas (Lähdesmäki e Siltaoja, 2017).

A busca por formas mais sustentáveis de produção rural tem buscado ir além de aspectos individuais, principalmente, a partir do reconhecimento da função das redes que moldam o conhecimento e das motivações que levam a uma consciência ecológica (Marsden e Smith, 2005). Assim, estas redes envolvem articulação e institucionalização de um campo político em torno da agroecologia, com discursos institucionais e objetivos próprios (Lynggaard, 2007).

CONCLUSÕES

O cultivo de hortaliças orgânicas é um mercado promissor que alia qualidade de vida à preservação ambiental.

No estado do Tocantins a produção relativa de produtos orgânicos ainda é bem pequena, porém em processo de expansão. No caso da produção de hortaliças, os olericultores têm um longo caminho de oportunidades e desafios a percorrer, para isso é necessário o apoio, incentivo e integração de diferentes esferas da sociedade com incentivos governamentais, atuação das instituições de ensino e pesquisa, conjectura comercial e mudança de atitude da sociedade quanto a preferência de produtos mais saudáveis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altarawneh M. Determine the barriers of organic agriculture implementation in Jordan. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, v.22, n.1, p.10-15, 2016.
- Altieri MA. *Agroecology: the science of sustainable agriculture*. Boca Raton: CRC Press, 432p. 2018.
- Barcellos MD, Bossle M, Perin MG, Vieira L. Consumption of eco-innovative food: how values and attitudes drive consumers' purchase of organics? *Revista Brasileira de Marketing*, v.14, n.1, P.110-121, 2015. <http://dx.doi.org/10.5585/remark.v14i1.2821>
- Baumgartner U, Nguyen TH. Organic certification for shrimp value chains in Ca Mau, Vietnam: a means for improvement or an end in it self? *Environment, Development and Sustainability*, v.19, n.3, p.987-1002, 2017. <http://dx.doi.org/10.1007/s10668-016-9781-z>
- Biofach (2019). Feira Internacional de Produtos Orgânicos e Agroecologia. Disponível em: <https://biobrazil-fair.com.br/bio-brazil-fair-biofach-america-latina-2019-co-necta-produtores-organicos-com-os-mercados-nacional-e-internacional/>. Acessado em: Janeiro, 2022.
- Bravo-Monroy L, Potts SG, Tzanopoulos J. Drivers influencing farmer decisions for adopting organic or conventional coffee management practices. *Food policy*, v.58, p.49-61, 2016. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2015.11.003>
- Dalmoro M. Construção de significados culturais: uma análise do mercado de suco de uva orgânico. *Revista Brasileira de Marketing*, v.14, n.1, p.97-109, 2015. <http://dx.doi.org/10.5585/remark.v14i1.2734>
- Dalmoro M, Matos, CA, Barcellos, MD. Barreiras e Motivações na construção de mercados mais sustentáveis: um olhar a partir dos produtores de alimentos orgânicos. In: XLIII Encontro da ANPAD – EnANPAD, 2019.
- Dias VV, Schultz G, Schuster MS, Talamini E, Révillion JP. O mercado de alimentos orgânicos: um panorama quantitativo e qualitativo das publicações internacionais. *Ambiente*

- & Sociedade, v.18, n.1, p.161-179, 2015.
<https://doi.org/10.1590/1809-4422ASOC841V1812015en>
- Elder SD, Lister J, Dauvergne P. Big retail and sustainable coffee: A new development studies research agenda. *Progress in Development Studies*, v.14, n.1, p.77-90, 2014.
<https://doi.org/10.1177/1464993413504354>
- Feiden AA. Conversão de sistemas de produção convencionais para sistemas de produção orgânicas. Embrapa Agrobiologia-Documents. 24p. 2001. (INFOTECA-E).
- Goetzke B, Nitzko S, Spiller A. Consumption of organic and functional food. A matter of well-being and health?. *Appetite*, v.77, n.1, p.96-105, 2014.
<https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.02.012>
- Herath CS, Wijekoon R. Study on attitudes and perceptions of organic and non organic coconut growers towards organic coconut farming. *Idesia*, v.31, n.2, p.5-14, 2013.
- Johann L, Dalmoro M, Jachetti MM. Alimentos orgânicos: dinâmicas na produção e comercialização. *Univates*, 19p. 2019.
- Jouzi Z, Azadi H, Taheri F, Zarafshani K, Gebrehiwot K, Passel SV, Lebailly P. Organic farming and small-scale farmers: Main opportunities and challenges. *Ecological Economics*, v.132, p.144-154, 2017.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2016.10.016>
- Karki L, Schleenbecker R, Hamm U. Factors influencing a conversion to organic farming in Nepalese tea farms. *Journal of Agriculture and Rural Development in the Tropics and Subtropics*, v.112, n.2, p.113-123, 2011.
- Kitchenham B. Procedures for performing systematic reviews. Keele University Technical Report TR/SE-0401, 33p. 2004.
- Lähdesmäki M, Siltaoja M. Pioneer organic farmers as institutional entrepreneurs in the agricultural context. In: Aakula J, Hakala K, Huhta H, Iivonen S, Jurvanen U, Kreismane D, Land A, Lähdesmäki M, Malinen M, Mikkola M, Nordlund-Othen J, Nuutila J, Peetsmann E, Piskonen S, Rasmussen I, Skulskis V, Tahvonen R, Taskinen S, Ullvén K, Wibe A, Wivstad M. NJF Seminar 495 4th Organic Confence. NJF General Secretariat, 2017. p.99-100.
- Läpple D, Rensburg TV. Adoption of organic farming: Are there differences between early and late adoption? *Ecological Economics*, v.70, n.7, p.1406-1414, 2011.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2011.03.002>
- Läpple D, Kelley H. Understanding the uptake of organic farming: Accounting for heterogeneities among Irish farmers. *Ecological Economics*, v.88, p.11-19, 2013.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2012.12.025>
- Lima EE, Sousa AA. Alimentos orgânicos na produção de refeições escolares: limites e possibilidades em uma escola pública em Florianópolis. *Revista de Nutrição*, v.24, n.2, p.263-273, 2011.
- Lynggaard K. The institutional construction of a policy field: a discursive institutional perspective on change within the common agricultural policy. *Journal of European Public Policy*, v.14, n.2, p.293-312, 2007.
<https://doi.org/10.1080/13501760601122670>
- Marsden T, Smith E. Ecological entrepreneurship: sustainable development in local communities through quality food production and local branding. *Geoforum*, v.36, n.4, p.440-451, 2005.
<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2004.07.008>
- MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Tocantins tem primeiros produtores orgânicos reconhecidos pelo Ministério da Agricultura, 2020. Disponível em: <https://www.to.gov.br/ruraltins/noticias/tocantins-tem-primeiros-produtores-organicos-reconhecidos-pelo-ministerio-da-agricultura/4mrtl1u10rcu>. Acessado em: Março, 2022.
- Olczewski CR, Cotrin DS. Certificação de Produtos Orgânicos por SPG-Sistema Participativo de Garantia, Envolvendo Pequenas Cooperativas do Ramo Agropecuário, na Região dos Coredes do Médio Alto Uruguai e Rio da Várzea/RS. *Revista Reflexão Cooperativista*, n.3, p.456-474, 2013.
- Scalco AR, Oliveira SC, Cobre J. Caracterização das motivações e entraves para o produtor rural de orgânicos no Brasil. *Revista Espacios*, v.36, n.15, p.14, 2015.
- Schmit AL. Agricultura ecológica para quê?: Estudo de representações sociais sobre a natureza entre agricultores de base ecológica do Vale do Taquari, Rio Grande do Sul. 2015. 78p. Monografia (Ciências Sociais) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Schultz G, Pedrozo EA, Nascimento LFM. As cadeias produtivas de alimentos orgânicos do Município de Porto Alegre/RS frente à evolução das demandas do mercado: lógica de produção e/ou de distribuição. In: Congresso Internacional de Economia e Gestão de Negócios Agroalimentares. 2001.
- Seegerbarth B, Behrens SH, Klarman N C, Hennigs N, Scribner LL. Customer value perception of organic food: Cultural differences and cross-national segments. *British Food Journal*, v.118, n.2, p.396-411, 2016.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2015-0235>
- Sujii ER, Venzon M, Medeiros MA, Pires CSS, Togni PHB. Práticas culturais no manejo de pragas na agricultura orgânica. In: Venzon M, Paula Junior TJ, Pallini A. (org.). Controle alternativo de pragas e doenças na agricultura orgânica. Viçosa, EPAMIG, 2010. p.143-168.
- Sutherland LA. Can organic farmers be 'good farmers'? Adding the 'taste of necessity' to the conventionalization debate. *Agriculture and Human Values*, v.30, n.3, p.429-441, 2013.
<https://doi.org/10.1007/s10460-013-9424-z>
- Tivelli SW. Orgânicos são caros. Por quê?. *Pesquisa & Tecnologia*, v.9, n.1, p.1-5, 2012.
- Van Doorn J, Verhoef PC. Drivers of and barriers to organic purchase behavior. *Journal of Retailing*, v.91, n.3, p.436-450, 2015.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.003>
- Webster J, Watson RT. Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS quarterly*, v.26, n.2, p.13-23, 2002.