

# CONSUMO E PERCEPÇÃO DOS ATRIBUTOS DOS ALIMENTOS ORGÂNICOS POR PARTE DOS CONSUMIDORES

Grisiely Yara Ströher Neves\*

Gisely Luzia Ströher\*\*

Ângela Aparecida da Silva\*\*\*

Jéssica Dayane Bento\*\*\*

Liria Paula de Camargo\*\*\*

## RESUMO

A preocupação com uma alimentação saudável e a procura por alimentos que sejam produzidos com a utilização de técnicas mais sustentáveis vêm ganhando cada vez mais atenção por parte dos consumidores. O presente estudo teve como objetivo descobrir por amostragem, o consumo e a percepção dos atributos dos alimentos orgânicos, através de questionário aplicado a cento e cinquenta moradores do Centro e do Bairro Jardim Boa Vista (Mandaguari - PR). Dos entrevistados, 57% responderam que consomem alimentos orgânicos; 28% os utilizam porque são mais saudáveis; 43% consumiriam se fossem mais baratos e se fossem mais fáceis de ser encontrados. À medida que gastam mais, comprando alimentos orgânicos do que gastariam com alimentos convencionais, os consumidores acreditam estar investindo na saúde. Apesar de os adeptos da alimentação orgânica não possuírem um conhecimento profundo sobre agricultura orgânica, o que se percebe é que eles têm noção suficiente do que essa agricultura significa, assegurando-lhes que a alternativa de consumir produtos naturais ameniza os problemas com a saúde.

**Palavras-chave:** Alimentos orgânicos. Consumo. Comportamento do consumidor.

\* Professora Doutora em Ciências Biológicas do Departamento de Ciências Biológicas FAFIMAN. E-mail: gribiologia@gmail.com.

\*\* Professora Doutora em Química do Departamento de Coordenação de Processos Químicos Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR Campus Apucarana. E-mail: gisellys@hotmail.com.

\*\*\* Biólogas graduadas pela FAFIMAN. E-mail: angela-bio1@hotmail.com; jessica\_dayane12@hotmail.com; liria.camargo@hotmail.com

## INTRODUÇÃO

O uso indiscriminado de agrotóxicos na produção de alimentos vem causando preocupação em diversas partes do mundo. A crítica ao modelo de agricultura vigente cresce à medida que estudos comprovam que os agrotóxicos contaminam os alimentos e o meio ambiente, causando danos à saúde. Nesse contexto, tem aumentado progressivamente a procura por alimentos produzidos de forma orgânica, isto é, livres de fertilizantes químicos, antibióticos, hormônios e outras drogas utilizadas (ARCHANJO; BRITO; SAUERBECK, 2001).

Os alimentos orgânicos são aqueles que utilizam, em todos seus processos de produção, técnicas que respeitam o meio ambiente e visam à qualidade do alimento. Desta forma, não são usados agrotóxicos nem qualquer outro tipo de produto que possa vir a causar algum dano à saúde dos consumidores (AZANHA, 2013).

No Brasil, o sistema orgânico de produção está regulamentado pela Lei Federal nº. 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que contém normas disciplinares para a produção, processamento, distribuição, identificação e certificação da qualidade dos produtos orgânicos, sejam de origem animal ou vegetal (BRASIL, 2003).

De acordo com a referida Lei, considera-se sistema orgânico de produção agropecuária, todo aquele em que são adotadas técnicas que visam à otimização do uso dos recursos naturais, socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade ecológica e econômica (BRASIL, 2003).

Em relação às metas da agricultura orgânica, as mais relevantes para os consumidores são: a não utilização de pesticidas e fertilizantes químicos sintéticos; de organismos geneticamente modificados; de estimulantes de crescimento sintéticos; de antibióticos; além do uso restrito de aditivos em alimentos processados (TORJUSEN et al., 2001).

Apesar do interesse pela alimentação orgânica ainda estar restrito a uma pequena parcela da população, a crítica ao uso dos agrotóxicos vem ganhando espaço entre produtores agrícolas e consumidores (BONTEMPO, 1999). O consumo de alimentos orgânicos é comumente

relacionado não apenas a uma alimentação mais saudável (pelo fato de não conter agrotóxicos em sua produção), mas também a diversas causas sociais, entre elas: a valorização da agricultura familiar, a preservação do meio ambiente e a adoção de formas mais justas de comércio para os pequenos produtores (COSTA, 2009).

## **JUSTIFICATIVA**

Nos últimos quatro anos, o mercado brasileiro de produtos orgânicos foi um dos que mais cresceu no mundo, com taxas de 35% a 50% ao ano, contra patamares de 20% a 30% nos Estados Unidos e em alguns países europeus (MONTEIRO et al., 2013). Esse fato pode suscitar indagações concernentes a quais atributos desses alimentos despertam maior atratividade entre as pessoas, ou seja, como são avaliadas as características dos produtos orgânicos entre os seus consumidores.

## **OBJETIVO**

Descobrir e avaliar por amostragem a periodicidade do consumo e os atributos dos alimentos orgânicos de acordo com os moradores do Centro e do Bairro Jardim Boa Vista em Mandaguari (PR).

## **METODOLOGIA**

Para avaliar o consumo e a percepção dos atributos dos alimentos orgânicos por parte dos consumidores, foram realizadas entrevistas, utilizando-se formulários pré-estruturados com questões referentes ao conhecimento da população sobre tais alimentos. As visitas às residências e as entrevistas foram feitas com a participação das acadêmicas participantes do projeto. Os dados foram coletados no período de janeiro a fevereiro de 2012. Todas as respostas foram analisadas e apresentadas em percentual.

Questionário aplicado para consumo e percepção dos atributos dos alimentos orgânicos por parte dos consumidores:

- 01) O(a) senhor(a) consome alimentos orgânicos?  
 sim  
 não
- 02) Em caso de resposta negativa na primeira pergunta (questões 2 e 3):  
Por que o(a) senhor(a) não consome alimentos orgânicos?  
 preço elevado  
 falta de hábito  
 falta de informação  
 acha que não há diferença em relação aos alimentos convencionais.
- 03) O(a) senhor(a) passaria a consumir alimentos orgânicos se:  
 fossem mais baratos  
 houvesse mais informações sobre eles  
 houvesse garantia de procedência e certificação  
 não consumiria
- 04) Em caso de resposta afirmativa na primeira pergunta (questões 4 a 10):  
Por que o(a) senhor(a) consome alimentos orgânicos?  
 são produzidos sem o uso de agrotóxicos  
 é bom para a saúde, são mais saudáveis  
 qualidade do produto (mais nutritivos)  
 diferença na aparência, no gosto do produto  
 colaboram com o meio ambiente
- 05) O que contribuiria para o(a) senhor(a) consumir mais alimentos orgânicos?  
 preços mais acessíveis  
 mais fáceis de ser encontrados  
 mais informações sobre os benefícios desses alimentos para a saúde
- 06) Quanto o(a) senhor(a) estaria disposto a pagar a mais pelos alimentos orgânicos?  
 nada a mais  
 até 5% a mais  
 até 10% a mais  
 outros valores
- 07) Quantas vezes o(a) senhor(a) consome alimentos orgânicos?  
 todos os dias

- três a quatro vezes por semana
  - uma vez por semana
  - uma vez a cada quinze dias
  - uma vez por mês
- 08) Onde o(a) senhor(a) adquire os produtos orgânicos?
- supermercados
  - feiras
  - lojas especializadas
- 09) Quais alimentos orgânicos o(a) senhor(a) já consumiu?
- verduras
  - legumes
  - frutas
  - ovos
  - cereais
  - carnes
  - outros
- 10) Que informação sobre um produto alimentício o(a) senhor(a) acharia importante constar no rótulo?
- calorias
  - informação nutricional
  - data de validade
  - utilização de agrotóxicos
  - procedência (quem é o fabricante, onde o produto foi fabricado)
  - outras

Obs.: os respondentes do questionário puderam escolher mais de uma opção na questão 09.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Em questionário aplicado a cento e cinquenta moradores do Centro e do Bairro Jardim Boa Vista (Mandaguari - PR), sobre o consumo de alimentos orgânicos e a percepção de seus atributos, 57% dos entrevistados responderam que consomem alimentos orgânicos, enquanto 43% não o fazem.

Têm sido observados sinais que evidenciam uma mudança de hábito alimentar entre os brasileiros, na direção de uma maior demanda por produtos orgânicos. A julgar pela presença dos orgânicos nas gôndolas de supermercados, estima-se que exista um potencial de mercado de expressiva magnitude para esses produtos (BORGUINI; TORRES, 2006).

São vários os motivos que levam ao consumo de produtos orgânicos, podendo-se dizer que tais motivações são influenciadas por dois grandes temas: saúde e meio ambiente. Esses temas desencadeiam uma infinidade de outros conceitos, ideias ou valores, tais como os referentes a questões de saúde, estética, ecologia, responsabilidade ambiental, consumo consciente e valorização da qualidade de vida (GOMES, 2013).

Entre as pessoas que não consomem produtos orgânicos, 51% disseram ser por falta de hábito, 27% por falta de informação, 17% pelo preço elevado e 5% por não acharem que há diferença em relação aos alimentos convencionais.

Na década de 70, os hábitos e as ideologias alimentares tinham como um dos focos a observação da distinção entre alimentos quentes/frios; fortes/fracos; pesados/leves; de rico/de pobre; bom ou ruim para a saúde. Na década de 80, passa-se a associar alimentação com saúde e doença. A “boa alimentação” garante a saúde, enquanto a falta dela é associada à fraqueza mental e física. Surge um discurso sobre os alimentos que fazem mal, como os gordurosos, e o discurso estético provenientes da valorização dos alimentos que concentram vitaminas. Os anos 90 e a década atual são fortemente marcados por alimentos fast-foods, que representam a redefinição das fronteiras e espaços alimentares (KRISCHKE; TOMIELLO, 2012).

Entretanto, o começo de século XXI testemunha um novo processo ecológico com uma revolução na produção de alimentos. O agronegócio faz surgir uma agricultura com uma infinidade de processos produtivos, tirando o orgânico da marginalidade e aplicando esse conceito de produção ao cultivo do campo com finalidades sociais e econômicas. Tenta-se priorizar o cultivo sem insumos químicos, respeitando o meio ambiente e as relações sociais (CASAS; SUSZEK, 2009).

Dos entrevistados, 43% consumiriam alimentos orgânicos se estes fossem mais baratos, 38% se houvesse mais informações sobre eles, 14% se houvesse garantia de procedência e certificação e 5% não consumiriam.

De acordo com Darolt (2012), o maior preço dos alimentos orgânicos em comparação aos convencionais, está relacionado:

- à baixa escala de produção orgânica, o que implica maiores custos (mão de obra, insumos) por unidade de produto;
- ao custo da embalagem para diferenciar os produtos orgânicos dos convencionais, sobretudo em supermercados;
- a uma desorganização do sistema de produção (falta de planejamento) e do processo de comercialização;
- à falta de pesquisa. Existem maiores riscos e a necessidade de experimentação por parte do agricultor;
- aos custos adicionais com o processo de certificação.

Ainda de acordo com Darolt (2012), o que leva o consumidor a preferir o alimento orgânico é a informação sobre suas vantagens nutricionais, a ausência de toxicidade e a confiança de que foi produzido conforme os preceitos que preservam esses fatores, tornando-se um “bem” que tem na confiança seu principal valor.

A certificação é exigida dos produtores para a comercialização e é uma garantia ao consumidor de que ele está comprando um alimento sem a utilização de produtos químicos e que colabora com a preservação do meio ambiente, por ser produzido em condições adequadas. O processo de certificação inclui análise dos produtos e verificação do plano de manejo e dos procedimentos adotados pela propriedade (VOSS, 2006).

Em relação ao motivo para consumir alimentos orgânicos, 38% afirmaram consumi-los porque são produzidos sem o uso de agrotóxicos e também porque colaboram com o meio ambiente; 28% porque fazem bem para a saúde e porque são mais saudáveis; 34% pela qualidade do produto (mais nutritivos), pela diferença na aparência e no gosto do produto.

Em pesquisa realizada por Rucinski e Brandenburg (2012), 94% dos consumidores entrevistados indicaram a saúde como motivo principal para consumir produtos orgânicos e 6% dos consumidores

afirmaram que o paladar do alimento orgânico é mais original, acusando os alimentos com agrotóxicos de terem um sabor alterado.

De acordo com Trucon (2012), os alimentos orgânicos frescos normalmente possuem menor teor de água em sua composição, quando comparados com os alimentos convencionais (aproximadamente 20% menos). Isto significa que os nutrientes estão mais concentrados, assim como o conteúdo de açúcar, motivo do sabor mais adocicado dos vegetais orgânicos. Produções orgânicas também tendem a ter maiores níveis de vitaminas, como, por exemplo, os tomates orgânicos, que contêm 23% mais vitamina A do que os convencionais (MEDEIROS, 2013).

Ainda de acordo com Trucon (2012), frutas e vegetais orgânicos têm mais vitaminas e minerais. Leites orgânicos têm mais vitamina E. Além disso, esses alimentos possuem melhor sabor e aroma.

Em pesquisa realizada por Rucinski e Brandenburg (2012), em relação aos efeitos específicos dos agrotóxicos, 39,2% dos entrevistados apontaram-nos como sendo prejudiciais à saúde e 33,3% os indicaram como causadores de câncer.

A água potável está cada vez mais escassa. Os agrotóxicos e fertilizantes sintéticos contaminam o solo, rios, lagos e águas subterrâneas, e são a segunda causa de contaminação das águas. Assim sendo, os alimentos orgânicos colaboram com o meio ambiente, uma vez que são produzidos sem o uso de agrotóxicos (PEREIRA, 2004).

Dos entrevistados, 43% consumiriam mais alimentos orgânicos se estes fossem mais fáceis de serem encontrados, 30% se os preços fossem mais acessíveis e 27% se tivessem mais informações sobre os benefícios desses alimentos para a saúde.

Em pesquisa realizada por Murano e Lima (2009), entre consumidores de um supermercado em Francisco Beltrão (PR), há pouca oferta de produtos orgânicos disponíveis no comércio local. A maior parte dos consumidores da cooperativa e do supermercado encontra dificuldade para achar esses produtos.

Ainda segundo os entrevistados, os produtos orgânicos não ganham destaque em sua exposição nas gôndolas, e não se encontram separados dos convencionais, dificultando a sua identificação por parte do consumidor, passando até despercebidos por alguns. É de

fundamental importância que se tenha nos locais de comercialização gôndolas identificadas e separadas em um lugar específico e de destaque, onde esses produtos estejam mais visíveis aos consumidores (MUNARO; LIMA, 2009).

Em relação ao preço dos alimentos orgânicos, 50% afirmaram não querer pagar nada a mais por tais produtos, 27% até cinco por cento a mais, 12% até dez por cento a mais e 11% pagariam outros valores a mais.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), e o Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC) mapearam as feiras de alimentos sem agrotóxicos, em todas as capitais brasileiras. O projeto foi inspirado no resultado de uma pesquisa realizada pelos mesmos institutos, em 2010, a qual mostrou que os alimentos orgânicos encontrados nas feiras apresentam melhores preços que os encontrados em redes de supermercados. Uma enquete realizada no portal do IDEC confirmou que 74% das pessoas consumiriam mais alimentos orgânicos se fossem mais baratos (VEGA, 2012).

À medida que gastam mais comprando alimentos orgânicos do que gastariam com alimentos convencionais, os consumidores acreditam estar investindo na saúde. Para eles, o alimento orgânico significa um meio de prevenir e curar doenças. O alimento, dessa forma, adquire valor simbólico de medicamento, através do qual se busca garantir a saúde (ARCHANJO; BRITO; SAUERBECK, 2001).

Dos entrevistados, 31% consomem alimentos orgânicos todos os dias, 29% de três a quatro vezes por semana, 23% uma vez por semana, 11% uma vez a cada quinze dias e 6% consomem uma vez ao mês.

A demanda por alimentos orgânicos tem aumentado significativamente, segundo os dados dos agricultores - feirantes (Associação de Produtores Orgânicos do Paraná em Curitiba). Tal demanda está relacionada a um público que, cada vez mais, incorpora alimentação orgânica em seus hábitos. Ao mesmo tempo em que cresce a demanda, consolida-se um público fiel ao consumo permanente de hortifrutigranjeiros (RUCINSKI; BRANDENBURG, 2012).

Em relação ao local onde adquirem os produtos orgânicos, 86% afirmaram adquiri-los em feiras, 12% em supermercados e 2% em lojas especializadas.

De acordo com Archanjo, Brito e Sauerbeck (2001), os frequentadores de feiras destacam a diferença de preço e de qualidade entre os produtos orgânicos vendidos na feira e nos supermercados. Afirmam que os alimentos na feira são mais baratos e estão sempre “fresquinhos”. A venda direta do produtor ao consumidor, sem intermediários, possibilita a prática de preços mais baixos na feira do que nos supermercados. Além disso, os supermercados exigem embalagem para os produtos orgânicos e não se responsabilizam pelo custo dos produtos não vendidos, o que eleva o preço dos alimentos.

Em pesquisa realizada por Munaro e Lima (2009), a maior parte dos entrevistados alegou que considera os produtos adquiridos na feira e na cooperativa mais confiáveis, pois sabem que são provenientes de agricultores da região e que também são uma forma de incentivar a agricultura familiar local.

Quanto aos produtos orgânicos já consumidos, 37% dos entrevistados já consumiram verduras orgânicas, 30% legumes, 15% frutas, 10% ovos, 5% carnes e 3% cereais.

Embora legumes, verduras e frutas sejam os alimentos orgânicos mais consumidos, a carne bovina e a de frango, além dos ovos, hoje também começam a fazer parte dessa categoria no Brasil. As verduras e legumes orgânicos mais consumidos são: alface, coentro, cebolinha, tomate, pimentão e cenoura (ZAKABI, 2012).

Entre os produtos à disposição do consumidor, os itens mais procurados são, em primeiro lugar, as frutas; depois, verduras e legumes, “que são os itens que estão mais à disposição do consumidor” e, em seguida, cereais básicos, como arroz e feijão (BOCHI, 2012).

Com relação às informações dos produtos alimentícios que deveriam constar no rótulo, 27% dos entrevistados acham mais importante a data de validade, 21% se houve utilização de agrotóxicos, 20% a procedência, 16% as informações nutricionais, 14% a quantidade de calorias e 2% consideraram outras informações.

Cada vez mais os consumidores percebem que a qualidade de um produto relaciona-se não apenas com aspectos visuais, como a aparência ou salubridade, mas diz respeito também à confiabilidade na presença de propriedades específicas, ou seja, refere-se à confiança com que os

consumidores podem comprar determinados produtos, se estiverem buscando características específicas, como a isenção de resíduos químicos ou aditivos sintéticos nos alimentos (CASAS; SUSZEK, 2009).

## **CONCLUSÕES**

Apesar de os consumidores não possuírem um conhecimento profundo sobre agricultura orgânica, o que se percebe é que eles têm noção suficiente do que essa agricultura significa, assegurando-lhes que essa alternativa de consumir produtos naturais amenizam os problemas com a saúde.

Finalizando, pode-se afirmar que a produção e o consumo de alimentos orgânicos estão inseridos em um movimento que propõe mudanças não apenas no comportamento alimentar, mas também, e, especialmente, na forma de se atuar com relação ao meio ambiente, adotando métodos que se destinam a reduzir ao mínimo a contaminação do ar, do solo e da água, principalmente através do uso restrito, controlado e racional dos agrotóxicos.

## **CONSUMPTION AND PERCEPTION OF THE ATTRIBUTES OF ORGANIC FOOD ON THE PART OF CONSUMERS**

### **ABSTRACT**

The concern with a healthy diet and to search for foods that are produced with the use of techniques more sustainable, it has become increasingly more attention on the part of consumers. The objective of this study was to discover by sampling, the consumption and the perception of the attributes of organic food, through a questionnaire administered to one hundred and fifty residents of Central and Jardim Boa Vista (Mandaguari - PR). Of the respondents, 57% responded that consume organic foods; 28% use them because they are healthier; 43% would consume if they were cheaper and if they were more easy to be found. As they spend more buying organic food than expend little with conventional food,

consumers believe they are investing in health. In spite of fans by organic food do not possess a profound knowledge about organic agriculture, we notice that they have sufficient notion of what this agriculture means, assuring him that this alternative to consume natural products minimizes the problems with health.

**Keywords:** Organic food. Consumption. Consumer behavior.

## REFERÊNCIAS

ARCHANJO, L. R.; Brito, K. F. W.; Sauerbeck, S. Alimentos Orgânicos em Curitiba: consumo e significado. **Revista Cadernos de Debate**: Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação da Unicamp, Campinas, SP, v. 8, p. 1-6, 2001.

AZANHA, D. **Vantagens e desvantagens dos alimentos orgânicos**. Disponível em: <<http://mulherando.com.br/saude-2/2011vantagens-e-desvantagens-dos-alimentos-organicos/>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

BOCCHI, U. **Bio Brazil Fair**: pesquisa inédita sobre consumidores de orgânicos. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/organicos/>>. Acesso em: 12 maio 2012.

BONTEMPO, M. **Alimentação orgânica**: medicina natural. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

BORGUINI, R. G.; TORRES, E. A. F. S. Alimentos orgânicos: qualidade nutritiva e segurança do alimento. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, SP, v. 13, n. 2, p. 64-75, 2006.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento. Lei Federal no 10.831 de dezembro de 2003. Dispõe sobre normas para a produção de produtos orgânicos vegetais e animais. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 23 dez. 2003. Seção 1, p. 11.

CASAS, A. L.; SUSZEK, A. C. A importância da comunicação no processo de adoção de produtos Orgânicos pelo consumidor. **Revista de Administração da UNIMEP**, Piracicaba, v. 7, n. 3, p. 152-174, set./dez. 2009.

COSTA, R. R. C. **O consumo de alimentos orgânicos**: uma afirmação de consumo sustentável que nem sempre se sustenta. 2009. 120 f. Dissertação (Mestrado) Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2009.

DAROLT, M. R. **Por que os alimentos orgânicos são mais caros?** Disponível em: <<http://www.vivacomorganicos.com.br/a-qualidade-nutricional-alimento-organico.php>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

GOMES, A. N. **O novo consumidor de produtos naturais**: consumindo conceitos muito mais do que produtos. Disponível em: <<http://www.espm.br/Publicacoes/CentralDeCases/Documents/NOVOCOSUMIDORPRODUTOSNATURAIS.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

KRISCHKE, P. J.; TOMIELLO, N. **O comportamento de compra dos consumidores de alimentos orgânicos**: um estudo exploratório. Disponível em: <[http://www.sumarios.org/sites/default/files/pdfs/56593\\_6526.PDF](http://www.sumarios.org/sites/default/files/pdfs/56593_6526.PDF)>. Acesso em: 13 jul. 2012.

MEDEIROS, J. **Tragédia também afeta produção de orgânicos**. Disponível em: <[http://www.odiariodeteresopolis.com.br/leitura\\_noticias.asp?IdNoticia=18097](http://www.odiariodeteresopolis.com.br/leitura_noticias.asp?IdNoticia=18097)>. Acesso em: 28 mar. 2013.

MONTEIRO, M. N. C.; SALGUERO, M.; COSTA, R. T.; GONZALES, R. B. **Os alimentos orgânicos e a percepção de seus atributos por parte dos consumidores**. Disponível em: <[http://www.ead.fea.usp.br/Semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT08Os\\_alimentos\\_organicos\\_consumidores.PDF](http://www.ead.fea.usp.br/Semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT08Os_alimentos_organicos_consumidores.PDF)>. Acesso em: 13 mar. 2013.

MUNARO, C.; LIMA, R. S. Consumo de produtos orgânicos em Francisco Beltrão/PR: influências exercidas pelo estilo de vida adotado pelo consumidor. **Revista Faz Ciência**, Francisco Beltrão, v. 11, n. 14, p. 145-164, jul./dez. 2009.

PEREIRA, R. S. Identificação e caracterização das fontes de poluição em sistema hídricos. **Revista Eletrônica de Recursos Hídricos**, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 20-36, 2004.

RUCINSKI, J.; Brandenburg, A. **Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba**. Disponível em: <[http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro1/gt/agricultura\\_meio\\_ambiente/Jeane%20Rucinski.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro1/gt/agricultura_meio_ambiente/Jeane%20Rucinski.pdf)>. Acesso em: 6 maio 2012.

TORJUSEN, H.; LIEBLEIN, G.; WANDEL, M.; FRANCIS, C. A. Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway. **Food Qual Preferences**, [S.l.], v. 12, no. 3, p. 207-216, 2001.

TRUCON, C. **O que são produtos orgânicos?** Disponível em: <<http://somostodosum.ig.com.br/conteudo/conteudo.asp?id=1848>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

VEGA, J. B. **Feira de alimentos orgânicos em todo Brasil: onde encontrá-las?** Disponível em: <[http://www.saude.br/alimentos\\_organicos.htm](http://www.saude.br/alimentos_organicos.htm)>. Acesso em: 13 jul. 2012.

VOSS, J. J. Alimento orgânico: uma boa escolha. **Boletim Semanal do Instituto de Tecnologia do Paraná**, Curitiba, ano 7, n. 178, p.1, jun. 2006.

ZAKABI, R. **A mania dos orgânicos: os alimentos sem agrotóxicos viram moda ao vender a ideia de que são mais saudáveis**. Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/231105/p\\_082.html](http://veja.abril.com.br/231105/p_082.html)>. Acesso em: 12 maio 2012.