

# XIII Congresso Nacional de **MEIO AMBIENTE** de Poços de Caldas

[www.meioambientepocos.com.br](http://www.meioambientepocos.com.br)

XIII CONGRESSO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE DE POÇOS DE CALDAS

21, 22 E 23 DE SETEMBRO DE 2016

## **AGRICULTURA ORGÂNICA: PERCEPÇÃO DE CONSUMIDORES SOBRE A FEIRA DO PARQUE ÁGUA BRANCA, CIDADE DE SÃO PAULO-SP**

**Kleber Spíndola Gonçalves**<sup>(1)</sup>; **Andréa dos Anjos Moreiras**<sup>(2)</sup>; **Ana Paula do Nascimento Lamano-Ferreira**<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup> Estudante, Programa De Mestrado Em Gestão Ambiental E Sustentabilidade, Universidade Nove de Julho, São Paulo, [kleberspin@gmail.com](mailto:kleberspin@gmail.com); <sup>(2)</sup> Estudante, Programa De Mestrado Em Gestão Ambiental E Sustentabilidade, Universidade Nove de Julho, São Paulo, [amoreiras70@gmail.com](mailto:amoreiras70@gmail.com); <sup>(3)</sup> Professora, Programa De Mestrado Profissional em Gestão Ambiental e Sustentabilidade, Universidade Nove de Julho, São Paulo, [apbnasci@yahoo.com.br](mailto:apbnasci@yahoo.com.br)

Eixo temático: Conservação Ambiental e Produção Agrícola Sustentável

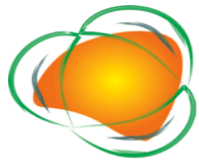
**RESUMO** –O objetivo deste artigo foi verificar a percepção de consumidores de produtos orgânicos sobre seus benefícios e custo. Para isso foi selecionada a feira orgânica noturna que ocorre as terças no Parque da Água Branca. A metodologia de pesquisa aplicada neste estudo foi de análise descritiva qualitativa. Foram realizadas entrevistas com 30 consumidores. A partir das informações colhidas, verificou-se que a conscientização dessa temática por parte dos consumidores é o caminho para o início de um novo comportamento capaz de posicionar a sociedade em um caminho de consumo de alimentos orgânicos e sustentável para seu futuro.

**Palavras-chave:** Agricultura orgânica, segurança alimentar, percepção Ambiental e sustentabilidade.

### **Introdução**

A agricultura orgânica é um sistema de produção que em sua essência visa práticas alternativas e sustentáveis de produção quando comparadas com o sistema convencional de cultivo. Nesse sistema de produção, não se utiliza nenhum tipo de fertilizante químico ou de defensivo sintético mais conhecidos como agrotóxicos (Penteado, 2003).

O Ministério de Agricultura, Pecuário e Abastecimento (MAPA) divulgou que atualmente existe uma procura em franco crescimento por produtos orgânicos. 05/10/2016 08:57:00 Nota-se também o aumento da área plantada com produtos orgânicos devido o aumento da demanda no Brasil. As práticas da agricultura orgânica, assim como as demais também denominadas de biológica, ecológica, biodinâmica, agroecológica e natural. Entre janeiro de 2014 e janeiro de 2015, a quantidade de agricultores que iniciaram a produção orgânica aumentou aproximadamente de 51,7%(MAPA, 2015a).



## XIII Congresso Nacional de **MEIO AMBIENTE** de Poços de Caldas

[www.meioambientepocos.com.br](http://www.meioambientepocos.com.br)

XIII CONGRESSO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE DE POÇOS DE CALDAS

21, 22 E 23 DE SETEMBRO DE 2016

A área total de produção orgânica no Brasil já chega a quase 750 mil hectares: Sudeste 333 mil, Norte 158 mil, Nordeste 118,4 mil, Centro-Oeste 101,8 mil hectares e Sul 37,6 mil hectares (MAPA, 2015b).

Nos últimos anos grandes mudanças ocorreram no setor e muitas destas devido a crescente preocupação por parte dos consumidores (BARBOSA et al., 2011). O uso de pesticidas agrícolas é frequentemente associada a riscos para a saúde humana (MOMESSO; ROEL; FAVARO, 2009; WANG et al., 2006).

Nas últimas décadas, o uso indiscriminado de agrotóxicos na produção de alimentos vem causando preocupação em diversas partes do mundo e esse modelo tem sido muito criticado, e cresce à medida que estudos comprovam que os agrotóxicos causam danos a saúde e ao meio ambiente (ARCHANJO; BRITO; SAUERBECK, 2001).

Desta forma, este estudo analisou a percepção de consumidores de uma feira orgânica na cidade de São Paulo, ou seja, quais os benefícios e limitações da escolha de alimentos orgânicos.

### **Comportamento do Consumidor**

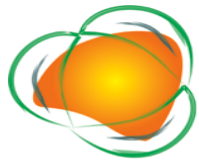
A venda direto ao consumidor no Brasil favorece o aumento no número de feiras especializadas em produtos orgânicos e a relação de confiança entre produtor rural e consumidor é adquirida nas feiras agroecológicas (SANTIAGO; GENTIL, 2015). O Brasil é um mercado em expansão notória para produtos orgânicos (DAROLT, 2003). Observa-se que o volume de produtos comercializados, que era de cerca de 10% em 1990, passou ao patamar de 40-50%, no início do milênio (BARBOSA et al., 2011).

A expansão na comercialização de produtos orgânicos tem ocorrido em uma média anual de 10% Brasil, 20% Estados Unidos e 25% Europa. No continente europeu, a área certificada com produção orgânica cresceu, aproximadamente 900% em dez anos (Santiago & Gentil, 2015). No período 2000 a 2003, o mercado mundial de produtos orgânicos apresentou crescimento de aproximadamente 55%, ultrapassando os US\$24 milhões. Os estados brasileiros e outros países do MERCOSUL tem incentivado a produção orgânica e apoiado ao setor produtivo enquanto outros procuram melhorar as condições de exportação e comercialização (MARTINS; CAMARGO FILHO; BUENO, 2006).

Devido a vários fatores que estão associados aos produtos orgânicos como a responsabilidade social, valorização do trabalhador, responsabilidade com o meio ambiente, segurança alimentar, qualidade de vida do produtor rural e consumidor é que os produtos orgânicos têm se destacado no mercado internacional (SANTIAGO; GENTIL, 2015).

### **Percepção: Topofilia e Topofobia**

“Percepção é tanto a resposta dos sentidos aos estímulos externos como atividade proposital, na qual certos fenômenos são claramente registrados, enquanto outros retrocedem para a sombra ou são bloqueados” (TUAN, 2013, p. 18). Para Tuan a topofilia são sentimentos que agradam as pessoas, já topofobia causa aversão. A



## XIII Congresso Nacional de **MEIO AMBIENTE** de Poços de Caldas

[www.meioambientepocos.com.br](http://www.meioambientepocos.com.br)

XIII CONGRESSO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE DE POÇOS DE CALDAS

21, 22 E 23 DE SETEMBRO DE 2016

topofilia e topofobia mesmo sendo sentimentos tão opostos, podem ser identificados em uma única paisagem por uma única pessoa ou ainda um grupo social. Isso ocorre, na medida em que o fator temporal causa diferenças nesta forma de sentir, que são condicionadas pelos processos de afetividade, memória e aos valores culturais (GUIMARÃES, 2002).

Quando se trata de percepção do indivíduo não existe o certo e o errado, ele é de acordo com a forma que a pessoa consegue perceber algo, ou alguma situação, é de acordo com a sua vivência, sua experiência e também o meio que está inserido.

“...os sentimentos topofílicos estruturam-se, mesclados aos sentimentos topofóbicos, inconscientemente, emergindo de maneira espontânea em sensações e emoções agradáveis, responsáveis por uma intimidade física e emocional de intensa mas suave afetividade.” (GUIMARÃES, 2002).

### **Material e Métodos**

Para este estudo, foi selecionada a Feira Orgânica do Parque Água Branca, localizado na zona Oeste da capital paulistana, Estado de São Paulo, realizada às terças feiras das 16h30 às 20h30. O roteiro das entrevistas realizadas, foram adaptados de Regis e Lamano-Ferreira (2015).

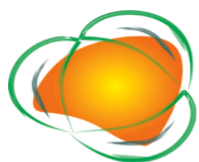
A coleta de dados, por meio de entrevistas, foi guiada por um roteiro semiestruturado (LIU; OUYANG; MIAO, 2010; MATOS; GOMES, 2011), pelo período de dois meses (22/09/2015 a 10/11/2015). Foram entrevistados 30 consumidores de forma aleatória com perguntas abertas e de múltipla escolha, iniciando com perguntas mais gerais sobre a pessoa e questões mais específicas de maneira que facilite o entendimento do entrevistado (MACHADO FILHO et al., 2014; VERGARA, 2009). As entrevistas tiveram o intuito de verificar a percepção do consumo sobre o ponto de vista social e ambiental dos produtos orgânicos. Não foram entrevistados os trabalhadores da feira e os visitantes de passagem.

As perguntas executadas buscavam estudar a importância que esse consumo tinha na vida do entrevistado, questionar sobre sua percepção com benefícios à sua saúde como também o impacto com o meio ambiente. Também foi investigado como o entrevistado descreveria essa feira para alguém que não a conhece, além de informações como escolaridade, renda familiar e região da residência.

No questionário utilizado, além de questões sobre o perfil para identificar o entrevistado, foram feitas duas perguntas abertas para análise qualitativa e mais 7 questões quantitativas com 5 níveis de escala Likert, uma escala psicométrica das mais conhecidas e utilizada, com o objetivo de registrar o nível de concordância ou discordância com uma declaração dada.

### **Resultados e Discussão**

O perfil dos entrevistados oscilou, entre 22 e 71 anos, tendo a maioria ensino



XIII Congresso Nacional de  
**MEIO AMBIENTE**  
de Poços de Caldas

www.meioambientepocos.com.br

XIII CONGRESSO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE DE POÇOS DE CALDAS  
21, 22 E 23 DE SETEMBRO DE 2016

superior completo (73,3%) e relatando frequência semanal na feira orgânica do parque Água Branca. A maioria dos respondentes foram mulheres (53,3%). Entre os respondentes, 66,3% dos entrevistados possuem filhos.

Tabela 1. Caracterização do grau de concordância do respondente.

Assertivas	A (%)	B (%)	C (%)
Gosto de consumir alimentos orgânicos porque trazem benefícios para a saúde.	100		
Gosto de consumir alimentos orgânicos porque trazem benefícios para o meio ambiente.	100		
Me disponho a pagar mais caro por um produto orgânico.	89,8	3,4	6,8
Os alimentos orgânicos são mais saudáveis, pois são livres de agrotóxicos, hormônios e outros produtos químicos.	100		
Eu compro alimentos orgânicos no supermercado.	55	14	31
No supermercado encontro produtos orgânicos com mais qualidade do que na feira.	3,4	17,2	79,4
Na feira compro produtos orgânicos mais barato que no supermercado.	55,1	37,9	7

A- Concordo; B- Não concordo nem discordo; C- Discordo

Fonte: Organizado pelos autores, 2016

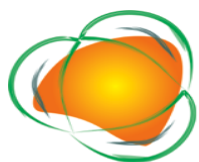
### Topofilia

Tabela 2: Referente a pergunta “Porque começou a consumir produtos orgânicos?”

Porque começou a consumir produtos orgânicos?	% de respondentes
Visando à saúde	28,2
Livres de agrotóxicos e Transgênicos	25,6
Produto saudável	20,5
Pelos filhos; Sabor é mais natural; É melhor.	10,2
Sabor diferente; Agride menos o meio ambiente.	8
Qualidade melhor dos alimentos; Para ajudar pequenos agricultores; Por a feira ser no Parque; Pela família; Por causa de doenças (gastrite/tumor); Vegetariano; Aconselhado por agrônomos; Gravidez.	5
Feliz por comer orgânicos; Macrobiótica; Só consome orgânicos; Reeducação alimentar; Qualidade de vida; Aconselhado por nutricionista, Preço compatível, Papinha orgânica para bebês; Boas prática; Me sinto bem; Por preferir.	2,5

Fonte: Organizado pelos autores, 2016

Quando questionados sobre: “Porque escolheu essa feira?” Montou-se um



# XIII Congresso Nacional de **MEIO AMBIENTE** de Poços de Caldas

[www.meioambientepocos.com.br](http://www.meioambientepocos.com.br)

XIII CONGRESSO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE DE POÇOS DE CALDAS  
21, 22 E 23 DE SETEMBRO DE 2016

discurso com as respostas dos entrevistados, o qual exprimem a opinião dos consumidores sobre a feira. Eles descrevem que:

*“A feira é harmoniosa, gostosa, um lugar agradável de ir, é fantástica, é tudo gostoso, é mais que uma feira, é um programa, o clima que é gostoso, agradável para você vir com as crianças ou a família, passeia no parque e já faz a feira, se divertido e importante você continuar consumindo produtos orgânicos de uma maneira, lúdica, sensível e divertida.*

*Para quem quer começar a consumir orgânicos aqui é o lugar porque é muito mais em conta, às vezes o preço é caro, mas na feira de rua está bem caro também, não compensando e aqui é muito saudável.*

*Produtos atraentes um hortifrúti livre de agrotóxico, tem sempre verduras frescas e frutas a feira tem fácil de acesso, perto de tudo. Uma feira praticamente típica, exceto que é coberta e tem orgânicos, não tem gritaria, os feirantes são simpáticos as pessoas são muito amigas, tem muita variedade e até coisas que nem imaginava encontrar.*

*O público que frequenta é diferenciado, um público mais alternativo.*

*Vale muito a pena, é o tipo de coisa que muda a vida de uma pessoa, não só pelos produtos mas especialmente pelas pessoas que você conhece, a pessoa é responsável por plantar e cuidar e isso faz toda a diferença”.*  
(Consumidores da Feira Orgânica do parque Água Branca)

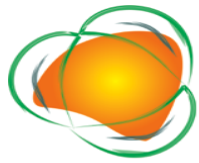
## **Topofobia**

Não foi encontrado relato de aversão a feira, mas sim muitas sugestões de melhorias, quando se perguntou: “Como é a feira e como à descreveria para outra pessoa?”:

Tabela 3: Referente a pergunta” Como é a feira e como à descreveria para outra pessoa?”

Como é a feira e como à descreveria para outras pessoas?	% de respondentes
Muito agradável, ambiente bom, gosto, prazeroso, bacana, ótima opção, muito boa.	35,7
Está dentro do parque, é cômodo, tem estacionamento, dá para fazer outras atividades e tem animais.	23,8
Os produtores têm um relacionamento de amizade com os clientes “uma relação de amizade entre o cliente e o produtor”	16,7
É Maravilhosa, Facilidade do horário noturno	9,5
Tem produtos muito bons	7
Café do lado de fora na feira, fica num galpão grande e bem arejado.	5





# XIII Congresso Nacional de **MEIO AMBIENTE** de Poços de Caldas

[www.meioambientepocos.com.br](http://www.meioambientepocos.com.br)

XIII CONGRESSO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE DE POÇOS DE CALDAS  
21, 22 E 23 DE SETEMBRO DE 2016

---

Tem bastante atrativos; tem a certificação, é uma feira boa; Boa opção de compra; Produtos frescos; Gosto da variedade e qualidade dos produtos; Bem localizada, quebra o mito de ser cara; preço é mais barato do que vende no supermercado; O preço é um pouco mais alto mais faz parte deste estágio que estamos de consumir produtos orgânicos e vai ficar cada vez mais popular; Primeira feira orgânica fundada pela AAO; Ótimo atendimentos; Pessoas comprometidas e simpáticos; Oportunidade em conhecerem os produtores orgânicos; Frequentada por pessoas que querem cuidar e isso aqui tem haver com o cuidado que você tem com seu corpo; Feira acessível porque tem poucas pessoas; Variedade de frutas e legumes, Grande variedade de produtos orgânicos, Preços bons, Tem muitos produtores e alguns revendedores; Bastante atrativos, Às vezes é o produtor que plantou e que está aqui vendendo e isso é muito bom.

---

2,3

Fonte: Organizado pelos autores, 2016.

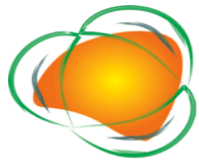
Percebeu-se também que os consumidores vêm a feira como um programa de lazer e deixam a entender que é muito mais do que uma feira. Verificou-se que as pessoas acham que ir a feira é um programa agradável, principalmente porque ela esta inserida dentro de um parque com uma área verde abundante e com um ambiente de uma fazenda. Dessa forma, gostam de envolver a família neste programa e são relatados vínculos com quem trabalha na feira (e em parte dos casos foi também quem cultivou os produtos).

Constatou-se que a escolha de alterar o hábito do consumo de produtos convencionais para os orgânicos pela família, tem relação direta com a saúde. As causas da mudança de hábito estão relacionadas a gravidez, chegada de um novo membro familiar, ou ter filhos pequenos. Outros foram introduzindo o consumo de produtos orgânicos aos poucos até se tornarem consumidores em sua totalidade. Uma parte considerável dos entrevistados fala do benefício a própria saúde e ao meio ambiente, mostrando uma preocupação perene, mas se mantendo uma dominância por benefícios para a saúde.

Nas entrevistas foi identificado que o custo por vezes acrescido não é um impedimento para o consumo destes produtos, já que os consumidores respondentes estão dispostos a pagar mais caro por um produto orgânico. Ficou claro que pessoas mudam o consumo para os orgânicos, esta mudança se torna um hábito e não voltam a consumir produtos convencionais. Por fim os entrevistados veem muito valor e estão satisfeitos com o consumo de produtos livres de agrotóxico, manuseados por meio de práticas sustentáveis e em um local que possibilita comprar produtos desta qualidade diretamente do produtor rural.

## **Conclusões**

De acordo com os consumidores da feira orgânica do Parque Água Branca, a substituição de alimentos convencionais por orgânicos está diretamente relacionada a saúde, como por exemplo gravidez ou filhos pequenos. Entretanto, o uso de práticas sustentáveis também está relacionado a benefícios a o meio ambiente.



## XIII Congresso Nacional de **MEIO AMBIENTE** de Poços de Caldas

[www.meioambientepocos.com.br](http://www.meioambientepocos.com.br)

XIII CONGRESSO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE DE POÇOS DE CALDAS

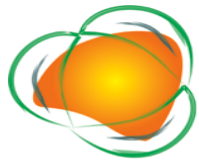
21, 22 E 23 DE SETEMBRO DE 2016

O preço, por vezes mais caros, dos produtos vendidos na feira não é um impedimento para o consumo dos alimentos orgânicos, já que os consumidores respondentes estão dispostos a pagar mais caro por um produto que traga mais benefícios para a saúde da família. Por fim os entrevistados veem muito valor e estão satisfeitos com o consumo de produtos livres de agrotóxico, manuseados por meio de práticas sustentáveis e em um local que possibilita comprar produtos desta qualidade diretamente do produtor rural.

Sugere-se expandir esta pesquisa para as demais feiras da cidade de São Paulo, de forma que as sugestões dos consumidores possam auxiliar a associação dos agricultores orgânicos em futuras tomadas de decisão.

### Referências

- AAO. Associação de Agricultura Orgânica. Disponível em: <<http://aao.org.br/aao/>>. Acesso em: 2 nov. 2015.
- ARCHANJO, L. R.; BRITO, K. DE; SAUERBECK, S. Alimentos Orgânicos em Curitiba: consumo e significado. Cadernos de Debate, v. 8, n. 1, p. 1–6, 2001.
- BARBOSA, S. DE C. et al. Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos. Pesquisa Agropecuária Tropical, v. 41, n. 4, p. 602–609, 2011.
- CASEMIRO, A. D.; TREVIZAN, S. D. P. Alimentos Orgânicos: Desafios para o Domínio Público de um conceito. 2nd International Workshop. Anais. In: ADVANCES IN CLEANER PRODUCTION. São Paulo: 2009Disponível em: <<http://www.advancesincleanerproduction.net/second/files/sessoes/6a/1/A.%20D.%20Casemiro%20-%20Resumo%20Exp.pdf>>. Acesso em: 3 out. 2015
- DAROLT, M. R. Cenário internacional: situação da agricultura orgânica em 2003. Londrina: IAPAR, p. 1 – 20, 2003.
- GUIMARÃES, S. T. DE L. Reflexões a respeito da paisagem vivida, topofilia e topofobia à luz dos estudos sobre experiência, percepção e interpretação ambiental. Geosul, v. 17, n. 33, p. 117–142, 2002.
- GUIVANT, J. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. VI, 2003.
- IBGE. Censo 2010. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 4 out. 2015.
- LIU, J.; OUYANG, Z.; MIAO, H. Environmental attitudes of stakeholders and their perceptions regarding protected area-community conflicts: A case study in China. Journal of environmental management, v. 91, n. 11, p. 2254–2262, 2010.
- MACHADO FILHO, H. et al. Percepção Ambiental de alunos das “Salas de Inclusão” na escola Liceu Paraibano, João Pessoa–PB, no contexto do paradigma da educação inclusiva. Revista Monografias Ambientais, v. 13, n. 2, p. 3255–3264, 2014.
- MAPA. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento Desenvolvimento Sustentável . Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel>>. Acesso em: 16 dez. 2015a.



XIII Congresso Nacional de  
**MEIO AMBIENTE**  
de Poços de Caldas

[www.meioambientepocos.com.br](http://www.meioambientepocos.com.br)

XIII CONGRESSO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE DE POÇOS DE CALDAS

21, 22 E 23 DE SETEMBRO DE 2016

- MAPA. Número de produtores orgânicos cresce 51,7% em um ano. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2015/03/numero-de-produtores-organicos-cresce-51porcento-em-um-ano>>. Acesso em: 12 out. 2015b.
- MARTINS, V. A.; CAMARGO FILHO, W. P.; BUENO, C. R. F. Preços de frutas e hortaliças da agricultura orgânica no mercado varejista da cidade de São Paulo. *Informações Econômicas*, v. 36, n. 9, p. 42–52, 2006.
- MATOS, A. A.; GOMES, L. J. Participação Social: A interface ausente na área de proteção ambiental Morro do Urubu, Aracaju-Se. *Scientia Plena*, v. 7, n. 11, 2011.
- MATTEUCCI, M. DE A.; VERANO, T. DE C. Comercialização e mercado para hortaliças orgânicas. *Encontro Internacional de Agroecologia e desenvolvimento Rural*, v. 2, p. 1–3, 2005.
- MOMESSO, C. M. V.; ROEL, A. R.; FAVARO, S. P. Levantamento do potencial de comercialização de produtos orgânicos para o estado de Mato Grosso do Sul. *Interações (Campo Grande)*, v. 10, n. 1, p. 55–62, 2009.
- NOGUEIRA, R. B.; ROSADO, P. L.; GOMES, A. S. Determinantes da demanda de hortaliças orgânicas em Ilhéus. *Conjuntura & Planejamento*, v. 162, n. 3, p. 66–71, 2009.
- PADUA GOMES, J. B.; PADOVAN, M. P. Agricultura orgânica de base familiar em Mato Grosso do Sul: Um panorama sobre a produção, desafios e potencialidades do setor. v. 1, n. 1, p. 1 – 12, 2014.
- PENTEADO, Sílvio Roberto. *Introdução à agricultura orgânica*. Aprenda Fácil, 2003.
- PAIVA, T.; PROENÇA, R. *Marketing verde*. São Paulo: Almedina, 2011.
- RÉGIS, M. M.; LAMANO-FERREIRA, A. P. N.; RAMOS, H. R. Relato Técnico: Percepção de frequentadores sobre espaço, estrutura e gestão do parque Água Branca, SP. *Periódico Técnico e Científico Cidades Verdes*, v. 3, n. 6, 2015.
- SANTIAGO, O. M. A.; GENTIL, D. F. O. Estudo comparativo da comercialização de hortaliças orgânicas e convencionais em Manaus, Amazonas. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v. 9, n. 3, p. 125 – 139, 2015.
- SILVA, D. M.; DA CAMARA, M. R. G.; DALMAS, J. C. Produtos Orgânicos: barreiras para a disseminação do consumo de produtos orgânicos no varejo de supermercados em Londrina-Pr. *Semina: Ciências Sociais e Humanas*, v. 26, n. 1, p. 95–104, 2005.
- SILVEIRA, F.; DA SILVEIRA, J. A. R. Qualidade do espaço residencial: efeitos da verticalização no bairro de Tambaú, na cidade de João Pessoa (PB). *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, v. 6, n. 3, p. 289–305, 2014.
- SOUZA, M. C. M. D.; RAMOS, S. DE F.; MONTEIRO, A. V. V. M. Transformações Recentes da Agricultura Orgânica em São Paulo. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/LerTexto.php?codTexto=12668>>. Acesso em: 12 out. 2015.
- TUAN, Y.-F. *Topophilia: A study of environmental perceptions, attitudes, and values*. Columbia University Press, 2013.
- VERGARA, S. C. *Métodos de coleta de dados no campo*. Atlas, 2009.
- WANG, X.-F. et al. Inhibitory effects of pesticides on proteasome activity: implication in Parkinson's disease. *Neurobiology of disease*, v. 23, n. 1, p. 198–205, 2006.
- WUERGES, E. W.; SIMON, Á. A. Feiras-Livres como uma forma de popularizar a produção e o consumo de hortifrutigranjeiros produzidos com base na agroecologia. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v. 2, n. 2, p. 567 – 570, 2007.