

## 033 - Conhecimento e atitude dos consumidores em relação aos alimentos transgênicos em Glória de Dourados, MS

*Consumers' knowledge and attitudes toward transgenic food in Gloria de Dourados, MS*

MENDONÇA, Danyelle Araújo. UEMS, Glória de Dourados, danyelle39@gmail.com; MORAIS, Gil Sebastiana D'elia. UEMS, Glória de Dourados, gil\_delia@live.com; DIAS, Silvana da Silva. UEMS, Glória de Dourados, silvanasilvadias@ymail.com; REIS, Lucas Coutinho. UEMS, Glória de Dourados, lucasc\_reis@hotmail.com; GROOT, Etiénne. UEMS, Glória de Dourados, etigroot08@gmail.com.

### Resumo

O consumo de alimentos transgênicos é uma realidade no Brasil. Pela Lei de Biossegurança, os consumidores deveriam ser informados sobre a presença de organismos geneticamente modificados nos produtos que compram. Não obstante, apenas indicar a presença deste tipo de organismo não é suficiente para garantir o consumo consciente. Os consumidores também devem ser capazes de interpretar esta informação. O objetivo deste trabalho é avaliar o conhecimento e as atitudes dos consumidores de Glória de Dourados-MS em relação aos alimentos transgênicos. Observou-se o aumento do conhecimento sobre os transgênicos nos últimos anos, porém ainda há muitos consumidores que declaram desconhecer o que é um produto transgênico. Este grupo de consumidores apresenta maior intenção de compra de produtos transgênicos, ou seja, apresentam um consumo inconsciente. Verificou-se também que a descrença em relação às bases da produção orgânica pode estar motivando a intenção de compra de transgênicos.

**Palavras-chave:** pesquisa de opinião, comportamento de consumo, intenção de compra, consumo consciente.

### Abstract

*The transgenic food consumption is a fact in Brazil. According to Brazilian Biosecurity Law, consumers should be informed about the presence of Genetic Modified Organisms in the purchased products. However, only stating the presence of this kind of organisms is not enough to ensure aware consumption. Consumers should also be able to interpret that information. The objective of this work is to value consumers' knowledge and attitudes toward transgenic foods in Gloria de Dourados-MS. It was found that transgenic knowledge has increased in the last years, but there are still many consumers who don't know what a transgenic product is. This group of consumers shows the highest intention to buy transgenic foods, i.e., they have unaware consumption. It was also observed that the people that unbelief in organic production bases have higher purchase intention of transgenic products.*

**Keywords:** survey, consumption behaviour, purchase intention, aware consumption.

### Introdução

- Os organismos geneticamente modificados fazem parte da alimentação diária dos brasileiros. O Brasil possui a segunda maior área de cultivo de transgênicos do mundo. De acordo com os dados divulgados pela Céleres (2012), as lavouras transgênicas no Brasil

devem ocupar 36 milhões de hectares no ano agrícola de 2012/2013, um incremento de 12,3% em relação ao ano agrícola anterior. A maior superfície de cultivo comercial de transgênico é o da soja (23,9 milhões de hectares ou 88,1% da superfície com soja), logo é seguido pela superfície de milho transgênico (12,1 milhões de hectares ou 74,8% da área total de milho).

No mundo acadêmico, os debates sobre os efeitos dos produtos transgênicos à saúde e o meio ambiente continuam ainda sem chegar a um ponto conclusivo. Mesmo sem um consenso, o consumo de transgênicos já está liberado comercialmente pela Comissão Técnica Nacional de Biossegurança (CTNBio). Segundo a Lei 11.105, a Lei de Biossegurança, é obrigatória a indicação com símbolo específico os alimentos elaborados a partir de organismos geneticamente modificados nas embalagens. Nesta mesma lei determina-se que a decisão final de consumo do alimento geneticamente modificado deve ser do consumidor.

Apenas indicar a presença de organismo geneticamente modificado não é condição suficiente para ter um consumo consciente. De acordo com MIRANDA (2009), referindo-se os Direitos Fundamentais do Consumidor – proclamados pela 248ª Assembleia Geral das Nações Unidas, todo consumidor tem direito à informação (dados sobre o produto) e direito à educação para o consumo (meios para exercitar a sua função de mercado de maneira consciente). Ou seja, uma decisão de compra consciente apenas ocorre se houver indicação sobre a qualidade do produto e o consumidor deve ser capaz de interpretar esta indicação. Neste caso, além de saber identificar uma embalagem que contém produtos transgênicos, o consumidor deve saber ainda o que é um organismo geneticamente modificado (transgênico) e os riscos associado ao seu consumo.

O objetivo deste trabalho é estudar o nível de conhecimento dos consumidores de Glória de Dourados-MS em relação aos alimentos de origem transgênica e avaliar as suas atitudes a respeito deste tipo de produto. Glória de Dourados é uma pequena cidade do interior de Mato Grosso do Sul, que faz parte da região da Grande Dourados, região esta em que há uma intensa produção agrícola e possivelmente grande uso de cultivos transgênicos.

## **Metodologia**

O presente trabalho foi realizado no município de Glória de Dourados-MS no mês de agosto de 2012, onde foram feitas entrevistas pessoais de opinião. Para orientar as entrevistas elaborou-se um questionário estruturado. O questionário considerou as opiniões das pessoas em relação a diferentes formas de produção de alimentos, no entanto, no presente trabalho, aborda-se a questão de alimentos transgênicos – dando especial ênfase à intenção de compra de carne bovina e o conhecimento do consumidor em relação aos produtos transgênicos. A escolha dos entrevistados se deu de forma aleatória atendo-se apenas que fossem pessoas maiores de idade. Os resultados foram analisados através de estatística descritiva quantitativa, para tal, empregou-se o programa Excel.

## **Resultados e Discussão**

A primeira pergunta feita no questionário foi referente ao nível de conhecimento que o entrevistado acredita possuir referente aos diferentes tipos de produção de alimentos. Este tipo de avaliação mede o conhecimento subjetivo das pessoas. A Tabela 1 mostra os resultados dos conhecimentos subjetivos das pessoas. Das 120 pessoas que participaram do estudo, 34,2% afirmaram que

possuem nenhum conhecimento sobre alimentos transgênicos, 41,7% assumiram ter baixo conhecimento, 20% disseram ter conhecimento médio sobre o tema e apenas 4,2% consideraram ter conhecimento alto.

O conhecimento sobre os transgênicos aumentou nos últimos 10 anos. Segundo o IBOPE (2002), 61% das pessoas da região Centro Oeste nunca haviam ouvido falar sobre os produtos transgênicos. Comparando os resultados das duas pesquisas, aparentemente o conhecimento dos consumidores de Glória de Dourados aumentou – isso se considerarmos que o conhecimento médio sobre os transgênicos da população de Glória de Dourados for parecido ao conhecimento médio da população do Centro Oeste.

**Tabela 1.** Nível de conhecimento subjetivo em relação aos alimentos transgênicos, em Glória de Dourados, MS, em 2012.

Nível de conhecimento	Intenção de compra		Total
	Sim	Não	
Nenhum	38,5%	33,0%	34,2%
Baixo	34,6%	43,6%	41,7%
Médio	19,2%	20,2%	20,0%
Alto	7,7%	3,2%	4,2%
Total (%)	100,0%	100,0%	100,0%
Total (nº pessoas)	26	94	120

Após a auto-avaliação do conhecimento, o entrevistador definiu cada sistema de produção abordado na pesquisa, segundo a legislação brasileira. Em seguida, apresentou ao entrevistado os preços médios praticados em Glória de Dourados de 4 tipos de alimentos, entre os quais o da carne bovina (R\$10/kg). Na seqüência, perguntou sobre a intenção de compra, considerando um desconto de 20% aos alimentos transgênicos (R\$ 8,33/kg).

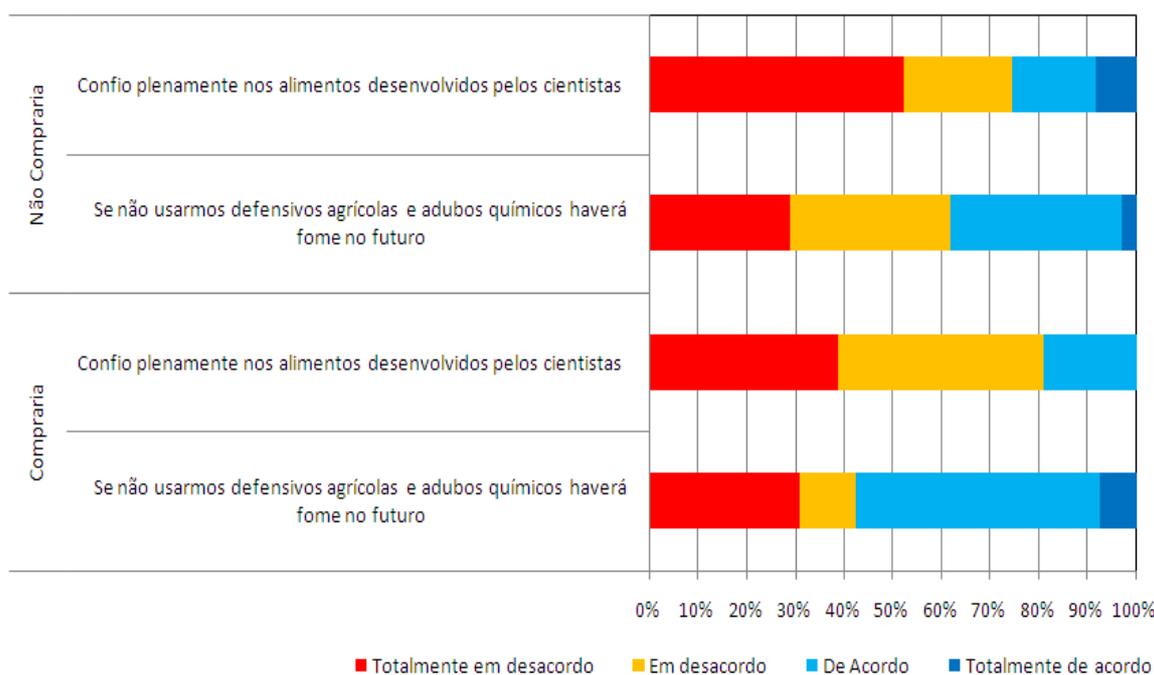
Scare et al. (2007) observaram que a rotulagem de produto transgênico diminui a intenção de compra dos consumidores brasileiros de forma significativa. No presente estudo os resultados não são diferentes. Na Tabela 1, verifica-se ainda que 94 dos 120 entrevistados (78,3%) não apresentaram intenção alguma em comprar carne bovina transgênica, mesmo que esta tivesse menos colesterol, mais vitaminas e melhor sabor que uma carne não transgênica e que fosse produzida por uma empresa séria. O valor da intenção de não comprar carne transgênica foi semelhante ao valor estimado (71%) pelo IBOPE (2002) para os alimentos em geral no Brasil.

Na Argentina, as pessoas que nunca ouviram falar de transgênicos apresentam uma maior aceitabilidade por este tipo de produto (MUCCI et al., 2004). No caso de Glória de Dourados esta tendência se confirma. Uma maior porcentagem das pessoas que estão dispostas a comprar a carne bovina transgênica declarou não ter conhecimento algum sobre o produto. O consumo não consciente de transgênico por falta de conhecimento se dá em (38,5% x 21,7%) 8,3% da população.

Além de manifestar as suas intenções de compra, os entrevistados expressaram o seu ponto de vista sobre algumas questões relevantes sobre os sistemas de produção avaliados no estudo.

Estas avaliações foram feitas através de afirmações em que os entrevistados indicavam o seu grau de concordância por meio de uma escala de Likert com 4 graduações. A primeira afirmação foi: “se não usarmos defensivos agrícolas e adubos químicos haverá fome no futuro”, o objetivo foi avaliar o de confiança das pessoas na sustentabilidade da agricultura orgânica. A concordância com a afirmação significa que o consumidor não acredita na sustentabilidade dos princípios da agricultura orgânica, que é o não uso de produtos químicos sintéticos.

A Figura 1 mostra o grau de concordância dos entrevistados em relação a afirmações feitas no questionário. Os resultados indicam que as pessoas que comprariam os produtos orgânicos tendem a acreditar menos na sustentabilidade dos princípios da agricultura orgânica. Quase 60% das pessoas que comprariam a carne bovina transgênica se mostraram algum grau de concordância a respeito da necessidade do uso de produtos químicos sintéticos no futuro enquanto que a porcentagem de pessoas com esta opinião e que não comprariam a carne foi inferior a 40%. Isso mostra que uma das motivações que fazem com que os consumidores se decidam pelo produto transgênico é a sua percepção da sustentabilidade dos sistemas produtivos.



**Figura 1.** Grau de concordância dos entrevistados que comprariam o produto transgênico (a) e os que não comprariam a carne transgênica (b) em relação a afirmações feitas no questionário.

A atitude pública em relação aos organismos geneticamente modificados parte da confiança que sentem nas autoridades públicas e na ciência e culmina na decisão de compra (COSTA-FONT; GIL, 2009). Para medir a confiança que as pessoas sentem em relação à ciência, foi introduzida no questionário a seguinte afirmação: “confio plenamente nos alimentos desenvolvidos pelos cientistas”. O resultado geral indicou que a percepção de risco é alta. Quase 80% das pessoas dizem não estar de acordo com a afirmação e esta desconfiança foi maior entre as pessoas que não comprariam a carne transgênica. A confiança na ciência se esbarra em questões éticas (valores pessoais) e nos efeitos ainda desconhecidos dos organismos geneticamente modificados



sobre o meio ambiente e à saúde (MARTINEZ-POVEDA et al., 2009).

## Conclusões

Os organismos geneticamente modificados chegaram. Eles fazem parte do cardápio diário de todos brasileiros. Mesmo que cada pessoa tenha o direito consumir os alimentos de forma consciente, tudo indica que isso não ocorre. O conhecimento sobre os produtos transgênicos parece ter aumentado nos últimos 10 anos, porém ainda são insuficientes para o consumo consciente. Ainda existem consumidores que consideram saber nada sobre o tema. É preciso informar melhor os consumidores com informação clara sobre os benefícios e os riscos associados ao consumo (a curto e longo prazo) de organismos geneticamente modificados.

A intenção de compra de carne transgênica pelos consumidores de Glória de Dourados é baixa. Eles percebem que a carne transgênica é de pior qualidade que uma não transgênica. Certamente, existindo duas opções de compra: uma opção em que o animal (mesmo que não transgênico) fosse alimentado com ração transgênica e outra onde o animal foi alimentado com ração não transgênica, o consumidor preferiria a segunda opção, mesmo se tivesse um preço mais alto. O direito do consumidor apenas será respeitado se houver este cenário de compra: a possibilidade de não comprar um alimento transgênico.

A percepção da sustentabilidade do sistema orgânico parece afetar o consumo de transgênicos. As pessoas que crêem menos nas bases da agricultura orgânica tendem a comprar mais carne transgênica. Tudo indica que estes consumidores vêem os transgênicos como uma solução para uma suposta falta de alimentos futuro. Para isso, ainda é preciso divulgar mais a questão da sustentabilidade da produção orgânica para que as pessoas não adotem soluções alternativas que possivelmente possam fazer mal a sua saúde e ao meio ambiente.

## Referências

CÉLERES. Relatório Biotecnologia. 2012. Disponível em: <[http://www.celeres.com.br/pdf/RelBiotecBrasil\\_1201\\_vf.pdf](http://www.celeres.com.br/pdf/RelBiotecBrasil_1201_vf.pdf). Acesso em: 15 ago. 2012.

COSTA-FONT, M; GIL, J. M. Structural equation modelling of consumer acceptance of genetically modified (GM) food in the Mediterranean Europe: A cross country study. **Food Quality and Preference**, v. 20, p. 399-409, 2009.

IBOPE. **Pesquisa de opinião pública sobre os transgênicos**. 2002. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/relatoriospesquisas/List/Relatorios>. Acesso em: 15 ago. 2012.

MARTINEZ-POVEDA, A. et al. Consumer-perceived risk model for the introduction of genetically modified food in Spain. **Food Policy**, v. 34, p. 519-528, 2009.

MIRANDA, M. de M. Os alimentos transgênicos e o direito à informação no Código do Consumidor. 2009. Disponível em: <<http://www.mp.go.gov.br/portalweb/hp/4/>. Acesso em: 20 ago. 2012.

MUCCI, A. et al. Factors that influence purchase intent and perceptions of genetically modified foods among Argentine consumers. **Food Quality and Preference**, v. 15, p. 559-567, 2004.

SCARE, R. F. et al. Conhecimento e comportamento de compra em relação a alimentos



"O saber tradicional e o científico:  
a interação encurtando caminhos  
para o desenvolvimento sustentável!"

**3º Encontro de Produtores  
Agroecológicos de MS**

**16 a 18 de outubro de 2012**  
Glória de Dourados | Mato Grosso do Sul | Brasil

transgênicos: um estudo exploratório e comparativo com consumidores brasileiros. In: CONGRESSO DA SOBER, 45. Londrina – PR, 2007. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/6/835.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2012.