

CONHECIMENTO E PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES EM RELAÇÃO A ROTULAGEM OBRIGATÓRIA DE ALIMENTOS TRANSGÊNICOS NO BRASIL

Mailla S. de S. Silva*, Rafaela da R. Rodrigues, Profa. Dra. Julicristie M. de Oliveira, Prof. Dr. Diogo T. da Cunha

Resumo

No momento da compra, as percepções do consumidor em relação ao produto exercem forte influência sobre sua decisão. O objetivo deste estudo foi avaliar o conhecimento e as percepções do consumidor acerca do símbolo e rótulo dos alimentos transgênicos. A pesquisa foi realizada com 200 consumidores em três pontos distintos da cidade de Limeira – SP. Aproximadamente 78% dos consumidores não conhecem o símbolo de alimentos transgênicos. Os fatores que mais afetariam a intenção de compra de alimentos transgênicos seriam uma possível melhor qualidade que os demais, bem com menor preço.

Palavras-chave: Alimentos transgênicos, consumidor, percepções, intenção de compra

Introdução

Com os avanços tecnológicos iniciou-se uma importante discussão a respeito dos alimentos transgênicos (FISCHER, 2002). Diante deste cenário, o governo brasileiro decretou rotulagem obrigatória a todos os produtos que contenham acima de 1% de ingredientes transgênicos (BRASIL, 2003). Assim, estes alimentos devem apresentar um símbolo amarelo, em forma de triângulo, com a letra T (CAMPOS e JUNGES, 2008). Com base nesta obrigatoriedade, o objetivo deste estudo foi avaliar o conhecimento e percepções do consumidor acerca da simbologia e rotulagem de alimentos transgênicos no Brasil.

Resultados e Discussão

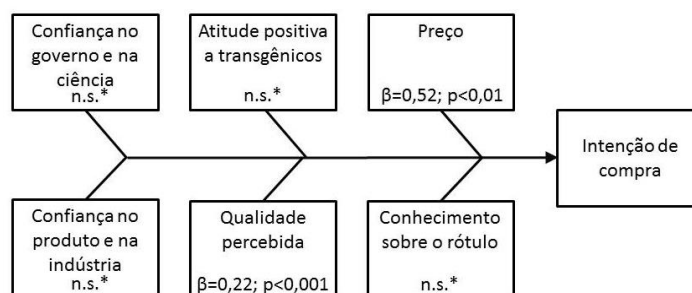
O estudo foi realizado com 200 consumidores de três pontos distintos em Limeira – SP. O símbolo presente nos rótulos de alimentos que contém ingredientes transgênicos foi apresentado aos entrevistados. Na segunda parte do questionário, o consumidor indicou em uma lista de 15 alimentos que acredita serem majoritariamente transgênicos. Ao final, foram apresentadas e respondidas 17 assertivas utilizando escala Likert de 5 pontos para determinar o seu perfil. A média (desvio padrão) de idade dos entrevistados foi de 37,66 (13,91) anos, sendo na maioria mulheres (66%). A maior parte dos mesmos (78,2%) não identificou o símbolo.

Tabela 1 – Características dos entrevistados que identificam e não identificam o símbolo.

Variáveis		Identifica o símbolo n(%)	Não identifica o símbolo n(%)	p
Escolaridade	Baixa	1 (5,0)	33 (16,5)	<0,01
	Alta	42 (21,0)	124 (62,0)	
Gênero	Homens	12 (6,0)	56 (28,0)	0,37
	Mulheres	31 (15,15)	101 (50,5)	
Estado civil	Solteiro	32 (16,0)	73 (36,5)	<0,01
	Casado	11 (5,5)	84 (42,0)	
Com filhos	Sim	9 (4,5)	90 (45,0)	<0,01
	Não	34 (17,0)	67 (33,5)	

Notam-se maiores percentuais de reconhecimento do símbolo naqueles com alta escolaridade ($p < 0,01$), como apresentado na tabela 1. Isto se deu possivelmente devido as pessoas com menor escolaridade (consequentemente de mais baixa renda) terem acesso dificultado aos meios de informação, quando comparados às com um maior

nível educacional (SORJ, 2005). Tanto para aqueles que identificaram o símbolo como para os que não identificaram, a soja em grãos e o óleo de soja foram os mais assinalados como transgênicos, já os peixes e frutos do mar foram os menos assinalados. Observou-se que as variáveis que mais influenciariam o consumo de alimentos transgênicos seriam: uma possível melhor qualidade que os demais, bem como menor preço, ambas de forma independente no modelo de regressão linear (Figura 1).



*n.s. = não significativo

Figura 1 – Modelo de intenção de compra

Conclusões

Apesar dos alimentos transgênicos possuírem rotulagem específica, ainda falta informação por parte dos consumidores, já que cerca de 78% dos entrevistados não reconheceram o símbolo. Quanto à intenção de compra, os consumidores estão mais atentos a qualidade sensorial e nutricional dos produtos e os que oferecem menor preço do que com o fato de serem transgênicos. Deste modo, a rotulagem não interfere na intenção de compra dos consumidores entrevistados.

Agradecimentos

Supermercado Santa Rita e Bom mix – Limeira (SP)

Referências:

- BRASIL. Decreto nº4680 de 24 de abril de 2003. Brasília, 2003.
 CAMPOS, L. V.; JUNGES, F. **Rotulagem de produtos transgênicos: uma abordagem sobre rótulos de óleo de soja no DF.** [S.l.]. 2008.
 FISHER, K. F. D. C. A problemática dos alimentos transgênicos e o direito do consumidor à informação. **Cadernos da Escola de Direito e Relações Internacionais da Faculdades do Brasil**, n.1, março- agosto, p.119-139, 2002.
 SORJ, B.; GUEDES, L.E. Exclusão digital: problemas conceituais, evidências empíricas e políticas públicas. **Novos estudos – CEBRAP** no.72 São Paulo, julho, 2005.