



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

ELIANA ARAÚJO DE SOUZA

**JULGAMENTO E SIGNIFICADO ATRIBUÍDO AO CONSUMO
DE ALIMENTOS TRANSGÊNICOS: Um levantamento
qualitativo**

Brasília – DF

2016

ELIANA ARAÚJO DE SOUZA

**JULGAMENTO E SIGNIFICADO ATRIBUÍDO AO CONSUMO
DE ALIMENTOS TRANSGÊNICOS: Um levantamento
qualitativo**

Monografia apresentada ao
Departamento de Administração como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: Doutora,
Solange Alfinito

Brasília – DF

2016

Souza, Eliana Araújo.

Julgamento e Significado Atribuído ao Consumo de Alimentos Transgênicos: Um levantamento qualitativo/ Eliana Araújo de Souza. – Brasília, 2016.

75 f. : il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração, 2016.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Solange Alfinito, Departamento de Administração.

1. Julgamento e significado. 2. Percepção. 3. Alimentos transgênicos. I. Título.

ELIANA ARAÚJO DE SOUZA

**JULGAMENTO E SIGNIFICADO ATRIBUÍDO AO CONSUMO
DE ALIMENTOS TRANSGÊNICOS: Um levantamento
qualitativo**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do
(a) aluno (a)

Eliana Araújo de Souza

Profª Drª, Solange Alfinito
Professor-Orientador

Profª Drª, Eluiza Alberto de Moraes
Watanabe
Professor-Examinador

Profª Drª, Patricia Guarnieri dos
Santos
Professor-Examinador

Brasília, 28 de junho de 2016

Dedico a todos que estiveram ao meu lado durante esses quatro anos e meio de UnB, em especial a Deus, minha mãe, ao Danilo, a Carol e a Alice.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiro a Deus por me dar condições de chegar até aqui na Universidade de Brasília e conseguir vencer mais uma etapa de muitas que ainda estão por vir.

À minha mãe, porque sem ela eu não conseguiria. Obrigada por sempre estar ao meu lado me apoiando e me incentivando.

À minha família em geral, por acreditarem e me dar força, em especial a Carol e a Alice.

Ao Danilo que sempre esteve ao meu lado durante todos esses anos, me apoiando e me ajudando.

À Professora Solange e à Eluiza, excelentes profissionais que me ajudaram com muita paciência e dedicação.

À todos os participantes dessa pesquisa, obrigada pela atenção, pela paciência e pela disponibilidade.

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi analisar como os consumidores julgam e atribuem significados aos alimentos transgênicos. A pesquisa teve caráter descritivo, com abordagem qualitativa e com corte transversal. Os participantes do estudo foram selecionados por amostragem não probabilística, por conveniência. Para alcançar o objetivo foram realizadas dez entrevistas, usando o método de saturação como parâmetro. O instrumento utilizado na pesquisa foi um roteiro de entrevista semiestruturado, dividido nas seguintes categorias teóricas: comportamento de compra, julgamento e significado atribuído aos alimentos e percepção dos alimentos transgênicos. Para analisar os resultados, foi realizada uma análise de conteúdo, que salientou que os consumidores do Distrito Federal escolhem o local de compra por conveniência, julgam e atribuem significados variados, sendo que não se destaca um deles como sendo o mais utilizado na compra de alimentos. Os participantes sabem o que significam os alimentos transgênicos, acham que esses alimentos fazem mal para a saúde, porém sentem falta de informação seguras relacionadas aos malefícios trazidos por esses alimentos. Acreditam ainda que não seja bom pro Brasil produzir e cultivar alimentos transgênicos. O estudo realizado pode contribuir para o Governo tomar medidas cabíveis em relação a informar os consumidores sobre os alimentos transgênicos e para as empresas que comercializam alimentos não transgênicos pode ser fonte de estratégias de vendas destacando os benefícios que os consumidores podem ter tanto para sua saúde como para o meio ambiente.

Palavras-chave: Julgamento e significado. Percepção. Alimentos transgênicos.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Categorias teóricas relacionadas ao roteiro.....	27
Quadro 2: Resumo dos resultados encontrados com a análise de conteúdo.....	40

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Objetivo Geral	12
1.2	Objetivos Específicos	12
1.3	Justificativa	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1	Alimentos transgênicos	14
2.2	Percepção do consumidor	18
2.3	Julgamento e significado	19
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	24
3.1	Delineamento de pesquisa	24
3.2	Participantes do estudo	25
3.3	Instrumento de pesquisa	26
3.4	Procedimento de coleta e análise de dados	28
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	30
4.1	Comportamento de compra	30
4.2	Julgamento e significado atribuído aos alimentos	31
4.3	Percepção acerca dos alimentos transgênicos	35
4.4	Julgamento e significado atribuído aos alimentos transgênicos	41
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	42
	REFERÊNCIAS	45
	APÊNDICES	50
	Apêndice A – Roteiro da Entrevista	50
	Apêndice B – Autorização de gravação	54
	Apêndice C – Resposta 1	55
	Apêndice D – Resposta 2	57
	Apêndice E – Resposta 3	59
	Apêndice F – Resposta 4	61

Apêndice G– Resposta 5.....	63
Apêndice H– Resposta 6.....	65
Apêndice I– Resposta 7.....	67
Apêndice J– Resposta 8.....	69
Apêndice K– Resposta 9.....	71
Apêndice L– Resposta 10.....	73

1 INTRODUÇÃO

Os alimentos transgênicos são tecnicamente denominados como organismos geneticamente modificados (OGM), eles são submetidos a transformações biotecnológicas, com o intuito de aumentar a produtividade e reduzir a sensibilidade ao ataque de pragas (SHAHZADI; MALIK; RAZA, 2015).

Os organismos geneticamente modificados surgiram no início da década dos anos 1970 com dois cientistas que, em seus grupos de pesquisa, deram os primeiros passos para a transgenia e a recombinação de DNA que posteriormente foi chamado de engenharia genética (ALVES, 2004).

Os alimentos transgênicos ou organismos geneticamente modificados chegaram ao Brasil clandestinamente no fim da década dos anos 1990 (GREENPEACE, 2015). Desde então o país tem ampliado sua produção desses alimentos, ficando atrás apenas dos Estados Unidos com relação à área plantada de transgênicos, com 30 milhões de hectares (CONSELHO DE INFORMAÇÕES SOBRE BIOTECNOLOGIA-CIB, 2012). Dentre os alimentos transgênicos mais produzidos no Brasil estão a soja e o milho (CONSELHO DE INFORMAÇÕES SOBRE BIOTECNOLOGIA-CIB, 2012).

O plantio de transgênicos no Brasil fez com que aumentasse o consumo de agrotóxicos no país, devido aos mecanismos bioquímicos que não podem ser controlados pela transgenia (FERNANDES; MELGAREJO; FERRAZ, 2013; INSTITUTO NACIONAL DO CÂNCER- INCA, 2012).

Tendo em vista a relação dos transgênicos com o aumento de agrotóxicos utilizados no Brasil, o consumo anual de agrotóxicos tem sido superior a 300 mil toneladas, o que representa um aumento de 700% no consumo de agrotóxicos nos últimos quarenta anos (EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA- EMBRAPA, 2015).

O Brasil é o maior consumidor de agrotóxicos e um dos principais consumidores de transgênicos, sendo que os malefícios trazidos por esses alimentos são principalmente voltados à saúde dos consumidores (GREENPEACE, 2015; INCA, 2012).

Em contrapartida, alguns autores acreditam que os alimentos transgênicos são a solução para a chegada de alimento na mesa de todos os brasileiros, com menor custo e maior nutrição, devido a sua maior produtividade e sua resistência (ALMEIDA; LAMOUNIER, 2011; ALVES, 2004).

Segundo Souza (2013), os consumidores se encontram perdidos com as diferentes opiniões de especialistas quanto aos benefícios e malefícios trazidos ao homem pelos alimentos transgênicos.

Observado todo o contexto descrito até este momento há indícios de que os brasileiros precisam estar em alerta quanto aos alimentos que consomem, tendo em vista os possíveis riscos e consequências que esses alimentos podem trazer para a sua saúde. Considerando a forma como os consumidores decidem comprar os alimentos, a análise deste processo é relevante para a presente pesquisa.

A forma como os consumidores decidem comprar passa por um processo de decisão que está presente no cotidiano desses consumidores, seja nas situações mais rotineiras ou mais raras e esse processo pode ser complexo (ALFINITO et al., 2015).

Nesse contexto do processo decisório encontram-se o julgamento e o significado atribuído aos produtos. O julgamento e o significado têm relevância na decisão de compra dos consumidores e também é relevante para entender o seu comportamento (ALLEN, 2000). A atribuição de significado a um produto dependerá do tipo de julgamento utilizado pelo consumidor (ALLEN, 2001).

O julgamento e o significado, segundo Allen (2000), podem ser classificados pelas perspectivas racionais ou emocionais. Segundo Alfinito et al. (2015, p. 302) , “[...] os indivíduos possuem julgamentos afetivos e racionais, que podem ocorrer de maneira simultânea, eles acabarão por usar um deles mais frequentemente.”

Já para Richins (1994), o significado segue o valor de uso (diferente do valor monetário do objeto) sendo dividido em público e privado. O significado público é uma opinião sobre um objeto que não necessariamente se tem, mas que é compartilhada por um grupo de pessoas. Já o significado privado é formado pela opinião de quem possui o objeto.

Sendo assim, dado que o Brasil é um dos principais países produtores e consumidores de alimentos transgênicos, o presente trabalho pretende analisar

como os consumidores do Distrito Federal julgam e atribuem significado aos alimentos transgênicos?

1.1 Objetivo Geral

Ante ao contexto apresentado, o objetivo geral do presente trabalho foi analisar como os consumidores julgam e atribuem significados aos alimentos transgênicos.

1.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos, que evidenciaram como foi alcançado o objetivo geral, foram os seguintes:

- Levantar as características do comportamento de compra de alimentos de consumidores no Distrito Federal.
- Levantar o julgamento e o significado que consumidores do Distrito Federal atribuem aos alimentos.
- Identificar a percepção dos consumidores do Distrito Federal sobre os alimentos transgênicos.

1.3 Justificativa

Relacionado ao contexto de produção no Brasil, o plantio de Organismos Geneticamente Modificados (OGM) é dominante na agricultura e regulamentado pela Lei de Biossegurança (GUERRANTE, 2003). Mas nesse contexto de produção de OGM que ocorre no Brasil, as opiniões não são unânimes, muitas com o argumento de que em vários países da Europa, os OGM são proibidos (TOSUN; SHIKANO, 2015), fato que tem instigado atitudes severamente negativas em relação à carga excessiva de agrotóxicos que eles necessitam se comparado aos grãos não transgênicos. Segundo Carneiro (et al., 2012) e o INCA (2015), a exposição crônica

aos agrotóxicos pode desencadear diversas doenças como câncer, distúrbios neurológicos, efeitos sobre o sistema imunológico, aborto, infertilidade, dentre outros malefícios.

De acordo com Associação Brasileira de Saúde Coletiva - ABRASCO (2015), de 2007 até abril de 2015 já foram notificados pelo Sistema Único de Saúde-SUS 34.282 casos de intoxicação por agrotóxicos. De 2011 para 2013 a quantidade de litros de agrotóxicos por pessoa passou de 5,2 para 7,3 respectivamente (ABRASCO, 2015). Devido a esse crescimento, o Brasil se tornou o maior consumidor de agrotóxicos em 2008 (GREENPEACE, 2015).

O uso de agrotóxicos tem uma distribuição distinta nas diferentes regiões do país, sendo a região Sudeste a que mais consome este tipo de produto, seguida da região Centro-Oeste. Quanto ao aumento do consumo no Centro-Oeste, este se deu pelo crescimento da área plantada de soja e algodão na região (EMBRAPA, 2015).

Considerando que os consumidores escolhem os alimentos que compram e para realizar essa compra passam por um processo decisório que pode ser complexo (ALFINITO et al., 2015), é que se torna necessário buscar informações sobre o que se está consumido.

Como evidenciado, o julgamento e significado têm relevância na decisão de compra dos consumidores. Outro ponto de destaque se refere ao fato de que ainda não foi pesquisado esse comportamento relacionado ao consumo de alimentos transgênicos no Distrito Federal, o que demonstra um fator relevante do presente trabalho. Quanto à escolha do Distrito Federal para a realização deste trabalho, esta ocorreu devido à conveniência de acesso aos consumidores.

Este trabalho é composto ainda pelo referencial teórico que foi dividido em três partes para explicar melhor os alimentos transgênicos, a percepção dos consumidores e o julgamento e significado que atribuem aos alimentos. Em seguida tem o método e instrumentos utilizados para realizar o estudo e os resultados obtidos, tendo em vista os objetivos inicialmente delineados. Por último apresenta-se a conclusão da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O comportamento do consumidor é um processo complexo, tendo em vista todas às etapas que seguem e a variedade de produtos que estão disponíveis. Com isso, a percepção dos consumidores, o julgamento e o significado atribuídos ao produto podem ser consideradas como fontes importantes de informação para os vendedores. Considerando a relevância que a alimentação tem no dia a dia das pessoas, o foco do presente trabalho está nos alimentos transgênicos (ALFINITO et al., 2015; DEMO; GUANABARA, 2015) e no julgamento e significado que os consumidores atribuem a estes alimentos.

2.1 Alimentos transgênicos

Na década de 1950, com a “revolução verde” aumentou a utilização de máquinas na agricultura, além de trazer o uso de insumos agrícolas e agrotóxicos. Esses fatores levaram a um aumento considerável da produção industrial, alavancando o processo de globalização dos alimentos. Junto com a “revolução verde” surgiram os organismos geneticamente modificados (OGMs). Em 1973, os cientistas Cohen e Boyer, através de estudos realizados em grupos de pesquisa em Stanford e na University of Califórnia, deram o primeiro passo para a transgenia, ou recombinação de DNA, que foi uma técnica depois chamada de engenharia genética (ALVES, 2004).

Ainda na década de 1970, como já se tinha o conhecimento do material genético, do DNA e de suas propriedades (também chamado de biotecnologia), o caminho para novas técnicas de transferência de genes específicos entre espécies diferentes estava aberto às plantas geradas a partir da engenharia genética que são chamadas de transgênicas. Os alimentos transgênicos são aqueles que têm como matéria-prima planta transgênicas (ALMEIDA; LAMOUNIER, 2011; SOUZA, 2013).

Os organismos geneticamente modificados (OGMs), como o próprio nome indica, apresentam um gene que foi artificialmente implementado ou modificado (SHAHZADI; MALIK; RAZA, 2015).

A produção de transgênicos no Brasil tem sido ampliada desde que chegou clandestinamente na década de 1990 (GREENPEACE, 2015), alcançando o segundo lugar em área plantada de transgênicos, com 30,3 milhões de hectares ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Os produtos transgênicos mais plantados no Brasil são soja, milho e algodão respectivamente (CIB, 2012).

O Brasil em 2010 tinha cerca de 50% da sua área de plantio destinada à soja, sendo a maioria geneticamente modificada, e com isso o Brasil e a Argentina juntos são donos de 90% da produção de soja na América do Sul (VARGAS et al., 2012).

Quanto mais se produz soja maior também será a utilização de agrotóxicos. Em 2014 a soja foi a principal consumidora de agrotóxicos no Brasil, sendo responsável por 55,6% do valor total das vendas. Em seguida vieram a cana-de-açúcar, o algodão, o milho safrinha e o milho safra (INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA-IEA, 2015). Ou seja, se a área que ocupa maior parte do plantio no Brasil é a soja e a maioria é soja geneticamente modificada, isso faz com que aumente o número de agrotóxicos utilizados nessas plantações. Assim, Brasil tende a cada vez consumir mais agrotóxicos, repassando isso para seus consumidores.

Segundo Fernandes, Melgarejo e Ferraz (2013), falhas na modificação genética fizeram com que aumentasse a produção variável de proteína tóxica ao logo do ciclo da planta, fazendo com que insetos alvo entrassem em contato com a modificação em um momento em que a toxina estava baixa, acelerando o desenvolvimento de resistências. Isso foi percebido pelos autores em pesquisas internacionais. Há diversos estudos e evidências que mostram que a modificação genética perdeu sua eficácia pelo fato de haver mecanismos bioquímicos não controláveis pela transgenia (FERNANDES; MELGAREJO; FERRAZ, 2013). De acordo com Fernandes, Melgarejo e Ferraz (2013, p.4)

Dez anos após a liberação de transgênicos no país as previsões e os alertas fartamente debatidos sobre as falhas, incertezas e os problemas ligados a essas tecnologias se confirmaram, com destaque para o aumento do uso de agrotóxicos e o desenvolvimento de resistência em insetos-pragas e plantas espontâneas.

O cultivo de sementes geneticamente modificadas exige um maior uso de agrotóxicos, com a liberação das sementes transgênicas no Brasil, o país passou a ser o maior consumidor de agrotóxicos (INCA, 2015). Vargas et al. (2012) também

afirma que o aumento das plantas modificadas geneticamente plantadas faz com que aumente também o uso de agrotóxicos.

Segundo o Instituto Nacional de Câncer - INCA (2015) a exposição crônica aos agrotóxicos pode gerar efeitos de longo prazo, como infertilidade, aborto, malformação, efeitos sobre o sistema imunológico, câncer, dentre outros. Os resíduos de agrotóxicos estão presentes nas frutas, nas verduras, em produtos processados pela indústria e em carnes e leites de animais que se alimentam de ração com restos de agrotóxicos. Cavalli (2001) também alerta que o consumo de OGMs pode causar aumento de alergias, desenvolvimento de resistência bacteriana, reduzindo a eficácia de remédios à base de antibióticos.

Em contrapartida, alguns autores defendem a utilização de transgênicos, com o argumento de que com os transgênicos é possível produzir alimentos suficientes para toda a população, uma vez que os transgênicos são barateados devido à grande produtividade. Além disso, estes alimentos trazem a possibilidade de adicionar características desejáveis de outras espécies que a planta não teria com o cruzamento convencional, podendo obter mais qualidade nutricional. (ALMEIDA; LAMOUNIER, 2011; ALVES, 2004).

Furnival e Pinheiro (2008) fizeram uma pesquisa qualitativa exploratória com oito grupos focais (GFs), sendo que cada um tinha em média seis pessoas por grupo, e tinha como objetivo saber qual a compreensão dos indivíduos sobre as informações divulgadas em relação aos Organismos Geneticamente Modificados (OGMs), o quanto era aceitável ou não para cada. Com essa pesquisa obtiveram como resultado que os consumidores se encontram insatisfeitos com a falta de informação sobre o que são alimentos transgênicos, o que eles causam e qual seria a melhor maneira de identificar esses alimentos em supermercados, por exemplo. A rotulagem foi questionada nos GFs, se seria uma possível solução para identificar os alimentos transgênicos, porém os próprios participantes ficaram em dúvida se essa seria uma medida eficiente para solucionar o caso. Os autores afirmam que é preciso ter um programa de educação do consumidor, junto com cobrança e fiscalização dos responsáveis e maior divulgação para a sociedade.

De encontro com a ideia de segurança alimentar e informação relacionada aos alimentos, o artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor de setembro de 1990 dispõe sobre a segurança informacional, sobre o risco que o alimento representa à

saúde, do que é composto e outras características envolvendo sua rotulagem (MATTEI, L., 2001; BRASIL, 1990).

Sendo assim, a Lei de Biossegurança, foi o que disciplinou a comercialização e o uso de transgênicos no país e exige que qualquer OGM e derivados dele sejam avaliados pela Comissão Técnica Nacional de Biossegurança (CTNBio). A CTNBio é composta por uma comissão de 54 representantes da sociedade civil e tem como uma das funções cuidar do desenvolvimento de transgênico no Brasil, analisando caso a caso (nessa análise são testados toxicidade, alergias, nutrição e ambiente). Toda e qualquer liberação de OGM no meio ambiente necessita que seja emitido um parecer técnico conclusivo para encaminhar aos Ministérios da Saúde, do Meio Ambiente e da Agricultura para decisões finais (EMBRAPA, 1999; BRASIL, 2005).

O Decreto de rotulagem nº 4680/2003 obriga as empresas alimentícias, produtores e todos que trabalham com venda de alimentos, a identificarem o alimento que contenha mais de 1% de matéria-prima transgênica, que devem ser apresentados junto com o símbolo “T” com uma informação, seja ela “nome do produto” transgênico, ou “contém tais ingredientes” transgênicos ou ainda falar que é um “produto produzido a partir de outro produto” transgênico (BRASIL, 2003).

A implementação da produção de transgênicos tem sido objeto de inúmeras discussões e tem gerado um dilema na formação de opinião, devido à ocorrência de pelo menos dois fatores: o tema é importante por interferir na vida dos seres humanos, na condição de consumidores de alimentos e na condição de produtores rurais; e ainda porque os pesquisadores do assunto ainda não estão certos dos benefícios e malefícios trazidos tanto para o meio ambiente, como para a saúde humana e para a economia (ALMEIDA; LAMOUNIER, 2011; FARIAS, 2014; SOUZA, 2013).

Diante do contexto apresentado é relevante entender o comportamento dos consumidores de uma forma geral para depois compreender como é o comportamento dos consumidores, em relação aos alimentos transgênicos.

2.2 Percepção do consumidor

A percepção é uma das formas de entender o comportamento do consumidor, tendo em vista que ela está diretamente associada às interpretações que os indivíduos fazem individualmente dos estímulos que recebem através dos cinco sentidos, podendo responder positivamente ou negativamente a eles (TORRES; HERMAN, 2007). A percepção é uma forma de identificar, selecionar, organizar e interpretar as informações recebidas (SCHIFFMAN; KANUK, 1994), é uma forma dos consumidores terem uma referência da realidade, já que não conseguem obter a certeza das informações de que necessitam na tomada de decisão (GUILHOTO, 2001).

A percepção, assim como o comportamento do consumidor, pode ser um processo complexo, por envolver avaliações simbólicas e também fatores psicológicos, sendo formada não só por atributos físicos, mas também associada à aceitação da sociedade. A impressão inicial do consumidor sobre um produto ou serviço é decisiva para a tomada de decisão (OLIVEIRA, 1999).

Assim como a percepção, o julgamento e o significado também fazem parte do processo de tomada de decisão dos consumidores (ALLEN, 2000). A percepção, como conceituado acima, é individual e pode ser de aceitação ou rejeição, o julgamento e o significado também possuem duas linhas a serem seguidas, racional ou afetiva (ALLEN, 2000). O foco desse trabalho, tanto para julgamento e significado como para percepção, é o mesmo, são voltados aos alimentos transgênicos.

Em relação à linha de percepção relacionada aos alimentos transgênicos afirma-se que pelo fato dos alimentos transgênicos serem geneticamente modificados, exige-se dos consumidores um maior conhecimento sobre o tema, especialmente considerando-se as polêmicas e discussões que têm sido geradas (MARIANO et al., 2015). Assim, a percepção dos consumidores acerca dos alimentos transgênicos depende das informações a que estes têm acesso e como nem sempre às informações são completas e corretas, acabam gerando conclusões limitadas (MARIANO et al., 2015).

Segundo Guilhoto (2001), os consumidores avaliam o produto de acordo com as informações associadas a ele, podendo essas informações serem intrínsecas

(características físicas do produto), ou extrínsecas (características externas do produto, como preço, por exemplo). Como os consumidores nem sempre têm acesso a todas as informações (MARIANO et al., 2015 e GUILHOTO, 2001), eles acabam decidindo pelas informações extrínsecas ao produto.

2.3 Julgamento e significado

Os bens podem ter dois tipos de valor: o econômico e o de uso. O valor econômico se refere ao preço de compra, de troca, já o valor de uso se refere à importância que determinado produto tem na experiência de consumo associado ao objeto (RICHINS, 1994). Nesse estudo de 1994, Richins adotou o valor de uso e esse valor também pode ser associado com o valor de posse.

O significado é associado ao valor e se justifica em duas perspectivas: na primeira o consumidor participa do processo de comunicação, e dentro desse processo tem a posse que mais o satisfaz e forma sua imagem dentro de sua cultura; a segunda perspectiva que relaciona o significado ao valor se refere ao papel que as suas posses exercem na construção da identidade pessoal. O valor então tem como base o significado das posses, que é formado pela comunicação e pela identidade criada com a posse. Com essa conceituação o significado foi dividido em público e privado (RICHINS, 1994).

O significado público se refere à forma como a sociedade atribui significado a um objeto em que não se é proprietário, com isso o significado passa a ser compartilhado por um mesmo grupo da sociedade, ou pela sociedade em geral. Indivíduos que compartilham de uma mesma cultura ou grupo tendem a atribuir significados parecidos diante de um mesmo objeto. Esse significado público pode ser fonte de vontade nas pessoas para adquirirem determinado objeto (RICHINS, 1994).

O significado privado de um objeto é formado por todos os significados que o objeto tem para um indivíduo em particular. Esse significado pode ser formado não só pelo proprietário do objeto, por ter alguma experiência com ele e assim atribuir um significado, como também pode incluir elementos de significado público (RICHINS, 1994).

Richins ainda em seu estudo de 1994 falou das fontes dos significados, sendo que uma fonte particular pode influenciar tanto significado público como privado. São as fontes: valor utilitário (que se refere à utilidade de um produto, aqui são mais produtos básicos); prazer (a própria sensação de prazer); representações interpessoais (objetos que representam alguém importante, rementem a lembranças) e ainda a identidade e auto expressão (o objeto tem ligação com o passado do próprio indivíduo, ou com sua história).

Já Allen (2001), propôs o “Modelo de Duas Rotas”, a partir do qual ele investiga as duas possibilidades de avaliação dos atributos do produto ou serviço pelo consumidor. Na primeira rota, os atributos abstratos e subjetivos prevalecem, e é chamada de rota direta. A segunda rota se refere à análise racional de atributos concretos e tangíveis, essa é chamada de rota indireta. As rotas recebem esses nomes (diretas e indiretas) porque são relacionadas com a influência dos valores humanos no processo de avaliação, ou seja, na primeira rota, há uma influência direta dos valores humanos no significado a ser atribuído ao produto, e na segunda rota, há uma influência indireta desses valores no significado.

Ainda nessa linha Mittal (1988) diz que no processo de julgamento, as pessoas inconscientemente se imaginam utilizando um objeto e levam em consideração se serão aprovados socialmente e o quanto aquela marca o representa. Nesse caso a cultura está representando uma forte influência na escolha do produto.

Segundo Allen (2001), o julgamento é anterior à atribuição de significado, pois, para que um significado seja atribuído, é necessário que ele seja previamente avaliado e julgado, de maneira racional ou afetiva.

Allen (2001) então propõe dois tipos de julgamento, são eles: o julgamento passo a passo, também chamado de fragmentado e o julgamento afetivo. O julgamento passo a passo está relacionado às características tangíveis do produto e suas funções. O segundo julgamento, o afetivo, está relacionado a uma ligação imediata e de alta intensidade do consumidor com o produto, sendo assim o julgamento é conduzido por um estado emocional que considera o produto como um todo, ou seja, não olha apenas para suas características tangíveis (ALLEN, 2001). No julgamento afetivo, o indivíduo escolhe de forma mais rápida, subjetiva e intensa, se preocupando menos com a busca de informações sobre o objeto e realizando menos comparações, o que pode ser associado com o modelo de rota direta. Já o

juízo passo-a-passo pode ser associado ao modelo de rota indireta (ALLEN, 2000;2001).Na presente pesquisa foi utilizada a tipologia proposta por Allen (2001) em relação ao juízo e ao significado.

Segundo Allen (2001), o juízo pode ser feito considerando componentes racionais, ou seja, associando aos atributos específicos de uso em que a afeição pelo produto demora a surgir e sua intensidade é baixa, considerando as características individuais do produto; ou emocionais, de forma intuitiva ou holística, não levando em conta características específicas do produto. O juízo passo a passo é seguido por um significado utilitário, já o juízo afetivo é seguido de um significado simbólico (ALLEN, 2000; 2001).

O significado utilitário do produto é a identificação pelo consumidor do que o produto pode fazer, relacionado às suas funções essenciais (ALLEN, 1997). Esse significado é objetivo e está diretamente ligado aos atributos tangíveis do produto, sendo uma relação intrínseca a ele, ligada à sua utilidade, conveniência e eficiência (NEPOMUCENOS; TORRES, 2005).

Já o significado simbólico, ao contrário do utilitário, é subjetivo e é identificado pelas características intangíveis do produto e que são extrínsecos a ele. Esse significado está associado às crenças e ao lado afetivo da pessoa, bem como associado à identidade e a aprovação social por usar um produto (ALLEN, 1997).

Relacionado às formas de escolhas ou decisão, Mittal (1998) diz que existem duas formas: o modelo de escolha afetivo - associado à rota direta de Allen (2001) - e o processo informacional - associado à rota indireta de Allen (2001). A expressividade é um antecedente no modelo de escolha afetivo, que pode ser relacionado ao juízo afetivo e significado simbólico proposto por Allen (2001). Já no modelo de processo informacional o antecedente é o esforço cognitivo e a busca de informação pré-compra, que igualmente pode ser relacionado ao juízo passo a passo e significado utilitário proposto por Allen (2001). As duas podem coexistir como processos separados. O autor dá o exemplo da compra de um carro, que ao mesmo tempo em que o consumidor olhará os aspectos tangíveis e utilitários do veículo, também estará fazendo uma escolha expressiva.

Mittal (1998) afirma ainda que podem existir escolhas em que não serão utilizados nem o modelo de escolha afetivo nem o processo informacional, como é o caso de

compras de baixo envolvimento, pois não é importante ficar olhado nem os aspectos utilitaristas nem os expressivos.

O modo de escolha afetivo possui então três características: ele é feito de forma holística, é influenciado pelo auto indivíduo e é difícil de explicar (MITTAL, 1998). Ainda de acordo com Mittal (1998), o modo de processamento informacional está ligado diretamente à avaliação dos atributos tangíveis e funções utilitárias do produto, associado à parte cognitiva do indivíduo.

No processamento informacional o consumidor adquire informações sobre atributos de um produto, forma um critério de avaliação, julga esses critérios em vários níveis e aplica uma regra heurística para realizar uma avaliação geral.

Ainda de acordo com as avaliações, é importante destacar que os dois tipos de julgamentos não são excludentes, sendo que um deles é mais utilizado, pois “[...] os indivíduos possuem julgamentos afetivos e racionais, que podem ocorrer de maneira simultânea, eles acabarão por usar um deles mais frequentemente.” (ALFINITO et al., 2015, p. 302).

Alfinito et al. (2015) propõe uma escala onde são utilizados itens específicos para analisar o julgamento fragmento, o julgamento afetivo, o significado utilitário e o significado simbólico. Um exemplo de item para o julgamento fragmentado é “Sou racional ao comprar um produto”; para medir julgamento afetivo um exemplo é o seguinte item “Escolho um produto sensorialmente agradável (ex: olfato, visão, etc.)”. Quanto ao item relacionado ao significado utilitário tem-se a afirmativa “Seleciono o produto de uso mais fácil.” Um exemplo de item para medir o significado simbólico é “Considero importante comprar uma marca reconhecida socialmente”.

Allen (2001) realizou uma pesquisa quanto às medidas de julgamento e significado validadas na Nova Zelândia que se mostrou limitada com a pesquisa feita por Nepomuceno e Torres (2005) no Brasil, nesse último estudo verificou-se que as quatro dimensões proposta por Allen (2001), que são: dois tipos de julgamento de produto e duas perspectivas de significado, neste caso reduzidas a duas, que seriam: julgamento afetivo relacionado ao significado simbólico e julgamento passo a passo associado ao significado utilitário. Foram reduzidas para essas duas

perspectivas devido à adaptação a outras culturas, como no caso brasileiro, por gerar confusão conceitual (NEPOMUCENO; TORRES, 2005).

Em outra pesquisa realizada igualmente no Brasil por Nepomuceno, Porto e Rodrigues (2006), foram analisados os avanços teóricos e metodológicos das pesquisas sobre o porquê e como estudar o comportamento do consumidor, para entender melhor como é realizada a avaliação de um mesmo objeto relacionando com os valores humanos e o julgamento e significado. O resultado obtido desse estudo mostrou que há necessidade da adaptação do modelo de duas rotas, proposto por Allen (2001), para aplicação no contexto brasileiro e a escala de julgamento e significado proposta por Allen e Ng (1999) necessita ser contextualizada pela categoria dos produtos (DEMO; GUANABARA, 2015).

Nessa mesma linha de pesquisa Alfinito, Nepomuceno e Torres (2012) objetivaram validar a medida de julgamento e significado de produtos brasileiros de acordo com a escala de Allen (1997,2000). Ao contrário de Nepomuceno e Torres (2005), que só encontraram duas perspectivas, essa pesquisa encontrou quatro, ou seja, adaptaram o modelo de Allen (2000,2001) para o contexto brasileiro, são elas: julgamento passo a passo, julgamento afetivo, significado utilitário e o significado simbólico (DEMO; GUANABARA, 2015).

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Nesta seção será abordado o método de pesquisa que foi utilizado no presente trabalho. Primeiramente realizou-se o delineamento da pesquisa, ou ainda a caracterização do estudo. No segundo tópico, foram definidos os participantes do estudo, em seguida os instrumentos que foram utilizados, por fim, os procedimentos de coleta e análise dos dados.

3.1 Delineamento de pesquisa

Pesquisas Científicas têm como objetivo conhecer determinado assunto, considerando um ou mais aspectos. A pesquisa científica então deve acrescentar para o avanço e o crescimento humano (PRODANOV; FREITAS, 2013). Essa pesquisa foi dividida em duas partes, a primeira em que foi feita um estudo bibliográfico sobre alimentos transgênicos, sobre percepção, julgamento e significado que os consumidores dão a estes alimentos e a segunda que constou de uma pesquisa empírica com os consumidores de alimentos do Distrito Federal.

O presente estudo teve caráter descritivo, com abordagem qualitativa e com corte transversal (coletado apenas uma vez) e foram usados dados primários. A pesquisa descritiva, como o próprio nome indica, tem como objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno ou ainda o estabelecimento de relações entre variáveis, com o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, sendo as principais técnicas: entrevistas, formulários, questionários, e observação (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A abordagem qualitativa considera que existe um vínculo inseparável entre o mundo real objetivo e a subjetividade que não pode ser traduzido em números, ou seja, não precisa do uso de técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte para a coleta de dados e o pesquisador é o instrumento principal (PRODANOV; FREITAS, 2013).

3.2 Participantes do estudo

Os participantes do estudo foram selecionados por amostragem não probabilística, por conveniência, normalmente pessoas do convívio social da entrevistadora ou indicações dessas pessoas. Eram escolhidos aqueles que já ouviram falar de alimentos transgênicos, que são responsáveis pela compra dos alimentos em suas casas e que eram moradores do Distrito Federal.

Buscou-se idades, níveis de escolaridades e classes sociais variadas, para conseguir uma heterogeneidade dos participantes como forma de obter diferentes visões acerca do tema.

Amostras não probabilísticas por conveniência tem como propósito selecionar um subgrupo da população do qual se pretende saber a opinião (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A amostra foi de 10 entrevistados, sendo que o número preciso de entrevistas foi determinado pelo princípio de saturação das respostas. O método de saturação diz que a partir de uma amostra feita em um processo contínuo de análise de dados, presente desde o início do processo de coleta, tem como base as questões colocadas aos entrevistados, que vão ser reflexo dos objetivos de pesquisa. A análise preliminar então busca o momento em que pouco de substancialmente novo aparece, considerando cada um dos tópicos abordados e o conjunto dos entrevistados (FONTANELLA; RICAS; TURATO, 2008).

Os participantes foram todos moradores do Distrito Federal. Dos 10 entrevistados cinco foram do sexo feminino e cinco do sexo masculino, sendo que a menor idade foi de 21 anos e a maior idade foi de 53 anos, com idade média de 38 anos. Quanto ao nível de escolaridade, sete dos entrevistados tinham ensino superior e três ensino médio. As formações eram nas áreas de Administração, Contabilidade, Ciências do Alimento, Química, Nutrição e História. Quanto às classes sociais, dois participantes pertenciam à classe baixa, sete pertenciam à classe média e um pertencia à classe alta. As classes sociais foram definidas a partir das perguntas de qual era a ocupação dos participantes e da cidade em que moravam. Quanto à ocupação dois participantes fazem graduação e trabalham e a profissão deles são corretor de imóveis e professora de francês, um dos participantes não trabalha nem

estuda, e os outros sete trabalham em áreas como estética, gerência, professor, nutricionista e técnico. Quanto à cidade em que moravam, quatro dos participantes eram de Taguatinga, dois de Samambaia, um de Águas Claras, um do Setor Noroeste, um da Asa Norte e um do Park Way.

3.3 Instrumento de pesquisa

O instrumento utilizado na pesquisa foi um roteiro semiestruturado. Foram conduzidas entrevistas em profundidade, de acordo com questões semiestruturadas, como mostra o Quadro 1 e detalhado no apêndice A.

O roteiro semiestruturado de entrevista continha vinte e nove perguntas criadas para esse estudo. Das vinte e nove, cinco estavam relacionadas ao perfil sócio demográfico, vinte foram baseadas no objetivo do presente estudo e as outras quatro relacionadas ao vídeo apresentado. As perguntas foram submetidas a validação semântica.

Das vinte questões baseadas no objetivo de estudo, quinze tiveram como referência a escala de julgamento e significado utilizada no estudo de Alfinito et al. (2015), apesar desse estudo ser quantitativo e do presente estudo ser qualitativo. Assim, houve uma adaptação da escala, como por exemplo, um item da escala do estudo de Alfinito et al. (2015) “Procuro o máximo de informação sobre o que vou comprar” esse item foi transformado nas seguintes perguntas do presente estudo “Como você escolhe os produtos?”, “Você costuma ler o rótulo dos alimentos?”, “Quais informações você lê?”, “Qual a informação acha mais importante?” e “Você procura algum selo ou certificação específica?”. As outras cinco questões relacionadas ao objetivo do estudo foram baseadas na pesquisa de Souza (2013) e do Furnival e Pinheiro (2008).

As quatro questões relacionadas ao vídeo foram igualmente baseadas no estudo de Alfinito et al.(2015), mas a pretensão era seguir a lógica das perguntas que foram feitas antes de apresentar o vídeo.

A estrutura do roteiro foi dividida em três partes, a primeira parte composta pelos dados da entrevista, a segunda parte pelos dados do entrevistado e a última parte as perguntas direcionadas às categorias teóricas do estudo.

As categorias teóricas foram criadas a priori, e foram elas: comportamento de compra, julgamento e significado atribuído aos alimentos e a percepção acerca dos alimentos transgênicos.

O Quadro 1 mostra uma coluna de categorias teóricas e a outra coluna mostra a correspondência das questões relacionadas de acordo com o roteiro de entrevista.

Categorias teóricas de análise	Questões do roteiro de entrevista
Comportamento de compra	Onde você costuma comprar os alimentos que consome? Que tipo de produto você compra na feira? E no supermercado? Com qual frequência você compra? Para cada tipo de local.
Julgamento e significado atribuído aos alimentos	Como é sua rotina de compra na feira? E no supermercado? Como você escolhe os produtos na feira? E no supermercado? Tem marcas que você costuma comprar? Se sim, porque compra essas marcas? Se não, você tem alguma preocupação com relação à qualidade do produto, a procedência? Quando não tem a marca do produto que você quer o que você faz? Se você ficar em dúvida entre duas marcas de um produto como você decide entre elas? Se tiver algum produto novo ou que acabou de ser lançado você cogita a possibilidade de compra-lo? Por quê? Você costuma ler o rótulo dos alimentos? Quais informações você lê? Qual a informação acha mais importante? Você procura algum selo ou certificação específica?
Percepção acerca dos alimentos transgênicos	Você já ouviu falar de alimentos transgênicos? O que você sabe ou ouviu dizer sobre os alimentos transgênicos? Você compra alimentos transgênicos? Se sim, quais? Com que frequência? Quais os motivos para comprar alimentos transgênicos? Por que? Acha o sabor diferente? Se não, porque não compra? Compraria pelo fato de ser mais barato? E pelo fato de ser mais prático? Você já viu esse símbolo "T"? Sabe o que ele significa? Você conhece alternativas para os alimentos transgênicos? Você vê problema na ingestão de alimentos transgênicos? Quais? Você acha que os alimentos transgênicos podem gerar alguma

Categorias teóricas de análise	Questões do roteiro de entrevista
	mudança na saúde dos que os consomem? Quais? Você acha que é bom pro Brasil produzir ou cultivar alimentos transgênicos? Deseja fazer mais algum comentário a respeito desse assunto? Agora que você assistiu a esta matéria, qual sua opinião sobre alimentos transgênicos? Você vê problema nos alimentos transgênicos? Quais? Que consequências acha que eles podem trazer à saúde? Como acha que será seu consumo de alimentos transgênicos a partir de agora?

Quadro1: Categorias teóricas relacionadas ao roteiro

Fonte: Elaborado pela autora

3.4 Procedimento de coleta e análise de dados

Foram realizadas dez entrevistas pela própria entrevistadora de forma presencial, em locais diferentes, porém sempre priorizando a predominância do silêncio e facilitando o acesso para os participantes. As entrevistas foram agendadas por telefone. A coleta transcorreu durante o mês de abril de 2016, em diferentes dias da semana e diferentes horários.

A entrevista com menor duração teve 15 minutos e a entrevista de maior duração teve 35 minutos. As dez entrevistas tiveram duração média de 25 minutos e, após o consentimento dos participantes, foram gravadas.

A entrevista seguiu um roteiro semiestruturado de perguntas. Num determinado momento foi apresentada uma reportagem exibida na Globo News em 2012, com duração de cinco minutos (<https://youtu.be/B0qFTM5qMOgo>). O vídeo fala de uma pesquisa com duração de dois anos, feita na França, com uso de alimentos transgênicos em ratos, que mostrou que todos tiveram doenças. As perguntas foram divididas por categorias para facilitar a análise, que foram: comportamento de compra, julgamento e significado atribuído aos alimentos e percepção acerca dos alimentos transgênicos. O vídeo foi apresentado quase no final da entrevista e foi

utilizado para verificar se havia alguma mudança de opinião dos respondentes frente a informações adicionais relacionadas aos transgênicos.

As entrevistas foram transcritas a partir das gravações feitas e foram submetidas a uma análise de conteúdo (BARDIN, 1977). A análise de conteúdo compreende análise das comunicações devido à descrição do conteúdo das mensagens, sendo que o objetivo é a inferência de conhecimentos relacionados às condições de produção, inferência esta que pode ser quantitativa ou não. A inferência é o procedimento intermediário entre a descrição e a interpretação (BARDIN, 1977).

Uma análise feita conscientemente busca uma correspondência entre as estruturas semânticas ou linguísticas e as estruturas psicológicas ou sociológicas. O analista então deve fazer uma leitura dos conteúdos de comunicação que inclui a letra e o realçar um sentido que se encontra no segundo plano, o que está por trás das palavras (BARDIN, 1977).

A análise categorial temática é frequencial e quantitativa, as entrevistas são recortadas de acordo com o tema e pode ser analisada em quatro dimensões, que são: a origem do objeto (de onde veio realmente o objeto), a implicação face ao objeto (a maneira como a pessoa conta a aquisição de um objeto), a descrição do objeto (relacionado ao modelo cultural da pessoa) e o sentimento face ao objeto (atitude perante o objeto) (BARDIN, 1977).

A unidade de registro foi feita por categoria temática, que segundo Bardin (1977), consiste em uma análise temática dos núcleos de sentido e que a frequência em que aparecem significa alguma coisa para o objetivo analítico escolhido.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nessa seção o objetivo é apresentar e discutir os resultados qualitativos encontrados com as entrevistas realizadas de acordo com os objetivos iniciais da presente pesquisa.

Primeiramente é importante destacar que apesar de haverem estudos sobre julgamento e significado de produtos para o Brasil, não existem estudos relacionando o julgamento e significado atribuídos à alimentação, muito menos relacionado aos alimentos transgênicos.

Os resultados foram apresentados de acordo com as categorias teóricas apresentadas no Quadro 1, que foram: comportamento de compra, julgamento e significado atribuído aos alimentos e percepção acerca dos alimentos transgênicos. No final foi colocado um item sobre o julgamento e significado atribuído aos alimentos transgênicos.

4.1 Comportamento de compra

Quando perguntados quanto ao local de compra dos alimentos que consomem a maioria dos entrevistados compra em locais perto de casa ou do serviço, ou seja, prioriza a conveniência e a minoria compra por preço. Quanto ao tipo de produto que os entrevistados compram dependendo do canal, as respostas evidenciaram que alguns compram tudo no supermercado e outros compram na feira e no supermercado. A frequência de compra dos entrevistados varia dependendo do canal de compra (supermercado e feira), uma vez que grande parte vai ao supermercado pelo menos uma vez por semana e outra parte de quinze em quinze dias. Dos que vão à feira, grande parte vai uma vez por semana e o restante vai de quinze em quinze dias.

O fato de comprarem por conveniência, fica evidenciado na fala do entrevistado 2:

“Eu compro no mercado e feira, normalmente na feira da Vicente Pires porque é mais perto de casa, se eu for pedir alguma coisa orgânica tiver bem no momento que eu estou querendo comprar tem uma moça que faz

entrega, ela entrega toda terça-feira ai liga e ela entrega em casa, mas eu compro muita coisa orgânica no mercado também.”

E também na fala do entrevistado 3: “No Pão de Açúcar, porque é o mais próximo de casa.”

Quanto aos que compram pelo preço, pode ser confirmado com a fala do entrevistado 4: “Em supermercado, a maioria das vezes escolho o mercado pelo preço.”

A conveniência e o preço, que foram os fatores decisivos para escolher o local de compra, são fatores extrínsecos, ou seja, são características externas ao produto, que tem influência na compra, o que foi argumentado por Guilhoto (2001), quando ele diz que os consumidores acabam utilizando os fatores extrínsecos ao produto na hora da decisão de compra.

4.2 Julgamento e significado atribuído aos alimentos

Após a identificação de onde compram, o que compram e a frequência dessa compra os participantes foram incentivados a falarem a respeito de como é a sua rotina de compra, se levavam listas ou não, se compravam por que viam e assim em diante. A maior parte dos entrevistados afirmou não fazer lista de compras, pois sabem o que vão comprar de cabeça, como pode ser confirmado na fala do entrevistado 1: “Eu normalmente sei o que está faltando de cabeça, não costumo fazer lista.” e na fala do entrevistado 8: “Não costumo fazer lista, sei de cabeça o que falta”. Já os outros entrevistados fazem listas de compras, como no caso do entrevistado 7: “Eu levo uma lista, a gente faz uma lista lá em casa com o que quer e eu levo.” O fato de fazerem listas antes da compra mostra uma relação com o julgamento passo a passo em que se busca mais informação na hora de decidir, mostrando uma compra mais racional (ALLEN, 2001).

Em seguida questionados sobre como escolhiam os produtos a maioria citou marcas como sendo o fator de relevância para escolha, como no caso do entrevistado 6: “Tem algumas marcas que eu costumo comprar porque já compro há algum tempo, mais conhecidas de preferência.” A marca como um fator relevante na hora da compra pode ser associada ao significado simbólico e também ao modelo afetivo de

escolha, onde o produto é escolhido de forma holística em que há uma ligação imediata do consumidor com o produto (ALLEN, 2001; MITTAL, 1998). Porém em contrapartida alguns entrevistados não consideraram relevante a marca, como o entrevistado 8: “Quanto aos alimentos não costumo ser muito saudosista em relação as marcas”.

Em seguida, o fator de mais relevância citado pelos entrevistados foi o preço, como confirmado na fala do entrevistado 1: “Já tem os produtos que eu costumo comprar de determinadas marcas, mas se tiver algum mais barato, vai o mais barato mesmo.” Uma pesquisa de percepção dos consumidores realizada no Rio Grande do Sul por Rombaldi (2007), mostrou que o preço é o mais importante na hora de decisão da compra (WATADA, 1980; ROMBALDI, 2007).

Parte dos entrevistados também citou aparência como sendo fator de escolha principalmente relacionado a frutas, legumes, verduras e hortaliças, enfatizado na fala do entrevistado 5: “E na hora de comprar levo o que está com uma carinha melhor” e também na fala do entrevistado 8: “Frutas geralmente eu escolho as que estão mais novas, mais frescas, as mais bonitas e dentro do peço que eu acho que é viável.” A aparência foi o segundo fator mais importante na hora de decidir a compra, segundo a pesquisa de Rombaldi (2007). A aparência também pode ser relacionada com o significado simbólico de Allen (2001), pois é um fator extrínseco ao produto.

A origem também apareceu como fator de escolha, segundo a pesquisa de Rombaldi (2007) a origem também obteve fator de relevância na hora da compra. Além desses fatores citados anteriormente para selecionar o produto a confiabilidade, a qualidade e a durabilidade também foram citadas como sendo relevantes na hora da escolha dos produtos, como pode ser confirmado na fala do entrevistado 4: “Depende do que eu vou fazer, por exemplo, carne eu faço questão de comprar sempre pela qualidade, não compro carne barata.”

Quando questionados sobre se haviam marcas que costumavam comprar, grande parte dos entrevistados respondeu que sim e que compram essas marcas pela qualidade, por ser orgânica, pelo sabor e por ser reconhecida, confirmada na fala do entrevistado 2: “Eu compro de marca, tipo malunga, que eu sei que é orgânica e é uma empresa que eu confio.” O fato dos entrevistados comprarem devido à marca pode ser associado ao significado simbólico de Allen (2001), pois mostra que a

imagem do produto é importante na hora da compra (NEPOMUCENO; TORRES, 2005), isso pode ser visto também na fala do entrevistado 6: “Compro porque são as marcas mais conhecidas, penso eu até pela propaganda que é feita que a gente acaba sendo levado a comprar”. E os outros entrevistados que não consideram as marcas que costumam comprar, citaram que verificam a procedência do produto e a qualidade também. Esses entrevistados que não costumam comprar pela marca podem ser associados ao significado utilitário de Allen (2001), em que buscam aspectos positivos do produto na hora de decidir a compra.

Em seguida foram questionados sobre quando não há marca dos produtos que compram o que fazem. Os que têm marcas que costumam comprar, a maioria substitui o produto, alguns deixam de comprar, outros vão a outro supermercado, ou nunca passou por isso devido a sempre ter as marcas que costuma comprar. Em relação ao entrevistado que deixaria de comprar, mostra uma associação com o julgamento afetivo em que pensam em si como usuário final do produto e mostra um apego a marca (NEPOMUCENO; TORRES, 2005). Quanto aos que substituem, estes mostram um menor apego a marca o que mostra que possuem um julgamento mais passo a passo, como pode ser visto na fala do entrevistado 1: “Levo outra que tiver lá no mesmo preço”, o que mostra que é uma relação mais racional com o produto.

Em relação ao que fariam se ficassem em dúvida entre dois produtos, e que fatores os levariam a decidir, boa parte dos entrevistados citaram o preço, outros também citaram a qualidade como fator de comparação. Além disso, foi citado durabilidade, a marca ser reconhecida ou indicada e não ser transgênico. A questão da qualidade e do preço pode ser vista na fala do entrevistado 3: “Se for dois produtos que eu costumo comprar, que a qualidade é mais ou menos razoável eu vou optar pelo mais barato” e na fala do entrevistado 6:” Normalmente é o valor, se forem equivalentes em termos de qualidade é o valor que me leva a decidir.”

A maioria dos entrevistados respondeu que compram ou comprariam produtos novos ou que estão sendo lançados, mas boa parte deles tinham condições para essa compra (se for um preço mais baixo que o do mercado; se tiver estudo falando que é bom; e se já for um produto que costumo comprar). Os outros entrevistados compram sem condições, mas compram em poucas unidades para experimentar. Outros ainda não compram nem comprariam. Os que compram ou comprariam

produtos novos ou que foram lançados mostram um julgamento afetivo, em que a compra é mais impulsiva, como podemos ver na fala do entrevistado 4: “Sim, eu sempre fico curiosa, gosto de ver como que é”. Já em relação aos que têm condições para a compra, mostram um julgamento mais passo a passo, o que pode ser visto na fala do entrevistado 2: “Depende, de alguma preparação que eu vá fazer, ou se eu já ouvir falar bem do produto ou algum estudo, no meu caso tem que ter estudo”.

Quando perguntados sobre ler os rótulos dos alimentos a maioria dos entrevistados afirmam ter o costume de ler os rótulos, alguns lêem raramente e outros não lêem. Dos que lêem alguns consideram tudo, outros a data de validade, ou se tem alguma composição específica, ou a quantidade de sódio e de açúcar e se é transgênico. E o que consideram mais importantes em ordem decrescente é a quantidade de sódio, lista de ingredientes, composição específica, transgênico e validade.

Considerando os que falaram que a quantidade de sódio era mais importante, estes citaram que acha ele o mais importante pelo fato de terem problema de saúde relacionado ao sódio, como podemos ver na fala do entrevistado 8:

“Leio e olho informação nutricional, e ultimamente tenho olhado muito a quantidade de sódio, por exemplo, se tiver dois produtos aí comparo as informações nutricionais e a gente acaba levando aquilo que vai ofender menos. Olho a quantidade de sódio por causa que já tive problema com pressão alta e era devido ao sal.”

O ato de lerem os rótulos pode ser relacionado ao julgamento passo a passo de Allen (2001), em que se busca maior número de informações sobre o produto, como podemos ver na fala do entrevistado 2: “Leio e leio tudo de tudo”. Quanto ao fato de olharem principalmente a quantidade de sódio pode ser associado tanto ao julgamento passo a passo como ao significado utilitário, em que se olham características individuais do produto e suas funções.

Em seguida foram questionados se procuram selo ou certificação específica, alguns dos respondentes disseram que procuram. Destes que procuram a maioria olha o selo de orgânico ou confia na barraca da feira que diz que é orgânico. Os outros disseram que não procuram selos, mas olham se tem algum selo conhecido principalmente o “T” que simboliza alimentos transgênicos e acreditam na chácara que compra.

O fato de procurarem selos também está associado à informação do produto, que pode ser relacionado ao julgamento passo a passo e ao significado utilitário de Allen (2001) devido ser análises de características tangíveis do produto, como pode ser visto na fala do entrevistado 8: “Sim, eu termino buscando o selo porque te traz uma segurança.” Quanto aos que não procuram selo podemos ver na fala do entrevistado 1: “Não, nunca procurei selo não.” E na fala do entrevistado 4: “Quando tem algum selo que eu conheço chama atenção, mas eu não procuro necessariamente.”

De forma geral então o que apareceu como julgamento passo a passo e como significado utilitário foi o fato de fazerem lista de compras (mostra uma maior racionalidade na hora da compra), o fato de substituir a marca (mostra um menor afeto com o produto), lerem os rótulos (olham características tangíveis do produto), procurarem selos (analisam atributos tangíveis do produto) e não comprarem produtos com alta quantidade de sódio (uma característica específica do produto influenciando na compra).

Já relacionado ao julgamento afetivo e ao significado simbólico, o que apareceu foi o fato de ter marcas que costumam comprar (crença na marca), deixar de comprar o produto devido a não ter a marca de costume (ligação afetiva com o produto), o fato de comprarem pela aparência do alimento (fator extrínseco ao produto) e o fato de comprarem produtos novos ou que foram lançados (compra tem uma análise holística).

4.3 Percepção acerca dos alimentos transgênicos

Nessa parte da entrevista, os entrevistados eram encorajados a dizer o que já tinham ouvido falar ou sabiam sobre os alimentos transgênicos, se compravam esses alimentos, qual era a visão deles em relação a esses alimentos e a saúde, se era bom para o Brasil cultivá-los e depois foram motivados a assistir uma reportagem que falava sobre uma pesquisa realizada em 2012 na França, com duração de dois anos, a qual mostrava que ratos que foram alimentados com milho transgênicos tiveram câncer. Em seguida do vídeo os participantes foram questionados sobre a opinião a respeito dos alimentos transgênicos e como reagiriam em relação a esses alimentos daí em diante.

O que os entrevistados mais ouvem falar ou sabem dos alimentos transgênicos é que são alimentos geneticamente modificados para serem mais resistentes, seja a praga ou ao tempo, que os alimentos transgênicos reduzem o uso de agrotóxicos, aumenta ou melhora a produtividade. Alguns dos entrevistados falaram que já ouviram opiniões distintas a respeito dos alimentos transgênicos, algumas correntes dizem que é bom para aumentar a produtividade e tornar os alimentos com propriedades que não tinham e outras falam que causam doenças com o uso. Outros entrevistados também comentaram que sentem falta de informação ou divulgação a respeito desses alimentos. O estudo de Furnival e Pinheiro (2008) encontrou que os consumidores estão insatisfeitos com a falta de informação sobre o que são os alimentos transgênicos e o que eles causam.

E ainda teve resposta que o que sabia sobre alimentos transgênicos era que vinha o triângulo com o “T” na embalagem e isso identificava o alimento como transgênico, como pode ser visto na fala do entrevistado 4: “Então, hoje em dia tem aquele triângulo do T, e a primeira vez que me chamou atenção foi no saco de ração de gato.”

Essas respostas corroboram com os estudos de vários autores, que encontraram que a implementação dos alimentos transgênicos é objeto de discussão e de dilema, uma vez que não se tem certeza de todos os malefícios e benefícios trazidos por eles e os consumidores se encontram perdidos com essa falta de informação (ALMEIDA; LAMOUNIER, 2011; SOUZA, 2013). E vai ao encontro com a pesquisa de Furnival e Pinheiro (2008) que tiveram como resultado que os consumidores se encontram insatisfeitos com a falta de informação sobre os alimentos transgênicos, o que eles causam e de qual seria a melhor forma de identificá-los.

A minoria dos respondentes compra alimentos transgênicos e dentre os produtos que consomem estão milho, óleo de soja, milho e farofa pronta. Segundo eles a frequência da compra é baixa ou não sabem estimar. Alguns dos entrevistados não sabem se compram porque não lêem o rótulo dos alimentos, como podemos ver na fala do entrevistado 7: “Que eu saiba não, as vezes eu posso até comprar porque eu não leio, as vezes é transgênico e eu não sei.” E os outros entrevistados não compram devido à incerteza quanto as consequências que eles podem gerar na saúde e por que não tem informação suficiente para realizar a compra, como confirmado na fala do entrevistado 10: “ Não compro e acho que é porque não tenho

comprovação exatamente do núcleo celular desses alimentos, o que esses transgênicos vão fazer.”

Quanto à rotulagem dos alimentos, a pesquisa de Furnival e Pinheiro (2008) teve como resultado que os consumidores não têm certeza que a rotulagem seria uma forma de solucionar o caso, eles acreditam que é preciso ter um programa de educação do consumidor, somado com a cobrança, fiscalização e divulgação. Já a pesquisa de Souza (2013) afirma que a rotulagem dos alimentos transgênicos é importante, tanto para saúde pública como para o consumidor ter acesso à informação.

Todos os entrevistados já tinham visto este símbolo “T”, a maioria sabia o que queria dizer o símbolo e os outros não sabiam o que significava. Essas respostas vão contra o resultado encontrado na pesquisa de Souza (2013), em que a maioria dos entrevistados não sabia o que esse símbolo significava. Os alimentos transgênicos que possuem mais de 1% de matéria-prima transgênica na sua composição deve ter esse símbolo (BRASIL, 2003).

Em seguida quando questionados se conheciam alternativas para os alimentos transgênicos, alguns disseram que só conhecem os alimentos orgânicos como alternativa. Os outros disseram que tem a opção dos alimentos que não têm o símbolo de transgênico e que a maioria dos produtos tem versões não transgênicas para substituir. Um estudo revelou que o único problema que os consumidores percebem de desvantagens dos orgânicos é o que o preço deles é superior se comparado ao preço dos alimentos transgênicos (FILHO; SILVA, 2012).

A visão de alguns dos entrevistados é de que vêem problema na ingestão de alimentos transgênicos, porém desses a maioria afirmou que falta informação para dizer o que causa, como enfatizado na fala do entrevistado 6:

“Eu penso que sim, porque o desenvolvimento natural das sementes é um e quando você modifica esse desenvolvimento mexe na estrutura genética do alimento certamente aquilo que você acaba ingerindo vai ter uma ação diferenciada no seu organismo, que eu não sei te dizer qual”.

Alguns disseram que não sabem se tem problema na ingestão desses alimentos devido à falta de informação, como confirmado na fala do entrevistado 9: “Eu não sei, mas a princípio eu não vejo, mas se eu puder evitar eu evito mas a princípio eu não vejo porque a gente não tem informação consistente pra dizer se faz ou não.” E

os outros disseram que se for ingerido em poucas quantidades não vêem problema, como pode ser visto na fala do entrevistado 4: “Em pequena quantidade não vejo problema na saúde”. Isso corrobora com a pesquisa de Souza (2013), em que a maioria dos participantes não tem opinião formada sobre a segurança dos alimentos transgênicos.

Quando questionados se achavam que os alimentos transgênicos geravam alguma alteração na saúde, alguns dos entrevistados responderam que sim e sinalizaram o câncer, tendo como causa a mutação genética que o alimento tem. Os outros não souberam responder devido a falta de informação, como pode ser visto na fala do entrevistado 6: “Eu não saberia te dizer, eu sei que como a gente não sabe como é o processo de confecção o que fica é um certo receio.” A maioria dos entrevistados que tinham conhecimento sobre os alimentos transgênicos na pesquisa de Souza (2013) também afirmaram que os alimentos transgênicos trazem risco à saúde.

A minoria dos entrevistados acha que é bom para o Brasil produzir e cultivar alimentos transgênicos, devido serem alimentos mais resistentes a pragas e insetos, porque acham que é melhor que usar defensivo agrícola, que é bom economicamente, por que aumenta a produtividade e por que aumentaria a regulamentação e as informações a respeito desses alimentos. Em contrapartida alguns dos que acham que é bom para o país acham também que o cultivo de alimentos transgênicos tem seu lado negativo, pois são ruins pra nossa saúde, como pode ser visto na fala do entrevistado 1:

“Em certa parte acho que sim, porque ele fica resistentes aos agrotóxicos porém tem o outro lado ruim de causar alergia, além disso tem a ideia de que mata os insetos e são bom pra plantação. Mas no geral acho que é bom sim pro Brasil produzir esses alimentos.”

Alguns autores vão de encontro aos que acham que é bom pro Brasil produzir e cultivar alimentos transgênicos porque é a forma de produzir alimentos suficientes para toda a população (ALMEIDA; LAMOUNIER, 2011; ALVES, 2004).

A maioria acha que não é bom para o Brasil, por que desmata, aumenta a poluição, faz mal para a saúde, porque a produção se concentraria nas mãos de poucos e também por aumentar o uso de agrotóxicos. Alguns dos que acham que não é bom para o Brasil, consideraram ser um “mal necessário” para alimentar e dar conta do crescimento populacional. Isso pode ser visto na fala do entrevistado 9:

“Eu acho que não seja bom, mas necessário porque o país cresce muito, a população cresce muito e hoje você pode observar que a questão da preservação das florestas é muito pequena, então qualquer lugar eles derrubam e põem pasto pra gado ou então plantação de soja que é produtiva e acaba sendo uma coisa assim digamos um mal necessário.”

Depois de assistirem a reportagem os entrevistados foram questionados sobre qual era a opinião sobre os alimentos transgênicos. A maioria dos participantes disse que a reportagem reforçou ou piorou a visão que eles tinham sobre os alimentos transgênicos, disseram ainda que não sabiam que causava câncer. Os outros disseram que queriam ver mais pesquisas a respeito dos alimentos transgênicos, porque acham que os defensivos agrícolas causam efeitos piores que a transgenia. A falta de informação aqui ainda é um empecilho que os entrevistados reclamaram, como pode ser visto na fala do entrevistado 4:

“Eu fico com mais vontade de ver mais estudo que compara o consumo com alimento com mais defensivo e transgênico, porque tem uns com defensivos que são muito mais assustadores que o efeito é a curtíssimo prazo, em muito menos dose. Porque a gente não comer só alimento transgênico pra chegar nesse nível dos ratinhos, porque os ratinhos comeram só comeram milho transgênico, sendo 100% transgênico e na nossa realidade não é assim né.”

Quando perguntados sobre o consumo de transgênicos depois de ver a reportagem uma minoria dos entrevistados disse que já não consumia transgênico e que vão manter esse comportamento. Alguns disseram que vão prestar mais atenção, evitar e até parar de consumir o pouco que consumiam, o que mostra que o vídeo trouxe uma melhor concepção do que os alimentos transgênicos causam e onde eles estão presentes.

Nessa seção pôde-se perceber que, apesar da maioria dos respondentes terem ensino igual ou maior que o ensino superior, considerando ser um público mais esclarecido e com fácil acesso a informação, ainda assim reclamaram da falta de informação ou ainda da qualidade dessas informações que veem ou leem. Uns reclamaram por não haver um consenso sobre os malefícios e os benefícios trazidos pelos alimentos transgênicos, outros pedem mais pesquisas nessas áreas, o que mostra uma falta de confiança nas pesquisas já vistas por eles.

Segundo Souza (2013), essa desconfiança em relação às informações recebidas ocorre devido a informação já vir manipulada para os indivíduos, por isso os consumidores querem informações vindas de pesquisas acerca dos alimentos

transgênicos, considerando que quanto mais dados eles possuírem menos serão reféns das notícias extremistas.

O Quadro 2 mostra um resumo dos resultados alcançados de acordo com cada categoria teórica. Os números que aparecem entre parênteses no Quadro 2, se referem ao número de entrevistados, apesar desses números não serem relevantes para a presente pesquisa que é qualitativa.

Categorias teóricas de análise	Resultados
Comportamento de compra	Compram por: conveniência (8) e preço (2) Local: supermercado (10), feira também (5) Frequência: uma vez por semana
Julgamento e significado atribuídos aos alimentos	Rotina de compra: não fazem lista de compra (6), fazem lista de compra (4) Fatores relevantes para a compra: marca, preço, aparência, origem, confiabilidade, qualidade, durabilidade Costume de comprar marcas determinadas (8) Quando não tem a marca de costume: substituem (5), deixa de comprar (2), vai em outro supermercado (1) Compra de produtos novos ou lançados: compram (7), não compram (3) Leitura dos rótulos: leem (6), leem raramente (2), não leem (2) Selos ou certificados: olham (5), não olham (5)
Percepção acerca dos alimentos transgênicos	Sabem ou ouviram falar que os OGMs, são alimentos geneticamente modificados para serem resistentes. Já ouviram opiniões distintas a respeito dos alimentos transgênicos. Sentem falta de informação a respeito desses alimentos. Apenas sabia que vinha o “T” nos alimentos transgênicos Compram alimentos transgênicos (4); não sabem se compram porque não olham (2) e não compram alimentos transgênicos por insegurança (4). Todos já tinham visto o símbolo “T” e apenas alguns não sabiam o que significava (3). Conhecem alternativas para os alimentos transgênicos dentre elas os alimentos orgânicos (5) ou os não transgênicos (5). Veem problema na ingestão de alimentos transgênicos, mas falta informação pra dizer qual o problema (5); não sabem opinar sobre isso (3) e se for ingerido em pouca quantidade não acreditam ter problema (2). Sabem que causa câncer (5) e não souberam responder devido à falta de informação (5). Acham que é bom para o Brasil produzir e cultivar alimentos transgênicos (4) por serem mais resistentes, por ser melhor que usar defensivos agrícola, bom economicamente. Não

Categorias teóricas de análise	Resultados
	<p>acham bom para o Brasil produzir e cultivar alimentos transgênicos (6) por que desmata, aumenta a poluição, aumenta o uso de agrotóxicos.</p> <p>Depois do vídeo: reforçou ou piorou a opinião que tinham sobre os alimentos transgênicos (8) e sentem falta de mais estudos nessa área (2); os que consumiam vão começar a reparar mais nos produtos e, se possível, evitá-los (6).</p>

Quadro 2: Resumo dos resultados encontrados com a análise de conteúdo.

Fonte: Elaborado pela autora

4.4 Julgamento e significado atribuído aos alimentos transgênicos

Quanto ao julgamento e significado atribuído aos alimentos transgênicos pelos consumidores do Distrito Federal, foram encontrados como julgamento passo a passo e significado utilitário: saber o conceito dos alimentos transgênicos; sentir falta de informações, o que mostra que procuram informações sobre esses alimentos; não comprar os alimentos transgênicos devido à insegurança; conhecer alternativas para os alimentos transgênicos e já ter visto o “T”. Relacionado ao julgamento afetivo e significado simbólico, foram encontrados: comprar transgênicos por ser o que está disponível ou porque não buscam informação relacionada a esses alimentos e já ter visto o símbolo “T” e não saber o que significa e ainda assim comprar esses alimentos, pois mostra uma menor preocupação com o que se está consumindo.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O presente trabalho elucidou as características do comportamento de compra, o julgamento e o significado dos consumidores em relação aos alimentos e a percepção de parte dos consumidores do Distrito Federal em relação aos alimentos transgênicos. Para chegar ao resultado pretendido, foram feitas dez entrevistas que possibilitaram atingir os objetivos do estudo.

As características encontradas no comportamento de compra, em relação aos alimentos foi que compram de acordo com a conveniência de proximidade, seja de casa ou de locais que frequentam, com uma frequência semanal e a compra é feita em supermercados e feiras.

Quanto ao julgamento e significado atribuído ao consumo de alimentos, de forma geral não foi encontrado um julgamento ou significado predominante, mas foi confirmado que o julgamento passo a passo e o julgamento afetivo, assim como o significado utilitário e o significado simbólico, são realmente importantes no processo de decisão.

Quanto à percepção dos consumidores em relação aos alimentos transgênicos, os resultados mostraram que eles sabem o que significa os alimentos transgênicos, já ouviram opiniões distintas a respeito desses alimentos, sentem falta de informações seguras, compram por ser o que está disponível ou deixam de comprar devido a insegurança. Já tinham visto o símbolo “T” e conhecem alternativas para os transgênicos. Acham que fazem mal a saúde, mas não sabem dizer com propriedade que males são esses, devido a falta de informação. Alguns acham que é bom para o Brasil produzir transgênicos devido a grande produtividade, o que é bom economicamente. Alguns acham ruim para o Brasil por questões relacionadas ao meio ambiente, como desmatamento, aumento da poluição e do uso de agrotóxicos.

Depois do vídeo em que aparecem informações adicionais relacionadas aos transgênicos, os participantes disseram que a opinião foi reforçada ou se tornou mais negativa e alguns sentem falta de mais estudos e em relação ao consumo. Os

que consomem alimentos transgênicos disseram que vão prestar mais atenção e se possível evitá-los.

Quanto ao julgamento e significado atribuído aos alimentos transgênicos pelos consumidores do Distrito Federal, foram ressaltados os dois julgamentos e os dois significados, sendo que mais se destacou o julgamento passo a passo e o significado utilitário. Assim, é válido considerar que a maioria dos participantes está ciente do que são os alimentos transgênicos e de como identificá-los, e que ainda se sentem inseguros para poderem consumir, o que mostra uma racionalidade por parte deles.

Os resultados encontrados vão ao encontro do que alguns estudos relatam, em relação ao fato de os consumidores se encontrarem perdidos quanto aos benefícios e os malefícios dos alimentos transgênicos e também quanto à falta de informações concretas em relação a eles para tomarem uma determinada corrente como certa (ALMEIDA; LAMOUNIER, 2011; SOUZA, 2013). Quanto ao julgamento e significado também foram encontrados resultados semelhantes aos estudos que falam que os consumidores adotam tanto o julgamento passo a passo como o afetivo e também atribuem os dois tipos de significado, sendo que um é adotado com maior frequência (ALFINITO et al., 2015).

O presente estudo se mostrou limitado em relação às classes sociais dos participantes, sendo que a maioria foi de classe média, e também na construção do roteiro de entrevista, visto que não tem questões voltadas diretamente para o julgamento e significado atribuídos pelos consumidores aos alimentos transgênicos. Então optou-se por fazer perguntas que remetessem ao julgamento e significado atribuído aos alimentos e em seguida sobre a percepção dos consumidores sobre os alimentos transgênicos. Receia-se que o fato de dividir essas categorias possa mascarar o julgamento e o significado que os consumidores teriam diretamente voltados aos alimentos transgênicos.

Diante disso, conclui-se que o tema é de extrema importância, tendo em vista a escassez de pesquisas na área de alimentos transgênicos com foco no consumidor; além disso, o mercado de alimentos transgênicos vem crescendo no Brasil e junto com esse mercado, cresce também as doenças relacionadas a esses alimentos, portanto é importante que os consumidores estejam cientes do que são os alimentos transgênicos, do que eles são compostos, o que causam para sua saúde, para só

depois disso conseguirem tomar uma atitude frente a essa alimentação. Além da saúde dos consumidores esse trabalho também ressalta o prejuízo causado por esses alimentos ao meio ambiente.

Assim, a presente pesquisa traz uma contribuição com estudo na área dos alimentos transgênicos com foco no consumidor. Pode ajudar o Governo para tomar medidas cabíveis com relação à divulgação de informação sobre esses alimentos, o que eles causam, quais são os seus benefícios e os seus malefícios, tendo em vista que facilitaria ao consumidor decidir se realmente deseja consumir os alimentos transgênicos.

Este trabalho poderá dar *insights* aos comerciantes de alimentos não transgênicos, a fim de que possam fazer ações de marketing, mostrando os benefícios que seus alimentos trazem tanto para a saúde dos que os consomem como para o meio ambiente.

Por fim, espera-se que essa pesquisa possa servir como base ou inspiração para futuras pesquisas com os consumidores de alimentos que não sabem ou nunca ouviram falar sobre os alimentos transgênicos, para ver a percepção que eles teriam sobre esses alimentos; e ainda com os que sabem ou já ouviram falar sobre esses alimentos montar uma escala para identificar o julgamento e o significado que os consumidores atribuem aos alimentos transgênicos para aplicar tanto em estudos qualitativos como quantitativos. Além disso, poderia replicar em outros estados, analisando se os aspectos locais e regionais influenciam nessa percepção dos consumidores em relação aos alimentos transgênicos.

REFERÊNCIAS

ABRASCO. **Aumenta a quantidade de agrotóxicos consumido por cada brasileiro: 7,3 litros.** 2015. Abrasco lança o novo Dossiê sobre a realidade dos agrotóxicos no Brasil. Disponível em: <<http://www.abrasco.org.br/site/2015/04/aumenta-a-quantidade-de-agrotoxicos-consumido-por-cada-brasileiro-73-litros/>>. Acesso em: 08 set. 2015.

ALFINITO, S. et al. A avaliação da decisão do consumidor sob a perspectiva do julgamento e significado do produto. In: DEMO, G. (Org.). **Marketing de relacionamento & comportamento do consumidor: estado da arte, produção da arte, produção nacional, novas medidas e estudos empíricos.** São Paulo: Atlas, 2015. Cap. 12. p. 301-323.

ALFINITO, S.; NEPOMUCENO, M. V.; TORRES, C. V. Avanços no desenvolvimento da escala de julgamento e significado do produto para o Brasil. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 11, n. 2, p. 152-177, 2012.

ALLEN, M. W. (1997). The direct and indirect influences of human values on consumers choices (Unpublished doctoral thesis). **Victoria University of Wellington**, Wellington, New Zealand.

ALLEN, M. W. (2000). The attribute-mediation and product meaning approaches to the influences of human values on consumer choices. **Advances in Psychology Research**, 1, 31-76.

ALLEN, M. W. A practical method for uncovering the direct and indirect relationships between human values and consumer purchases. **Journal of Consumer Marketing**, v. 18, n. 2, p. 102-120, 2001.

ALLEN, M. W.; NG, S. H. The direct and indirect influence of human values on product ownership. **Journal of Economic Psychology**, v. 20, n. 1, p. 5-39, 1999.

ALVES, G. S. A biotecnologia dos transgênicos: precaução é a palavra de ordem. **Holos**, ano, v. 20, p. 1-10, 2004.

ALMEIDA, G. C. S.; LAMOUNIER, W. M. Os alimentos transgênicos na agricultura brasileira: evolução e perspectivas. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 7, n. 3, 2011.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 1977.

BRASIL. Decreto nº. 4.680, de 24 de abril de 2003. Regulamenta o direito à informação, assegurado pela Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, quanto aos alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham ou sejam produzidos a partir de organismos geneticamente modificados, sem prejuízo do cumprimento das demais normas aplicáveis. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 25 abr. 2003.

BRASIL. Lei n. 11.105, de 24 de março de 2005. Regulamenta os incisos II, IV e V do § 1º do art. 225 da Constituição Federal, estabelece normas de segurança e mecanismos de fiscalização de atividades que envolvam organismos geneticamente modificados – OGM e seus derivados, cria o Conselho Nacional de Biossegurança – CNBS, reestrutura a Comissão Técnica Nacional de Biossegurança – CTNBio, dispõe sobre a Política Nacional de Biossegurança – PNB, revoga a Lei nº 8.974, de 5 de janeiro de 1995, e a Medida Provisória no 2.191-9, de 23 de agosto de 2001, e os arts. 5º, 6º, 7º, 8º, 9º, 10º e 16º da Lei no 10.814, de 15 de dezembro de 2003, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 28 mar. 2005.

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 12 setembro de 1990.

CARNEIRO, F. F. et al. (2012). **Dossiê ABRASCO: Um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde**. Rio de Janeiro: ABRASCO.

CAVALLI, S.B. Segurança alimentar: a abordagem dos alimentos transgênicos. **Rev Nutr., Campinas**, 14(Supl 1):41-46, 2001.

CIB – CONSELHO DE INFORMAÇÕES SOBRE BIOTECNOLOGIA. Brasil lidera expansão mundial dos transgênicos pelo terceiro ano consecutivo. 2012. Disponível em: [<http://cib.org.br/em-dia-com-a-ciencia/noticias/brasillidera-expansao-mundial-dos-transgenicos-pelo-terceiro-ano-consecutivo>]. Acesso em: 28 out. 2015.

DEMO, G.; GUANABARA, M. Marketing de Relacionamento com a Apple: O Papel do Julgamento e Significado de Produto na Escolha do iPhone. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 21, n. 1, p. 170-199, abr. 2015.

EMBRAPA. **Agrotóxicos no Brasil**. 2015. Disponível em: <http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/agricultura_e_meio_ambiente/arvore/CONTAG01_40_210200792814.html>. Acesso em: 08 set. 2015.

EMBRAPA. Resumo da posição da Embrapa sobre plantas transgênicas. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v.16, n. 1, p. 11-16.1999.

FARIAS, S. C. G. et al. Percepção dos Alunos da Universidade do Rio de Janeiro sobre a Produção e o Consumo de Transgênicos no Brasil. **REDE-Revista Eletrônica do PRODEMA**, v. 8, n. 1, 2014.

FERNANDES, G. B.; MELGAREJO, L.; FERRAZ, J. M. G. 13673-Dez anos de cultivos transgênicos no Brasil: um balanço crítico. **Cadernos de Agroecologia**, v. 8, n. 2, 2013.

FILHO, D. O. L; SILVA, F. Q. Percepção do consumidor sobre produtos orgânicos. **REMark**, v. 11, n. 1, p. 29, 2012.

FONTANELLA, B. J. B.; RICAS, J.; TURATO, E. R. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas [Saturation sampling in qualitative health research: theoretical contributions]. **Cad saúde pública**, v. 24, n. 1, p. 17-27, 2008.

FURNIVAL, A. C.; PINHEIRO, S. M. A percepção pública da informação sobre os potenciais riscos dos transgênicos na cadeia alimentar. **Hist. ciênc. saúde-Manguinhos**, v. 15, n. 2, p. 277-291, 2008.

GREENPEACE. **Transgênico perigo para a agricultura e a biodiversidade**: Ruim para o produtor e para o consumidor. 2015. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/O-que-fazemos/Transgenicos/>>. Acesso em: 08 set. 2015.

GUERRANTE, R. D. S. (2003). **Transgênicos: Uma visão estratégica**. Editora Interciência.

GUILHOTO, L. F. M. A influência do país de origem na percepção do consumidor sobre a qualidade dos produtos. **Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo**, v. 8, n. 4, p. 53-68, 2001.

IEA (Instituto de Economia Agrícola). **Defensivos Agrícolas: em 2014, faturamento do segmento foi o destaque**. 2015. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/LerTexto.php?codTexto=13679>>. Acesso em: 20 out. 2015.

INCA - Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva (2015). **Posicionamento do Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva acerca dos agrotóxicos**. Disponível em: <http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/comunicacao/posicionamento_do_inca_sobre_os_agrotoxicos_06_abr_15.pdf>. Acesso em: 25 out. 2015.

MARIANO, A. M. et al. Análise de antecedentes da percepção de consumo de alimentos transgênicos: Validação de um modelo através das equações estruturais. **Congresso Internacional de Administração**, Paraná, 4 ago. 2015.

MATTEI, L. Algumas reflexões sobre os alimentos transgênicos. **Rev Ciênc Humanas**, v.7, n. 2, p.43-54, 2001.

MITTAL, B. The role of affective choice mode in the consumer purchase of expressive products. **Journal of Economic Psychology**, 9, 499-524, 1988.

NEPOMUCENO, M. V.; PORTO, R. B.; RODRIGUES, H.. **Avanços teóricos e metodológicos das pesquisas sobre julgamento e significado do produto no Brasil**. Revista Psicologia Organizações e Trabalho, 6(1), 106-137, 2006.

NEPOMUCENO, M. V.; TORRES, C. V. **Validação da escala de julgamento e significado do produto**. **Estudos de Psicologia** (Natal), 10(3), 421-430, 2005.

OLIVEIRA, M. K. **Vygostsky: aprendizado e desenvolvimento: um processo sócio-histórico**. 4 ed. São Paulo, Ed. Scipione, 1999.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Rio Grande do Sul: Feevale, 2013. 276 p.

RICHINS, M. L. Valuing things: The public and private meanings of possessions. **Journal of consumer research**, p. 504-521, 1994.

ROMBALDI, C. V. et al. Percepção de consumidores do Rio Grande do Sul em relação a quesitos de qualidade em frutas. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v. 29, n. 3, p. 681-684, 2007.

SCHIFFMAN, L.G.; KANUK, L.L. **Consumer Behavior**. 5. ed. Englewood Cliffs, NJ: PrenticeHall, 1994.

SHAHZADI, F.; MALIK, M. F.; & RAZA, A. (2015). **Genetically modified food controversies: A review**. International Journal of Scientific & Engineering Research, 6(1), 2072-2089.

SOUZA, J. V. S. **Percepção dos consumidores do Distrito Federal sobre alimentos transgênicos**. 2013. x, 101 f., il. Dissertação (Mestrado em Agronegócios)—Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

TORRES, F. M. C; HERMAN, O. A influência da percepção no comportamento de compra. **Administração e Negócios**, 19 maio. 2007.

TOSUN, J., & SHIKANO, S. (2015). **GMO-free regions in Europe: An analysis of diffusion patterns**. Journal of Risk Research, (ahead-of-print), 1-17.

VARGAS, G.C. et al. **Soybean Production in the Southern Cone of the Americas: Update on Land and Pesticide Use**. Cochabamba: GENOK, 2012.

WATADA, J. Atributos de qualidade em frutas e hortaliças: percepção do atacadista, varejista e consumidor no contexto do Estado de SP. **Fruti-Export, São Paulo**, v.3, p.27-39, 1980.

APÊNDICES

Apêndice A – Roteiro da Entrevista

Bom dia/tarde/noite, obrigada por estar aqui, disponibilizando seu tempo. Essa é uma pesquisa que busca aspectos ligados a alimentos e refere-se ao meu trabalho de conclusão de curso vinculado ao Departamento de Administração da Universidade de Brasília-UnB. Você teria concorda em participar? A sua identidade será mantida em sigilo e usarei esses dados de forma geral, então não serão mencionados nomes. Você concorda que a nossa entrevista seja gravada para facilitar minha análise?

(Avisar antes, quando marcar a entrevista e levar um papel para assinar)

DADOS DA ENTREVISTA

Data da entrevista:

Nome do Entrevistador:

Tipo de entrevista: Presencial

Hora de início: e de término:

Duração:

DADOS DO ENTREVISTADO: Nome

1-Sexo:

() Masculino () Feminino

2-Você se importa em informar sua idade?

3- Você mora no Distrito Federal? Qual cidade/bairro? (por aqui da pra saber mais ou menos a renda)

4- Você trabalha, estuda?

5- Qual sua profissão? Onde você trabalha? Tem muito tempo que você trabalha/estuda lá? (por aqui da pra saber o grau de formação)

(Se ainda assim não ficar claro qual o grau de formação, perguntar, Qual seu grau de formação completo?)

ENTREVISTA

6- Onde você costuma comprar os alimentos que consome? (REFERÊNCIA: SOUZA, 2013; FURNIVAL; PINHEIRO, 2008)

7- Que tipo de produto você compra na feira? E no supermercado? (REFERÊNCIA: SOUZA, 2013; FURNIVAL; PINHEIRO, 2008)

8- Com qual frequência você compra? Para cada tipo de local (se falar feira e supermercado) (REFERÊNCIA: SOUZA, 2013; FURNIVAL; PINHEIRO, 2008)

9- Como é sua rotina de compra na feira? (Lista, olha e compra) E no supermercado? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

10- Como você escolhe os produtos na feira? E no supermercado? (aqui já podem surgir às marcas, aí pergunta qual marca que você costuma comprar?) (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

11- Tem marcas que você costuma comprar? Se sim, por que compra essas marcas? Se não, você tem alguma preocupação com relação a qualidade do produto, a procedência? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

12- Quando não tem a marca do produto que você quer o que você faz? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

13- Se você ficar em dúvida entre duas marcas de um produto como você decide entre elas? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

14- Se tiver algum produto novo ou que acabou de ser lançado você cogita a possibilidade de compra-lo? Por quê? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

15- Você costuma ler o rótulo dos alimentos? Quais informações você lê? Qual a informação mais importante? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015)

16- Você procura algum selo ou certificação específica? Ex.: ministério da agricultura, etc (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

17- Você já ouviu falar de alimentos transgênicos? (REFERÊNCIA: SOUZA, 2013)

SIM	NÃO
18- O que você sabe ou ouviu dizer sobre os alimentos transgênicos? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015)	18- O que você pensa quando ouve a palavra “transgênico”?
19- Você compra alimentos	19- Você já se preocupou em ver se o

<p>transgênicos? Se sim, quais? Com que frequência?</p> <p>a) Quais os motivos para comprar alimentos transgênicos? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).</p> <p>b) Por quê? Acha o sabor diferente? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).</p> <p>c) Se não, porque não compra? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015)</p> <p>d) Compraria pelo fato de ser mais barato? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).</p> <p>e) E pelo fato de ser mais prático? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015)</p>	<p>alimento é transgênico? E se tem agrotóxicos ou aditivos químicos?</p>
<p>20-Você já viu esse símbolo (símbolo do “T”)? Sabe o que ele significa? (os alimentos que têm mais de 1% de transgênicos na sua composição apresenta esse selo) (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015)</p>	<p>20-Você já viu esse símbolo (símbolo do “T”)? (os alimentos que têm mais de 1% de transgênicos na sua composição apresenta esse selo)</p>
<p>21- Você conhece alternativas para os alimentos transgênicos? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015)</p>	<p>21- Você compra alimento transgênicos? Por que?</p>
<p>22- Você vê problema na ingestão de alimentos transgênicos? Quais? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015)</p>	<p>22- Deseja fazer mais algum comentário a respeito desse assunto?</p>
<p>23- Você acha que os alimentos</p>	

transgênicos podem gerar alguma mudança na saúde dos que os consomem? Quais? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015)	
24- Você acha que é bom pro Brasil produzir ou cultivar alimentos transgênicos? Por quê? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015)	
25- Deseja fazer mais algum comentário a respeito desse assunto?	

Gostaria de te mostrar uma reportagem que foi exibida na Globo News em 2012. Ela tem duração de 5 minutos. Podemos assistir?

26- Agora que você assistiu a esta matéria, qual sua opinião sobre alimentos transgênicos? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

27- Você vê problema nos alimentos transgênicos? Quais? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

28- Que consequências acha que eles podem trazer à saúde? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

29- Como acha que será seu consumo de alimentos transgênicos a partir de agora? (REFERÊNCIA: ALFINITO et al., 2015).

Obrigada mais uma vez por participar da pesquisa. Essa entrevista será transcrita e analisada para a conclusão do meu trabalho final do curso de Administração. Se você quiser ter acesso às informações dessa pesquisa, me informe o seu e-mail que, quando ela tiver sido concluída, a enviarei para você.

Apêndice B – Autorização de gravação

Eu _____ concordo que a entrevista realizada no dia ___de_____de_____ seja gravada para ser usada para fins acadêmicos sendo que o teor não será divulgado e minha identidade será mantida no anonimato.

Apêndice C – Resposta 1

6-No atacadão extra, um supermercado perto lá de casa.

7-Tudo, desde hortaliças até produtos de limpeza.

8-Toda semana, mas eu compro mais produtos perecíveis e o que ta faltando.

9-Eu normalmente sei o que ta faltando de cabeça, não costumo fazer lista.

10-Já tem os produtos que eu costumo comprar de determinadas marcas, mas se tiver algum mais barato, vai o mais barato mesmo. Fruta, legumes, essas coisas eu compro a que ta de melhor aparência e preço melhor.

11-Tem alguns, por exemplo, biscoito eu gosto vitarella, margarina é qualy. Por que eu acho mais gostosa, mais saborosa.

12-Levo outra que tiver lá no mesmo preço.

13-Se não for o da minha preferência, o preço. Se não for o que eu já costumo comprar, o que eu gosto de comprar eu levo o mais em conta, já que não é a marca que eu gosto mesmo.

14-Se tiver um preço baixo e me interessar, sim.

15-As vezes leio, pra saber data de validade, essas coisas. Além da data de validade eu olho quantidade de sódio, de açúcar. A quantidade de sódio devido ao meu problema de saúde.

16-Não, nunca procurei selo não.

18- Que são geneticamente modificados pra ficar resistentes aos agrotóxicos, bactérias, insetos.

19-Devo comprar, que eu não olho se é transgênico ou não é, eu sei que existe alimentos transgênicos só que não fico observando se ele é transgênico ou não pra comprar.

20-Já vi. Que o alimento é transgênico.

21-Acho que só os alimentos orgânicos que são mais naturais.

22-Acho que tem alguns que podem causar alergias, já ouvi falar. Porque modifica desde de o dna.

23-Sim, por causa da mudança do DNA, pode acontecer. Alergias, como forma de reação dessa alteração no gene.

24-Em certa parte acho que sim, porque ele fica resistentes aos agrotóxicos porém tem o outro lado ruim de causar alergia, além disso tem a ideia de que mata os insetos e são bom pra plantação. Mas no geral acho que é bom sim pro Brasil produzir esses alimentos.

26-É bom ficar em alerta né, dá uma olhada antes de comprar, mas 1% é muito ou pouco?

27-Eu sabia que os alimentos transgênicos causava alergia mas câncer eu não sabia. Hoje em dia diz que tudo dá câncer, então é saber moderar pra alimentar.

29-Vou observar se é transgênico agora e procurar outros que não tenham esse selo pra consumir.

Apêndice D – Resposta 2

6-Eu compro no mercado e feira, normalmente na feira da Vicente Pires porque é mais perto de casa, se eu for pedir alguma coisa orgânica tiver bem no momento que eu to querendo comprar tem uma moça que faz entrega, ela entrega toda terça-feira ai liga e ela entrega em casa, mas eu compro muita coisa orgânica no mercado também.

7- Verdura, fruta e castanhas. Todo o resto.

8-Uma vez por semana ou uma vez em cada quinze dias, depende. Todo final de semana, todo domingo.

9- Vejo o que ta faltando e compro, não sou muito organizada com as compras até porque a gente não come muito em casa é mais lanches mesmo.

10- Eu procuro barracas orgânicas, mas não são todas as feiras que tem e ai eu compro mais coisa no mercado, ai eu compro de marca, tipo malunga, que eu sei que é orgânica e é uma empresa que eu confio.

12- Deixo de comprar.

13- Se for orgânico eu olho o preço. Se não olho qualidade, não é tanto o preço.

14-Depende, de alguma preparação que eu vá fazer, ou se eu já ouvir falar bem do produto ou algum estudo, no meu caso tem que ter estudo.

15-Costumo, olho rotulo de tudo e eu olho tudo.Lista de ingredientes é o mais importante, mais que tabela nutricional pra mim.

18- Eu estudei na faculdade e em hoje em dia não se vê falar muito, eu não vejo tanto programa assim, eu vejo mais questão de estudo, porque não vejo programa de vinculação nacional.

19--Acabo comprando porque muita coisa é, o milho é transgênico, mas eu prefiro comprar algumas coisas que não sejam, tipo se eu tiver condições de comprar, por exemplo, um cuscuz normal é 1,00 e pouco o cuscuz orgânico é 6,00. E tem um pouco de diferença no sabor, então se eu tiver como, se eu for em uma loja de produto orgânico e tiver eu compro, mas se não tiver eu não deixo de comer também não. Mas eu prefiro evitar, se eu puder comprar o milho de pipoca e o milho do cuscuz que não seja transgênico eu prefiro, mas não é sempre que eu compro.

20-Já. Produto transgênico.

21- Os orgânicos.

22- Sim. Por ter sido modificado, pode ser que isso mude alguma coisa no organismo, eu não sei de verdade falando de estudos tudo que pode acontecer, o que dizem é que causa câncer, popularmente falando, então se você tem como comprar alimentos que não sejam melhores.

24-Deve ser bom, se não a gente não tava comercializando. Por que deve ser bom economicamente falando, com certeza porque você consegue mudar a genética do alimento e ele consegue sobreviver mais tempo ao clima, praga e todas essas coisas, mas pra saúde com certeza não.

26-Não, eu já tinha uma ideia boa de não consumir.

29-Não vou mais consumir cuscuz, nem milho transgênico.

Apêndice E– Resposta 3

6-No Pão de Açúcar, porque é o mais próximo de casa. O extra era bom quando os preços eram mais baixos, mas os preços tão quase equivalentes e as filas são gigantescas, demora muito mais.

7- Tudo, menos o frango.

8-Uma vez por semana porque minha vó gosta de comprar picado

9-Minha vó faz a lista e eu também do uma olhada no que ta faltando em casa ponho na lista e geralmente compro o que ta na lista.

10-Normalmente produto de limpeza eu compra das marcas que minha vó gosta, ela das duas opções, eu pego a mais barata ou a que te ver.

11- Só de produto de limpeza.

12- Por exemplo se não tiver aquele veja azulzinho eu não compro, mas comida da pra variar.

13- Se for dois produtos que eu costumo comprar, que a qualidade é mais ou menos razoável eu vou optar pelo mais barato.

14-Se for um produto que eu costumo comprar, eu tenho tendência sim a experimentar se não for um preço absurdo.

15-Sim, quesito preço eu olho o preço pela quantidade, eu gosto de fazer essa comparação e saber a que ponto eles roubam a gente. No rótulo eu também olho se tem aspartame. Aquele tzinho amarelo. Quando eu vou comprar os legumes, tudo que for verdura , fruta sempre vai ser orgânico

16-Não, da taeq muita coisa é orgânica se eu não me engano, se não ta escrito que é orgânico, por exemplo, o ovo sempre vai ser caipira, ai tem duas opções de marcas.E ainda eu tenho a tendência de comprar no pão de açúcar porque ele valoriza os pequenos produtores.

18- Que é coisa ruim, o alimento transgênico é fazer uma produção de massa na verdade e que vai além da demanda e da necessidade da população, então fazem transgênico ate não poder mais e joga muita parte desse transgênico fora.

19-Não, nenhum. Além da questão da saúde eu também fui educada comendo macrobiótico durante muito tempo, me alimentava a base de castanha e legumes.

21-Sim, os orgânicos.

22-Claro. Do pouco que eu sei de transgênico, são plantas, bichos que ingerem muito antibiótico e um tanto de coisa, então eu sou contra remédio e contra comprar comidas com remédio, qualquer coisa já afeta a gente, então uma comida que contem remédio que foi inserido na produção do alimento, então claro que vai fazer mal.

24-Muito menos pro Brasil, a soja que é produzida aqui por que desmata muito pra fazer as alimentos pros bois, das vacas e outros. E eu vi que essa soja ela é produzida em uma quantidade muito maior do que precisa e ela é a causa maior de poluição da produção desse soja, no Brasil principalmente. Porque o Brasil é o país muito cheio de recursos e se ele utilizar esses recursos pra produzir coisas que não forem saudáveis só pra aumentar esse desejo insaciável do ser humano de se alimentar, só pode fazer mal para o planeta todo.

26-Não só enfatizou. Se existe isso em países que são tão regulamentados mais que em outros né, não tem tanta barganha, então aqui e no resto do mundo então, deve ser pior a situação.

Apêndice F– Resposta 4

6-Em supermercado, a maioria das vezes escolho o mercado pelo preço.

7-Tudo.

8-Uma vez por semana

9-Eu só anoto em casa quando esta faltando uma coisa muito específica que eu vou precisar. Só assim que eu anoto e olho no mercado, porque não faço lista certinha não, porque acostumei a comprar sempre as mesmas coisas ai fica mais fácil.

10-Depende do que eu vou fazer, por exemplo, carne eu faço questão de comprar sempre pela qualidade, não compro carne barata, agora fruta, ai eu escolho muito uma fruta em relação a outro pelo preço que ta, que eu sei mais ou menos que ta na safra, ai escolho a que deve ta boa, por exemplo, maçã ela colhida sempre no começo do ano e fica armazenada lá no sul e vai mandando aos poucos pro Brasil inteiro

11- Não. Sim, eu gosto de ver da onde veio, por exemplo, eu gosto de comprar aquelas saladas minimamente processadas que já vem higienizadas que vem no saquinho, eu comprava muito lá em São Paulo, mas aqui é muito caro e eu não confio muito nas daqui, eu sempre olho atrás, tem lá feito em Brazlândia, ai não sei como foi higienizada.

13-O arroz eu posso ir pela marca, olhando a qualidade. Agora iogurte, tem cinco marcas conhecidas ai eu vou mais pelo preço e olho muito também a data de validade, por exemplo, pão de forma pode ter três marcas diferentes eu vou comprar o mais tradicional eu olho qual que ta com a validade mais pra frente, ovo também é assim.

14-Sim, eu sempre fico curiosa. Gosto de ver como que é, dou uma chance ai se for legal ai eu compro de novo.

15- Não tanto no supermercado, mas em casa eu olho. Eu gosto de ler tudo, principalmente se for um produto novo, por exemplo, lançou um chá de frutas vermelhas, ai eu olho os ingredientes no supermercado, ai aparece essência de frutas vermelhas ai já não me interessa. Eu gosto de ver a lista de ingredientes.

16- Quando tem algum selo que eu conheço chama atenção, mas eu não procuro necessariamente.

18-Então, hoje em dia tem aquele triangulo do T, e a primeira vez que me chamou atenção foi no saco de ração de gato.

19-Costumo comprando o olho de cozinha, por exemplo, que pode conter uma soja transgênica ali mas como não é o ingrediente principal eu não me balo muito não mas não compro muitos alimentos que tenham o t.

21-A maioria das coisas tem uma opção que não é transgênica, mas o mais comum hoje nos supermercados é ter transgênico, ate alimentos congelados que a gente imagina que nem vai ter nada e tem lá milho transgênico, alguma coisa assim.

22-Em pequena quantidade não vejo problema na saúde, mas acho que seria legal se o selo tivesse níveis .

24-Não, eu acho que fez parte da evolução da produção mesmo, foi uma influência muito mais lá de fora, então não foi um plano pro Brasil, foi importante pra aumentar a produtividade, fez parte do processo que a gente passou. E pra alguns produtos como isso hoje ta muito posto já acaba sendo muito difícil você produzir soja sem ser transgênica que não vá utilizar tanto defensivo agrícola, então as vezes eu acho que é melhor você ter uma soja transgênica que você quase não usa defensivo agrícola do que ter uma soja que você tacou defensivo agrícola ate não poder mais, eu me preocupo muito mais com os defensivos agrícolas que com a transgenia em si.

26-Eu fico com mais vontade de ver mais estudo que compara o consumo com alimento com mais defensivo e transgênico, porque tem uns com defensivos que são muito mais assustadores que o efeito é a curtíssimo prazo, muito menos dose. Porque a gente não comer só alimento transgênico pra chegar nesse nível dos ratinhos, porque os ratinhos comeram só comeram milho transgênico, sendo 100% transgênico e na nossa realidade não é assim né. E até onde eu já vi, você tem que consumir muito alimento transgênico por muito tempo pra talvez ter algum problema e os defensivos não, uma doses pequenas e em cinco anos já pode ter alguma consequência. Claro se for tudo orgânico ai já resolve os dois problemas.

29-Acho que olhando em casa eu quase já não consumo mesmo transgênico, eu não uso olho de milho nem soja, eu uso azeite e olho de coco agora e eu não compro tanto industrializados assim, claro que na rua a gente acaba comendo, mas não da pra gente ficar paranoica também. A maioria dos estudos são com os animais e eles só comem aquilo né, então eu fico com receito de dar uma ração com transgênico pro meu gato que só vai comer aquilo.

Apêndice G– Resposta 5

6- Supermercado perto do meu trabalho e em uma feira que vende produtos orgânicos.

7- Verdura, frutas, legumes. Todo o resto.

8- Na feira é de 15 em 15 dias. Sempre, a cada dois dias tenho que ir ao mercado.

9-Eu dou uma olhada em casa, vejo o que ta próximo de acabar, tem dois lá ai já trago mais um alguma coisa assim.

10-E na hora de comprar levo o que ta com uma carinha melhor.

11-Tem algumas coisas, por exemplo arroz já tem uma marca que eu gosto, então eu compro só esse e ai se não tiver esse eu compro outro.

13-Eu pego os dois analiso grão se ta mais polido ou não, depende de como eu quero, por exemplo se eu quero integral eu dou uma olhada, analiso, como já tenho muito tempo de experiência, então eu olho entre um e outro, olho o grão e ai decido pelo grão.

14-Normalmente eu pego uma amostra, ou compro um só, se eu gostei, ai normalmente eu olho o rotulo, quando é lançamento eu olho, ai depois analiso o sabor e ai se for bom eu compro de novo, se não não compro mais.

15- Não olho muito o rotulo não, assim até não é bom isso.

18-Na verdade, isso é meio polemico, porque tem uns que falam uma coisa outros falam outra, mas eu acho que tem lá seu risco mas pela evolução é bom também.

19-Sim. Milho, eu acho que o milho tem um grauzinho ali de transgênico. Não sei a frequência porque não olho o rótulo. No geral acho que não altera o sabor não. Mas prefiro os orgânicos.

20-Sim, engraçado, já. Agora eu acho que sei.

21-Sim, os orgânicos.

22- Se eu for falar grosseiramente, eu acho que não, porque a gente acaba comendo coisas agressivas como os vários produtos que colocam pra que gente tenha um frango mais rápido uma abobrinha colhida em menos tempo, quando acelera demais ai você termina comendo muito mais coisas que os transgênicos.

23-Eu acho que talvez em longo prazo.

24-Acho que não em grande escala, por que ai já modifica muito.

26-Então, não. Eu prefiro os alimentos orgânicos, se eu pudesse só comeria eles. Mas assim os ratinho ai da pesquisa já come o milho com agrotóxicos que ele não foi feito de maneira natural com inseticidas, produziu esse milho com a agua que muitas vezes não é bem tratada para irrigação do milho, tudo isso quando somou isso tudo ai deu esse resultado. Agora eu acho que se fosse só a transgenia não causaria tanto estrago. A questão da fome, se for falar em termos de Brasil que a gente não respeita nossas nascentes, a floresta. Então se você tem esse alimento que embora vai te matar aos pouquinhos mas esse alimento tem essa resistência, infelizmente você vai ter que comer, agora se eu tenho a opção de não comer, é logico que eu vou consumir o orgânico.

27-A longo prazo sim, por isso que eu falo que se todo dia eu tenho contato, se todo dia eu vou comer esse produto, logico que vai somando ai no final vai dar um resultado negativo.

29-Eu não sei quanto tempo de vida eu tenho, mas eu pretendo futuramente comer menos carne, hoje eu já como menos, mas quero diminuir ainda mais. Se eu tiver oportunidade, pelos menos as folhagens eu mesma produzir. Então assim eu pretendo futuramente comer menos.

Apêndice H– Resposta 6

6-Normalmente compro no super bom que é um mercado perto de casa e no atacadão também que é perto mas não muito.

7-Tudo mesmo.

8-Que eu compro tudo é uma vez no mês, mas toda semana vou no mercado comprar o que por ventura falta.

9-Quando a compra é maior, a gente faz a lista lá em casa e eu levo, quando não eu não levo lista, vejo o que ta faltando e compro.

10-Tem algumas marcas que eu costumo comprar porque já compro há algum tempo, mais conhecidas de preferencia e tem a questão do preço também, se o preço de uma outra marca da que eu costumo comprar esteja menor ai normalmente eu troco. Mas em via de regra eu compro as marcas mais conhecidas, que a gente já utiliza a algum tempo. Compro porque são as marcas mais conhecidas, penso eu ate pela propaganda que é feita que a gente acaba sendo levado a comprar e tem a questão da qualidade também, porque quando eu compro o mesmo produto de outra marca mais barata a gente sente que as vezes a qualidade é um pouco menor.

12-Eu substituo.

13- Normalmente é o valor, se forem equivalentes em termos de qualidade é o valor que me leva a decidir.

14-Não, eu sou bem tradicional nesse sentido, como eu já tenho confiança nas coisas que eu compro não costumo trocar muito não.

15-Raramente. Os produtos tipo presunto, iogurte eu olho a questão do sódio, açúcar mas eu não faço isso com muita frequência não, mas quando eu faço é em produtos enlatados assim, nesses industrializados, fora isso não olho.

16- Não, o que eu tenho olhado de vez em quando é essa questão do transgênico, mas vem normalmente na parte de frente do produto e tem um t bastante visível, ai esse eu olho mas apesar que tem boa parte dos produtos que são e eles não colocam.

18-O que eu sei é que eles são manipulados em laboratórios e dizem que as sementes se você pegar e plantar que elas não nasceram, então o que eles fazem é meio que o controle da alimentação e eu acho isso um tanto perigoso, porque você

precisar plantar alguma coisa e só um grupo tem acesso a eles aí isso não é muito legal. O que a gente pode evitar de comprar, que a gente fica sabendo, a gente evita mas acaba que a gente vê hoje nos mercados é que boa parte já vem com esse selo (do t) e os que não vêm a gente não sabe realmente se não tem ou se foi uma opção da pessoa pra vender o produto pra que você não fique assustado e não queira comprar o produto dele por conta dessa sinalização que é transgênico.

19-Sim. Assim que eu compro consciente que eu sei que é transgênico é a milho pra fazer cuscuz, tem farofa também que eu compro de vez em quando, aquelas farofas temperadas. Porque não tem um que não seja pra substituir, no caso da milho mesmo as que são ofertadas todas tem o tzinho lá de transgênico, então não tem muita opção né.

21-Sim, porque antes os produtos não eram transgênicos, essa questão dos transgênicos é algo recente, e as pessoas se alimentavam normalmente.

22-Eu não saberia te dizer, eu sei que como a gente não sabe como é o processo de confecção o que fica é um certo receio.

23-Eu penso que sim, porque o desenvolvimento natural das sementes é um e quando você modifica esse desenvolvimento mexe na estrutura genética do alimento certamente aquilo que você acaba ingerindo vai ter uma ação diferenciada no seu organismo, que eu não sei te dizer qual, mas que provavelmente que há uma reação diferenciada há.

24-Eu acho que não, embora diga a questão da produtividade haveria menos perda e menos uso de agrotóxicos, acaba que por um lado um grupo fica dono das sementes, donos de uma tecnologia. Então se a preocupação fosse essa de aumentar a produção e menos perda, acho que a preocupação não é tão social assim de acabar com a fome do mundo, a preocupação é comercial de ter o controle da alimentação até pra manter o controle sobre um grupo só e os outros produtores ficam impedidos por conta disso. De modo geral não acho que seja interessante não.

26-Piorou né, porque se eu tinha alguma dúvida com relação aos malefícios agora tenho certeza. Agora depois de vezes esses ratinhos desse jeito aí, eu vou evitar o pouco que eu já sei que eu compro conscientemente eu não comprarei mais.

Apêndice I– Resposta 7

6-Geralmente em dois mercados ou no atacadão extra que é perto de casa ou no supercei , quando é uma compra menor.

7-Todos, vai de limpeza até hortaliças, legumes. Mas também compro em uma chácara perto de casa que vende produtos orgânicos.

8-Duas vezes no mês geralmente.

9-Eu levo uma lista, a gente faz uma lista lá em casa com o que quer e eu levo.

10-Não geralmente eu olho ou o mais barato ou quando a gente quer uma coisa especifica, depende do que for, se for um produto de limpeza geralmente eu olho o mais barato, agora tipo comida, essas coisas eu pego de marca especifica.

11-Por exemplo o arroz, o arroz eu compro ele porque ele fica mais soltinho, rende mais, essas coisas assim. E tipo fruta essas coisas a gente compra geralmente mais orgânico.

12-Sempre tem as marcas que compro.

13-Primeiro eu olharia a qualidade depois eu olharia o preço, por exemplo, a qualidade pode ser superior mas o preço muito superior ai eu compraria o mais barato.

14-Não, eu tento sempre comprar as mesmas coisas, muito difícil comprar uma coisa que eu nunca comprei , agora se eu já compro o mesmo produto de outra marca e ele me chamar atenção ai talvez eu compre.

15-Não, só leio a quantidade para compara quando tem potes maiores , olho no máximo a validade, principalmente se tiver barato demais eu olho a validade.

16-Lá na chácara eles têm certificação de orgânico e a gente confia.

18-Já vi gente falando que é bom e gente falando que não se sabe o que vai acontecer, o que eu sei então é quando tem alimento transgênico geralmente é um alimento que é contra alguma peste, contra alguma coisa assim, algum defeito genético que possa ate ter no alimento. E tem gente que fala que é contra porque muda a genética e não sabe qual o efeito que pode dar no corpo né, mas eu nunca parei pra ver se faz bem ou não.

19-Que eu saiba não, as vezes eu posso ate comprar porque eu não leio, as vezes é transgênico e eu não sei.

20-Já, em algum lugar mas não sei o que significa.

21-Só os orgânicos mesmo.

24-Não tenho opinião formada não mas pensando assim eu acho que poderia ser bom pela regulamentação que possa ter, que ai sairia desse aspecto que ninguém sabe de nada e poderia ser bom alertar do que é bom do que é ruim, que que faz bem que que não faz.

26-Só acho que tem que ter mais pesquisa a respeito desse assunto, tem que ter cuidado, porque que nem eles falaram se deu nos ratos não quer dizer que vai dar nos humanos mas como em todo alimento novo tem que testar, como qualquer outra droga pra saber se faz por ser humano e ai pensa que ta resolvendo a fome mundial e ta é deixando a população doente.

29-Acho que vou reparar mais agora, se tem o selo ou não mas não pretendo parar até saber se faz mal ou não.

Apêndice J– Resposta 8

6-Geralmente eu faço um tour pelos mercados em volta de casa e perto do serviço.

7-Tudo, frutas, legumes, verduras, alimentos, produtos de limpeza.

8-Vou toda semana.

9- Não costumo fazer lista, sei de cabeça o que falta.

10-Frutas geralmente eu escolho as que estão mais novas, mais frescas, as mais bonitas e dentro do peço que eu acho que é viável. Quanto aos alimentos não costumo ser muito saudosista em relação às marcas, mas acaba que já tem aquelas marcas que a gente já conhece, mas por exemplo se tiver um preço melhor em uma marca que ta entrando no mercado eu costumo comprar nem que seja uma ou duas unidades pra experimentar e ai você tem uma noção se aquele produto é viável ou não de você continuar comprando. E ai eu olho validade, se as embalagens não estão perfuradas, não estão amassadas.

11- Não. Qualidade e tem outra preocupação que eu tenho com os produtos industrializados, que é marca do t de transgênico que ai eu procuro o máximo a sair desse elo de produtos, a gente procura comprar isso de forma mais natural.

13- Eu faço uma comparação de preço, se o preço de um for muito maior que o do outro ai levo o mais barato, se for uma diferença mínima eu levo aquela marca que eu já conheço.

15-Leio e olho informação nutricional, e ultimamente tenho olhado muito a quantidade de sódio, por exemplo se tiver dois produtos ai comparo as informações nutricionais e a gente acaba levando aquilo que vai ofender menos. Olho a quantidade de sódio por causa que já tive problema com pressão alta e era devido ao sal. A da quantidade de sódio.

16-Sim, eu termino buscando o selo porque te traz uma segurança, segurança entre aspas porque a gente ver reportagens dizendo que é um alimento orgânico e não é na verdade.

18-Que são alimentos que são transformados, modificados para resistirem mais a pragas e também pra dar uma produtividade maior, como é um alimento mais resistente ele tende a produzir mais.

19-Teve um período que eu comprava sem saber, por falta de conhecimento, ai depois quando passou a falar de alimentos transgênicos ai que eu fui atrás pra ver o

que que era ai passei a prestar atenção, isso acontecia principalmente com flocos de milho e ai agora eles são obrigados a colocar o t quando o alimento é transgênico né ai agora eu olho e procuro não comprar.

21-Pra alguns a gente tem, em relação a soja, a gente usa, mas a gente procura usar outras alternativas, tipo o óleo de algodão, óleo de coco.

22--Fala-se que pode causar futuramente câncer, mas também a pesquisa que vi não fala que vai ser assim, pode causar, e ai eu já evito só pelo pode. Mas nunca busquei a respeito do que eles podem causar assim em especifico

24-Acho que seria bem melhor se a gente fosse pra outro lado, como produzir só alimentos naturais, mas a gente sabe que esses alimentos hoje não iria conseguir alcançar o numero populacional que nos temos, porque a gente que pra cultivar esse tipo de alimento, além de ser mais caro, tem que ter um certo manejo da terra e o custo maior pra cultivar esses alimentos. Então vai ter que ser assim (com alimentos transgênicos), agora se a gente puder evitar ou então mesclar um e outro talvez seja melhor alternativa. Eu não sou favorável, mas acho que hoje não teria como alimentar todos se não for assim.

26-É assustador é algo alarmante e que a gente tem que tomar muito cuidado. Se eu já tinha uma opinião formada com relação aos alimentos transgênicos, agora intensificou mais ainda. Então o que a gente tem que fazer é tomar cuidado em relação a alimentação em todos os seguimentos e a gente não pode desprezar nenhuma informação. Mas essa reportagem é de assustar, eu já era preocupado em relação a esses alimentos mas essa pesquisa eu não conhecia.

29- Vou parar de consumir todo e qualquer alimento transgênico.

Apêndice K– Resposta 9

6-Geralmente eu compro no supermercado mais próximo e na feira perto da igreja que eu frequento.

7-No supermercado eu compro todos os alimentos, já na feira é só mais frutas e verduras mesmo.

8- Na feira é quase todo sábado. No supermercado eu vou umas três a quatro vezes por mês.

9-Eu não sou muito organizado não, eu normalmente sei o que ta faltando.

10-Na feira eu já tenho normalmente as bancas nas quais eu já vou direto pra elas então, por exemplo, laranja apalpo a laranja, olho se tem casca fina, ser macia e assim dou uma olhada de modo geral, a forma com que ela se encontra, ate mesmo a beleza dela, principalmente a maçã, pêra. Para o geral já tenho aquelas marcas que já são mais confiáveis, então eu já pego com mais segurança.

11- Sim. Pela qualidade, as vezes, o preço é até mais alto mas a qualidade vale a pena, então eu acabo comprando por isso, por ter usado, por ter experimentado outras não ter dado certo, ai acabo voltando pras mesmas.

12-Pego uma alternativa e compro em menor quantidade pra aguardar a marca que eu costumo comprar chegar.

13-Eu olho se já foi indicado, ou que eu tenho algum conhecimento, quando não se enquadra nesses casos, ai vai na sorte, ai eu faço o primeiro experimento dele e em outra oportunidade sabe se ele é bom ou não.

14-Eu tenho, eu gosto de coisas novas, gosto de experimentar. Muita das vezes os produtos naturais, os orgânicos, eles tem essa característica de te especificar o material que ta sendo vendido.

15-Costumo, leio tudo, olho validade, sou chato nesse aspecto. Acho que a validade.

16-Normalmente na feira não tem isso, vai na confiança entre a gente e o produtor.

18-É a modificação genética que eles recebem pra melhorar a produtividade e tem vários estudos que diz que isso pode ser prejudicial a nos, ao nosso organismo, outros dizem que não.

19-Compro. As vezes eu compro sem saber que ele é transgênico, as vezes assim na soja é um dos que tem. Pouca frequência e quando posso substituir pelo que não é transgênico eu faço.

20- Já vi, mas nunca tinha prestado atenção. É o que quer dizer que o alimento é transgênico.

21-Geralmente os orgânicos têm até alguns supermercados que põem “não transgênicos”, os orgânicos bem grandão e embaixo não transgênico.

22- Eu não sei, mas a princípio eu não vejo mas se eu puder evitar eu evito mas a princípio eu não vejo porque a gente não tem informação consistente pra dizer se faz ou não. As vezes é um período muito grande de tempo que ainda não passou pra chegar a essa conclusão.

24-Eu acho que não seja bom, mas necessário porque o país cresce muito, a população cresce muito e hoje você pode observar que a questão da preservação das florestas é muito pequena, então qualquer lugar eles derrubam e põem pasto pra gado ou então plantação de soja que é produtiva e acaba sendo uma coisa assim digamos um mal necessário.

26-Ajudou bastante, o milho eu acho que assim eu já tinha ideia que ele era dessa forma, você vê aí que ela coloca na cadeia produtiva e a gente consome muito tipo de farinha, indiretamente também se o animal tá alimentando dele pode passar pra gente. Então é uma questão a se pensar. A reportagem auxiliou bastante pra tomar mais cuidado com isso.

29-Vou passar a ter um novo olhar pra isso, porque até então não tinha visto nada que tinha falado que comprovasse cientificamente, só assim reportagens leves, mas não tinha visto uma pesquisa, ainda mais essa que foi feita na França com duração de dois anos.

Apêndice L– Resposta 10

6-Feiras e varejão de frutas e verduras. Atacadão, mercado perto de casa.

7-Hortaliças, frutas, verduras e legumes. No mercado é todos os outros alimentos e produtos necessários pra casa.

8-Toda semana. Ate quinzenal, porque a gente não tem muito habito de comer em casa.

9-Tem uma lista que a gente costuma fazer tanto pra feira como pro mercado.

10-Bem, eu tento buscar sempre tentando ver a origem orgânica. Porque o problema do orgânico é a questão do valor agregado que é um pouco mais elevado. Tem alguns produtos que já tem marcas que costumo comprar, como o arroz o feijão, já testou alguns e gostou mais desses, a qualidade mesmo é um fator relevante.

12- Vou em outro mercado.

13- Hoje tem o lance dos transgênicos, então eu tento levar o não transgênico, porque o transgênico é alterado a gente não sabe nem qual o efeito que ele pode dar exatamente no organismo, tanto que essa quantidade de câncer que tem aparecido ai eu acho que é exatamente essas mutações nos grãos ai.

14- Não, eu costumo manter os mesmos produtos.

15- Sim, sal, e as questões do transgênicos que já vem mostrando, o tipo de conservante que é utilizado no produto. A quantidade de sódio, porque muito sal faz mal, na verdade tanto o sódio como o açúcar eu tenho preocupação.

16-Iso, tem os selos

18-Bem, a gente vê que as grandes corporações impuseram o transgênico no Brasil, Brasil não tem necessidade, porque tem tecnologia , tem pesquisa, a Embrapa a Emater que já fazia o trabalho e talvez a gente nem precisasse desses grãos transgênicos como a Monsanto , então acho que isso dificulta pra gente que é consumidor ter essa identificação se o produto que eles usam na base dos alimentos.

19- Não compro e acho que é porque não tenho comprovação exatamente do núcleo celular desses alimentos, que esse transgênico vai fazer.

20-Já, ele que mostra que o alimento é transgênico.

21-Eu acho que a gente tem alternativa pelo fato de ter pesquisa na Embrapa como a Emater.

22-Então como eu já falei acho que pode causar câncer, pelo fato de ser modificado, mas não temos certeza devido a falta de pesquisa nessa área.

24-Eu acho que é ruim, porque o uso de agrotóxicos que são proibidos no mundo a gente utiliza, que são perigosos e que nesses lugares depois vai pro lençol freático e vem carregado desse tipo de veneno pras nossas mesas.

26-Minha opinião agora continua com mais vigilância do ponto de vista de preocupação acho que agora vou ficar mais atento e acho também que tenho que estimular minha família a dar uma olhada nesses vídeos. Acho que com esse nível de informação ajuda a gente ter um comportamento mais crítico em relação a nossa alimentação e também evitar esses tipos de alimentos pra que a gente tenha saúde preservada.