

Consumo de alimentos orgânicos por graduandos em biologia do IFSULDEMINAS Campus Machado

Paulo Sérgio Moreira Júnior¹; Scheila Dos Reis Staboli²; Kátia Alves Campos³

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar o perfil de consumidores de Produtos orgânicos, nas turmas de graduandos em Biologia do IFSULDEMINAS *campus* Machado. Para isto, foi aplicado um questionário a fim de conhecermos os aspectos que possam influenciar o consumo destes produtos, como diferença no paladar, preço, disponibilidade no mercado, qualidade do produto, selo de certificação. E utilizando o coeficiente de contingência de Pearson (C*), para mostrar se, de acordo com a evolução no curso, se existe correlação quanto ao aumento no número de consumidores de produtos orgânicos, buscando uma melhor qualidade de vida.

Palavras-chave: Produtos orgânicos; Agricultura; Certificação de orgânicos; Qualidade de vida

1. INTRODUÇÃO

Os produtos orgânicos são aqueles que, em todo seu processo de produção, utilizam-se técnicas que respeitam o meio ambiente e visam à qualidade do alimento. Desta forma, não são usados agrotóxicos nem qualquer outro tipo de produto químico que possa vir a causar algum problema de saúde aos consumidores (Castro Neto *et al.*, 2010).

Nas últimas décadas, o uso indiscriminado de agrotóxicos na produção de alimentos vem causando preocupação em diversas partes do mundo. A crítica ao modelo de agricultura vigente cresce à medida que estudos comprovam que os agrotóxicos contaminam os alimentos e o meio ambiente, causando danos à saúde. Dentro deste contexto, tem aumentado progressivamente a procura por alimentos produzidos de forma orgânica, isto é, livres de fertilizantes químicos, antibióticos, hormônios e outras drogas usualmente utilizadas (Castro Neto *et al.*, 2010).

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – Campus Machado. pmoreira093@gmail.com ²scheila.staboli@outlook.com
³katia.compos@ifsuldeminas.edu.br

A construção de uma agricultura mais humana e respeitadora do meio ambiente e de um mercado justo faz com que a agricultura orgânica seja uma ciência agrícola, que não deve se reproduzir ou espelhar-se no atual modelo, apenas substituindo os insumos e recomendações utilizadas. A nova agricultura deve incorporar a capacidade de produção de conhecimentos dos agricultores que já foi historicamente demonstrada e o interesse e participação dos consumidores. Tentar descobrir formas de trazer os agricultores e seu conhecimento local de volta para a produção de conhecimentos formais para a agricultura, também faz parte de sua construção (Ambiente Brasil, 2005).

Uma característica fundamental a ser considerada no mercado de orgânicos é que o crescimento da demanda tem se verificado com a incorporação de consumidores que enxergam esse segmento de mercado da mesma forma do segmento convencional, exigindo atributos como disponibilidade, diversidade, regularidade e preço, dentre outros (Arnaldi e Perosa, 2003).

A procura por parte dos consumidores por produtos mais saudáveis, com menos resíduos químicos, com certificados de procedência, aliado às propostas de justiça social, faz da agricultura orgânica uma opção muito viável à agricultura familiar e ao movimento ambientalista (Khatounian, 2001).

Porem, segundo Komori et al. (2007), existem muitas dificuldades para a comercialização dos produtos orgânicos produzidos em agricultura familiar. A necessidade de certificação destes produtos realizados por órgãos inclusive de outros estados, torna o processo burocrático e financeiramente inviável aos produtores, que acabam excluídos deste processo.

A certificação de produtos orgânicos visa conquistar maior credibilidade dos consumidores e conferir maior transparência às práticas e aos princípios utilizados na produção orgânica. O IBD – Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural, localizado em Botucatu, São Paulo, fiscaliza e certifica produtos orgânicos no Brasil de acordo com normas internacionais (Ambiente Brasil, 2005).

Estudos do mercado consumidor mostram que as compras orgânicas foram geralmente atribuídas a algum tipo de valor ou motivo de compra relacionado aos valores ou consciência ligada ao meio ambiente, de qualidade; saúde consciência, bem como ao produto específico atributos como valor nutricional, sabor, e preço (BROWNE et al., 2000; GRUNERT; JUHL, 1995).

3. MATERIAL E MÉTODOS

Utilizou-se nesta pesquisa, um questionário aplicado aos estudantes do curso de Licenciatura em Ciências Biológicas, do Instituto Federal *Campus* Machado do primeiro, terceiro, quinto, e sétimo períodos do ano de 2016.

Após a obtenção dos dados de perfil, foram tabulados os dados em planilhas eletrônicas, feitas medidas descritivas e percentuais para descrever o perfil dos graduandos em biologia, utilizando também, o coeficiente de contingência de Pearson (C*), para variáveis analisadas, de consumidores que consomem PO e o aumento do numero de consumidores de acordo com a evolução no curso

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foi possível observar, que levando em conta o numero de pessoas do sexo feminino que se apresenta em maior quantidade, o resultado quanto ao consumo de produtos orgânicos (PO) foi proporcional ao numero de pessoas do sexo masculino.

Já consumiu PO			Não consome PO		
Classe	Fo	%	Classe	Fo	%
Masculino	24	34%	Masculino	1	1%
Feminino	43	61%	Feminino	3	4%
Total	67	94%	Total	4	100%

Observou-se, também que, de acordo com coeficientes de contingência de Pearson (C*), não há correlação entre as variáveis analisadas, de consumidores que consomem PO e aumento de consumidores de acordo com evolução no curso de Biologia, a variável ficou em torno de 0,3 sendo considerada fraca.

E 46% dos graduandos consideraram de muita importância a certificação de produtos orgânicos pelos órgãos públicos, o que daria credibilidade aos agricultores e segurança aos consumidores, apesar da burocracia encontrada pelos agricultores para conseguir o selo.

E 66% dos entrevistados raramente encontram PO e outros 27% não encontram estes, disponíveis. O que nos leva a questionar, se uma maior disponibilidade poderia favorecer o aumento do consumo de PO em prol da qualidade de saúde. A maioria dos consumidores destes produtos os produz em suas próprias propriedades pela questão de segurança alimentar.

5. CONCLUSÕES

Concluiu-se neste trabalho, que além da dificuldade de encontrar produtos orgânicos devidamente certificados, os consumidores que buscam este tipo de produto dão preferência a qualidade e posteriormente ao preço destes, uma vez que o custo é relativamente maior, devido a demanda de mão de obra utilizadas no processo de produção. Apesar disso, foi auto a porcentagem de pessoas que ao consumir PO conseguem notar diferença no paladar, o que torna ainda mais importante a aprovação destes produtos pelos consumidores, tendo em vista, uma melhor qualidade de vida consumindo estes produtos.

REFERÊNCIAS

- AMBIENTE BRASIL. Selo de Certificação dos Produtos Orgânicos, 2005 Disponível em: <http://www.ambientebrasil.com.br>
- BROWNE, A. W. et al. Organic production and ethical trade: definition, practice and links. Food Policy, v. 25, n. 1, p. 69-89, Feb 2000. ISSN 0306-9192.
- [CASTRO NETO, N. D.](#); DENUZI, V. S. S. ; RINALDI, R. N. ; [STADUTO, J. A. R.](#). Produção Orgânica: Uma Potencialidade Estratégica para a Agricultura Familiar. Revista Percurso (Online), v. 2, p. 47-72, 2010.
- GRUNERT, S. C.; JUHL, H. J. VALUES, ENVIRONMENTAL ATTITUDES, AND BUYING OF ORGANIC FOODS. Journal of Economic Psychology, v. 16, n. 1, p. 39-62, 1995. ISSN 0167-4870.
- KHATOUNIAN, C. A. A Reconstrução Ecológica da Agricultura. Botucatu/SP. Agroecologia, 2001, p17-58.
- KOMORI, O. M. et al. Núcleo de Agroecologia de Mato Grosso do Sul. Revista Brasileira de Agroecologia, v. 2, n. 1, p, 1746-1749, 2007.
- MIRANDA, L. Cresce a variedade de alimentos mais saudáveis. O Estado de S. Paulo, São Paulo, p. A11, 19 nov. 2001. Biotecnologia.