

## Feijão geneticamente modificado: percepção dos consumidores brasileiros

Juliana Aparecida Correia Bento<sup>1</sup>, Iván Méndez, Márcia Arocha Gularte e Priscila Zaczuk Bassinello

<sup>1</sup> Engenheira de Alimentos, doutoranda em Ciência e Tecnologia de Alimentos, estagiária da Embrapa Arroz e Feijão, Santo Antônio de Goiás, GO

**Resumo** - Diante da necessidade da cadeia produtiva em conhecer a percepção dos consumidores brasileiros a respeito do consumo de feijão geneticamente modificado (FGM), foi realizada uma pesquisa de opinião por meio de questionário eletrônico do Google®, no qual se abordou, dentre questões relacionadas a preferências de preparo/ consumo e valor nutricional, a aceitação do feijão transgênico. As perguntas sobre o mesmo tema foram formuladas de diferentes maneiras para identificar o nível de conhecimento do assunto pelos respondentes. Do total de 873 participantes, 37% eram do Sudeste, 30% do Centro- Oeste, 22% do Sul e 11% do Norte/Nordeste. A maioria (87%) afirmou saber que produtos industrializados possuem ingredientes GM, como soja ou milho. Em relação ao FGM, quando se incluiu na pergunta o motivo da modificação genética, no caso, “conferir resistência a doenças no campo”, 49,3% responderam que comeriam esse feijão e 18,2% ficaram indecisos. Quando perguntamos novamente sobre sua aceitação, mas excluindo o termo GM ou transgênico, e informando que se tratava de um produto que havia sido modificado para resistir às doenças, sem alterar sua qualidade nutricional e sensorial (aparência, textura e sabor), 68,6% responderam que comeriam o FGM e 11,8% não tiveram opinião formada. Ao perguntarmos diretamente se teriam receio em consumir feijão transgênico, obteve-se baixa aceitação do produto (46%) e 36% de consumidores receosos. Na análise de componentes principais (98,2%) identificou-se que os consumidores que sabiam da presença de ingredientes GM em produtos industrializados não teriam receio em consumir FGM. Ficou evidente a rejeição ao termo “transgênico” e uma oportunidade de mudança de opinião dos consumidores indecisos a favor do FGM, a partir da adoção da melhor estratégia de marketing para colocação do FGM no mercado. Em geral, quando os consumidores acessam mais informações sobre a qualidade e composição do produto, maior é a confiança e aceitação do FGM.

Termos para indexação: feijão transgênico, aceitação de feijão GM, consumidores do feijão.