

ANÁLISE SOBRE O CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS COM RÓTULOS AMBIENTAIS TIPO I EM NATAL, RN

Mariana Albuquerque Veras (*), Jéssica de Souza, Josilene Batista Araújo, Paulo Victor da Silva Filgueira, Robson Garcia da Silva

* Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), campus Natal Central, mariluchan@gmail.com.

RESUMO

O presente artigo disserta sobre o programa de Rotulagem Ambiental Tipo I, tendo como principal objetivo analisar a sua influência no consumo de produtos orgânicos. Foi feita uma pesquisa exploratória descritiva com uma amostra de 43 pessoas, escolhidas aleatoriamente em cinco ambientes diversos da cidade do Natal/RN, no período de 09 a 13 de dezembro de 2013, observando suas características socioeconômicas e os fatores que influenciam ou interferem no consumo de produtos orgânicos. Constatou-se que mais da metade dos entrevistados consideram as informações na embalagem ao invés do selo ambiental e que a maioria destes possui nível superior, porém, os que mais consomem produtos orgânicos são os que se encontram numa faixa intermediária de poder aquisitivo. Verificou-se também que os preços elevados são o principal obstáculo na aquisição de produtos orgânicos. Por fim, observou-se que a mídia tem um importante papel na divulgação dos benefícios oriundos do consumo de produtos orgânicos, sendo essencial para expor aos consumidores que a presença do selo ambiental orgânico representa não só garantia de alimentos saudáveis, mas também de qualidade de vida para quem os produz e menor impacto para o meio ambiente.

PALAVRAS-CHAVE: Rotulagem Ambiental, Orgânicos, Consumidores, Selo Ambiental, Meio Ambiente.

INTRODUÇÃO

A rotulagem ambiental é um instrumento informativo que busca promover a conscientização ambiental dos consumidores, influenciando suas escolhas e estimulando o desenvolvimento sustentável. Segundo a *International Organization for Standardization (ISO)*, ela divide-se em três tipos, sendo os rótulos ecológicos certificados, as autodeclarações ambientais e as declarações ambientais de produtos, além de outras classificações oriundas de outros autores.

Seus principais objetivos: conscientização por parte dos consumidores, empresas e produtores; promover melhorias da qualidade ambiental de produtos e processos de produção; incentivar mudanças nos padrões de consumo; minimização do uso de substâncias tóxicas, funcionando como uma ferramenta que auxilia no desenvolvimento de políticas públicas para uma nova forma de consumo (CORRÊA, 1998).

No caso dos produtos orgânicos, a Lei 10.831 de 23 de dezembro de 2003 estabeleceu critérios para que assim sejam considerados, devendo ser produzidos em sistema orgânico de produção agropecuária, de modo sustentável e não prejudicial ao ecossistema local e serem obrigatoriamente certificados por organismo reconhecido oficialmente para que sejam comercializados, com exceção daqueles vendidos diretamente por agricultores familiares previamente cadastrados junto ao órgão fiscalizador (BRASIL, 2003). Nestes produtos, a rotulagem veio como uma garantia para o consumidor de que os critérios para a sua produção estão sendo atendidos, sendo a ISO 14024:1999 (INDIAN STANDARD, 1999) a norma que aborda a rotulagem do tipo I.

Buscando analisar a influência da rotulagem ambiental tipo I no consumo de produtos orgânicos, realizou-se uma pesquisa exploratória e descritiva, focada em questões como: grau de conhecimento dos benefícios e consumo de produtos orgânicos por consumidores de faixas etárias variadas, com diferentes graus de poder aquisitivo, nível de escolaridade e fator de decisão.

METODOLOGIA

Foi desenvolvida uma pesquisa do tipo exploratória, pois envolve tanto o levantamento bibliográfico e documental como a elaboração e aplicação de questionário; e descritiva, por analisar características de uma determinada população (GIL, 1999, p. 43 e 44).

O questionário foi aplicado no período de 09 a 14 de dezembro de 2013, com o intuito de analisar o consumo de produtos orgânicos por consumidores oriundos de localidades diversas da cidade do Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte, sendo escolhidas 10 pessoas de um hospital; 10 pessoas de um hospital localizado no bairro do Tirol; 10 de um laboratório de análises de águas, efluentes e alimentos localizado no bairro do Tirol; 6 de uma empresa de construção civil localizada no bairro de Lagoa Nova; 8 de uma empresa de trens localizada na Ribeira; e 9 de uma administradora de cartões de crédito localizada em Lagoa Nova, totalizando uma amostragem aleatória de 43 consumidores.

O questionário aplicado continha questões tanto fechadas, como abertas e dependentes, com perguntas que abordavam aspectos socioeconômicos, importância para saúde e para o meio ambiente, tempo de consumo, fatores que dificultam a aquisição de produtos orgânicos, influência do rótulo ambiental na aquisição, dentre outros.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisando a amostra total dos 43 consumidores, verificou-se que 60% destes são do sexo feminino e 40% do sexo masculino. A maioria encontra-se na faixa etária de 31 a 50 anos, ficando em segundo lugar a faixa de 18 a 30 anos. Em torno de 63% destes possuem uma renda familiar entre 1 a 6 salários mínimos e 61% possuem ensino superior completo ou estão cursando no momento.

Em torno de 74% sabiam o conceito correto de produto orgânico. Ainda assim, do total, 19% disseram não consumir nenhum tipo de produto orgânico, 67% afirmaram consumir de 1 a 3 produtos, 12% de 4 a 6 e apenas uma minoria de 2% consumiam acima de 6 produtos.

Com relação aos fatores que influenciam no consumo de orgânicos, a Figura 1 demonstra que a preocupação com a saúde ficou em primeiro lugar, com 58%.

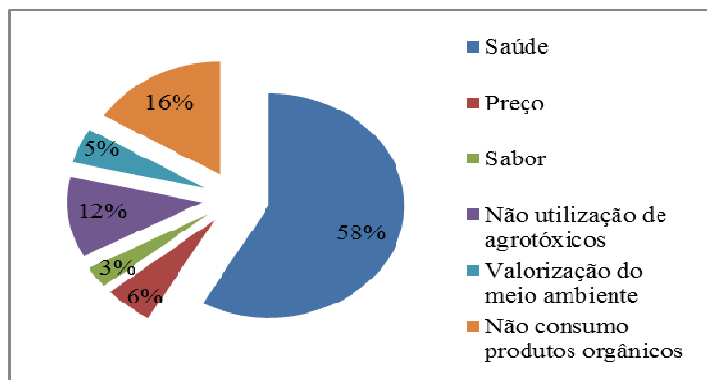


Figura 1: Influência no consumo de produtos orgânicos. Fonte: Autor do Trabalho (2013).

Quanto ao modo como os entrevistados identificam um produto orgânico nos mercados e feiras, o principal meio é através de informação contida na embalagem (69%). Apenas 3% dos entrevistados fazem essa identificação pela presença do selo IBD ou AAO na embalagem. Em torno de 63% consideram que a presença de um selo ou do próprio nome “produto orgânico” influencia na aquisição de tal produto, conforme demonstrado na Figura 2.



Figura 2: Produto identificado com selo IBD orgânico e produto com informação “produtos orgânicos”. Fonte: Autor do Trabalho (2013).

Vale ressaltar a importância da mídia para o aumento no consumo de produtos orgânicos, tendo em vista que 78% dos entrevistados dizem ter tomado conhecimento dos benefícios destes através de reportagens em jornais, televisão ou internet, além da influência de familiares e amigos (Figura 3).

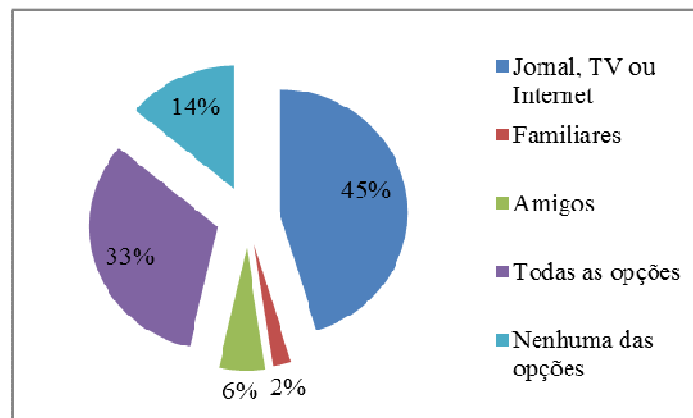


Figura 3: Como os consumidores tomaram conhecimento dos orgânicos. Fonte: Autor do Trabalho (2013).

Quando perguntados sobre há quanto tempo consomem produtos orgânicos, 39% dos entrevistados ainda apresenta um consumo recente (de 1 a 3 anos) e apenas 12% consomem produtos orgânicos há mais de 5 anos, conforme Figura 4.

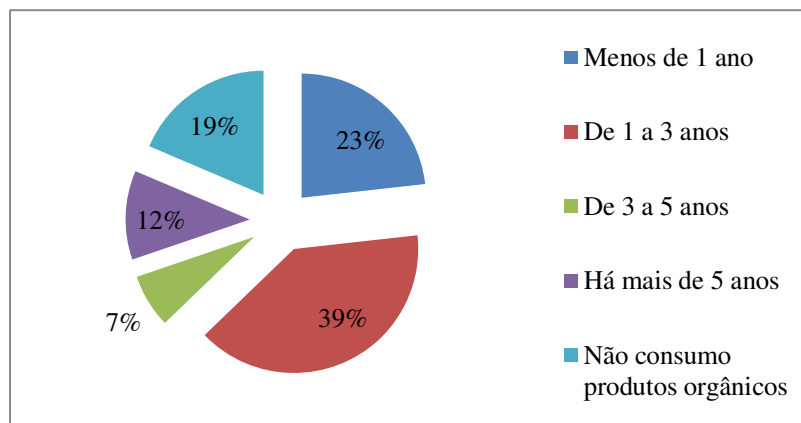


Figura 4: Tempo de consumo de produtos orgânicos. Fonte: Autor do Trabalho (2013).

Mais da metade dos entrevistados, 51%, consideram os preços elevados um entrave para o consumo de orgânicos. A falta de informação sobre os produtos orgânicos (28%) e a pouca variedade (21%) ficaram em segundo e terceiro lugar, respectivamente.

Por fim, com relação ao hábito de leitura das embalagens, a maioria dos entrevistados (63%) lê algumas informações sobre os produtos que estão adquirindo, 23% têm o hábito de ler todas as informações contidas nos rótulos e 14% não se preocupam em ler as informações sobre os produtos que estão consumindo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do questionário aplicado foi possível perceber que há uma necessidade constante em se divulgar os benefícios dos produtos orgânicos e, conseqüentemente, do selo ambiental que o acompanha. Tais produtos ainda são consumidos em baixas quantidades, quando comparados aos produtos convencionais, principalmente pelo fator preço elevado, que interfere na opção pelos mesmos. Com relação à preocupação com a saúde como influência para o consumo de orgânicos, seria interessante que a preocupação com o meio ambiente estivesse no mesmo patamar de influência, tendo em vista que a produção desses produtos acarreta benefícios de cunho sustentável, minimizando os impactos sobre o meio e ainda trazendo benefícios de cunho social.

Com relação ao estudo bibliográfico realizado, constatou-se a importância econômica, social, ambiental e de saúde que o selo orgânico possui, pois sua presença não garante apenas a produção do produto sem o uso de agrotóxicos e fertilizantes ou sem a utilização de sementes geneticamente modificadas, mas também que as pessoas envolvidas na sua produção possuem condições dignas de trabalho, salários justos e, em alguns casos, até participação nos lucros da empresa.

É verdade que a implantação do selo promove uma melhoria na qualidade de vida dos trabalhadores e garante que as pessoas estão ingerindo alimentos saudáveis, mas infelizmente, também se percebe que poucas pessoas estão cientes dos reais benefícios oriundos da agricultura orgânica e do selo orgânico. Os consumidores não sabem o que a presença do selo IBD, por exemplo, representa.

Em virtude disso, observa-se que, para que haja uma maior conscientização da sociedade, uma maior promoção de mudança de hábitos de consumo e uma minimização da degradação ambiental por parte da produção de produtos, faz-se necessário uma maior divulgação dos programas de rotulagem ambiental.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Corrêa, Leonilda Beatriz Campos Gonçalves Alves. Comércio e meio ambiente: atuação diplomática brasileira em relação ao selo verde. Brasília: Instituto Rio Branco; Fundação Alexandre Gusmão; Centro de Estudos Estratégicos, 1998.
2. GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
3. Brasil. Lei n. 10.831 de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 24 dez. 2003. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.831.htm. Data: 08 de dezembro de 2013.
4. Indian Standard. ISO 14024 (1999): Environmental labels and declarations – Type I Environmental labelling – principles and procedures. New Delhi, 2003. Disponível em <https://law.resource.org/pub/in/bis/S02/is.iso.14024.1999.pdf>. Data: 10 de dezembro de 2013.