

1. INTRODUÇÃO



A Alimentação é um tema que envolve e interessa a todos os seres vivos. No caso dos humanos este assunto reveste-se de particular importância, uma vez que é reconhecido, de forma inequívoca, um papel determinante na sua sobrevivência, desenvolvimento, saúde e bem-estar. Desde a década de 90 do século passado que se tem intensificado a produção de transgénicos na expectativa de melhorar as variedades já existentes ou desenvolver novas, mais robustas, de maior qualidade e rendimento. Os organismos geneticamente modificados também conhecidos como transgénicos, são organismos vivos, podendo ser plantas, animais ou microrganismos, cujo material genético sofreu alterações por meio da engenharia genética, através da introdução de sequências de DNA exógenas [1,2].

2. OBJETIVOS

O presente estudo teve como objetivo ter uma perceção sobre o conhecimento e a confiança da população sobre os transgénicos.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Este estudo, do tipo transversal e descritivo, teve como base uma amostra probabilística acidental, constituída por 280 indivíduos residentes no concelho de Bragança, com idades compreendidas entre os 18 e os 88 anos, com uma média registada de 41,7 anos (DP= 16,766) (Histograma). Os inquiridos eram na sua maioria do género feminino (60,7%) e residiam em meio rural (54,3%) (Tabela 1).

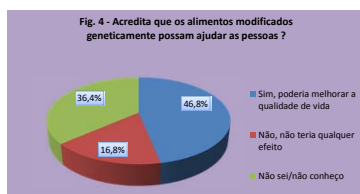
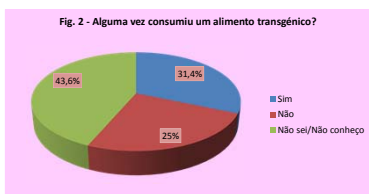
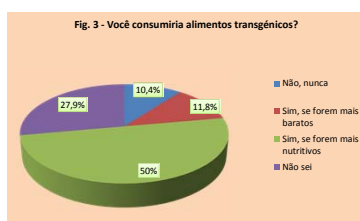
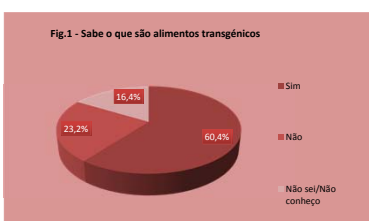


Tabela 1 – Género e meio de residência do inquirido

Variáveis	Grupos	Frequências	
		n	%
Género	Feminino	170	60,7
	Masculino	110	39,3
Meio de residência	Urbano	128	45,7
	Rural	152	54,3

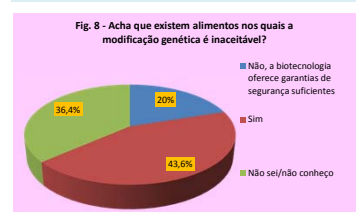
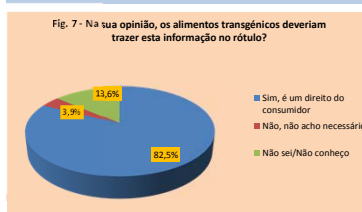
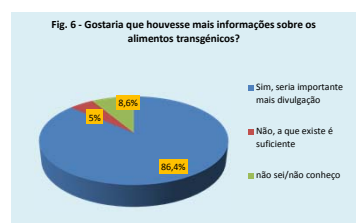
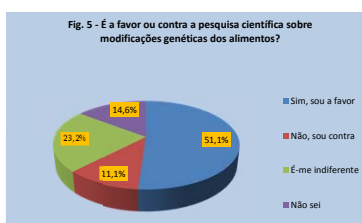
4. RESULTADOS

Mais de metade dos inquiridos (60,4%) afirmou saber o que são produtos transgénicos sendo que apenas 31,4% referiu já os ter consumido (Figura 2). Na hora da compra a preferência, da maioria, recaí sobre os produtos convencionais (60%).



De destacar que uma parte significativa afirma que está disposta a comprar estes produtos desde sejam mais nutritivos (50%) ou mais baratos (11,8%) (Figura 3). Por outro lado, considera que a existência destes produtos no mercado podem melhorar a qualidade de vida das populações (46,8%) (Figura 4) e por isso reconhece ser importante o desenvolvimento de mais investigação nesta área (51,1%) (Figura 5) para que haja mais informação disponível (86,4%) que permita ao consumidor tomar uma decisão mais informada e consciente (Figura 6). Neste contexto, a esmagadora maioria (82,5%) considera que estes produtos deveriam obrigatoriamente, ser identificados, no rótulo, como produtos transgénicos (Figura 7).

Considerando as divergências existentes na comunidade científica quanto aos riscos dos transgénicos para o meio ambiente e para a saúde humana, 41,1% (Figura 8) os inquiridos consideram que estes produtos deveriam ser proibidos e só 20% são da opinião de que a biotecnologia já fornece as garantias de segurança suficientes (Figura 9).



5. CONCLUSÃO

Pode concluir-se que o consumidor não se considera bem informado sobre os produtos transgénicos e por isso no momento da compra opta pela decisão que considera ser de menor risco. Uma vez que a biotecnologia pode oferecer, incontestavelmente, benefícios para o rendimento sustentável, acréscimo de produtividade e prosperidade económica, torna-se fundamental, informar e educar o consumidor.

6. REFERÊNCIAS

- Levitus, G., Echenique,V.; Rubinstein,C.; Hopp, E. & Mroginski, L. (Eds). *Biotecnología y Mejoramiento Vegetal II*. 2010, pp. 601-629.
- Terada, R.; Urawa, H.; Inagaki, Y.; Tsugane, K. & Iida, S. Efficient gene targeting by homologous recombination in rice. *Nature biotechnology*. 2002, 20: 1030-34.

7. AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por: Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, na sua componente FEDER, através do Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (COMPETE 2020) [Projeto nº 006971 (UID/SOC/04011)]; e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2013