

SABEM MENOS, MAS ACREDITAM SABER MAIS: EFEITO DOS CONHECIMENTOS OBJETIVOS E SUBJETIVOS DOS CONSUMIDORES NO APOIO EXTREMO AOS ALIMENTOS ORGÂNICOS

1 INTRODUÇÃO

A demanda por alimentos orgânicos tem crescido mundialmente, inclusive no Brasil, impulsionada por preocupações com saúde, qualidade de vida e preservação ambiental (MASSEY; O'CASS; OTAHAL, 2018). Apesar da associação frequente entre orgânicos e alimentação saudável, estudos indicam que não há superioridade nutricional em relação aos convencionais (GOMIERO, 2018; SUCIU; FERRARI; TREVISAN, 2019, DE OLIVEIRA FAORO et al., 2024). Ainda assim, a percepção do consumidor, influenciada por crenças, valores pessoais e informações fragmentadas, exerce forte impacto nas atitudes de compra.

Diante disso, emergem alguns questionamentos: qual é a compreensão dos consumidores em relação aos alimentos orgânicos? Os consumidores que mais apoiam os orgânicos possuem maior conhecimento objetivo do que aqueles que menos apoiam? O apoio extremo pode ser explicado pelo tipo de conhecimento predominante?

Portanto, este estudo busca examinar as relações entre conhecimento objetivo, conhecimento subjetivo e apoio extremo dos consumidores de alimentos orgânicos, com a hipótese de que os indivíduos com maior apoio aos orgânicos apresentam alto conhecimento objetivo, mas baixo conhecimento subjetivo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A literatura distingue o conhecimento científico do senso comum, classificando-os como conhecimento objetivo e subjetivo, respectivamente (WANG *et al.*, 2021). O primeiro refere-se às evidências científicas, ao passo que o conhecimento subjetivo está alinhado às opiniões de cada indivíduo. Assim, o conhecimento objetivo são fatos objetivamente verificáveis, excluindo crenças, emoções, sentimentos, avaliações e preconceitos, enquanto o conhecimento subjetivo é o julgamento moldado por opiniões e sentimentos sobre o que pensamos que sabemos (WANG *et al.*, 2021).

É possível exemplificar essa diferença de conhecimento a partir da busca por uma alimentação saudável. A alimentação saudável e segura pode ter diferentes significados para diferentes perfis de consumidores. Normalmente, uma alimentação saudável e segura está atrelada aos alimentos orgânicos. Mesmo que isso ocorra, inúmeros estu-

dos divergem dessa afirmação (GOMIERO, 2018; SMITH-SPANGLER *et al.*, 2012; SUCIU; FERRARI; TREVISAN, 2019). Essas divergências indicam que existem lacunas entre as informações sobre alimentos e o conhecimento dos consumidores.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

A coleta de dados foi realizada entre novembro de 2020 e maio de 2021, abrangendo consumidores de alimentos orgânicos e convencionais de diferentes regiões do Brasil. O questionário aplicado continha 37 questões organizadas em três blocos: (i) percepções, atitudes e conhecimento subjetivo (7 questões); (ii) conhecimento objetivo (18 questões); e (iii) características sociodemográficas (12 questões). Para medir atitudes, os participantes atribuíram importância e aprovação ao consumo de orgânicos em escalas de 7 pontos. O conhecimento subjetivo foi avaliado por meio da autoavaliação de compreensão sobre orgânicos, enquanto o conhecimento objetivo foi mensurado a partir de 17 afirmações (adaptadas de Fernbach *et al.*, 2019) nas quais os respondentes indicavam o grau de veracidade em escala de 7 pontos. Foram incluídas questões de atenção e posicionamento político para aumentar a consistência do instrumento.

As variáveis dependentes e independentes utilizadas estão descritas no Quadro 1. O índice *extremist supporters* foi construído a partir da média entre importância (V1) e aprovação (V2) atribuídas aos vegetais orgânicos, apresentando correlação significativa ($R = 0,69$; $p < 0,05$). O conhecimento subjetivo (V3) foi medido pela autopercepção dos respondentes, enquanto o conhecimento objetivo total (V8–V24) foi obtido a partir da pontuação agregada de afirmações corretas ou incorretas, posteriormente divididas em conhecimento científico geral e específico sobre orgânicos (GOMIERO, 2018; SUCIU; FERRARI; TREVISAN, 2019).

Quadro 1- Descrição das variáveis

Fator	Variável ID	Descrição	
Apoiadores Extremistas	V1	Na sua opinião, quão IMPORTANTE é o consumo de vegetais orgânicos?	
	V2	Qual é o seu nível de APROVAÇÃO para comer vegetais orgânicos?	
Conhecimento subjetivo	V3	Como você classifica sua COMPREENSÃO geral de vegetais orgânicos?	
Conhecimento Total	Conhecimento geral do objetivo científico	V8	Os vegetais orgânicos têm DNA.
		V9	Os antibióticos matam vírus e bactérias.
		V10	O xarope de Bordalesa é um fungicida que possui um componente à base de cobre.
		V11	Os elétrons são menores que os átomos.
		V12	São os genes do pai que decidem se o bebê é menino ou menina.
		V13	O centro da Terra é muito frio.
		V14	Quase toda a energia alimentar para organismos vivos vem originalmente da luz solar.
		V15	O oxigênio que respiramos vem das plantas.
	Conhecimento objetivo específico orgânico	V16	Os vegetais convencionais não têm genes, enquanto os vegetais orgânicos têm.
		V17	Os vegetais orgânicos têm níveis de metais pesados (cádmio, cromo, chumbo, cobre e zinco) mais baixos do que os vegetais convencionais.
		V18	O cobre é um metal pesado que pode ser usado na produção de vegetais orgânicos.
		V19	Os vegetais orgânicos têm níveis mais altos de carboidratos do que os vegetais convencionais.
		V20	Os vegetais convencionais têm níveis mais altos de nitrato e nitrito do que os vegetais orgânicos.
		V21	Os vegetais convencionais têm níveis de proteína mais baixos do que os vegetais orgânicos.
		V22	Os níveis de vitamina C em vegetais orgânicos são mais altos do que os vegetais convencionais.
		V23	Os níveis de fósforo em frutas orgânicas são maiores do que em frutas convencionais.
V24	Os vegetais convencionais têm propriedades nutricionais inferiores aos vegetais orgânicos.		
Posicionamento político	V25	Você considera seu posicionamento político como: esquerda ou direita?	

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

A amostra inicial foi de 613 respondentes, dos quais 55 foram excluídos por baixa atenção, resultando em 558 participantes válidos, predominantemente do sexo feminino (62,3%) e com média de idade de 35,4 anos (DP = 11,5). Observou-se maior concentração de indivíduos com pós-graduação (56,8%) e renda mensal entre R\$ 5.226,00 e R\$ 10.450,00 (21,0%). A distribuição regional indicou predominância das regiões Sul (51,3%) e Centro-Oeste (28,3%).

A análise dos dados foi conduzida em três etapas com uso do SPSS. Primeiramente, aplicou-se estatística descritiva para caracterizar a amostra. Em seguida, foram realizadas regressões lineares simples para verificar as relações entre conhecimento subjetivo, objetivo e extremidade de apoio. Por fim, uma regressão múltipla foi empregada para analisar a interação entre conhecimento subjetivo e objetivo no apoio extremo. Esse modelo segue trabalhos anteriores que associam

lacunas de conhecimento ao posicionamento do consumidor frente a alimentos geneticamente modificados e orgânicos (FERNBACH et al., 2019; WANG et al., 2021).

4 RESULTADOS

Os resultados evidenciam forte apoio dos consumidores aos alimentos orgânicos. Nas variáveis que mensuram importância (V1) e aprovação (V2), mais de 90% atribuíram valores ≥ 5 na escala de 7 pontos, permitindo a construção do índice de *extremist supporters*. Quanto à autopercepção de compreensão (V3), 76,9% também atribuíram ≥ 5 , sugerindo elevada confiança subjetiva em relação aos vegetais orgânicos.

No entanto, ao analisar o conhecimento objetivo, observou-se baixo desempenho: as questões de ciência geral (V8–V15) apresentaram média de acertos de 4,38%, enquanto as específicas sobre orgânicos (V16–V24) obtiveram média de apenas 3,83%. Esse contraste revela uma lacuna entre a percepção subjetiva e o conhecimento objetivo.

As regressões confirmam essa discrepância: quanto maior o apoio extremo, menor o conhecimento objetivo, mas maior o conhecimento subjetivo. A análise da diferença entre ambos mostrou que a lacuna aumenta proporcionalmente ao nível de apoio, reforçando a tendência de consumidores superestimarem sua compreensão. Quando substituído o conhecimento objetivo total pelo específico de orgânicos, os resultados foram semelhantes: maior apoio esteve associado a menor conhecimento real.

A interação entre variáveis mostrou que o conhecimento objetivo é preditor positivo de conhecimento subjetivo até certo ponto (escala 5,36), mas torna-se negativo em níveis máximos de apoio (escala 7). Isso indica que consumidores com maior apoio tendem a acreditar que sabem mais, embora apresentem menor conhecimento objetivo.

Por fim, ao analisar o nível de escolaridade, verificou-se que a maioria possui pós-graduação (56,8%). Esse grupo apresentou melhor desempenho em conhecimento objetivo geral, mas o conhecimento específico sobre alimentos orgânicos manteve-se baixo em todos os níveis, sendo até negativo entre graduados. Assim, a escolaridade melhora o conhecimento científico geral, mas não influencia o domínio sobre alimentos orgânicos.

Em síntese, os resultados mostram que consumidores que mais apoiam os alimentos orgânicos tendem a superestimar seu conhecimento, apresentando alta autoconfiança subjetiva e baixo conhecimento objetivo, especialmente no que se refere aos orgânicos.

5 DISCUSSÕES

Os resultados indicam que consumidores brasileiros com apoio extremo aos alimentos orgânicos apresentam alto conhecimento subjetivo, mas baixo conhecimento objetivo, evidenciando uma lacuna entre percepção e realidade. Esse padrão coincide com achados de Fernbach et al. (2019) e Min et al. (2021), que identificaram comportamento similar em relação a alimentos geneticamente modificados.

A superestimação do próprio conhecimento pode ser influenciada pela exposição diária a informações contraditórias, seja por evidências científicas ou canais de comunicação, incluindo meios de massa que contrapõem orgânicos e convencionais, gerando insegurança sobre riscos alimentares (RIEGER, WEIBLE & ANDERS, 2017; WASEEM, 2025). A tendência favorável aos orgânicos está associada principalmente à percepção de benefícios, como melhor valor nutricional e menor presença de resíduos, ainda que evidências científicas diverjam (DE OLIVEIRA FAORO et al., 2024; WASEEM, 2025).

O conhecimento subjetivo aparece, portanto, como um determinante importante do consumo, enquanto o conhecimento objetivo sobre alimentos específicos permanece baixo. Mesmo entre participantes com pós-graduação, as respostas sobre alimentos orgânicos mostraram baixo índice de acertos, reforçando que escolaridade não garante compreensão específica dos alimentos consumidos. Assim, o apoio extremo a orgânicos está ligado a crenças e percepção, não a evidências científicas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo fornece *insights* sobre o comportamento de consumidores brasileiros em relação aos alimentos orgânicos, indicando que:

1. Consumidores possuem baixo conhecimento objetivo sobre vegetais orgânicos;
2. Apoadores extremos apresentam maior conhecimento subjetivo, mas baixo conhecimento objetivo;
3. O conhecimento específico sobre orgânicos é limitado;
4. O nível de escolaridade não influencia significativamente o conhecimento objetivo, seja geral ou específico;
5. Consumidores são familiarizados com os orgânicos, mas compreendem pouco sobre eles.

Entre as limitações, destaca-se a concentração de participantes com pós-graduação e da região Sul do Brasil. Recomenda-se que estudos futuros ampliem a amostra para outros grupos de alimentos orgânicos e diferentes regiões, além de direcionar análises a especialistas do setor, a fim de validar e aprofundar os achados.

REFERÊNCIAS

DE OLIVEIRA FAORO, Daiane Thaise et al. Are organics more nutritious than conventional foods? A comprehensive systematic review. **Heliyon**, v. 10, n. 7, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e28288>

FERNBACH, Philip M et al. Extreme opponents of genetically modified foods know the least but think they know the most. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, United States, v. 116, n. 14, p. 6571-6576, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0520-3>.

GOMIERO, Tiziano. Food quality assessment in organic vs. conventional agricultural produce: Findings and issues. **Applied Soil Ecology**, Netherlands, v. 123, p. 714–728, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.apsoil.2017.10.014>.

MASSEY, Maria; O’CASS, Aron; OTAHAL, Petr. A meta-analytic study of the factors driving the purchase of organic food. **Appetite**, Netherlands, v. 125, p. 418–427, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.02.029>.

MIN, Chen; SHEN, Fei; CHU, Yajie. Examining the relationship between knowledge and attitude extremity on genetic engineering technology: A conceptual replication study from China. **Journal of Environmental Psychology**, United States, v. 75, 101585, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101585>.

RIEGER, Jörg; WEIBLE, Daniela; ANDERS, Sven. “Why some consumers don’t care”: Heterogeneity in household responses to a food scandal. **Appetite**, Netherlands, v. 113, p. 200–214, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.02.038>.

SUCIU, Nicoleta Alina; FERRARI, Federico; TREVISAN, Marco. Organic and conventional food: Comparison and future research. **Trends in Food Science and Technology**, Netherlands, v. 84, p. 49–51, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2018.12.008>.

WANG, Wei et al. Signaling persuasion in crowdfunding entrepreneurial narratives: The subjectivity vs objectivity debate. **Computers in Human Behavior**, United Kingdom, v. 114, 1-15, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106576>.

WASEEM, Muhammad et al. Enhancing Dietary Diversity and Nutritional Security Through Farm Production Diversity: Evidence From Rain-Fed Regions in Southern Punjab, Pakistan. **Food and Energy Security**, v. 14, n. 3, p. e70101, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/fes3.70101>.