

Rotulagem de alimentos e consumidor

Food labeling and consumer

Nicolas Aguiar Gonçalves*, Priscila Pompeu Cecchi**, Regianne Maltez Vieira**,
Maria Denise Avidago dos Santos**, Tatiana Cantadori de Almeida***

Nutricionista, Centro Universitário Monte Serrat, Santos/SP, especialista em Gestão da Segurança de Alimentos, SENAC/RJ, **Nutricionista, Centro Universitário Monte Serrat, *Biomédica, Universidade de Mogi das Cruzes/SP, graduanda em Direito, Universidade Santa Cecília, Santos/SP, especialista em Análises Clínicas, Universidade de Mogi das Cruzes/SP e Acupuntura, CEATA/SP); os autores trabalham no Secretaria de Segurança Alimentar e Combate à Fome (SESEA), Prefeitura Municipal de São Vicente/SP*

Resumo

O aumento da obesidade e de doenças relacionadas a hábitos alimentares inadequados resultou em maior interesse e preocupação dos consumidores com relação à alimentação. A rotulagem nutricional é considerada ferramenta importante no processo de educação nutricional, auxiliando o consumidor na compra de alimentos. No entanto, diversas pesquisas demonstram que o consumidor não compreende satisfatoriamente as informações declaradas na rotulagem dos produtos alimentícios. Neste contexto, o objetivo desse estudo foi avaliar o conhecimento dos consumidores a respeito dos rótulos de alimentos. Foi desenvolvido um questionário sobre rotulagem alimentar, aplicado em 70 consumidores de um supermercado no município de São Vicente/SP. Os resultados encontrados na população estudada foram: 54,28% lêem os rótulos; 52,86% são influenciados pela rotulagem nutricional no momento da compra; 90% consideram como dado de maior importância da rotulagem o prazo de validade; 84,28% não compreendem a informação %VD; 48,57% consideram as gorduras como item de fundamental importância na tabela de informação nutricional; 45,71% relataram que a rotulagem serve para informar o que ele está ingerindo e 51,43% não confiam nos dados que constam na rotulagem. Constata-se, portanto, que é necessária uma ação educativa para o consumo saudável de alimentos e entendimento das informações nutricionais, a fim de fornecer subsídios aos consumidores para que tenham autonomia na escolha de alimentos.

Palavras-chave: rotulagem de alimentos, informação do consumidor.

Abstract

The rise in obesity and diseases related to poor dietary habits, resulted in greater interest and concern of consumers regarding foods. Nutrition labeling is considered an important tool in the process of nutritional education, helping the consumer to buy foods. However, several studies show that consumers do not adequately understand the information declared in the labeling of food products. In this context, the objective of this study was to evaluate the knowledge of consumers regarding food labels. We developed a questionnaire on food labeling, applied to 70 consumers in a supermarket in São Vicente/SP. The findings in this study were: 54.28% read labels, 52.86% are influenced by nutrition labeling at the time of purchase, 90% considered as very important the expiration date; 84.28% did not understand % DV information; 48.57% consider the fats

Recebido 22 de setembro de 2010; aceito 15 de agosto de 2015

Endereço para correspondência: Nicolas Aguiar Gonçalves, Rua Fumio Miyazi, 737/33 Jardim Guilhermina 11701-160 Praia Grande/SP, E-mail: nicoagon@hotmail.com

as very important item in the table of nutrition information; 45.71% reported that they use the labeling is used to calculate what they are eating and 51.43% do not trust the data on the label. An action is required about education for healthy eating and understanding of nutrition information in order to provide resources to consumers to get autonomy in foods choosing.

Key-words: food labeling, consumer information.

Introdução

A urbanização, a inserção da mulher no mercado de trabalho, o rápido avanço tecnológico e a globalização têm causado mudanças significativas no estilo de vida e nos hábitos alimentares dos indivíduos [1].

Isso resultou em uma maior participação de alimentos industrializados (ou processados) na dieta habitual da população brasileira, caracterizada pelo alto consumo de alimentos de origem animal, de açúcares e farinhas refinadas, em detrimento do consumo de cereais integrais e fibras [2].

A Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003 demonstrou que, em 30 anos, o brasileiro modificou extremamente seu padrão alimentar, reduzindo o consumo de arroz, feijão, batata, pão e açúcar, e aumentou a ingestão de iogurte e refrigerante. Outro sinal de mudança é o crescente consumo de alimentos preparados, que são aqueles manipulados e preparados em serviços de alimentação, expostos à venda, que aumentou de 1,7 kg para 5,4 kg per capita, no período [3].

A industrialização dos alimentos contribui para um consumo alimentar inadequado, devido à presença de quantidades elevadas de gorduras e açúcares nestes produtos, e o baixo consumo de cereais integrais. Essas mudanças aumentam o risco de obesidade e outras doenças crônicas não transmissíveis [4]. Diante desses fatores, o Ministério da Saúde, junto com a Estratégia Global em Alimentação, Atividade Física e Saúde, estabeleceram a rotulagem nutricional obrigatória como uma estratégia para redução da incidência de excesso de peso e doenças crônicas não transmissíveis [5].

A rotulagem de alimentos é um tema que vem sendo muito discutido nos últimos anos, levando a reformulações constantes. Rotulagem é o processo através do qual se estabelece uma linha de comunicação entre as empresas produtoras de alimentos e os consumidores que desejam maiores informações sobre os produtos que estão comprando [6].

Desde as primeiras leis brasileiras criadas para normatizar a rotulagem de alimentos, o Estado vem alterando as leis, a fim de modernizá-las e torná-las eficazes quanto ao seu papel de informar o consumidor. No entanto, a legislação brasileira não foi atualizada de maneira condizente, o que permite distorções, utilização de palavras ambíguas, confusas e termos vagos que confundem o consumidor no entendimento dos ter-

mos nutricionais. Além disso, as ações para educação do consumidor, visando orientá-los na compreensão dos rótulos de alimentos, são extremamente falhas [7].

Rótulo é definido como toda inscrição, legenda, imagem ou toda matéria descritiva ou gráfica que esteja escrita, impressa, estampada, gravada, gravada em relevo ou litografada ou colocada sobre a embalagem do alimento [8]. Os rótulos presentes nas embalagens de alimentos industrializados são elementos indicadores que servem como função publicitária e como informação ao consumidor no momento da compra, indicando inclusive a forma correta de conservação e preparo dos produtos alimentícios, e como consequência aumentar a eficiência do mercado e bem-estar do consumidor [9].

O fato de a rotulagem ser obrigatória e estar disponível na maioria dos produtos não significa que os consumidores estejam utilizando-a na escolha dos alimentos que deverão participar de sua dieta diariamente, visando reduzir os excessos e danos à saúde [10].

As informações nutricionais presentes nos rótulos dos alimentos permitem ao consumidor a seleção de uma dieta balanceada, contribuindo para a diminuição da incidência de problemas de saúde relacionados a maus hábitos alimentares, como obesidade, hipercolesterolemia, doenças cardiovasculares, entre outras [11].

A legislação de alimentos, aliada à evolução social e econômica da humanidade, impulsionam a indústria ao desenvolvimento de alimentos adequados ao estilo de vida do homem contemporâneo, sendo este um desafio cada vez maior às indústrias alimentícias devido a concorrência [12].

É necessário que as informações contidas nos rótulos sejam completas, verdadeiras e esclarecedoras quanto à composição, qualidade, quantidade, validade e demais características da composição do produto, evitando confusões no entendimento do significado das informações veiculadas nos rótulos dos alimentos [7].

Visto a importância das informações nutricionais, é necessário que a população saiba interpretar os dados e o significado dessas informações contidas na rotulagem dos alimentos. Portanto, a análise do conhecimento e interpretação dos rótulos permite uma aquisição de alimentos dentro dos atuais conceitos de Segurança Alimentar.

Material e métodos

Esta pesquisa constitui um estudo transversal do tipo quantitativo, cujo universo é composto de 70 consumidores frequentadores de um supermercado localizado na Região Central de São Vicente, cidade do litoral sul do Estado de São Paulo. Os indivíduos que participaram da pesquisa foi escolhidos de maneira aleatória.

A coleta de dados foi realizada por nutricionistas, durante o evento “Combate e Prevenção à Hipertensão Arterial”, desenvolvido pela Secretaria de Segurança Alimentar (SESEA) da Prefeitura do referido município durante o mês de maio de 2010.

O instrumento de coleta de dados consta de um formulário, abrangendo dados socioeconômicos (sexo, idade, escolaridade e renda familiar) e dados sobre conhecimento e interpretação da rotulagem nutricional.

As variáveis consideradas explicativas (ou independentes), em todas as análises, foram as seguintes:

- Sexo: masculino ou feminino;
- Idade (anos) – posteriormente agrupadas em faixas etárias nas categorias:
 - 20 – 30 anos
 - 31 – 40 anos
 - 41 – 50 anos
 - 51 – 60 anos
 - > 61 anos
- Grau de escolaridade, nas categorias:
 - Não alfabetizado
 - Ensino Fundamental incompleto
 - Ensino Fundamental completo
 - Ensino Médio incompleto
 - Ensino Médio completo
 - Ensino Superior incompleto
 - Ensino Superior completo
 - Pós-graduação
- Renda familiar (Salário Mínimo – SM) nas categorias:
 - < 1 SM
 - 1 – 2 SM
 - > 2 – 3 SM
 - > 3 – 4 SM
 - > 4 SM.

As variáveis a serem explicadas (consideradas dependentes) foram as seguintes:

- Leitura da rotulagem dos alimentos;
- Influência das informações contidas nos rótulos na aquisição de alimentos;
- Item de maior importância na rotulagem dos alimentos;
- Entendimento da informação %VD (Porcentagem do Valor Diário);

- Item de maior importância da tabela de informação nutricional;
- Importância da rotulagem dos alimentos para o consumidor.

Com vista a ocupar o menor tempo possível dos consumidores, optou-se pela forma de múltipla escolha para as respostas contidas no formulário.

Resultados e discussão

A população estudada foi composta por 70 indivíduos, sendo 49 (70%) do sexo feminino e 21 (30%) do sexo masculino. A idade média é de 59,5 anos sendo a mínima 20 anos e a máxima 87 anos, com predominância a faixa etária acima de 60 anos (Tabelas I e II). Casemiro, Colauto & Linde [13] em estudo com 200 consumidores em supermercados de Umuarama/PR, observaram que 76,5% dos entrevistados eram do sexo feminino. Machado *et al.* [9] em seu estudo sobre o comportamento de 300 consumidores de Feira de Santana/BA, verificaram que 72,30% dos indivíduos analisados eram mulheres.

A população idosa vem aumentando em número, decorrente da diminuição nos índices de mortalidade e aumento da expectativa de vida no país. Esse grupo sofre com limitações de saúde, em especial doenças crônico-degenerativas, que restringem as possibilidades alimentares e exigem do consumidor busca do conhecimento sobre alimentação e nutrição. Em estudo realizado por Lunelli *et al.* [14] com 52 idosos frequentadores de um supermercado de Criciúma/SC, verificaram que o hábito de leitura de rótulos de alimentos era realizado por 55,77% dos consumidores.

Esses resultados demonstram que, apesar das mudanças ocorridas nos últimos anos onde as mulheres participam cada vez mais no mercado de trabalho, as compras domésticas e a preocupação com a qualidade da alimentação ainda é uma tarefa predominantemente feminina. Por aumento da qualidade e, conseqüentemente, expectativa de vida, a população vem buscando maiores informações sobre uma alimentação saudável, com objetivo de prevenção de doenças. Os idosos, que muitas vezes apresentam patologias e realizam tratamentos com restrições alimentares, sempre procuram manter-se informados sobre aquilo que podem ser escolhas nutricionalmente adequadas às condutas dietoterápicas.

Tabela I - Distribuição segundo o sexo dos consumidores entrevistados

Sexo	n	%
Feminino	49	70
Masculino	21	30
Total	70	100

Tabela II - Distribuição segundo a faixa etária dos consumidores entrevistados

Faixa etária	n	%
20 – 30 anos	01	1,43
31 – 40 anos	05	7,14
41 – 50 anos	11	15,71
51 – 60 anos	20	28,57
> 61 anos	33	47,14
Total	70	100

Em relação ao grau de escolaridade, 25 consumidores (35,71%) possuem Ensino Médio completo. É interessante mencionar que nenhum dos entrevistados era analfabeto (Tabela III). A renda familiar da população (Tabela IV) demonstra que 35,71% recebe de 1 a 2 salários mínimos (salário mínimo nacional vigente no mês de junho/2010 = R\$ 510,00).

Casemiro, Colauto & Linde [13] verificaram que 44,5% dos entrevistados possuíam nível médio de escolaridade. Machado *et al.* [9] observaram que 59,60% dos entrevistados tinham nível médio de instrução e 39,70% possuíam renda familiar entre 480 e 960 reais. Em nenhum dos estudos utilizados como referência para a presente pesquisa foi verificada a leitura de rótulos de alimentos por analfabetos.

Os dados obtidos demonstram um público formado principalmente por mulheres, acima dos 50 anos, com renda familiar entre 1 e 2 salários mínimos e escolaridade em nível médio. Um poder aquisitivo mais elevado, aliado a um bom grau de instrução, possibilitam a busca por maiores informações nutricionais.

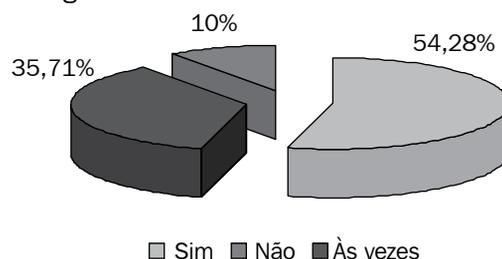
Tabela III - Distribuição segundo o grau de escolaridade dos consumidores entrevistados.

Escolaridade	n	%
Não alfabetizado	0	0
Ensino Fundamental incompleto	14	20
Ensino Fundamental completo	15	21,43
Ensino Médio incompleto	03	4,28
Ensino Médio completo	25	35,71
Ensino Superior incompleto	03	4,28
Ensino Superior completo	08	11,43
Pós-graduação	02	2,86
Total	70	100

Tabela IV - Distribuição segundo a renda familiar (em salário mínimo) dos consumidores entrevistados.

Renda Familiar	n	%
< 1 SM	04	5,71
1 – 2 SM	25	35,71
> 2 – 3 SM	15	21,43
> 3 – 4 SM	10	14,28
> 4 SM	16	22,86
Total	70	100

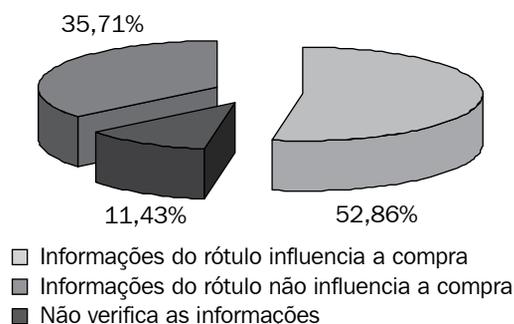
A leitura de rotulagem de alimentos é um fator primordial para aquisição de produtos alimentícios. Ao serem entrevistados sobre o hábito de leitura de rótulos (independente se compreendem ou não as informações), os consumidores relataram que 54,28% lêem os rótulos, 35,71% não lêem e 10% nem sempre verificam as informações contidas na rotulagem (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Distribuição segundo o hábito de leitura da rotulagem dos alimentos.

Machado *et al.* [9] verificaram que 19% não lêem o rótulo e 81% lêem. Avaliando a rotulagem de alimentos em supermercados do Balneário Camboriú/SC, Felipe *et al.* [15] demonstraram que enquanto 49% dos consumidores afirmaram ler os rótulos com frequência, 29% às vezes consultavam os rótulos alimentícios no momento da compra e 21% não costumavam ler rótulos. Silva [16], em pesquisa com 384 consumidores de 6 supermercados de Recife/PE, verificou que 95,1% têm hábito de ler as informações nas embalagens dos produtos, sendo que 47,7% o fazem de forma sistemática e 47,4% às vezes. Já um estudo conduzido por Casemiro, Colauto & Linde [13] demonstraram que 68,5% dos entrevistados lêem as informações contidas nos rótulos. Em análise sobre o conhecimento da rotulagem de alimentos realizada por Philippi *et al.* [5] com 29 estudantes de especialização de uma universidade de São Paulo/SP, verificou-se que 58,61% dos entrevistados lêem os rótulos dos alimentos.

Os resultados obtidos nessa e nas demais pesquisas citadas, demonstram que os consumidores estão buscando informações acerca daquilo que estão adquirindo, visando um consumo alimentar mais consciente. Porém, é necessário que as informações sejam claras e objetivas, bem como o consumidor saiba interpretar os dados que constam nos rótulos.

Gráfico 2 - Distribuição segundo a influência das informações contidas nos rótulos na aquisição de alimentos.



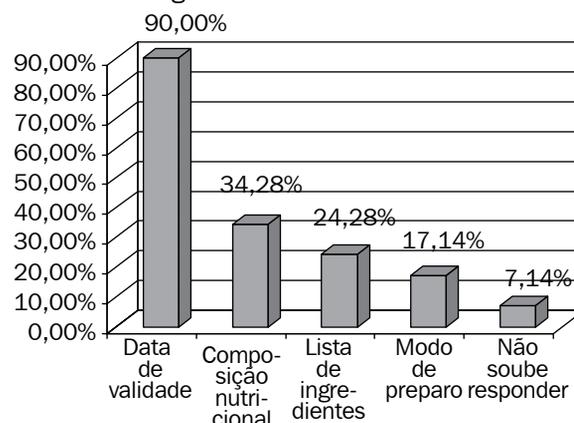
Em relação à influência das informações dos rótulos na compra (Gráfico 2), 52,86% dos entrevistados relataram que a aquisição de alimentos é influenciada pelos dados contidos na rotulagem (sem avaliar relação com propaganda); 11,43% responderam que a informação não influencia a compra e 35,71% dos entrevistados não verificam os dados dos rótulos.

Machado *et al.* [9] verificaram que 62% dos consumidores afirmaram que a leitura de rótulos influencia a compra de produtos alimentícios. Silva [16] relata que 63,8% e 63,2% dos consumidores relataram, respectivamente, serem os itens de maior influência na escolha dos alimentos qualidade e segurança. Philippi *et al.* [5] observaram que para 55,17% dos entrevistados, o rótulo alimentar influencia na escolha dos alimentos no momento da compra.

Comparando os estudos, pode-se verificar que é grande o número de consumidores que afirmam que as informações dos rótulos influenciam a compra. Esse fato provavelmente ocorre devido à busca de alimentos mais saudáveis e seguros (principalmente em relação à consulta do prazo de validade).

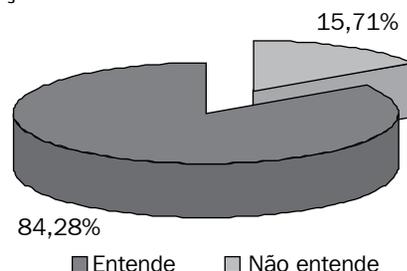
Ao serem questionados sobre o dado da rotulagem de maior importância (Gráfico 3), 90% dos entrevistados referiram a data de validade. Silva [16] constatou que 97,8% dos consumidores verificam sempre o prazo de validade dos alimentos. Isso demonstra que, em ambos os trabalhos, os consumidores têm a preocupação em verificar se o produto a ser adquirido encontra-se com tempo de prateleira adequado. É também expressivo o número de consumidores que declarou ser importante a composição nutricional (34,2%).

Gráfico 3 - Distribuição segundo o item mais importante da rotulagem dos alimentos.



Verificou-se que apenas 15,71% da população estudada compreende a informação contida na tabela de composição nutricional expressa em percentual do valor diário de consumo (%VD) (Gráfico 4).

Gráfico 4 - Distribuição segundo o entendimento da informação “% VD”.



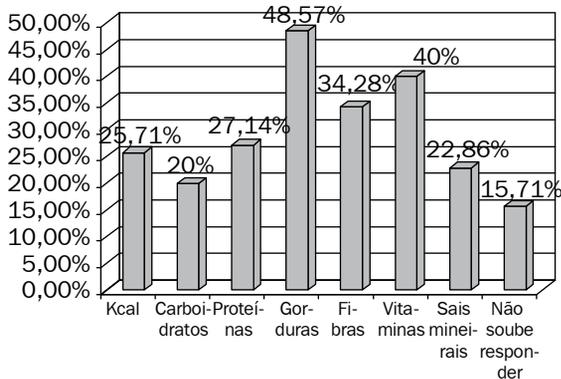
Em trabalho realizado nos Estados Unidos, Levy *et al.* apud Felipe *et al.* [17] constataram que, apenas 29% das pessoas avaliadas responderam corretamente quanto ao significado do percentual de ingestão diária recomendada/valor diário de referência. Cassemiro, Colauto & Linde [13] relataram que 70% dos consumidores afirmaram não conhecer o suficiente de nutrição para ser capaz de utilizar as informações nutricionais. Philippi *et al.* [5] verificaram que 58,61% da amostra analisada entendem o significado da informação porcentagem de valor diário.

Segundo Câmara *et al.* [18], diversos estudos concluíram que os consumidores têm dificuldade em compreender as informações disponibilizadas nos rótulos dos alimentos, sendo que muitos desconhecem a rotulagem nutricional e outros demonstram desinteresse por esses dados.

Apesar de grande parte dos consumidores lerem a rotulagem dos alimentos, apenas uma pequena parcela utiliza esta informação no momento da compra, mostrando que o consumidor tem o desejo de melhorar a qualidade de sua alimentação, porém encontra difi-

culdade em compreender os dados para uma correta seleção de alimentos.

Gráfico 5 - Distribuição segundo o item mais importante da tabela de informação nutricional.



Entre os consumidores pesquisados, verificou-se que o item de maior importância da tabela nutricional contida nos rótulos dos alimentos foram gorduras (48,57%) e vitaminas (40%) (Gráfico 5). Casemiro, Colauto & Linde [13] verificaram que os itens citados de maior importância para os consumidores, em seu estudo, foram valor calórico (40%) e gorduras (20%). Monteiro, Coutinho & Recine [19] em sua investigação com 250 consumidores, em supermercados de Brasília/DF, verificaram que 66,4% das mulheres e 46,5% dos homens liam o rótulo dos alimentos com objetivo de consultar o valor calórico do produto. De acordo com os trabalhos utilizados nesta pesquisa, este comportamento dos consumidores aparece revelando grande preocupação com o padrão estético e com os problemas de saúde relacionados a uma dieta rica em gorduras e pobre em nutrientes fundamentais para prevenção de doenças.

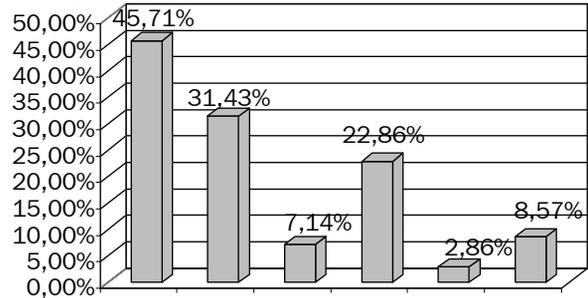
No entanto, o ideal seria que as pessoas avaliassem o valor nutricional geral do produto, para que se tenha o equilíbrio da dieta e uma alimentação saudável, e não apenas enfatizar uma característica do alimento, visto que esta prática não auxilia na seleção de um produto mais balanceado.

Já em relação à importância da rotulagem (Gráfico 6), observa-se que os consumidores têm consciência do quão é fundamental o rótulo: 45,71% relataram que a rotulagem deve informar ao consumidor o que ele está consumindo.

Philippi *et al.* [5], ao questionarem os consumidores sobre a importância da existência da informação nutricional no rótulo dos alimentos, 44,82% responderam que esse item serve como informação e conscientização quanto ao que as pessoas estão ingerindo; 13,80% afirmaram atender a legislação; 31,03% para seguir uma dieta; 3,45% não tem utilidade e 6,90% qualidade/segurança.

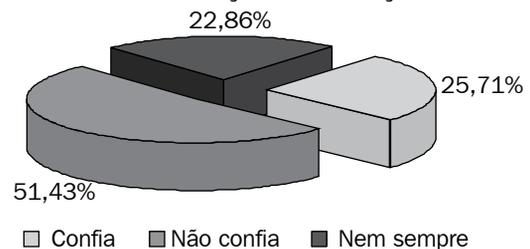
Os resultados demonstram que, os entrevistados têm conhecimento sobre a importância da existência da rotulagem dos alimentos e o consideram como um meio de informação para o consumidor. Porém, muitos não apresentaram um nível de conhecimento satisfatório para utilização das informações apresentadas nos rótulos.

Gráfico 6 - Distribuição segundo a importância da rotulagem dos alimentos para os consumidores.



Apesar de afirmar que a rotulagem é relevante para o alimento, 51,43% dos entrevistados não confiam nos dados que constam nas embalagens (Gráfico 7).

Gráfico 7 - Distribuição segundo a confiabilidade dos consumidores em relação à informação nutricional.



Em pesquisa realizada por Marins, Jacob & Peres [20] com 400 consumidores em supermercados, no município de Niterói/RJ, 24% dos entrevistados informaram não confiar no conteúdo dos rótulos, seja por acreditarem que as informações são manipuladas, omitidas ou falsas, seja por acharem que aquelas informações não sofrem fiscalização por parte dos órgãos competentes.

O segmento de produção e industrialização de alimentos tem passado crises de credibilidade, medo e insegurança por parte dos consumidores, devido a acusações de contaminações e adulterações. A mídia pode influenciar nesta credibilidade, através da divulgação de resultados de análises de produtos alimentícios, destacando os riscos à saúde quando ocorre consumo de produtos em não conformidade, além de manter o consumidor alerta para possíveis alterações nos alimentos [9].

Para o consumidor, a rotulagem é um elemento meramente figurativo, pois o mesmo acredita que quem determina o que deve ser descrito nos rótulos são as indústrias alimentícias que estariam interessadas em lucrar, informando ao consumidor somente o que lhe conviesse. Ao desacreditarem nas informações contidas nos rótulos, até por reflexo do descrédito dado às indústrias alimentícias, o consumidor acaba optando por produtos recomendados por outras pessoas, tornando inútil grande parte do poder de informação dos rótulos.

Conclusão

A rotulagem de alimentos, ao orientar o consumidor sobre a composição nutricional dos produtos, pode proporcionar escolhas alimentares mais saudáveis. Entretanto, o acesso a essas informações, por causar impactos em práticas alimentares e estilo de vida, em conjunto configura uma questão de segurança alimentar e nutricional.

Os instrumentos legais devem estabelecer os padrões técnicos para que os alimentos oferecidos à população estejam dentro de condições higiênico-sanitárias adequadas, cabendo aos produtores e comerciantes de alimentos o cumprimento das normas regulamentadoras.

O estudo mostrou que as informações apresentadas nos rótulos não possuem bom nível de entendimento pelos consumidores. Além disso, verificou-se baixo grau de confiabilidade em relação aos dados veiculados na rotulagem dos alimentos. Os rótulos devem ser fidedignos, legíveis e acessíveis a todos os consumidores, para atender a sua finalidade.

O consumidor deve ser instruído para que ele próprio possa exercer vigilância em suas aquisições e consumo, possibilitando que os indivíduos tenham autonomia na seleção de alimentos com melhor valor nutricional. Não basta que o governo estabeleça legislação que exige das indústrias uma informação mais detalhada da composição nutricional dos alimentos, se boa parcela dos consumidores ainda não consegue interpretar os dados básicos.

É fundamental a realização de políticas públicas na área de educação e comunicação, através de ações para leitura e entendimento das informações nutricionais. Nessa atividade, destaca-se o papel do nutricionista como educador, promotor e mantenedor da saúde, mediante ações diretas ou indiretas de segurança alimentar.

De acordo com os objetivos inicialmente propostos e analisados, acredita-se que os mesmos foram alcançados com o presente trabalho. Embora o estudo se limite a apenas um ponto de venda, com um público

reduzido, devido ao curto prazo para execução da coleta de dados, os resultados apontam os direcionamentos para as pesquisas e atividades posteriores.

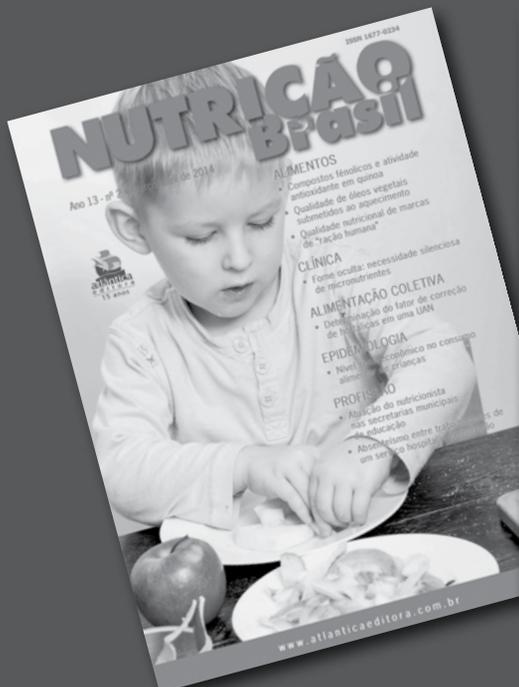
Referências

1. Marchioni DML, Zacarelli EM. Transição Nutricional. *Hig Aliment* 2002;12(105):32-40.
2. Philippi ST. Guia Alimentar para o ano 2000. In: De Angelis RC, ed. *Fome oculta – bases fisiológicas para reduzir seus riscos através da alimentação saudável*. São Paulo: Atheneu; 2000.
3. IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2002-2003. [citado 2010 jun 5]. Brasília/DF: Comunicação Social; 2004. Disponível em URL: <http://www.ibge.gov.br>.
4. Carvalho CMRG et al. Consumo alimentar de adolescentes matriculados em um colégio particular de Teresina, Piauí, Brasil. *Rev Nutr* 2001;14(2):85-93.
5. Philippi ST, Teixeira ACC, Lefèvre F, Toassa EC, Chermont C, Leal, GVS. Rótulos dos alimentos: como as pessoas entendem a informação nutricional? *Nutrição em Pauta* 2010L1):49-53.
6. Almeida FFB. Rotulagem de alimentos. 2004. 80f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia de Alimentos). Goiânia: Universidade Católica de Goiás; 2004. [citado 2010 jun 3]. Disponível em URL: <http://www.ucg.br>.
7. Nascimento CS. Validação de um instrumento de avaliação da compreensão da rotulagem nutricional pelo consumidor. [Monografia] (Especialista em Qualidade de Alimentos). Brasília: Universidade de Brasília, Distrito Federal; 2004. [citado 2010 jun 5]. Disponível em URL: <http://bdm.bce.unb.br>.
8. Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Portaria nº 371, de 04 de setembro de 1997. Aprova o Regulamento Técnico para Rotulagem de Alimentos Embalados. *Diário Oficial da União, Brasília, DF, 8 de setembro de 1997*. [citado 2010 jun 12]. Disponível em URL: <http://extranet.agricultura.gov.br>.
9. Machado SS et al. Comportamento dos consumidores com relação à leitura de rótulos de produtos alimentícios. *Alimentação e Nutrição* 2006;17(1):97-103.
10. Nascimento SP. Rotulagem nutricional. *Hig Aliment* 2001;15(83):75-81.
11. Pipitone MAP. Educação para o consumo de alimentos. *Hig Aliment* 2005;19(132):18-23.
12. Albino E, Guerra NB. Alimentos para fins especiais: evolução sobre rotulagem. *Hig Aliment* 2001;15(85):65-70.
13. Casseiro IA, Colauto NB, Linde GA. Rotulagem nutricional: quem lê e por quê? *Arquivos Ciência e Saúde Unipar* 2006;10(1):9-16.
14. Lunelli AC et al. Morbidades em idosos e sua relação com o hábito de leitura da rotulagem de alimentos. *Revista de Iniciação Científica UNESC* 2006;4(1):179-87.
15. Felipe MR et al. Rotulagem de alimentos: o comportamento do consumidor usuário de supermercados do balneário Camboriú/SC. *Hig Aliment* 2003;17(111):49-59.

16. Silva MZT da. Influência da rotulagem nutricional sobre o consumidor. 2003. 69 f. [Dissertação]. Recife: Universidade Federal Pernambuco; 2003. [citado 2010 jun 2]. Disponível em URL: <http://biblioteca.universia.net.
17. Levy et al. apud Felipe MR. et al. Rotulagem de alimentos: o comportamento do consumidor usuário de supermercados do balneário Camboriú/SC. Hig Aliment Hig Aliment 2003;17(111):49-59..
18. Câmara MCC et al. A produção acadêmica sobre rotulagem de alimentos no Brasil. Revista Panamericana Salud Publica 2008;23(1):52-8, 2008.
19. Monteiro RA, Coutinho JG, Recine E. Consulta aos rótulos de alimentos e bebidas por frequentadores de supermercados em Brasília, Brasil. Revista Panamericana Salud Publica 2005;18(3):172-7.
20. Marins BR, Jacob SC, Peres F. Avaliação qualitativa do hábito de leitura e entendimento: recepção das informações de produtos alimentícios. Ciênc Tecnol Aliment 2008;28(3):579-85.

NUTRIÇÃO Brasil

Anuncie!



Tel: (11) 3361-5595 | anuncie@atlanticaeditora.com.br