



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA – MEC
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PRPPG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ALIMENTOS E NUTRIÇÃO- PPGAN

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**ROTULAGEM DE ALIMENTOS INFANTIS E IMPACTO DAS
DESIGNAÇÕES FRONTAIS NA DECISÃO DE COMPRA PELOS PAIS**

DAYANE DAYSE DE MELO COSTA

TERESINA-PI
2024

DAYANE DAYSE DE MELO COSTA

**ROTULAGEM DE ALIMENTOS INFANTIS E IMPACTO DAS
DESIGNAÇÕES FRONTAIS NA DECISÃO DE COMPRA PELOS PAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Alimentos e Nutrição da Universidade Federal do Piauí, como requisito parcial para obtenção de título de mestre.

Orientadora: Prof.^a Titular Dr.^a Regilda Saraiva dos Reis Moreira-Araújo.

Área: Alimentos Funcionais e Desenvolvimento de Produtos.

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À
VERSÃO FINAL DA DISSERTAÇÃO
DEFENDIDA PELA ALUNA DAYANE DAYSE
DE MELO COSTA E PELA ORIENTADA
PROF.^a DR.^a REGILDA SARAIVA DOS REIS
MOREIRA-ARAÚJO.

Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Setorial do CCS
Divisão de Representação da Informação

C837r Costa, Dayane Dayse de Melo.
Rotulagem de alimentos infantis e impacto das designações
frontais na decisão de compra pelos pais / Dayane Dayse de
Melo Costa. -- Teresina, 2024.
84 f. : il.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí,
Programa de Pós-Graduação em Alimentos e Nutrição, 2024.
“Orientadora: Prof.^a Titular Dr.^a Regilda Saraiva dos Reis
Moreira-Araújo”

1. Alimentos - *Marketing*. 2. Alegações Nutricionais. 3.
Alimentos - Rotulagem. 4. Poder de Compra dos Pais. I.
Moreira-Araújo, Regilda Saraiva dos Reis. II. Título.

CDD 658.8

Elaborada por Fabiola Nunes Brasilino CRB 3/ 1014

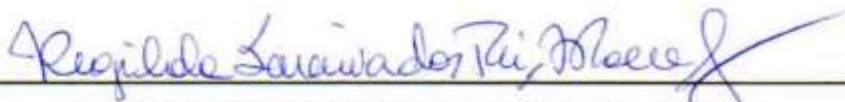
DAYANE DAYSE DE MELO COSTA

**ROTULAGEM DE ALIMENTOS INFANTIS E IMPACTO DAS
DESIGNAÇÕES FRONTAIS NA DECISÃO DE COMPRA
PELOS PAIS**

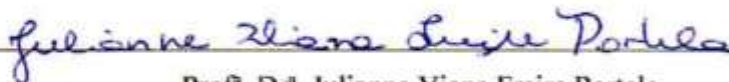
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Alimentos e Nutrição da Universidade Federal do Piauí, como requisito parcial para obtenção de título de mestre.

Aprovado em: 05/03/2024

Banca Examinadora:



Prof^ª. Titular Dr^ª. Regilda Saraiva dos Reis Moreira-Araújo
Presidente



Prof^ª. Dr^ª. Julianne Viana Freire Portela
1^ª Examinadora



Prof^ª. Dr^ª. Maria Lícia Lopes Morais Araújo
2^ª Examinadora

Dedico aos meus pais Célia e Marivaldo, minhas irmãs Samara e Gleiciane, meu namorado Ezequiel e meu sobrinho Lucca Adriel, que tanto amo. Obrigada por sempre me incentivarem a buscar os meus sonhos e por todo apoio. Vocês são minha força!

AGRADECIMENTOS

A Deus que por toda minha caminhada iluminou os meus passos, me proporcionou saúde e forças para superar as adversidades ao longo do caminho, me dando sabedoria e discernimento. Aos meus pais, Almira Célia de Melo Costa e Marivaldo da Costa, minhas irmãs Gleiciane de Melo Costa e Samara Gleice de Melo Costa, meu namorado Francisco Ezequiel dos Santos Vieira e o meu sobrinho amado Lucca Adriel de Melo Vieira que é como um filho, por serem o meu suporte em todo o processo e por jamais soltarem a minha mão, vocês são o meu alicerce, agradeço muito a Deus por ter me presenteado com vocês. Muito obrigada por todo carinho e amor, por não medirem esforços para que meu sonho fosse concretizado e por me aturarem durante e a cada momento, seja triste ou alegre.

A minha orientadora professora Dra. Regilda Saraiva dos Reis Moreira-Araújo, por ter aceitado me orientar, pela paciência, por me ajudar a crescer na pesquisa, por todas as considerações realizadas ao longo do projeto, pelas orientações e incentivos que tornaram possíveis a conclusão desta dissertação. Levarei todos os seus ensinamentos por toda minha vida.

Ao meu grupo de amigos, que no decorrer dessa caminhada fomos o apoio um dos outros, a amizade de vocês fez toda diferença e será levada por toda a minha vida. Meu muito obrigada! Me apego muito a um versículo bíblico que diz assim: “Sabemos que todas coisas cooperam para o bem daqueles que amam a Deus, daqueles que são chamados segundo o seu propósito (Romanos 8:28)”. Todas as coisas que acontecem servem para o nosso crescimento e aprendizado.

*“Em primeiro lugar vem a
dedicação, depois a habilidade.”
(Leonardo Da Vinci)*

RESUMO

COSTA, Dayane Dayse de Melo. **ROTULAGEM DE ALIMENTOS INFANTIS E IMPACTO DAS DESIGNAÇÕES FRONTAIS NA DECISÃO DE COMPRA PELOS PAIS**. 2024. 85 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Alimentos e Nutrição, Universidade Federal do Piauí, Teresina-PI.

A interpretação dos dados contidos nos rótulos dos alimentos é um passo importante por influenciar o poder de compra e refletir na saúde individual e coletiva. Poucos são os estudos que investigam sobre a tomada de decisão na aquisição de alimentos infantis pelos pais e ou responsáveis. Desta forma, visou-se analisar os rótulos de alimentos infantis e o impacto das alegações frontais no poder de decisão de compra. O projeto foi aprovado pelo comitê de Ética da UFPI sobre parecer nº 6.101.451. A pesquisa é um recorte do projeto intitulado “Criação de um Banco Brasileiro de Rótulos de Alimentos”, coordenado por docentes da UNIFESP e, localmente, pela orientadora deste subprojeto. Os dados foram coletados em supermercados de grande porte de Teresina no segundo semestre de 2023. As informações dos rótulos foram coletadas por meio da Plataforma *Otus Solutions*, já as informações referentes a obtenção de dados descritivos dos consumidores foram realizadas por meio de aplicação de questionário validado. Foram aplicados 329 questionários com pais que faziam compras no supermercado. Em relação aos rótulos, foram analisados 179 rótulos de alimentos destinados para crianças, subdivididos em 9 grupos (salgadinhos, preparados sólidos para refresco, pó para preparo de bebidas, laticínios, cereais matinais, cereais para preparo de mingau, biscoitos, bebidas e achocolatado em pó). Dos rótulos analisados, observou-se que as alegações com maior frequência foram de vitaminas e minerais. Referente às alegações para ingredientes críticos, apenas dois rótulos estavam condizentes com a legislação. Com a aplicação do questionário, verificou-se que as informações mais procuradas pelos pais nos rótulos são: teor de açúcar (139), validade (105), quantidade de sódio (100), teor de gordura (72), ingredientes (45), calorias (42) e conservantes (41). Os alimentos que os consumidores costumavam verificar nos rótulos foram iogurte (165), biscoitos (158), leite (103), sucos de garrafa (45), achocolatados (37), cereais para preparo de mingaus (35) e suco de caixinha (31). Dentre os participantes, 62,0% (204) eram responsáveis pela aquisição de gêneros alimentícios para crianças e faziam a leitura do rótulo frontal no ato da compra e 62,9% (207) dos pais, considera o rótulo importante e confia nas informações expostas. A maioria da população estudada afirmou que já fez compras de produtos por conter alegações frontais 55,6% (183) e 83,3% (274) dos participantes relataram que as alegações interferem nas suas escolhas no ato da compra. Ainda, 72,3% (238) dos pais respondeu que deixou de adquirir algum produto por conter alegações no rótulo frontal. A literatura corrobora com os resultados obtidos no presente estudo, afirmando que alegações frontais presentes em rótulos exercem poder de compra de alimentos. Concluiu-se que as alegações frontais presentes nos rótulos de alimentos destinados ao público infantil interferem na decisão de compra dos pais, independentemente se for uma alegação que contenha informações favoráveis ou desfavoráveis. Das alegações de ingredientes críticos, o maior percentual dos rótulos não estava condizente com a legislação para alimentos embalados, sendo justificável pelo aumento do prazo para adequação dos rótulos.

Palavras-chaves: Alegações Nutricionais; Rotulagem; Poder de Compra dos Pais; *Marketing*.

ABSTRACT

COSTA, Dayane Dayse de Melo. **CHILDREN'S FOOD LABELING AND THE IMPACT OF FRONT DESIGNATIONS ON PARENTS' PURCHASING DECISIONS.** 2024. 85 p. Dissertation (Master degree) - Postgraduate Program in Food and Nutrition, Federal University of Piauí, Teresina-PI.

Interpreting the data contained on food labels is an important step as it influences purchasing power and reflects on individual and collective health. Few studies have investigated decision-making in the purchase of children's food by parents and/or guardians. The aim was therefore to analyze children's food labels and the impact of front-of-package claims on purchasing decisions. The project was approved by UFPI's Ethics Committee under opinion no. 6.101.451. The research is part of the project entitled "Creation of a Brazilian Food Label Database", coordinated by professors from UNIFESP and, locally, by the supervisor of this sub-project. The data was collected in large supermarkets in Teresina in the second half of 2023. The information on the labels was collected using the Otus Solutions Platform, while the information on obtaining descriptive data from consumers was collected using a validated questionnaire. A total of 329 questionnaires were administered to parents shopping at the supermarket. With regard to labels, 179 food labels for children were analyzed, subdivided into 9 groups (snacks, solid preparations for soft drinks, powder for preparing drinks, dairy products, breakfast cereals, cereals for preparing porridge, cookies, drinks and chocolate powder). Of the labels analyzed, the most frequent claims were for vitamins and minerals. With regard to claims for critical ingredients, only two labels complied with the legislation. The questionnaire showed that the information most sought after by parents on labels is: sugar content (139), shelf life (105), sodium content (100), fat content (72), ingredients (45), calories (42) and preservatives (41). The foods that consumers usually checked the labels for were yogurt (165), cookies (158), milk (103), bottled juices (45), chocolate milk (37), cereals for making porridge (35) and boxed juice (31). Among the participants, 62.0% (204) were responsible for buying food for children and read the front label at the time of purchase and 62.9% (207) of the parents consider the label to be important and trust the information on it. The majority of the population studied said that they had already bought products because they contained front-of-pack claims 55.6% (183) and 83.3% (274) of the participants reported that the claims interfered with their choices at the time of purchase. In addition, 72.3% (238) of parents answered that they had stopped buying a product because it contained claims on the front label. The literature corroborates the results obtained in this study, stating that front-of-label claims exert purchasing power over food. It was concluded that front-of-package claims on food labels aimed at children interfere with parents' purchasing decisions, regardless of whether the claim contains favorable or unfavorable information. Of the critical ingredient claims, the highest percentage of labels did not comply with the legislation for packaged foods, which can be justified by the increase in the deadline for adapting labels.

Keywords: Nutritional Claims; Lettering; Parental Purchasing Power; *Marketing*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Frequência das alegações frontais nos nove grupos de alimentos infantis.....	26
Figura 2 - Alegações nutricionais mais frequentes em rótulos de alimentos infantis.....	27
Figura 3 - Alegação de zinco em salgadinhos.....	30
Figura 4 - Alegação de vitamina C em preparados sólidos para refresco.....	30
Figura 5 - Alegação de cálcio em pó para preparo de bebidas.....	30
Figura 6 - Alegação de vitamina D em laticínios.....	30
Figura 7 - Alegação de ferro e vitamina B6 em cereais matinais.....	30
Figura 8 - Alegação de ferro, vitaminas B6 e C em cereais para preparo de mingaus.....	30
Figura 9 - Alegação de vitamina B1 em biscoitos.....	31
Figura 10 - Alegação de vitamina C em bebidas.....	31
Figura 11 - Alegação de vitaminas D e B6 em achocolatado em pó.....	31
Figura 12 - Lupa com alegação de alto em açúcares adicionados em biscoito recheado.....	32
Figura 13 - Lupa com alegação de alto em açúcares adicionados em cereal matinal.....	32
Figura 14 - Pais casados e solteiros segundo o sexo.....	35
Figura 15 - Número de filhos segundo o intervalo de idade.....	36
Figura 16 - Entendimento dos pais frente aos rótulos.....	38
Figura 17 - Respostas quanto a compra de produtos contendo alegação no rótulo frontal.....	40
Figura 18 - Frequência de verificação do rótulo frontal.....	41
Figura 19 - Alegação frontal e interferência nas escolhas dos pais.....	42
Figura 20 - Alegação frontal e interferência na aquisição de alimentos.....	43
Figura 21 - Meios utilizados pelos pais para pesquisar sobre rótulos.....	44
Figura 22 - Dificuldades dos participantes na leitura dos rótulos.....	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição dos pais por sexo e faixas etárias.....	35
Tabela 2 - Distribuição de renda dos pais por escolaridade.....	36
Tabela 3 - Correlação dos pais responsáveis pelas compras e leitura do rótulo frontal.....	37
Tabela 4 - Importância da rotulagem em relação a confiança nas informações do rótulo.....	38

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

OMS	Organização Mundial da Saúde
FAO	<i>Food and Agriculture Organization</i> (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura)
UNICEF	Fundo de Emergência Internacional das Nações Unidas para a infância
IDEC	Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
RDC	Resolução Diretoria Colegiada
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
WHO	<i>World Health Organization</i> (Organização Mundial da Saúde)
PNAN	Política Nacional de Alimentação e Nutrição
WCRFI	<i>World Cancer Research Fund Internacional</i> (World Cancer Research Fund Internacional)
IN	Instituição Normativa
UNIFESP	Universidade Federal de São Paulo
UFPI	Universidade Federal do Piauí
Nº	Número
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

LISTA DE SÍMBOLOS

C	ácido ascórbico
B12	cobalamina
B6	piridoxina
D	calciferol
A	retinol
B3	ácido nicotínico
%	porcentagem
B1	tiamina
\geq	maior ou igual que
$>$	maior
$<$	menor
$=$	igual

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 OBJETIVOS	15
2.1 Geral	15
2.2 Específicos	15
3 REVISÃO DE LITERATURA	16
3.1 Alimentos infantis	16
3.2 Rotulagem de alimentos	17
3.3 Alegações presentes nos rótulos	19
3.4 Impacto das alegações nos rótulos sobre a decisão de compra	20
4 METODOLOGIA	23
4.1 Tipo, local e período do estudo	23
4.2 Aplicação do instrumento de coleta de dados	23
4.2.1 Obtenção de informação dos dados dos rótulos de alimentos infantis.....	23
4.2.2 Obtenção do conhecimento dos consumidores (pais) frente aos rótulos de alimentos destinados às crianças.....	24
4.3 Aspectos éticos	24
4.4 Análise estatística	25
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	26
5.1 Grupos de alimentos infantis, alegações presentes nos rótulos frontais e adequação frente a legislação brasileira vigente	26
5.2 Descrição do público participante no processo de aplicação dos questionários	34
5.3 Impacto das alegações nos rótulos sobre o público alvo	39
5.4 Poder de decisão (<i>marketing</i>)	44
6 CONCLUSÕES	49
7 SUGESTÕES	50
REFERÊNCIAS	51
APÊNDICES	67
ANEXOS	83

1 INTRODUÇÃO

O *Codex Alimentarius*, criado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), *Food and Agriculture Organization* (FAO) e a Resolução 727 de 2022, definem que rotulagem de alimentos como qualquer legenda, etiquetas, marcação ou descrições gravadas, grafada ou impressa e ilustração que esteja fixada na embalagem de alimentos (Brasil, 2022; OMS/FAO, 2007).

O rótulo tem como características aspectos físicos: dimensão, cor, forma, textura, contraste, entre outros. Tanto esses aspectos como a intimidade que o indivíduo tem com o rótulo, são componentes decisivos que prende a atenção do consumidor aos produtos alimentícios (Bialkova; Trijp, 2010).

Logo, os rótulos de alimentos devem informar claramente e precisamente em relação a teor de nutrientes, assim possibilitando ao consumidor tomadas de decisões racionais e corretas (Ikonen *et al.*, 2020). A associação do conhecimento nutricional e dos rótulos fazem parte dos fatores que influenciam a interpretação e aceitação da comunicação que um rótulo quer transmitir (Taillie *et al.*, 2020), informar e orienta a população, desse modo, interfere na decisão no momento da aquisição (Nancarrow; Wright; Abrace, 1998).

Outros autores compartilham da mesma concepção, expõem que se trata de um instrumento que pode ser utilizado em políticas públicas, declaram que os rótulos alimentares são elos comunicativos entre a população consumidora e o produto, dando capacidade aos consumidores de decidirem conscientemente, ainda auxilia no processo de planejamento de uma alimentação adequada conforme o que prefere e de acordo com a atenção dada à saúde (Kye *et al.*, 2020; Pereira *et al.*, 2019; Ronnow, 2020).

O ato de decidir comprar um produto é realizado pelo consumidor muito rápido, esse ato pode ser realizado em segundos (Milosavljevic; Koch; Rangel, 2011). Uma das estratégias utilizadas para que o produto chame a atenção do consumidor, são alegações presentes nos rótulos dos alimentos, as quais por consequência atraem a atenção para o artigo (Hawkes, 2010).

Essas alegações não devem chamar só a atenção, mas também propiciar compreensão rápida, precisa, dando sinais para decisões subsequentes (Van Loo *et al.*, 2018). Os avisos na frente dos rótulos são o combustível para escolha do produto pelo consumidor (Taillie *et al.*, 2020). No estudo de Khandpur *et al.* (2018), que comparam os avisos dos rótulos, constatou-se que nos rótulos que apresentavam alegações de nutrientes eram mais visualizados pelos pais. Em outro estudo com rastreamento ocular observou-se que metade dos voluntários prendiam a atenção em avisos nutricionais ao verificar embalagens de alimentos (Machín *et al.*, 2019).

Chien *et al.* (2018), apontam que as alegações de saúde e nutrição podem enganar, e é necessário que os pais que adquirem os alimentos tenham facilidade em entender a informação nutricional alegadas nos rótulos, para que tenham capacidade de diferenciar entre as alegações corretas e falsas. Corroborando com o mesmo enfoque Harris *et al.* (2011), revelaram que alegações nutricionais feitas em cereais com altos teores de açúcares persuadiram os pais a confiarem que os produtos tinham qualidade em nutrientes levando-os à aquisição.

Em outro estudo, Munsell *et al.* (2016) constataram que os pais davam preferências para alimentos que tinham alegações como “baixa caloria”, “natural”, “vitamina C” e antioxidantes, ao comprarem bebidas que tinham a adição de açúcares para seus filhos, mesmo sabendo que essas bebidas apresentam baixo valor nutricional. Segundo Harris, Lodolce e Schwartz (2014), são usadas técnicas de *marketing* com inclusão do uso de alegações nutricionais em alimentos não saudáveis, resultando na compreensão dos pais que o alimento é mais nutritivo do que os alimentos que não apresentam essa alegação.

Diante disso é importante conhecer os rótulos de alimentos, visto que, o conhecimento é um benefício para a saúde do indivíduo conhecedor bem como para o coletivo, assim, torna-se essencial que os dados presentes nos rótulos sejam bem interpretados pelo consumidor (Bueno *et al.*, 2022). Se faz necessário mais estudos que investiguem sobre as decisões dos pais ao comprarem alimentos infantis com alegações de nutrientes. Desta forma, o presente estudo tem como objetivo analisar os rótulos alimentares infantis e se as alegações contidas na frente do rótulo têm impacto sobre as decisões de compras pelos pais.

2 OBJETIVOS

2.1 Geral

- Avaliar a rotulagem de alimentos infantis e o impacto das designações frontais na decisão de compra pelos pais.

2.2 Específicos

- Identificar os tipos de alimentos infantis comercializados em supermercados;
- Analisar os rótulos dos alimentos frente ao regulatório brasileiro para rotulagem de alimentos;
- Verificar se as alegações frontais presentes nos rótulos de alimentos infantis têm influência no poder de compra dos pais.

3 REVISÃO DE LITERATURA

3.1 Alimentos infantis

Os insumos comercializados para o público infantil apresentam apelos visíveis e têm como características cores vivas, exibem personagens/mascotes, brindes, promoções, celebridades e imagens de crianças, entre outras (Elliott, 2008; Giménez *et al.*, 2017). Essas estratégias têm a intenção de deixá-los mais atrativos, promovendo a compra. Esses alimentos são ultraprocessados e trazem em seu rótulo frontal apelos nutricionais como, “rico em fibras”, “cereal integral” e “vitaminas e minerais”, além disso, apresentam outras táticas sugerindo que o alimento tem benefícios e tem valor sensorial (Elliott, 2008).

As alegações em rótulos podem ser tidas como nocivas e devem ser tratadas com cuidado, ainda mais para alimentos ofertados às crianças (OMS, 2017), redobrando a atenção quando são ultraprocessados (Brasil, 2014).

Além do mais, são empregadas alegações de saúde a respeito da composição ou isenção nutrientes (exemplo: sem gordura *trans*), fazendo referência ao gosto ou energia. Ademais, o Fundo de Emergência Internacional das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) e o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor o (IDEC) relataram que ainda é presente componentes abusivos nas embalagens dirigidas as crianças, os rótulos mais abusivos foram de alimentos e bebidas não saudáveis e estão expostos nas prateleiras dos estabelecimentos por todo território nacional (IDECAN; UNICEF, 2019).

Segundo o Guia Alimentar Para as Crianças Brasileiras Menores de 2 anos, os alimentos industrializados vendidos nos supermercados apresentam rótulos chamativas com personagens que são habituais ao público infantil. Devido esse fato, esses produtos são mais adquiridos, todavia são considerados onerosos e devem ser evitados. O Guia ainda traz alguns alimentos que não devem ser consumidos, são estes os ultraprocessados. A classe de alimentos supracitada é considerada, de forma equivocada, como saudável e o mais preocupante é que estão inseridos com frequência na alimentação das crianças (Brasil, 2019).

Outrossim, são classificados em alimentos muito açucarados (achocolatado, bebidas açucaradas e gaseificadas, cereais matinais açucarados, farinhas de cereais instantâneas com açúcar, gelatina em pó com sabor, geleia de mocotó industrializada, guloseimas, iogurte com sabores e tipo *petit suisse* e leites fermentados); e alimentos que contêm muito açúcar, sal e/ou gordura (biscoitos e bolachas doces e salgados simples, bolinhos industrializados, batatinhas de pacote, empanado de frango tipo *nugget*, macarrão instantâneo, pão de forma, bisnaguinha e

pão de queijo pronto para assar, salgadinhos de pacote, salsicha e sorvete industrializado) (Brasil, 2019).

O IDECAN e o UNICEF (2019) realizaram uma pesquisa unificada com crianças de 7 a 12 anos, por meio de questionário. Neste, foram verificados os aspectos da aparência das embalagens de alimentos ultraprocessados (bebidas e alimentos) e qual seria a associação que o público alvo teria frente a esses alimentos. Segundo os participantes os mais atraentes são, produtos em evidência (biscoitos e bolinhos recheados, entre outros); cores intensas (cores ligadas ao sabor, nome do alimento colorido, entre outros); quando se tem conhecimento sobre o sabor (chocolate, morango, entre outros); muitas informações sobre aspectos do alimento (calda escorrendo, gotas de chocolate, entre outras); exposição de personagens (atrelados a marca ou eventual); brindes e promoções (adesivos, entre outros); produção do produto (expressar que o salgadinho é assado e produzido a partir do milho). A pesquisa concluiu que quanto mais atrativa for o rótulo mais chama a atenção das crianças.

Fiates, Amboni e Teixeira (2008) evidenciaram que os produtos classificados como açucarados foram a segunda opção de produtos comprados por crianças que recebiam mesada. Já o estudo realizado por Henriques *et al.* (2012) expôs 73% do público infantil de 6 a 11 anos usavam mais o dinheiro com guloseimas, salgadinhos, sorvetes e bebidas. Brasil (2013b) apresenta que o público infantil na faixa etária de 5 a 10 anos afirmam ingerir balas, biscoitos recheados e outros doces entre 5 e 7 vezes durante a semana. Em outro estudo promovido por Henriques (2010) foi verificado que crianças de 3 a 11 anos consomem algumas vezes por semana: bolachas, refrigerantes e salgadinho. Ainda, no estudo de Souza e Révillion (2012) apresentaram que os biscoitos e bolachas são os alimentos que são mais suscetíveis as crianças, na sequencias, os refrigerantes, salgadinhos, achocolatados, balas/chocolates, iogurtes, macarrão instantâneo, cereais e sorvetes.

3.2 Rotulagem de alimentos

Rótulos são informações presentes em embalagens de produtos (Brasil, 1986). No Código de Proteção ao Consumidor brasileiro, a rotulagem de alimentos está prevista, garantindo ao consumidor o direito de ter informações que sejam úteis e confiáveis (Lobanco *et al.*, 2009). No Manual de Orientação aos consumidores produzido pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), os rótulos possuem ligação direta entre consumidores e produto, desta forma, as especificidades integradas no rótulo devem ser objetivas com o intuito das escolhas alimentares sejam a mais apropriada (Brasil, 2005).

Silva (2016), Cowburn e Stockley (2005) dissertaram que a rotulagem tem como objetivo auxiliar a transformar a escolha alimentar com maior compatibilidade com opções mais saudáveis, em virtude de oferecer informações sobre o teor nutritivo dos alimentos a população consumidora. Machado *et al.* (2006), fundamentaram que a rotulagem de alimentos serve para quem produz se comunicar com quem consome, desse modo, a natureza das informações expostas devem ser fidedignas dando auxílio e orientando para a formação de dieta e melhorar a saúde.

O rótulo é importante, pois possibilita ao indivíduo realizar escolhas alimentares mais adequadas. As informações contidas na rotulagem atraem a atenção do consumidor por situações como auxiliar em uma alimentação saudável, deixar o consumidor livre para analisar os rótulos e escolher o melhor, além de atenuar o tempo em busca de informações (Grunert; Wills; Fernández-Celemín, 2010). Albert (2010) afirmou que ao inserir uma rotulagem em um alimento é considerado como uma maneira de proteger o indivíduo, como também um instrumento de políticas públicas motivando o câmbio na conduta do consumidor.

A rotulagem alimentar, em especial a nutricional, é capaz de incitar e auxiliar para a elevação do senso crítico dos consumidores ao escolherem alimentos de forma mais lúcida e tranquila, visto que simboliza um meio para comunicar o consumidor no que se refere aos componentes nutritivos dos alimentos (Pereira *et al.*, 2017; WHO, 2013).

No que se refere às políticas públicas, a Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN) afirma que a rotulagem nutricional dos alimentos estabelece uma ferramenta centrada em aperfeiçoar o direito à informação. Conforme a política, acessar o conhecimento inspira a habilidade de examinar do consumidor, as informações expostas devem ser confiáveis, visto que, ajudam na escolha do alimento. Mesmo com normas bem estabelecidas no tocante a rotulagem obrigatória, ainda são visíveis informações técnicas e de publicidade exorbitantes, essas informações podem induzir o consumidor a interpretar equivocadamente e que devem ser aprimoradas para que seja mais compreendida (Brasil, 2013a).

A RDC N° 429/2020 determina que é obrigatória a rotulagem nutricional frontal dos alimentos embalados na ausência do consumidor. Assim, a resolução apresenta que as declarações devem ser de forma padrão e simples, expressando o alto teor de nutrientes específicos no painel principal do rótulo (Brasil, 2020a). Inúmeros autores alegam que as rotulagens frontais complementam o declarado nas informações nutricionais, por intermédio de distintas abordagens relacionadas com nutrientes e repercutem nas escolhas de alimentos saudáveis pelo cidadão. Essas alegações podem ser obrigatórias a depender do país que o alimento é comercializado (Emrich; Arcand; Lábbé, 2012; Hawley *et al.*, 2013; Informas, 2017; Lima *et al.*, 2019a; Spinillo, 2019; WCRFI, 2019).

Rótulos frontais são classificados quanto: a apresentação - grafia das embalagens, como forma, cor, dimensão e localização; tipo de mensagem - contraindicados, recomendados e podem ser combinados com as duas informações e foco nos nutrientes - nutrientes críticos com risco à saúde (sódio, açúcar, gordura saturada) e nutrientes positivos à saúde (Brasil, 2020a; Bend; Lissner, 2019; Kanter; Vanderlee; Vandevijvere, 2018).

Cavada *et al.* (2012), externaram que o determinante central para que o indivíduo tenha saúde é o alimento, o resultado bom ou ruim será advindo das informações percebidas pelos indivíduos. Por esse motivo, os pesquisadores recomendam que sejam realizadas intervenções em educação nutricional, para que a população saiba como interpretar os rótulos, desta forma, levando-os a escolherem alimentos que sejam realmente saudáveis.

3.3 Alegações presentes nos rótulos

No que se refere às alegações nutricionais exposta no rótulo, o Artigo 24 da RDC Nº 429/2020, declara que são obrigatórias nos rótulos dos alimentos embalados na ausência do consumidor. A Instrução Normativa (IN) Nº 75/2020, autoriza alguns termos que podem ser utilizados no rótulo: “baixo”, “muito baixo”, “não contém”, “sem adição de”, “alto conteúdo”, “fonte”, “reduzido” e “aumentado” (Brasil, 2020b).

Ainda, a IN 75/2020 refere que devem ser adotados critérios de composição e de rotulagem para atender as declarações de alegações nutricionais dos alimentos que apresentarem valor energético, açúcares, lactose, gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras trans, colesterol, sódio, sal, ácidos graxos ômega 3, ácidos graxos ômega 6, ácidos graxos ômega 9, proteínas, fibras alimentares e vitaminas e minerais, cada classe apresentando suas especificidades (Brasil, 2020b).

Os objetivos para a saúde pública podem ser obtidos através da informação nutricional e da alegação que um determinado produto apresente, pois facilitam no alcance de uma vida mais saudável. Quando os alimentos são listados é uma maneira de apresentar provas usadas para quaisquer possíveis alegações (presença, ausência ou nível dos nutrientes) inseridas no rótulo, e também é uma forma de incentivar os produtores de alimentos no aprimoramento de propriedades nutricionais de seus produtos (Brasil, 2006; Grunert; Wills, 2007; Grunert; Wills; Fernández-Celemín, 2010; Pardal, 2017).

As alegações em saúde são recursos que ofertam conhecimento do alimento para cidadão, dentre esses conhecimentos estão inclusos as vantagens e desvantagens que o produto pode oferecer. Ainda é mencionado que as alegações são usadas pelo *marketing* como preciosa

estratégia, já que são elementos que diferem um item de outro, e são mais visualizadas nas embalagens que outros componentes como a informação nutricional (Brasil, 2006; Pardal, 2017).

Conforme os autores Cannoosamy, Pugo-Gunsam e Jeewon (2014), como a rotulagem é uma ferramenta que oferece informações, tem o poder de induzir como o indivíduo se comporta frente as compras, em razão de conceder um olhar de julgador determinado se um alimento é saudável, permitindo que o indivíduo escolha conscientemente.

No que tange aos comportamentos reais, em geral os avisos de nutrientes proporcionam compras mais saudáveis e melhorias na saúde (Lima *et al.*, 2019b). Machín *et al.* (2019) externaram que os avisos na frente do rótulo fizeram com que os participantes da pesquisa reduzissem as suas escolhas alimentares. Na mesma linha, Acton *et al.* (2019), afirmou que os avisos de nutrientes críticos em bebidas e lanches também reduziu a compra. Viana (2002), refere que para escolher uma alimentação mais salubre depende de fatores como a informação sobre um determinado produto e o acesso que o consumidor tem a essas informações.

Em um estudo randomizado, duplo cego, placebo, de grupos paralelos em indivíduos residentes na Austrália, foi realizada uma pesquisa através de aplicativo (smartphone), onde os pesquisadores não tiveram contato com os participantes. A amostra foi composta por 1.578 indivíduos em maioria do sexo feminino (83,8%). Constatou-se que o perfil nutricional geral das compras melhorou, visto que, os voluntários não compravam alimentos que apresentavam alegações como o teor de açúcares acima do permitido de 10g/100g para alimentos sólidos e 7,5g /100mL de alimentos líquidos) (Neal *et al.*, 2017).

É necessário que seja criado políticas públicas adicionais que realizem imposições e que essas imposições sejam cumpridas por parte dos produtores, principalmente quando se fala de alegações frontais em alimentos industrializados. Deve-se reconhecer que a adequada exibição das alegações nos rótulos permite que o consumidor tenha uma notável melhora na dieta e por consequência essa melhora pode vir a prevenir o surgimento de doenças (Gelvanovska; Rogy; Rossotto, 2013).

3.4 Impacto das alegações nos rótulos sobre a decisão de compra

Para atrair a atenção dos responsáveis, uma estratégia utilizada pela indústria é trazer mensagens, que podem ser enganosas, para influenciar as escolhas alimentares. Mensagens que indicam adição de fibras, vitaminas e minerais costumam atrair a atenção de adultos e crianças, induzindo-os, muitas vezes, a pensar que o alimento é saudável (Brasil, 2019).

Instruindo corretamente favorece a maior consciência no ato da escolha. No tocante ao consumidor, nota-se que são vulneráveis e essa vulnerabilidade estão interligadas a ausência de compreensão técnica, dado que o mesmo não tem participação no processo de fabricação, assim não tendo como avaliar qual o melhor produto a ser adquirido, deste modo, tornando a informação exposta nos rótulos de suma relevante (Pontes *et al.*, 2009). Os rótulos possibilitam escolher melhor o alimento, ou seja, atingem uma repercussão na decisão de compra (Furnival; Pinheiro, 2009; Machado *et al.*, 2008).

Nos estudos realizados por Goodman *et al.* (2018), Khandpur *et al.* (2018) e Khandpur *et al.* (2019) ao comparar uma embalagem controle sem rótulo a outra embalagem com alegações nutricionais, observou-se que os consumidores conseguiram identificar melhor os alimentos que apresentavam avisos nutricionais, e que os participantes classificaram os alimentos que continham alegações como saudáveis. Tarabella e Burchi (2012) revelaram que a população tende a adquirir alimentos que são considerados saudáveis.

Silva (2013) averiguou o que determinava a leitura dos rótulos alimentares de pães de forma, assim como se os consumidores liam os rótulos, também foi analisado o que é buscado ao lerem os rótulos. Foi aplicado questionário e realizado entrevista. No estudo resultou que o gênero feminino é mais habituado a ler os rótulos, sendo que um dos principais motivos está ligado a saúde e a qualidade do produto. Em outro viés Bendino, Popolim e Oliveira (2012), afirmaram que os consumidores tem uma certa dificuldade em entender as informações disponíveis no rótulo, assim como utilização dessas informações.

A busca por alimentos mais saudáveis está cada vez mais crescente (Santos; Tavares, 2011). Os consumidores não atem suas preocupações somente para a aparência do produto, também estão focando em que informações complementares são inerentes ao produto. Desta forma, demonstrando uma maior preocupação com a saúde advinda da alimentação (Din *et al.*, 2011). Partido do mesmo pressuposto Singla (2010) declara que os cidadãos estão mais conscientes e se preocupando mais com três fatores que se interligam, que são dieta, saúde e doença, assim requerendo informações mais detalhadas, com exatidão e confiáveis sobre os alimentos consumidos.

Giehl (2008) analisou a influência das informações de nutrientes que contêm nos rótulos e a pretensão de compra. Essa análise foi através de entrevistas e aplicação de questionário, foi concluído que é no momento da compra que são realizados os comportamentos referentes as informações contidas nos rótulos e o público considera que é importante para obter-se boas escolhas. Em outra pesquisa produzida por Cavada *et al.* (2012) que também utilizou questionários, analisando nos aspectos de hábitos de leitura dos rótulos, constataram que os

consumidores leem e são influenciados por tal.

O *marketing* utilizado nos rótulos influencia na aquisição dos alimentos e por consequência nos hábitos alimentares, mas o marketing também centra sua visão nas informações nutricionais e as alegações contidas no rótulo, no entanto nem sempre tem o objetivo de aumentar a qualidade no que se refere ao consumo alimentar (Colby *et al.*, 2010). Analisando com essa perspectiva Marins e Jacob (2015) evidenciaram que um percentual dos consumidores não confia no que está no rótulo, esse resultado se interliga ao pensamento que os rótulos são vistos como ferramentas para o marketing, não como instrumento no auxílio de educação alimentar

Em alguns estudos realizados com pais de bebês e crianças pequenas, os chefes de família adquiriram produtos levando em consideração as informações contidas no rótulo, com inclusão das alegações em saúde (Abrams; Evans; Duff, 2015; Maubach; Hoek; McCreanor, 2009). Em outra pesquisa, *online*, foi constatado que quando um alimento apresenta alegações de nutrientes não saudáveis induzem os pais a ter uma percepção que esse produto é mais saudável e os tornaram mais propensos a comprá-los (Dixon *et al.*, 2011).

No estudo realizado por Chien *et al.* (2018) com 940 mães que tinham pelo menos um filho com idade entre 4 meses e 3 anos e que faziam uso de cereais, foi obtido como resultado que, o uso comum de alegações nutricionais em alimentos para bebês e crianças levanta preocupações cruciais de saúde pública. Foi percebido pelo estudo que mães com pouco conhecimento principalmente no que se refere ao açúcar podem ter atitudes e expectativas imprecisas em relação às alegações nutricionais dos alimentos infantis e, assim, ter maior intenção de compra para alimentos com excesso de carboidratos.

4 METODOLOGIA

4.1 Tipo, local e período do estudo

Este é um estudo do tipo observacional transversal e descritivo, sendo um recorte do projeto temático intitulado “Criação de um Banco Brasileiro de Rótulos de Alimentos”, realizado em todo o Brasil, desenvolvido pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), coordenado por docentes da UNIFESP e localmente pela professora orientadora deste estudo.

Em Teresina, os dados foram coletados em dois supermercados de grande porte. Ao início do projeto os estabelecimentos foram previamente notificados através de carta de apresentação (**APÊNDICE A**) e ofício (**APÊNDICE B**). Os dados foram coletados de junho a outubro de 2023.

4.2 Aplicação do instrumento de coleta de dados

A presente pesquisa se dividiu em duas fases. No primeiro momento, foi realizado a coleta de dados por meio da Plataforma *Otus Solutions*. Foram coletadas informações referentes aos rótulos dos alimentos destinados às crianças comercializados em supermercados.

Já no segundo momento, para obtenção de dados descritivos dos consumidores (pais) foi aplicado um questionário adaptado (Silva *et al.*, 2019 e Souza *et al.*, 2011) (**ANEXO A** e **ANEXO B**), contendo questões objetivas e subjetivas cuja finalidade foi obter informações socioeconômicos dos entrevistados, bem como sobre o comportamento e entendimento a respeito da rotulagem de alimentos (**APÊNDICE C**).

4.2.1 Obtenção de informação dos dados dos rótulos de alimentos infantis

Para a coleta de informação dos rótulos dos alimentos infantis foi utilizada a Plataforma *Otus Solutions*. Esta plataforma é um *software* coletor, gerador, armazenador e também realiza análises. A elaboração dos dados na Plataforma utiliza informações individualizadas e elaboradas por sistema padrão. Visando melhor manusear no sistema operacional do *software*, foi realizado um treinamento pela equipe do projeto macro com todos os participantes que fariam uso.

Na Plataforma, foi disponibilizado um questionário com 61 perguntas para extração das informações do rótulo, que foi elaborado pelos organizadores do projeto macro. O sistema era

alimentado respondendo os questionamentos que contavam com indagações sobre o alimento, bem como sobre os rótulos dos alimentos.

As perguntas abordavam sobre o nome e tipo de alimento, fabricante, data de fabricação e validade, peso, informação nutricional, ingredientes, alegações nutricionais, se possuía desenhos que pudessem despertar a atenção do público infantil, se havia algum selo, entre outras informações. Além disso, foram inseridas imagens de todas as partes do rótulo (rótulo frontal, rótulo secundário) e outras informações caso as embalagens dispusessem.

As informações foram inseridas no sistema até saturar as possibilidades dos produtos do comércio, ou seja, todos os alimentos destinados para crianças que são comercializados nos supermercados foram analisados.

Como se trata de um recorte, a presente pesquisa analisou as alegações presentes nos rótulos frontais dos alimentos destinados para crianças. O método avaliativo para verificar se os rótulos frontais apresentavam adequação para ingredientes críticos foi a legislação vigente para alimentos embalados: RDC N° 429/2020, IN N° 75/2020 e RDC N° 819/2023 (Brasil 2020a; Brasil, 2020b; Brasil, 2023).

4.2.2 Obtenção do conhecimento dos consumidores (pais) frente aos rótulos de alimentos destinados às crianças

O questionário aplicado no presente estudo foi adaptado (**APÊNDICE C**) de outros dois questionários (**ANEXO A** e **ANEXO B**) que foram utilizados para população adulta e alimentos em geral. Foram realizadas alterações com a finalidade de adequar a temática, no caso, alimentos destinados ao público infantil.

Uma adaptação foi transformar uma pergunta subjetiva (questão 11), do questionário usado como base (**ANEXO B**), em pergunta objetiva (questão 22) (**APÊNDICE C**). Essa adaptação foi realizada para otimizar o tempo para responder, pois no ato da aplicação os pais estavam realizando as compras.

Além do mais, foram acrescentadas ao questionário perguntas pertinentes a temática da presente pesquisa. Inseriu-se as indagações 6, 7, 8, 9, 11, 10, 12, 14, 15, 19 e 20 (**APÊNDICE C**). Nesta etapa, no total, o tamanho amostral foi de 329 participantes, sendo estes os pais.

4.3 Aspectos éticos

O projeto foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal

do Piauí (UFPI), ao tempo que foram enviadas as documentações (**APÊNDICE A** e **APÊNDICE B**) para os estabelecimentos que foram realizadas as coletas. Após aceitação dos dois estabelecimentos (supermercados) e a aprovação do CEP sobre número nº 6.101.451, foram iniciadas as coletas de dados.

Como a presente pesquisa envolve seres humanos, foi disponibilizado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (**APÊNDICE D**) aos participantes. O TCLE esclarecia ao voluntário (pais) as informações pertinentes ao estudo, os principais pontos da pesquisa, assim como o objetivo do estudo.

Os indivíduos que aceitaram participar, assinaram o TCLE, consentindo com a divulgação dos dados coletados e estando cientes de que todas as informações pessoais obtidas via questionário permanecerão em total sigilo.

4.4 Análise estatística

No programa EPI INFO, versão 7.2.6, foi criado um banco de dados. Os resultados estão apresentados através de tabelas, gráficos, números e porcentuais, respectivamente.

Aplicou-se o teste do χ^2 (Chi-quadrado) para verificar diferença entre as variáveis nominais. Considerou um alfa de 5% ($p < 0,05$) para estabelecer significância estatística com um Intervalo de Confiança de 95%.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

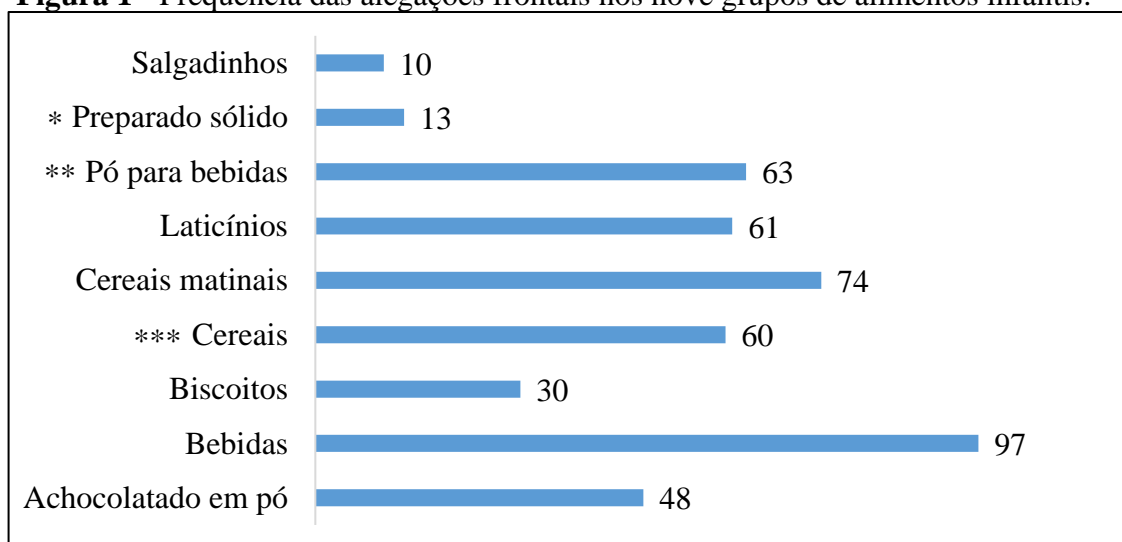
5.1 Grupos de alimentos infantis, alegações presentes nos rótulos frontais e adequação frente a legislação brasileira vigente

No total, foram analisados 179 rótulos de 85 marcas diferentes de alimentos destinados para crianças. Os alimentos foram divididos em 9 grupos, salgadinhos, preparados sólidos para refrescos, pó para preparo de bebidas, laticínios (lácteos fermentados, iogurtes, iogurtes com cereais, leite fermentado, queijo *petit suisse*), cereais matinais, cereais para preparo de mingau, biscoitos (sem cobertura, com cobertura e com recheio), bebidas (sucos, néctares, refrescos e bebidas lácteas) e achocolatado em pó.

A **Figura 1** apresenta a distribuição dos grupos de alimentos destinados para crianças e a frequência das alegações presentes nos rótulos, que foram coletados no supermercado.

Os grupos que apresentaram maior frequência de alegações foram os de bebidas (97), cereais matinais (74), pó para preparo de bebidas (63), laticínios (61) e cereais para preparo de mingaus (60) (**APÊNDICE G**).

Figura 1 - Frequência das alegações frontais nos nove grupos de alimentos infantis.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024. **Legenda:** *Preparado sólido para refresco. **Pó para preparo de bebidas. ***Cereais para preparo de mingaus.

Maldonado *et al.* (2023) analisaram 390 rótulos de alimentos infantis, que foram divididos em 24 grupos, os produtos que mais apresentaram alegações nutricionais foram as bebidas (152), se assemelhando ao resultado da presente pesquisa, no entanto com quantitativo

superior. Os outros alimentos do estudo supracitado que também obtiveram altos teores de alegações foram: biscoitos (71), laticínios (70) e cereais para preparo de mingaus (57).

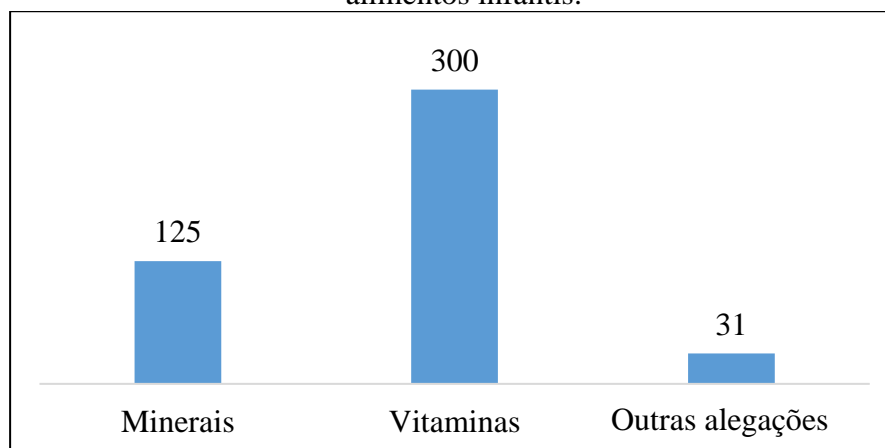
Outro estudo desenvolvido por Chimedtsere e Yeatman (2020), classificou os alimentos com alegações em 11 grupos, dentre os principais, os biscoitos, cereais matinais, sucos, iogurtes apresentavam alegações.

Três estudos que analisaram o consumo dos alimentos mais ingeridos pelo público infantil classificaram os produtos em 10 grupos, as categorias que vão de encontro com a presente pesquisa são: achocolatados; bebidas - refrigerantes, néctares, bebidas lácteas; biscoitos - com e sem recheio; sucos em pó; e salgadinhos (Costa *et al.*, 2019; Ferreira *et al.*, 2019; Karnopp *et al.*, 2017).

Assim como o presente estudo, outras pesquisas também dividiram os alimentos infantis em classes. Silva e Nascimento (2021) analisaram 102 rótulos e dividiram em 15 grupos, são estes, biscoito doce, biscoito recheado, biscoitos *wafer*, biscoito salgado, cookies, salgadinho, farinhas/flocos, pó para bebidas, cereal, bebida láctea, iogurte/danone, leite fermentado.

Na **Figura 2**, é demonstrado o quantitativo das alegações que apareceram nos rótulos dos alimentos infantis.

Figura 2 - Alegações nutricionais mais frequentes em rótulos de alimentos infantis.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

A predominância de alegações frontais presentes nos rótulos dos alimentos infantis foi de alegações nutricionais, com maior prevalência de alegação de teores de vitaminas. Dentre as vitaminas alegadas tem-se a B6 (12,6%), C (12,0%), A (11,0%) e a B3 (10,3%) com maiores percentuais. Em seguida, os minerais com maior citação foram o ferro (28,8%), o zinco (23,2%) e o cálcio (30%). E com menores citações, as outras alegações, redução de açúcar (25,8%), sem adição de conservante e integral, ambas com 12,9%.

Wiles (2017), investigou 104 rótulos de cereais comercializados em 3 supermercados de grande porte da África do Sul, encontrado frequência de alegações em 81% dos produtos analisados. Chimedtsere e Yeatman (2020) destacam que as mais frequentes foram as alegações de saúde (10%) e nutricionais (9%). Este porcentual é bem inferior comparado a outros estudos.

Como foi demonstrado na presente pesquisa e nas demais pesquisas supracitadas, os alimentos infantis apresentam numerosas alegações frontais. Machado *et al.* (2019), fizeram um comparativo com alimentos que não são destinados para crianças e observaram que os alimentos infantis apresentam um quantitativo maior de alegações nutricionais, 50% a mais. Afirmaram que a alegação nutricional é utilizada como *marketing* para atrair a atenção das crianças e, principalmente, dos pais.

O impacto das alegações frontais em alimentos infantis é alarmante, pois constroem uma falsa ilusão que produtos com alegações são mais saudáveis, conseqüentemente, esses alimentos industrializados serão mais consumidos pelas crianças, quando na verdade teriam que ser evitados, pelos inúmeros fatores de risco à saúde. Logo, o consumo frequente pode resultar no surgimento de casos de doenças crônicas não transmissíveis, cada vez mais cedo na população.

Deve-se, então, criar hábitos saudáveis desde criança para que esses costumes sejam levados até a fase adulta. Além disso, é recomendado o fortalecimento de ações voltadas para educação alimentar com os pais, pois são eles que realizam a aquisição de gêneros alimentícios.

Os resultados do presente estudo estão concordantes com a literatura, como verificado na pesquisa de Kaur *et al.* (2016) e Pulker *et al.* (2018) a qual demonstra que o tipo mais prevalente encontrado em alimentos embalados é de alegação nutricional.

Martins (2021) analisou 535 alimentos infantis, onde 43% apresentavam alegações de vitaminas e minerais, sendo as primeiras mais alegadas que os minerais. Dentre as vitaminas com maior aparição tem-se, a vitamina A (31,8%) e a vitamina B3 (21,8%). E os minerais com maiores prevalências foram o ferro (34,4%), o cálcio (34,2%) e o zinco (14,6%), os com teores mais próximo ao presente estudo foram o ferro e o zinco.

Sussman, McMahon e Neale (2019) realizaram um estudo em Nova Gales do Sul (Austrália) com 329 tipos de cereais matinais distribuídos em 6 classes: biscoitos, farelos, “bolinhas, folhados e flocos”, cereais infantis, muesli e aveia. Os produtos apresentaram no geral 1 309 alegações, sendo que, 83,7% se referiam ao conteúdo nutricional (presença ou ausência de uma propriedade alimentar), 16,3% as de saúde (doenças ou biomarcadores de doenças) e 15% as de saúde de nível geral (exemplo: fibras, ferro) e 1,3% eram alegações de saúde de alto nível (exemplo: alegação de beta glucana).

Zucchi e Fiates (2016) pesquisaram a incidência de alegações nos rótulos em alimentos destinados para crianças. Foram avaliados 535 produtos, 88% tiveram classificação de alimento ultraprocessado. Destes, 50% continham alegações de elevado conteúdo de vitaminas e minerais nos rótulos. Os alimentos que apresentavam essas alegações eram biscoito recheados, iogurtes adoçados, misturas para bebidas de fruta e gelatina.

Em outro estudo no Reino Unido, também realizado com cereais matinais, a análise de 15 variações disponíveis no supermercado apresentou prevalência de alegações nutricionais com relação às vitaminas e minerais, dos quais, os mais frequentes foram ácido fólico e ferro, estando presentes em 11 dos 15 rótulos analisados (Khehra; Fairchild; Morgan, 2018).

Scrinis (2016) descreve que anunciar vitaminas e minerais é comum no rótulo frontal como objetivo de atrair a atenção daqueles consumidores que não ingerem os nutrientes com alimentos naturais ou até mesmo os indivíduos que ingerem por apresentarem carências.

Chandon (2013) reafirma que alegações desse tipo, leva o consumidor a acreditar que os alimentos apresentam características vantajosas, que se trata de um produto saudável. Tal fato, é denominado de aura saudável (*health halo*), esse termo se refere a percepção de que o alimento seja mais saudável do que realmente é.

Do mesmo modo, as pesquisas de Khehra, Fairchild e Morgan (2018) e Wiles (2017) demonstraram que é frequente declarações sobre a presença de vitaminas e minerais nos produtos industrializados destinados para o público infantil, além do mais, é evidenciado que essa classe de alimentos tem maior predomínio de alimentos não saudáveis. Machado (2014) indaga que os alimentos destinados para crianças têm mais frequência de *marketing*, sendo utilizado alegações como estratégia.

Escolher alimentos industrializados com adição de vitaminas e minerais pode ter influência negativa na ingestão de alimentos naturais como frutas, verduras e legumes. A redução do consumo de alimentos naturais estimula hábitos alimentares não saudáveis.

A seguir estão expostas as imagens que apresentam as alegações mais frequentes nos 9 grupos de alimentos analisados (**Figuras 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11**).

Figura 3 - Alegação de zinco em salgadinhos.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Figura 4 - Alegação de vitamina C em preparados sólidos para refresco.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Figura 5 - Alegação de cálcio em preparo de bebidas em pó.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024

Figura 6 - Alegação de vitamina D em laticínios.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024

Figura 7 - Alegação de ferro e vitamina B6 em cereais matinais.



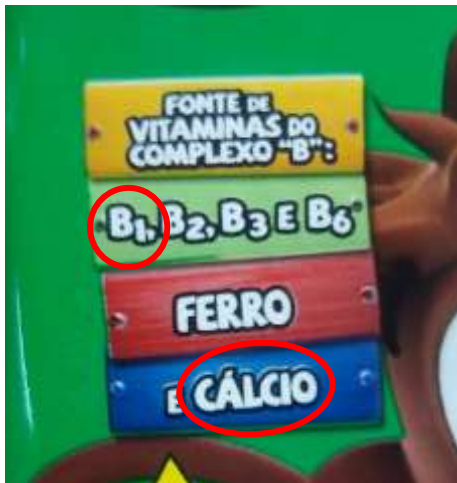
Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024

Figura 8 - Alegação de ferro, vitaminas B6 e C em cereais para preparo de mingaus.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Figura 9 - Alegação de vitaminas B1 e cálcio em biscoitos.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Figura 10 - Alegação de vitamina C em bebidas.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Figura 11 - Alegação de vitaminas D e B6 em achocolatado em pó.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

As alegações que apareceram com mais frequência nos nove grupos de alimentos foram: zinco 20% (salgadinhos), vitamina C 38,46% (preparados sólidos para refresco), cálcio 7,94% (pó para preparo de bebidas), vitamina D 18,03% (laticínios), ferro e B6 ambos com 12,16% (cereais matinais), ferro, vitaminas B6 e C os três com 10,00% (cereais para preparo de mingaus), B1 e cálcio 16,67% (biscoitos), vitamina C 11,34% (bebidas) e vitamina D e B6 ambos com 12,50% (achocolatados em pó) (**Figuras 2 a 11**) (**APÊNDICE G**). Por outro viés a pesquisa de Silva, Latini e Teixeira (2017), obtiveram em 78% das alegações nutricionais nos alimentos. O apelo nutricional mais frequente foi alegação de fibras alimentares (rico ou fonte em fibras alimentares) e de vitaminas e minerais (rico ou fonte de vitaminas e minerais).

As **Figuras 12** e **13** expõem as alegações para ingredientes críticos encontrados nos rótulos frontais dos alimentos infantis analisados.

Figura 12 - Lupa com alegação de alto em açúcares adicionados em biscoito recheado.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Figura 13 - Lupa com alegação de alto em açúcares adicionados em cereal matinal.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Dos 179 rótulos frontais analisados apenas 1,1%, cereal matinal e biscoito recheado, alegavam, alto em açúcares adicionados, representando uma inadequação de 98,9% para a legislação vigente ao que se refere a lupa para alegações frontais de açúcares adicionados. Quando verificado as informações nutricionais, notou-se que apenas o cereal matinal apresentava a informação da quantidade de açúcares adicionados.

Ambos os produtos (biscoito recheado e cereal matinal) que apresentaram a lupa frontal indicando alto em açúcares adicionados são inadequados para a alimentação de crianças, por apresentarem quantidades excessivas deste ingrediente crítico. Machado *et al* (2019) verificaram que o público infante juvenil da Austrália consumia com frequência alimentos ultraprocessados, esse hábito representa um consumo demasiado de açúcares para essa faixa etária.

Esse consumo inadequado foi mencionado por alguns autores (Bernine *et al.*, 2017; Salomão *et al.*, 2020; Izar *et al.*, 2021), que afirmaram serem as quantidades excessivas de nutrientes críticos associadas as doenças mais frequentes na população brasileira como altos índices glicêmicos, hipertensão, hipercolesterolemia e enfermidades ligadas ao coração.

Conforme preconizado pela legislação brasileira (Brasil, 2020a; Brasil, 2020b), é obrigatória a exposição da lupa no rótulo frontal, quando o produto alimentício apresentar determinadas quantidades dos ingredientes críticos. É considerado: para açúcares adicionados – alimentos sólidos: 15g ou mais/100g e líquidos: 7,5g ou mais/100mL; gordura – alimentos

sólidos: 6g ou mais/100g e líquidos: 3g ou mais/100mL; e sódio – alimentos sólidos: 600mg ou mais/100g e líquidos 300mg ou mais/100mL, essa obrigatoriedade foi determinada a partir de outubro do ano de 2023. No entanto, mesmo com o final do prazo a maioria (98,9%) dos rótulos não apresentava o alerta.

Contudo, a inadequação de 98,9% dos rótulos para ingredientes críticos pode ser justificada pela Resolução de Nº 819, de outubro de 2023 (Brasil, 2023), que altera a Resolução Nº 429. A Resolução Nº 819, permite que os alimentos que ainda dispõem de estoque de embalagens obtidas até 08/10/2023, podem ser vendidos até o esgotamento deste, tendo como data prevista para esvaziamento das reservas até dia 09/10/2024. Então, essa pode ser uma justificativa para a baixa adesão da adequação dos rótulos frente a nova legislação.

Corroborando com os resultados da presente pesquisa, o estudo de Silveira, Rosa e Cirolini (2022) analisou 100 rótulos de alimentos destinados para crianças e alguns rótulos apresentaram inconformidades em relação às normas brasileiras estabelecidas para a rotulagem de alimentos.

Na mesma linha, o estudo de Barbosa *et al.* (2020) apresentou porcentuais semelhantes ao do presente estudo, inadequações de 95% em rótulos de pães de forma. Reis *et al.* (2020) mencionaram que desconformidades são preocupantes. A correlação entre a leitura e a utilização da rotulagem promovem a saúde tanto individual como do coletivo, ainda esclarece ao consumidor e possibilita a prática de escolher alimentos que sejam melhores do ponto de vista nutricional, com base nas informações que estão contidas no rótulo.

No estudo de Elliot e Scime (2019) com 374 alimentos infantis vendidos em supermercados canadenses, foi destacado que dentre 60% (224) dos alimentos analisados, dois apresentavam nutrientes críticos, sendo que um deles é o açúcar. Os cereais, biscoitos e bebidas açucaradas estão entre os alimentos analisados e são considerados como proibidos para crianças por conter excesso de nutriente desencadear de doenças crônicas.

Um estudo produzido pelo *Consumers International* com 450 rótulos apontou as vantagens que a rotulagem de alimentos pode apresentar, são estas, declarações compreensíveis e consistentes no painel principal do rótulo. Os resultados apresentados na pesquisa demonstraram que os participantes não conseguiam analisar as quantidades de ingredientes críticos nos alimentos sem um rótulo visível, logo, constatou-se que quando aplicada a alegação nutricional frontal, a maior parcela dos consumidores faria a avaliação de forma assertiva (Martins, 2014).

As alegações frontais que alertam sobre ingredientes críticos é uma maneira de diminuir o efeito prejudicial do *marketing* usado em alimentos que tem menor saudabilidade e

aperfeiçoar as análises realizadas pelo consumidor a respeito dos alimentos serem saudáveis ou não (Dixon *et al.*, 2014a; Dixon *et al.*, 2014b). Com esse intuito de alertar o consumidor, a nova legislação brasileira para alimentos embalados traz parâmetros de composição de nutrientes que são considerados como os mais críticos para a saúde, assim foram determinadas novas definições relacionadas as propriedades nutricionais (Brasil, 2020a; Brasil, 2020b).

A inserção de um selo no painel frontal do rótulo com alerta indicando o excesso de nutriente crítico é uma apresentação simplificada que implicará em facilitar a compreensão do consumidor, auxiliando na escolha de alimentos que sejam mais saudáveis e na redução dos efeitos deletérios provocados na saúde (Bandeira, 2021).

A adaptação do setor industrial à nova rotulagem pode propiciar a consciência dos consumidores no que diz respeito à relevância dos nutrientes para uma alimentação com mais qualidade e saudável, por consequência influencia o modo de se portar, assim colaborando para melhores hábitos alimentares (ANVISA, 2019).

Os alertas são relevantes, pois são direcionados para informar o público com clareza no que se refere aos teores de nutrientes que são considerados mais críticos dos quais muitas das vezes são imperceptíveis e até mesmo não são conhecidos pela população. Essas normas são aplicadas a alimentos que são embalados na ausência do consumidor (ANVISA, 2020).

Na pesquisa de Polari (2019) os alertas de nutrientes influenciam a população a evitarem os alimentos que contenham alegações e também servem para obrigar a indústria a reestruturar a qualidade dos ingredientes utilizados nas produções. Desta maneira, busca-se a fabricação de produtos que sejam mais saudáveis e que apresente menor quantidade de alertas ou que não se tenham alertas, pelo fato do alimento ter menos ingredientes que são maléficos quando consumidos em excesso.

5.2 Descrição do público participante no processo de aplicação dos questionários

Na **Tabela 1** estão expostos o quantitativo de participantes (pais) no que diz respeito a faixa etária e ao sexo.

Tabela 1 - Distribuição dos pais por sexo e faixas etárias.

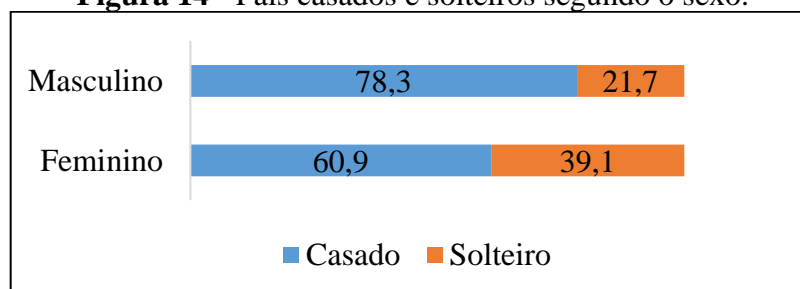
Faixas etárias (anos)	Sexo				Total	
	Feminino		Masculino		Nº	%
	Nº	%	Nº	%		
18 a 24	17	6,3	02	3,3	19	5,8
25 a 35	131	48,7	18	30,0	149	45,3
36 a 50	116	43,2	37	61,7	153	46,5
≥ 51	05	1,8	03	5,0	08	2,4
Total	269	100,0	60	100,0	329	100,0

Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024. $\chi^2 = 10,163$ $p = 0,017$.

No total 329, pais responderam os questionários, desses 269 eram mulheres. O sexo feminino teve participação majoritária devido ao fato de na maioria das famílias, as mulheres serem responsáveis pela alimentação dos filhos, além disso, quando o questionário foi aplicado o sexo feminino foi o mais receptivo em participar da pesquisa.

Em relação a idade dos participantes, 48,7% das mulheres apresentou o intervalo de idade de 25 a 35 anos, já os homens 61,7% foi de 36 a 50 anos. Para ambos os sexos o maior percentual foi na faixa etária de 36 a 50 anos (46,5%). Houve diferença estatisticamente significativa entre os sexos, pois o valor de p foi igual a 0,017. Os participantes da pesquisa de Prates *et al.* (2022) se assemelharam ao presente estudo, onde a maioria dos componentes eram mulheres (51,7%), tendo como variação de idade de 18 a 73 anos.

A **Figura 14** relata a proporção de participantes que são casados e solteiros conforme o gênero.

Figura 14 - Pais casados e solteiros segundo o sexo.

Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Ambos os sexos apresentavam maioria casados (sexo masculino 78,3% e sexo feminino 60,9%), o maior percentual foi para os homens, no entanto, deve-se levar em consideração que os homens tiveram menor participação no estudo e mesmo apresentando percentuais maiores não representa um quantitativo mais elevado que o das mulheres. Na mesma perspectiva, a pesquisa de Marins e Jacob (2015) apresentou perfil socioeconômico com maioria para o sexo

feminino (21 a 40 anos), no qual, 53,3% das participantes eram casadas. E no estudo de Soares e Nunes (2021), dos 569 participantes 70,7% faziam parte do gênero feminino e 29,3% do gênero masculino.

A **Tabela 2** mostra a distribuição dos intervalos de renda relacionados com a escolaridade.

Tabela 2 - Distribuição de renda dos pais por escolaridade.

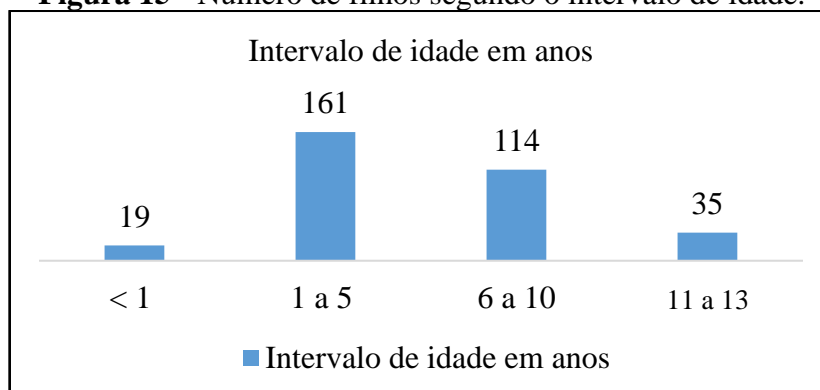
Escolaridade	Intervalos da renda familiar em salários						Total	
	mínimo							
	1 a 2		3 a 4		≥ 5		Nº	%
Fundamental	09	6,7	01	0,6	-	-	10	3,0
Médio	85	63,5	51	31,9	01	2,6	137	41,6
Superior	36	26,9	75	46,9	20	57,2	131	39,9
Pós -gradua.	04	2,9	33	20,6	14	40,2	51	15,5
Total	134	100,0	160	100,0	35	100,0	329	100,0

Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024. $\chi^2 = 81,77$ $p < 0,0001$.

Os participantes que frequentaram o ensino médio e possuíam renda familiar de 1 a 2 salários mínimos (63,5%), representando o maior quantitativo. Entre os participantes com renda de 3 a 4 salários mínimos e maiores ou iguais a 5 salários mínimos, a prevalência foi do ensino superior (46,9% e 57,2%, respectivamente). Os resultados apresentaram diferença estatística ($p = 0,0001$). A literatura alinha-se com os dados encontrados na presente pesquisa, onde no estudo de Felipetto *et al.* (2022) o perfil sociodemográfico teve composição majoritária por mulheres e apresentou nível alto de escolaridade. Marins e Jacob (2015) observaram que a população de estudo possuía nível médio de escolaridade.

A **Figura 15** demonstra o quantitativo da idade dos filhos dos voluntários participantes do estudo.

Figura 15 - Número de filhos segundo o intervalo de idade.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

A maior parcela da idade dos filhos dos participantes são entre 1 a 5 anos (48,9%) e de 6 a 10 anos (34,7%) e a minoria ficou entre as idades menores de 1 ano (10,6%) e de 11 a 13 anos (5,8%) e. Todavia, na pesquisa de Harris *et al.* (2011) participaram pais norte-americanos que tinham filhos entre 2 e 11 anos. Já no estudo de Abrams, Evans e Duff (2015), os filhos tinham entre 3 e 5 anos. Ambos os estudos não contaram com a participação das mesmas faixas etárias da presente pesquisa.

A **Tabela 3** apresenta a frequência cruzada dos dados das perguntas: “Você é o principal responsável pela compra de alimentos da sua residência?” e “Faz a leitura do rótulo frontal na hora da compra?”

Tabela 3 - Correlação dos pais responsáveis pelas compras e leitura do rótulo frontal.

Leitura do rótulo frontal	Responsável pela compra de alimentos				Total	
	Sim		Não			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sim	204	62,0	49	14,9	253	76,9
Não	56	17,0	20	6,1	76	23,1
Total	260	79,1	69	20,9	329	100,0

Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024. $\chi^2 = 1.702$ $p = 0,191$.

Conforme demonstrado na **Tabela 3**, a frequência cruzada da população estudada para leitura do rótulo frontal e responsáveis pelas compras apresentou 62,0%, ou seja, 204 participantes são responsáveis pela aquisição de gêneros alimentícios para crianças e fazem a leitura do rótulo frontal no ato da compra. Não apresentou diferença significativa.

Corroborando com os resultados do presente estudo, Marins e Jacob (2015) obtiveram resultados de 61% nos hábitos de leitura dos rótulos de alimentos. Comparando homens e mulheres, as mulheres obtiveram maior porcentagem no hábito leitura (64,1%).

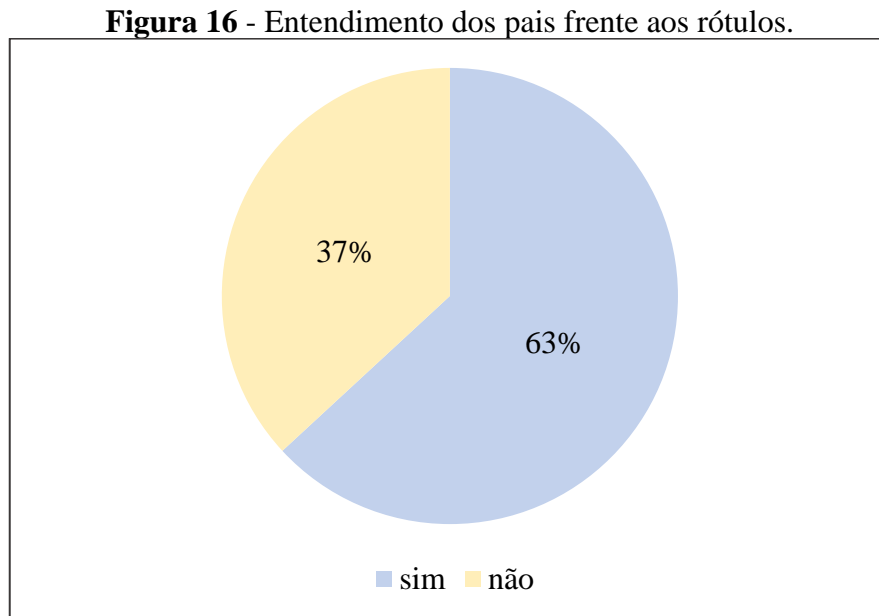
No estudo de Monteiro, Coutinho e Recine (2005) 78% da população fazia a leitura da rotulagem de alimentos. Desses, 74,8%, apenas um percentual de 25% lia habitualmente o rótulo de todos os produtos.

Já na pesquisa de Machado *et al.* (2006), produzida na Bahia, verificaram que 81,25% da população estudada fazia a leitura dos rótulos. Os autores ainda relatam que informações contidas na rotulagem são decisivas nas escolhas dos alimentos.

Ler as informações expostas nos rótulos vem sendo associado com alimentação mais saudável (Anastasiou; Miller; Dickinson, 2019). Assim, o rótulo nutricional tem a possibilidade de gerar ambientes alimentares que colaboram para escolhas saudáveis e é considerado um

significativo instrumento usado na educação nutricional (Malik; Willet; Hu, 2016).

Na **Figura 16**, estão expostos os dados referentes a pergunta: “Os termos utilizados nos rótulos são de fácil entendimento para você?”



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

No total de 339, um quantitativo de 214 (63%) pais afirmaram que entendem as informações contidas nos rótulos de alimentos. Pontes *et al.* (2009) determinaram que 70% da população realizam a leitura do rótulo no ato da compra e a consideravam relevante. Apesar desse fato, um pouco mais da metade não entende devidamente o conceito das informações.

Na **Tabela 4** consta as frequências cruzadas referentes as perguntas “Considera a rotulagem frontal importante?” e “Confia nas informações presentes nos rótulos?”

Tabela 4 - Importância da rotulagem em relação a confiança nas informações do rótulo.

Confia nas informações	Considera rotulagem frontal importante				Total	
	Sim		Não		Nº	%
	Nº	%	Nº	%		
Sim	207	62,9	02	0,6	209	63,5
Não	118	35,9	02	0,6	120	36,5
Total	325	98,8	04	1,2	329	100,0

Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024. $\chi^2 = 0,319$ $p = 0,571$.

A partir dos dados apresentados, constata-se que a maioria dos participantes confia nas

informações contidas nos rótulos de alimentos infantis e considera que essas informações são importantes (62,9%). Não houve diferença significativa.

Em oposição com a literatura, nos resultados de Barros *et al.* (2020), ao que se refere a confiança das informações contidas nos rótulos, apenas 15,5% dos participantes confiam totalmente e a maior parte dos indivíduos declararam confiar parcialmente (75%). Esse resultado é muito importante, uma vez que, ao apresentarem desconfianças nas informações dos rótulos a tendência é realizar escolhas que não dependam da qualidade dos nutrientes, visando unicamente para se satisfazer sensorialmente, inutilizando o vasto controle que as informações contidas nos rótulos exercem, que é colaborar para que a população tenha hábitos mais saudáveis.

No estudo de Marins, Jacob e Peres (2008), afirmaram que 24% dos participantes não tinha confiança nas informações declaradas no rótulo. Dentre as razões expostas tem-se: a população acredita que as declarações são manipuladas; que as informações não são supervisionadas pelas instituições responsáveis; que a exposição do rótulo não coincide com o produto; que o rótulo se trata de figuração, pois quem determina o que deve ter é a indústria de alimentos com interesse em lucros e comunica ao consumidor apenas o que lhe convêm.

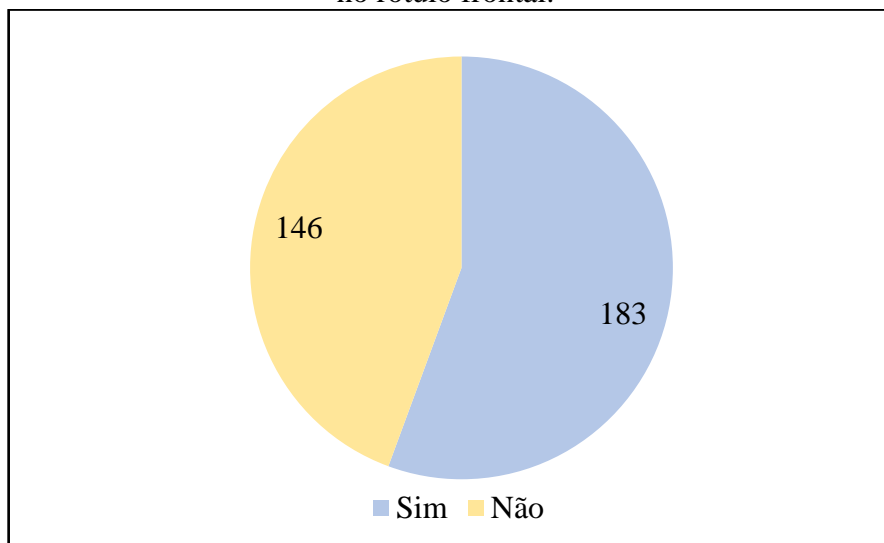
5.3 Impacto das alegações nos rótulos sobre o público alvo

Foi perguntado aos pais quais informações mais procuravam nos rótulos, observou-se que dentre todas as informações, 7 foram as mais procuradas: teor de açúcar (139), validade (105), quantidade de sódio (100), teor de gordura (72), ingredientes (45), calorias (42) conservantes (41) (**APÊNDICE E**). Os ingredientes críticos estão entre as primeiras opções que os pais buscam nos rótulos, mostrando que os pais estão escolhendo os produtos com mais consciência e que se preocupam com a alimentação dos filhos.

Outra indagação foi referente a quais alimentos infantis os pais mais verificavam o rótulo frontal, os 7 alimentos mais relatados foram: iogurte (165), biscoitos (158), leite (103), sucos de garrafa (45), achocolatado em pó (37), cereais para preparo de mingaus (35) e suco de caixinha (31) (**APÊNDICE F**).

A **Figura 17** aborda sobre as respostas da pergunta “Já comprou algum produto por causa de alguma alegação no rótulo frontal?”

Figura 17 - Respostas quanto a compra de produtos contendo alegação no rótulo frontal.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

A maior parcela da população estudada (55,6%) afirmou que já fez compras de produtos por conter alegações frontais. Essa evidência demonstra que as alegações influenciam nas escolhas/decisão de obtenção de alimentos infantis pelos pais.

Corroborando, na pesquisa de Rodrigues (2016) os resultados demonstraram que os alimentos com alegações serviam como estímulo para aquisição dos produtos, mesmo os pais tendo conhecimento que os alimentos ultraprocessados destinados para o público infantil (7 a 10 anos) não eram saudáveis.

Inúmeros estudos confirmam que a presença de alegações frontais tem poder sobre a compra de gêneros alimentícios, os pais costumam julgar que essas alegações estão relacionadas a aspectos saudáveis (Drewnowski *et al.*, 2010; Wansink, Chandon, 2006; Zucchi; Fiates, 2016). Prates *et al.* (2022) declararam que quando há alegações, os biscoitos e salgadinhos são os que apresentam maior intenção de compra.

Jones e Fabrianesi (2008) realizaram uma investigação que utilizava distintas linguagens usadas em propagandas de alimentos destinados para crianças e como essa linguagem seria percebida pelos pais. Resultou que as alegações nutricionais tiveram mais efetividade em induzir a intenção de compra.

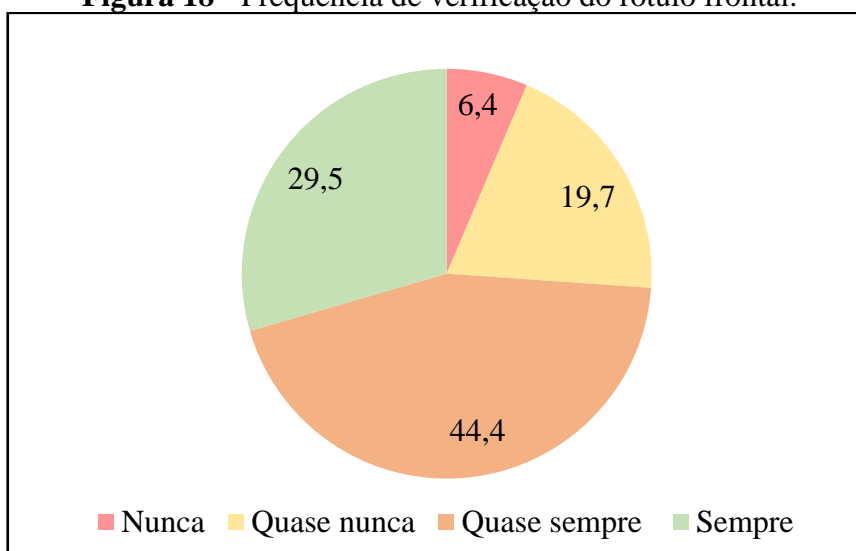
Dixon *et al.* (2011) relataram que alimentos com densidade energética e com pouco nutrientes que continham alegações nutricionais e de saúde no rótulo manifestavam preferência por parte dos pais quando comparados a produtos saudáveis sem métodos publicitários.

Harris *et al.* (2011) e Abrams, Evans e Duff (2015) avaliaram cereais matinais e alimentos em geral para crianças que continham alegações, esses produtos foram classificados

pelos pais como alimentos que apresentavam maior teor de nutrientes e eram promotores de saúde, com isso, os produtos alimentícios seriam mais adquiridos.

Na **Figura 18**, são mostradas as informações em relação a pergunta: “Com que frequência o (a) senhor (a) verifica a rotulagem frontal presente nos alimentos?”

Figura 18 - Frequência de verificação do rótulo frontal.

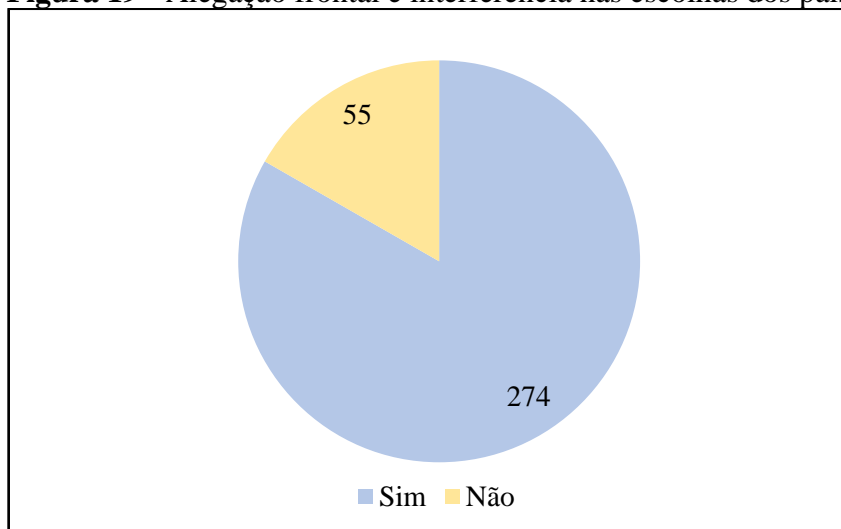


Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Observou-se que a maior fração foi a resposta de verificação “quase sempre” (44,4%) com 146 afirmações e a resposta “sempre” com 97 (29,5%) afirmações. Hipólito e Francisco (2015) e Cavada *et al.* (2012) obtiverem dados similares ao da presente pesquisa, sendo que o maior quantitativo dos participantes fazia a leitura eventual (58,9%) e sempre (48,13%) dos rótulos.

Se opondo aos resultados do presente estudo, a pesquisa de Barros *et al.* (2020) apresenta como resultado que os participantes tinham o hábito de ler as informações expostas nos rótulos eventualmente (52,5%) e 9% fazia a leitura sempre. Esses participantes consideram que ler o rótulo é extremamente importante e mesmo com essa afirmação não fazem a leitura frequentemente.

A **Figura 19** aponta as respostas para a pergunta: “Quando o(a) senhor(a) seleciona os alimentos que irá comprar, as informações contidas nos rótulos frontais interferem nas suas escolhas?”

Figura 19 - Alegação frontal e interferência nas escolhas dos pais.

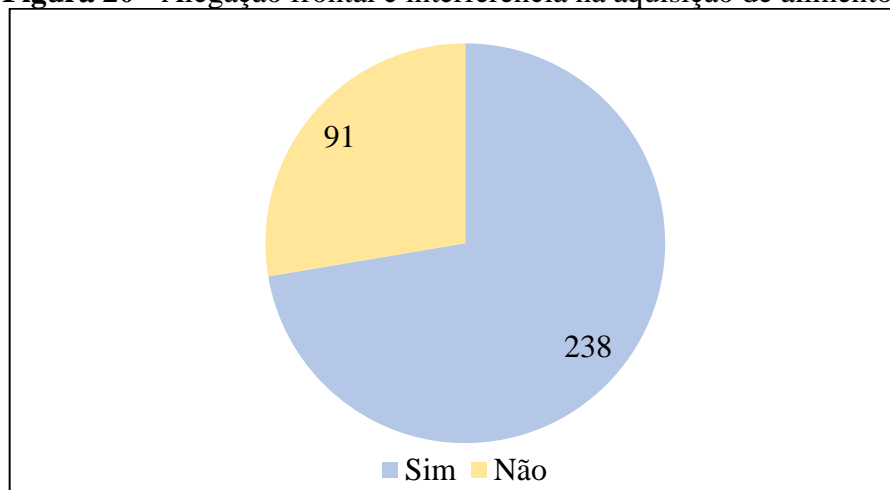
Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Dado o exposto, 274 (83,3%) participantes relatam que as alegações contidas interferem nas suas escolhas no ato da compra. Essas informações podem ser o estímulo que a população encontra para adquirir os gêneros alimentares infantis ou até mesmo deixar de compra-los, tal fato dependerá do que está descrito no rótulo.

Se alinhando a presente pesquisa o estudo de Maubach, Hoek e McCreanor (2009) entrevistou pais que afirmaram que um dos motivos que colaboram para tomar decisão de compra são as alegações nutricionais. Bialkova, Sasse e Fenko (2016), discorreram que as alegações nutricionais frontais fazem alteração na avaliação do produto e também nas escolhas alimentares dos consumidores.

Prates *et al.* (2022) definiram que nos rótulos com alegações no painel principal propiciam o aumento da assimilação de que o alimento é mais saudável e tendem compra-los. Para Garceua *et al.* (2019) as alegações precisam ser supervisionadas adequadamente, fornecem informações de nutrientes e até mesmo de saúde, podendo assim, favorecer a intenção de compra do alimento.

Na **Figura 20** encontra-se as respostas para pergunta: “Já deixou de comprar algum produto por causa de alguma informação no rótulo frontal?”

Figura 20 - Alegação frontal e interferência na aquisição de alimentos.

Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Representando a maioria, 238 (72,3%) pais responderam que já deixaram de adquirir algum produto por conterem alegações no rótulo frontal. Deixando claro que, se um produto apresenta algum tipo de alegação desfavorável, consequentemente, os consumidores deixaram de obtê-lo.

Foi indagado aos pais, qual informação te fez deixar de comprar o produto e qual era o alimento? Os pais responderam que a alegação de açúcar é a mais preocupante e o alimento que mais viam essa alegação foram os biscoitos.

Desse modo, a nova rotulagem de alimentos que torna obrigatório o uso da alegação de ingredientes críticos se torna eficaz, pois minimiza o consumo de alimentos ultraprocessados com altos teores de nutrientes (açúcares adicionados, gordura saturada e sódio) que são associados ao surgimento de doenças. Essa estratégia é importante, particularmente na fase inicial da vida.

Corroborando com os resultados do presente estudo a pesquisa de Prates *et al.* (2022) declara que a inclusão alegações frontais diminui a percepção que o alimento é saudável, reduzindo a intenção de compra do produto. Khandpur *et al.* (2018) constataram que expor alegações frontais com indicações para alimentos que não são saudáveis auxiliou os consumidores a compreender que alimentos ultraprocessados não conferem saúde, e assim como no estudo citado anteriormente, também ocorreu redução nas intenções de compras.

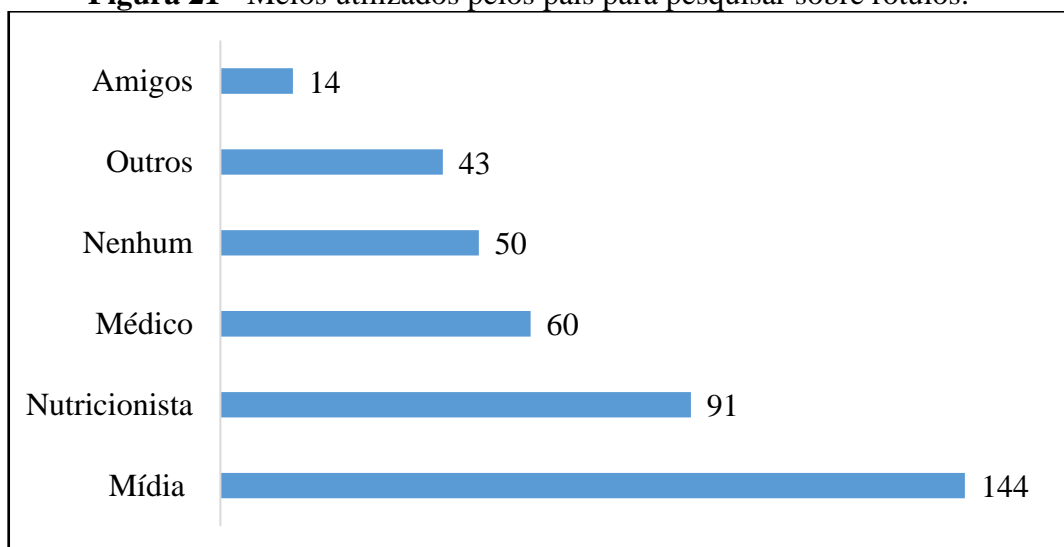
Outros estudos também obtiveram os mesmos resultados, ou seja, exibir a alegação melhora a concepção dos consumidores e ajudam a realizar escolhas mais saudáveis (Ares *et al.*, 2018; Arrúa *et al.*, 2017a; Arrúa *et al.*, 2017b; Bollard *et al.*, 2016; Machín *et al.*, 2018a; Machín *et al.*, 2018b). Para Talati *et al.* (2016) as alegações podem ter menor poder persuasivo

quando são inseridas em alimentos que não são saudáveis.

5.4 Poder de decisão (*marketing*)

A **Figura 21** representa a frequência simples para as respostas da pergunta: “Qual meio você utiliza para obter informações sobre rotulagem de alimentos?”

Figura 21 - Meios utilizados pelos pais para pesquisar sobre rótulos.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Predominantemente, a população estudada relatou que quando tem alguma dúvida em relação às informações que não conseguem compreender nos rótulos, costumam procurar saná-las por meio das mídias (televisão, internet, rádio, revista e jornal) e, como segunda opção, vão ao nutricionista. Esse dado é alarmante, visto que, na mídia existem muitos equívocos em relação às informações de rótulos, e principalmente, da alimentação.

O meio de comunicação brasileiro com maior aplicação de capital para promover a publicidade é a televisão, especialmente quando destinados para insumos que incentivam a compra (Passamani *et al.*, 2018). Freitas e Nascimento (2019) a mídia associada com a indústria de alimentos, não tem o costume de relacionar o consumo de produtos industrializados a inadequação na dieta, uma vez que tal afirmação seria prejudicial para os anúncios e comercialização desses gêneros de alimentos, pois é sabido que os industrializados, são alimentos que não apresentam saudabilidade e por sua vez são promotores de Doenças Crônicas Não Transmissíveis como diabetes, hipertensão e obesidade infantil. A indústria visa o lucro e a promoção da saúde vem depois do lucro.

A publicidade focada na promoção de alimentos industriais para crianças é vigorosamente apresentada sem considerar informações mais coerentes sobre as informações dos nutrientes presentes nos alimentos e seus efeitos sobre a saúde do infante a curto e longo período. Destaca-se que a mídia fomentadora dos produtos alimentícios destinados para crianças é a que mais colabora ativamente para disseminação dos alimentos e prejuízo para a saúde do público infantil (Costa; Andrade; Padilha, 2021).

As informações dos nutrientes apresentados nos rótulos e nas embalagens, não são anunciadas claramente pela mídia, no entanto, em maioria esses alimentos apresentam altos teores de açúcares, sódio, gorduras e corantes. O que os meios comunicativos anunciam são apenas dados nutricionais que beneficiem o crescimento das vendas, por meio de termos como: “menos sódio” e “baixo teor de açúcar” e “menos leite”. Deduzindo que os pais adquirem, pois acreditaram que os alimentos são mais saudáveis (Micheletti; Mello, 2020). Desta maneira, é necessário conhecer a forma que a mídia influi na vida da população (Almeida *et al.*, 2002).

Beltramin *et al.* (2015) e Ceccatto *et al.* (2018) afirmam que a mídia tem participação ativa na disseminação de alimentos que mais consumidos na fase infantil. Por intermédio dos anúncios, as marcas instigam a aquisição de alimentos que apresentam nutrientes críticos.

O enfoque midiático nas crianças exhibe atributos que atraem e seduzem o consumidor, oferecendo o domínio persuasivo (Cazzaroli, 2011). Na pesquisa de Figueira (2020) foram analisados métodos persuasivos digitais direcionados às crianças e à família. Contatou-se que 67,1% das marcas examinadas no Facebook e 72,7% das observadas no Instagram continhas procedimentos persuasivos digitais destinados para o público infantil. As classes alimentares que apresentaram maior dimensão dos métodos foram chocolates, bolos, bolachas, alimentos de pastelaria e refrigerantes, nas duas mídias sociais.

Para Pimenta *et al.* (2011), os alimentos industrializados que são mais anunciados pelos meios de comunicação são refrigerantes, iogurtes ou bebidas fermentadas, salgadinhos, biscoitos recheados, hambúrgueres e alimentos gordurosos em geral, porém, esses alimentos oferecem danos à saúde das crianças ao serem ingeridos com frequência.

Em outro estudo realizado por Theodore *et al.* (2021) verificou-se que nas mídias sociais como Facebook, Twitter e Youtube as grandes marcas de refrigerantes, sucos adoçados, pizzas, hambúrgueres e salsichas, exibem um maior quantitativo de seguidores. O estudo demonstrou que as marcas empregam inúmeros métodos de persuasão digital correspondendo a 78,3% das técnicas em uso. Os alimentos mais difundidos são os que apresentam nutrientes danosos demasiadamente.

Marín *et al.* (2020) analisaram anúncios publicitários de alimentos e bebidas destinados para o público infantil em aparelhos móveis. Observou-se que os alimentos adquiridos resultaram diretamente de anúncios publicitários. Os autores concluem que devem ser realizadas normas que regularizem as informações propagadas pela mídia para um aprimoramento da saúde pública.

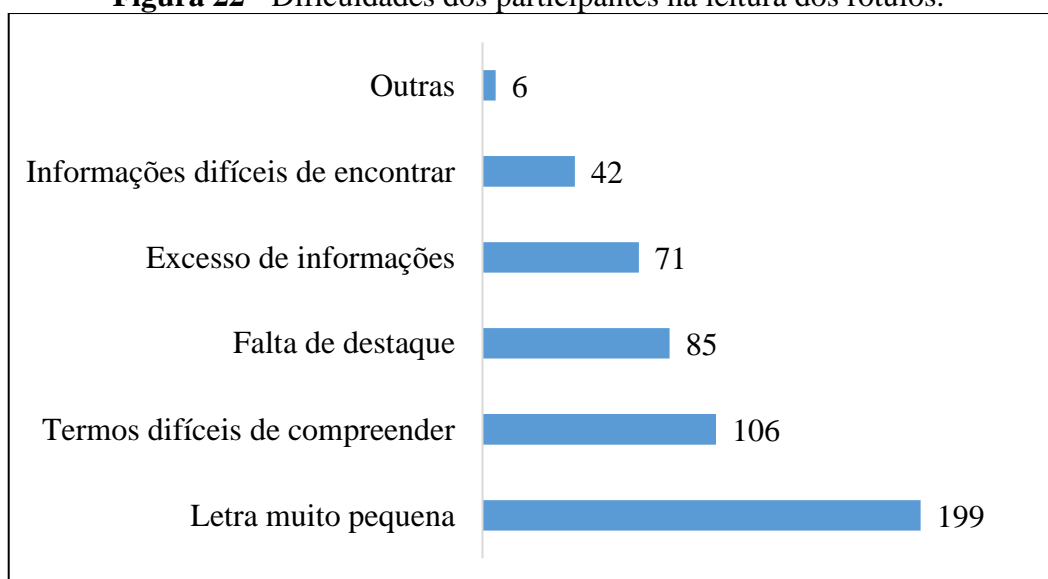
A contextualização da mídia e os problemas de saúde inerentes a uma alimentação inadequada deve ser atenuado, restringindo a ampla propagação midiática de alimentos infantis, que apresentam a capacidade de prejudicar a conduta alimentar saudável da criança (Melo *et al.*, 2019).

É primordial promover educação, informação e aconselhamento para os pais no que se refere ao poder mediático sobre as escolhas dos alimentos para seus filhos (Almeida *et al.*, 2002). É crucial que os pais saibam entender e distinguir os anúncios publicitários de alimentos infantis relacionados as práticas alimentares dos filhos (Tavares, 2016).

Ter mais atenção para as técnicas midiáticas de alimentos industrializados e também a influência destes na alimentação é muito importante para se promover educação alimentar e nutricional, que se possa contribuir para a formação consciente de escolhas saudáveis para o público infantil (Lopes, 2010).

Na **Figura 22** estão expostos os dados relacionados às respostas da pergunta: “Quais as principais dificuldades no entendimento dos rótulos?”

Figura 22 - Dificuldades dos participantes na leitura dos rótulos.



Fonte: Dados da pesquisa. Teresina-PI, 2024.

Os resultados do presente estudo demonstram que os pais apresentam dificuldades na

compreensão dos rótulos alimentares. Sendo que, o papel da rotulagem é conscientizar os consumidores sobre o que está presente no produto e seu conteúdo, devendo ser compreendidas adequadamente.

Majoritariamente, a maior dificuldade apresentada pelos pais ao lerem os rótulos foi “letra muito pequena”, a segunda opção de maior obstáculo na leitura foi “termos difíceis de compreender”. Essas adversidades geram falta de compreensão dos rótulos, onde o consumidor pode não adquirir o produto por não compreender ou até mesmo comprar sem saber a qualidade do que está adquirindo, fato este, é reafirmado na literatura através da pesquisa de Longo-Silva *et al.* (2015) que sugere que quando o consumidor não entende as informações do rótulo alimentares, propicia uma elevação na obtenção e consumo de alimentos industrializados.

Inúmeras pesquisas também corroboram com os resultados do presente estudo. Apontam a existência semelhante de problemas por parte do consumidor na compreensão de forma correta das descrições presentes no rótulo, fazendo com que sejam escolhidos alimentos de maneira inconsciente, exercendo uma função opostora à real atribuição da rotulagem de alimentos (Brasil, 2018b; Mandle *et al.*, 2015; Mhurchu *et al.*, 2017; Roberto; Khandpur, 2014;).

Um fato que deve ser considerado é que os fabricantes de rotulagem na maioria das vezes desrespeitam ou não tem conhecimento das normas por completo a serem realizadas. Assim, as descrições dos rótulos ficam incompreensíveis, desnortando e afetando o consumidor a escolher com mais consciência (Santana, 2018). A função da rotulagem será cumprida quando as informações expostas forem descritas de forma perceptível, fidedigna e acessível a todos os públicos (Moreira *et al.*, 2013).

Soares, Moura Neto e Silva (2016) investigaram qual o hábito e entendimento da população que frequentava supermercados tinha em relação a leitura dos rótulos alimentares e termos técnicos presentes no rótulo. Os resultados demonstraram que 60% dos participantes fazem a leitura dos rótulos e 70% afirmaram ter conhecimento dos termos técnicos utilizados, todavia, ao serem indagados, não sabiam qual o significado, comprovando que existem muitos termos técnicos nas rotulagens e menor exposição dos componentes alimentares. Assim como no estudo de Marins e Jacob (2015) salientaram que 63,3% dos consumidores afirmaram entender de modo amplo as informações presentes nos rótulos.

O rótulo alimentar é classificado como um instrumento essencial que promove bons hábitos alimentares, possibilitando aos consumidores acesso a todas as informações expostas, propiciando que o indivíduo tenha escolhas alimentares mais conscientes (Cowburn; Stockley, 2005; Templo, 2020). Contudo, o entendimento dessas informações são difíceis e acabam

limitando toda a capacidade da rotulagem de alimentos, que é a comunicar do conteúdo de nutrientes do alimento (Cowburn; Stockley, 2005; Miller; Cassady, 2015).

As dificuldades apresentadas pelos consumidores dizem respeito ao excesso de informações contidas nos rótulos alimentares, levando a frustração e não procura de outras informações na embalagem (Centurión; Machín, Ares, 2019; Williams, 2005). Essa situação afeta as escolhas e, por consequência, muda a conduta do consumidor (Rojas; Spinillo, 2021).

Segundo a ANVISA (2019), dentre as problemáticas que se relacionam com os hábitos inadequados de alimentação tem-se a carência de entender as informações presentes nos rótulos e o nível de confiabilidade que o produto demonstra. É considerável reforçar e elevar as preocupações relacionadas a clareza dos rótulos, tornando mais compreensivo o rótulo.

Nessa perspectiva, a nova rotulagem brasileira de alimentos foi elaborada para que se tenha mais ciência e melhor compreensão do rótulo. De fato, as mudanças na rotulagem facilitaram a comparação de produtos que não possuem a mesma porção e assim pode permitir que o consumidor faça a melhor escolha dentre as disponíveis.

Essa comparação será possível, pois uma das alterações é o acréscimo de uma coluna na informação nutricional do quantitativo de nutrientes para 100g do produto. Desta forma, facilitará para o consumidor e possibilitará uma melhor comparação dos conteúdos dos alimentos com maior precisão. Inquestionavelmente, é uma alteração importante, no entanto, deve-se levar em consideração de qual forma essa modificação chega ao consumidor e se é assimilada.

Outra mudança de suma importância é a inserção da lupa frontal para ingredientes críticos. Essa inclusão é significativa, ainda mais se tratando de alimentos destinados para crianças, visto que, os ingredientes considerados como críticos (açúcares adicionados, gordura saturada e sódio) pela legislação são relacionados a manifestação de Doenças Crônicas Não Transmissíveis, além de, outros tipos de patologias. Então, é uma alteração que beneficiará o consumidor.

Nesse sentido, os resultados obtidos no presente estudo revelaram que mesmo com as inúmeras mudanças realizadas e a importância para a rotulagem de alimentos os pais teresinenses ainda não compreendem devidamente do que se trata e o que está exposto nos rótulos alimentares. Assim, é necessária que sejam realizadas intervenções pelos órgãos que reguladores que possa esclarecer de ponto a ponto o que são essas modificações e quais as importâncias. Uma boa opção para intervenções seria a educação nutricional.

6 CONCLUSÕES

Foram identificados os seguintes alimentos, bebidas, cereais matinais, pó para preparo de bebidas, laticínios, cereais para preparação de mingau, achocolatados em pó, biscoitos, preparados sólidos para refresco e salgadinhos. Sendo que, as informações mais procuradas nos rótulos de alimentos é o teor de açúcar, sendo que os alimentos mais verificados são as bebidas em geral.

Os rótulos dos alimentos estão inadequados com relação aos ingredientes críticos e o ingrediente mais averiguado pelos pais foi o açúcar em bebidas.

Verificou-se que as alegações frontais interferem na decisão de compra dos pais, independentemente se for informações favoráveis ou desfavoráveis.

A nova legislação de alimentos embalados é uma excelente estratégia de promoção a saúde, a regulamentação colabora para o consumo alimentar mais seguro e com qualidade.

7 SUGESTÕES

Promover o conhecimento referente aos rótulos é fundamental, podendo ser através de cartilhas, políticas públicas e propagandas em meios de comunicação. A população deve entender e fiscalizar as adequações frente a indústria.

REFERÊNCIAS

ABRAMS, Katie M.; EVANS, Caitlin; DUFF, Brittany R. Ignorance is bliss. How parents of preschool children make sense of front-of-package visuals and claims on food. **Appetite**. Fort Collins, v. 87, p. 20-29, 2015.

ACTON, Rachel B.; JONES, Amanda C.; KIRKPATRICK, Christina A. Roberto; HAMMOND, David. Taxes and front-of-package labels improve the healthiness of beverage and snack purchases: a randomized experimental marketplace. **International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity**, Waterloo, v. 16, n. 1, p. 46, 2019.

ALMEIDA, Sebastião de Sousa; NASCIMENTO, Paula Carolina B. D.; QUAIOTI, Teresa Cristina Bolzan. Quantidade e qualidade de produtos alimentícios anunciados na televisão brasileira. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 36, n. 3, p. 353-355, 2002.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). **Rotulagem de alimentos**. 2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem>>. Acesso em: 16/06/2023.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). **Relatório de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional**. 2019. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/regulamentacao/air/analises-de-impacto-regulatorio/2019/relatorio-de-analise-de-impacto-regulatorio-sobre-rotulagem-nutricional.pdf/view>> Acessado em: 22/11/2023.

ALBERT, Janice. **Introduction to innovations in food labelling**. Rome: FAO/WHO, 2010. p. 1-4.

ANASTASIOU, Kim; MILLER, Michelle; DICKINSON, Kacie. The relationship between food label use and dietary intake in adults: A systematic review. **Appetite**. Adelaide, v. 138, p. 280-291, 2019.

ARES, Gastón; ASCHEMANN-WITZEL, Jessica; CURUTCHET, María Rosa; ANTÚNEZ, Lucía; MACHÍN, Leandro; VIDAL, Leticia; MARTÍNEZ, Joseline; GIMÉNEZ, Ana. Nutritional warnings and product substitution or abandonment: Policy implications derived from a repeated purchase simulation. **Food Quality and Preference**. Canelones, v. 65, p. 40–48, 2018.

ARRÚA, Alejandra; MACHÍN, Leandro; CURUTCHET, María Rosa; MARTÍNEZ, Joseline; ANTÚNEZ, Lucía; ALCAIRE, Florencia; GIMÉNEZ, Ana; ARES, Gastón. Warnings as a directive front-of-pack nutrition labelling scheme: comparison with the Guideline Daily Amount and traffic-light systems. **Public Health Nutrition**. Montevideo, v. 20, n. 13, p. 2308–2317, 2017a.

ARRÚA, Alejandra; CURUTCHET, María Rosa; REY, Natalia; BARRETO, Patricia; GOLOVCHENKO, Nadya; SELLANES, Andrea; VELAZCO, Guillermo; WINOKUR, Medy; GIMÉNEZ, Ana; ARES, Gastón. Impact of front-of-pack nutrition information and label design on children's choice of two snack foods: Comparison of warnings and the traffic-light system. **Appetite**. Montevideo, v. 116, p. 139–146, 2017b.

BANDEIRA, Luisete Moraes; PEDROSO, Jéssica; TORAL, Natacha; GUBERT, Muriel Bauermann. Desempenho e percepção sobre modelos de rotulagem nutricional frontal no Brasil. **Revista de Saúde Pública**. Brasília, v. 55, p. 19, 2021.

BARBOSA; Grasielle Oliveira; CARVALHO, Isabela Ribeiro Barbosa; BRANDÃO, Suend Gomes Barbosa; SERAFIM, Amanda Adir de Oliveira; CUNHA, Eloísa Helena Medeiros; MORAIS, Ana Clara de Alvarenga. Análise bromatológica e de rotulagem de chocolate ao leite e chocolate 70%. **Journal of Applied Pharmaceutical Sciences**. Governador Valadares, v. 7, p. 42-52, 2020.

BARROS, Lennon da Silva; RÊGO, Márcia da Conceição; MONTEL, Denilson da Conceição; SANTOS, Giovanna de Fátima Ferreira de Sousa; PAIVA, Thaís Vieira. Rotulagem nutricional de alimentos: utilização e compreensão entre estudantes. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n. 11, p. 90688-90699, nov., 2020.

BELTRAMIN, Scheila Maria; VOLKWEIS, Dionara Simoni Hermes; SODER, Tais; PINHEIRO, Thais da Luz Fontoura; BENETI, Fábía. Influência da mídia na obesidade infantil. **Revista Digital**. Buenos Aires, v. 20, n. 209, 2015.

BEND, Daphne Van der; LISSNER, Lauren. Differences and similarities between front-of-pack nutrition labels in Europe: A comparison of functional and visual aspects. **Nutrients**, Amsterdam, v. 11, n. 3, p. 626, 2019.

BENDINO, Nívea Izidoro; POPOLIM, Welliton Donizeti; OLIVEIRA, Célia Regina de Ávila. Avaliação do conhecimento e dificuldades de consumidores frequentadores de supermercado convencional em relação à rotulagem de alimentos e informação nutricional. **Journal of the Health Sciences Institute**, São Paulo, v. 30, n. 3, p. 261-5, 2012.

BERNINI, Luciana Sabadini; BARRILE, Silvia Regina; MANGILE, Aline Faulin; ARCA, Eduardo Aguilar; CORRER, Rinaldo; XIMENES, Maria Amélia; NEVES, Débora; GIMENES, Camila. O impacto do diabetes mellitus na qualidade de vida de pacientes da Unidade Básica de Saúde. **Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional**. Bauru, v. 25, n. 3, p. 533-541, 2017.

BIALKOVA, Svetlana; SASSE, Lena; FENKO, Anna. The role of nutrition labels and advertising claims in altering consumers' evaluation and choice. **Appetite**. Enschede, v. 96, n. 1, p. 38-46, 2016.

BIALKOVA, Svetlana; TRIJP, Hans van. What determines consumer attention to nutrition labels? **Food Quality and Preference**, Wageningen, v. 21, n. 8, p. 1042-1051, 2010.

BOLLARD, Tessa; MAUBACH, Ninya; WALKER, Natalie; MHURCHU, Cliona Ni. Effects of plain packaging, warning labels, and taxes on young people's predicted sugar-sweetened beverage preferences: an experimental study. **International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity**. Auckland., v. 13, n. 95, 2016.

BRASIL. Ministério da Saúde/Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução - RDC Nº 819, DE 9 DE OUTUBRO DE 2023**. Altera a Resolução de Diretoria Colegiada - RDC nº 429, de 8 de outubro de 2020, que dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos

embalados. 2020a. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/web/dou/-/resolucao-rdc-n-819-de-9-de-outubro-de-2023-515434242>> Acessado em: 27/12/2023.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução - RDC Nº 727, de 1º de julho de 2022**. Dispõe sobre a rotulagem dos alimentos embalados. 2022b. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-rdc-n-727-de-1-de-julho-de-2022-413249279>>. Acesso em: 10.03.2024.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução de diretoria colegiada - RDC Nº 429, de 8 de outubro de 2020**. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. 2020a. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-de-diretoria-colegiada-rdc-n-429-de-8-de-outubro-de-2020-282070599>>. Acesso em: 18.08.2022.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Instrução Normativa (IN) nº 75, de 8 de outubro de 2020**. Estabelece os requisitos técnicos para declaração da rotulagem nutricional nos alimentos embalados. 2020b. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-in-n-75-de-8-de-outubro-de-2020-282071143>>. Acesso em: 18.08.2022.

BRASIL. **Guia alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos**. 1. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2019. 264 p.

BRASIL. Agência de Vigilância Sanitária (ANVISA). Gerência de Alimentos. **Relatório Preliminar de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional**. 2018a. Disponível em: <<https://pesquisa.anvisa.gov.br/upload/surveys/981335/files/Análise%20de%20Impacto%20Regulatório%20sobre%20Rotulagem%20Nutricional.pdf>>. Acesso em: 18/08/2022.

BRASIL. **Relatório Preliminar de Análise de Impacto Regulatório sobre Rotulagem Nutricional**. 2018b. Disponível em: <https://antigo.anvisa.gov.br/documents/33880/2977862/An%C3%A1lise+de+Impacto+Regulat%C3%B3rio+sobre+Rotulagem+Nutricional_vers%C3%A3o+final+3.pdf/2c094688-aeec-441d-a7f1-218336995337>. Acesso em: 18/08/2022.

BRASIL. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2014. 156 p.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Política nacional de alimentação e nutrição**. Brasília: Ministério da Saúde, 2013a. Disponível em: <https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/politica_nacional_alimentacao_nutricao.pdf>. Acesso em: 20/08/2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Relato sobre o guia alimentar para crianças menores de dois anos**. 2013b. Disponível em: <http://portal.saude.gov.br/portal/aplicacoes/noticias/default.cfm?pg=dspDetalheNoticia&id_area=124&CO_NOTICIA=10548>. Acesso em: 20/08/2022.

BRASIL. Organização Pan-Americana da Saúde; Agência Nacional de Vigilância Sanitária **Informação Nutricional e Alegações de Saúde: o cenário global das regulamentações** / Organização Mundial da Saúde; tradução de Gladys Quevedo Camargo. – Brasília, 2006. p. 116 p. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/alimentos/informacao-nutricional-e-alegacoes-de-saude-o-cenario-global-das-regulamentacoes>>.

pdf>. Acessado em: 18.08.2022.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Rotulagem nutricional obrigatória: manual de orientação aos consumidores; educação para o consumo saudável**. Brasília DF, 2005. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/saude/vigilancia_em_saude/arquivos/manual_consumidor.pdf>. Acesso em: 18.08.2022.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). 2002. **Resolução RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002 sobre Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados**. 2002a. Disponível em: <<http://www.ibravim.org.br/admin/arquivos/informes/1455824267-1ed.pdf>>. Acesso em: 18/08/2022.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). **Resolução RDC no 259, de 20 de setembro de 2002**. Aprova o Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados. 2017, p. 22, 2002b. Disponível em: <<https://www20.anvisa.gov.br/coifa/pdf/rdc166.pdf>>. Acessado em: 18/08/2022.

BRASIL. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. **Decreto Lei nº 986 de 21 de outubro de 1969. Institui normas básicas sobre alimentos**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0986.htm>. Acessado em: 18/08/2022.

BUENO, Laysa Camila; SOUZA-SILVA, Thaiany Goulart de; LIMA, Daniela Braga; ALVES, Cristina Garcia Lopes; REZENDE, Marcelo Lacerda; AZEVEDO, Luciana. A influência dos rótulos nutricionais no cuidado em saúde: uma revisão integrativa. **Research, Society and Development**, Minas Gerais, v. 11, n. 6, e52311629486, 2022.

CANNOOSAMY, Komeela; PUGO-GUNSAM, Prity; JEEWON, Rajesh. Consumer Knowledge and attitudes toward nutritional labels. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Reduit, v. 46, n. 5, p. 334-340, 2014.

CAVADA, Giovanna da Silva; PAIVA, Flávia Fernandes; HELBIG, Elizabete; BORGES, Lúcia Rota. Rotulagem nutricional: você sabe o que está comendo? **Brazilian Journal of Food Technology**, Pelotas, v. 15, p. 84-88, 2012.

CAZZAROLI, Aline Raquel. Publicidade Infantil: o estímulo ao consumo excessivo de alimentos. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, v. 14, n. 92, 2011.

CECCATTO, Daiane; SPINELLI, Roseana Baggio; ZANARDO, Vivian Polachini Skzypek; RIBEIRO, Leonice Alzira. A influência da mídia no consumo alimentar infantil: uma revisão da literatura. **Perspectiva**, Erechim, v. 42, n. 157, p. 141-149, 2018.

CENTURIÓN, Marcia; MACHÍN, Leandro; ARES, Gastón. Relative Impact of Nutritional Warnings and Other Label Features on Cereal Bar Healthfulness Evaluations. **Journal Nutrition Education Behavior**. Montevideo, v. 51, n. 7, p. 850-6, 2019.

CHANDON, Pierre. How package design and packaged-based marketing claims lead to overeating. **Applied Economic Perspectives and Policy**. [S. l.], v. 35, n. 1, p. 7-31, 2013.

CHIEN, Tzu-Yun; CHIEN, Yi-wen; CHANG, Jung-Su; CHEN, Yi Chun. Influence of

mothers' nutrition knowledge and attitudes on their purchase intention for infant cereal with no added sugar claim. **Nutrientes**, Taiwan, v. 10, n. 4, p. 435, 2018.

CHIMEDT SEREN, Nyamragchaa; KELLY, Bridget; MCMAHON, Anne-Therese; YEATMAN, Heather. Prevalence and Credibility of Nutrition and Health Claims: Policy Implications from a Case Study of Mongolian Food Labels. **International Journal of Environmental Research and Public Health**. Ulaanbaatar, v. 17, n. 20, p. 7456, 2020.

CODEX ALIMENTARIUS. **General standard for the labelling of prepackaged foods. CODEX STAN 1-1985**. 1985. Disponível em: <www.fao.org/input/download/standards/32/CXS_001e.pdf>. Acesso em: 18/08/2022.

COLBY, Sarah E.; JOHNSON, LuAnn; SCHEETT, Angela; HOVERSON, Bonita. Nutrition marketing on food labels. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Greenville, v. 42, n. 2, p. 92-8, 2010.

COSTA, Cintia S; RAUBER, Fernanda; LEFFA, Paula S.; SANGALLI, Caroline Nicola; CAMPAGNOLO, Paula D. B.; VITOLO, Márcia R. Ultra-processed food consumption and its effects on anthropometric and glucose profile: A longitudinal study during childhood. **Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases**. Porto Alegre, v. 29, n. 2, p. 177-184, 2019.

COWBURN, Gill; STOCKLEY, Lynn. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. **Public Health Nutrition**, Oxford, v. 8, n. 01, p. 21-28, 2005.

COSTA, Katleen Thayane Gonçalves da; ANDRADE, Victor Hugo Braga Santana de; PADILHA, Fabrícia Michelline Queiroz de Holanda. A influência da publicidade de alimentos infantis nos hábitos alimentares: uma revisão sistemática. **Revista da Associação Brasileira de Nutrição**. São Paulo, 2021.

DIN, Norina; ZAHARI, Mohd Salehuddin Mohd; SHARIFF, Shazali Mohd. Nutritional labelling in Malaysian full service restaurant menu. **Journal of ASIAN Behavioural Studies**. Penang, v. 2, n. 2, p. 47-55, 2011.

DIXON, Helen; SCULLY, Maree; WAKEFIELD, Melanie; KELLY, Bridget.; CHAPMAN, Kathy. Parent's Responses to Nutrient Claims and Sports Celebrity Endorsements of Energy-Rich, Nutrient-Poor Foods: An Experimental Study. **Saúde Pública Nutrição.**, [S. l.], v. 14, n. 6, p. 1071-1079, 2011.

DIXON, Helen; SCULLY, Maree; KELLY, Bridget; CHAPMAN, Kathy; WAKEFIELD, Melanie. Can counter-advertising reduce pre-adolescent children's susceptibility to front-of-package promotions on unhealthy foods? Experimental research. **Social Science & Medicine**. [S. l.], v. 116, p. 211-219, 2014a.

DIXON, Helen; SCULLY, Maree; KELLY, Bridget; DONOVAN, Robert; CHAPMAN, Kathy; WAKEFIELD, Melanie. Counter-advertising may reduce parent's susceptibility to frontof-package promotions on unhealthy foods. **Journal of Nutrition Education and Behaviour**. [S. l.], v. 46, p. 467-474, 2014b.

DREWNOWSKI, Adam; MOSKOWITZ, Howard; REISNER, Michele; KRIEGER, Bert.

Testing consumer perception of nutrient content claims using conjoint analysis. **Public Health Nutrition**. [S. l.], v. 13, n. 5, p. 688-94, 2010.

ELLIOTT, Charlene; SCIME, Natalie V. Nutrient profiling and child-targeted supermarket foods: Assessing a “made in Canada” policy approach. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, [S. l.], v. 16, n. 4, p. 639, 2019.

ELLIOTT, Charlene. Marketing fun foods: a profile and analysis of supermarket food messages targeted at children. **Canadian Public Health**, [S. l.] v. 34, n. 2, p. 259-274, 2008.

EMRICH, Teri E.; ARCAND, JoAnne; L’ABBÉ, Mary R. Front-of-pack nutrition labelling systems: a missed opportunity? **Canadian Journal of Public Health**. [S. l.], v. 103, n. 4, p. e260-e2, 2012.

FELIPETTO, Nariéli.; SCHEFFER, Patreucia Arruda; MARGUTTI, Karen Mello de Mattos; SILVEIRA, Joice Trindade; MARQUES, Cláudio Timm; STORCK, Cumatia Regina; OLIVEIRA, Viviani Ruffo de; HELBIG, Elizabete; GINANI, Verônica Cortez; SACOL, Ana L. Vocêcia de Freitas. Percepção dos Consumidores Brasileiros em relação aos Modelos de Rotulagem de Alimentos que Acompanham Alimentos de Autosserviço. **Alimentos**. Santa Maria, v. 11, n. 838, 2022.

FERREIRA, Camila Silva; SILVA, Dyene Aparecida; GONTIJO, Cristiana Araújo; RINALDI, Ana Elisa Madalena. Consumption of minimally processed and ultra-processed foods among students from public and private schools. **Revista Paulista de Pediatria**. [S. l.], v. 37, n. 2, p. 173-180, 2019.

FIATES, Giovanna Medeiros Rataichesk; AMBONI, Renata Dias de Mello Castanho; TEIXEIRA, Evanilda. Comportamento consumidor, hábitos alimentares e consumo de televisão por escolares de Florianópolis. **Revista de Nutrição**. [S. l.], v. 21, n. 1, p. 105-14, 2008.

FREITAS, G. G.; NASCIMENTO, A. A. D. **A Influência da Mídia na Alimentação Infantil**. Convent Internacional, Cemoroc-Feusp, Univ. do Porto, Colégio Luterano. São Paulo, 2019.

FURNIVAL, Ariadne Chloe; PINHEIRO, Sonia Maria. O público e a compreensão da informação nos rótulos de alimentos: o caso dos transgênicos. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, [S. l.], v. 7, n. 2, 2009.

GARCEEUA, A. L.; MORILLO-SANTANDER, G.; Parrett, A.; MUTORO, A. Confusing health and nutrition claims in food marketing to children can adversely affect food choice and increase the risk of obesity. **Archives of Disease in Childhood**. [S. l.], v. 104, p. 541-46, 2019.

GELVANOVSKA, Natalija; ROGY, Michel; ROSSOTTO, Carlo Maria. **Broadband Networks in the Middle East and North Africa: Accelerating High-Speed Internet Access**. 1. Ed. Washington: The World Bank, 2013.

GIEHL, Raquel Bernardon Toigo. **A importância das informações nutricionais nos rótulos de alimentos na intenção de compra do consumidor**. Pós-graduação da Faculdade de

Administração, Contabilidade e Economia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2008. 173 p.

GIMÉNEZ, Ana; SALDAMANDO, Luis de; CURUTCHET, María Rosa; ARES, Gáston. Package design and nutritional profile of foods targeted at children in supermarkets in Montevideo, Uruguay. **Cadernos de Saúde Pública**. [S. l.], v. 33, e00032116, 2017.

GOODMAN, Samantha; VANDERLEE, Lana; ACTON, Rachel; MAHAMAD, Syed; HAMMOND, David. The impact of front-of-package label design on consumer understanding of nutrient amounts. **Nutrients**. [S. l.], v. 10, n. 1624. 2018.

GRUNERT, Klaus G.; WILLS, Josephine M. A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. **Journal Saúde Pública**, [S. l.], v. 15, p. 385-399, 2007.

GRUNERT, Klaus G.; WILLS, Josephine M.; FERNÁNDEZ-CELEMÍN, Laura. Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK. **Appetite**, Reino Unido, v. 55, n. 2, p. 177-89, 2010.

HARRIS, J. L.; LODOLCE, M. E.; SCHWARTZ, M. B. Incentivando grandes alimentos para fazer a coisa certa para a saúde das crianças: Um estudo de caso sobre o uso de pesquisas para melhorar a comercialização de cereais açucarados. **Crítico, Saúde pública**, [S. l.], v. 25, p. 320-332. 2014.

HARRIS, Jennifer L.; THOMPSON, Jacqueline M.; SCHWARTZ, Marlene B.; BROWNELL, Kelly D. Nutrition-related claims about children's cereals: what do they mean to parents and influence willingness to buy? **Public Health Nutrition**. [S. l.], v. 14, n. 12, p. 2207-12, 2011.

HAWKES, Corinna. Food packaging: The medium is the message. **Saúde Pública de Nutrição**. [S. l.], v. 13, n. 2, p. 297-9, 2010.

HAWLEY, Kristy L.; ROBERTO, Christina A.; BRAGG, Marie A.; LIU, Peggy J.; SCHWARTZ, Marlene B.; BROWNELL, Kelly D. The science on front-of-package food labels. **Public Health Nutrition**, [S. l.], v. 16, n. 3, p. 430-439, 2013.

HENRIQUES, Patrícia; SALLY, Enilce Oliveira; BURLANDY, Luciene; BEILER, Renata Mondino. Regulamentação da propaganda de alimentos infantis como estratégia para a promoção da saúde. **Ciência Saúde & Coletiva**. [S. l.], v. 17, n. 2, p. 481-490, 2012.

HENRIQUES, Isabella Vieira Machado. Controle social e regulação da publicidade infantil: o caso da comunicação mercadológica de alimentos voltada às crianças brasileiras. **Revista Eletrônica de Comunicação Informação, Inovação em Saúde**. [S. l.], v. 4, n. 4, p. 72-84, 2010.

HIPÓLITO, Amanda; FRANCISCO, William da Cruz. **Compreensão da Rotulagem Nutricional por Universitários da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Londrina**. [Trabalho de Conclusão de Curso]. Londrina (PR): Universidade Tecnológica Federal do Paraná; 2015.

IKONEN, Iina; SOTGIU, Francesca; AYDINLI, Aylin; VERLEGH, Peeter. W. J. Consumer effects of front-of-package nutrition labeling: An interdisciplinary metaanalysis. **Journal of the Academy of Marketing Science**, [S. l.], v. 48, n. 3, 360-383, 2020.

INFORMAS. **Protocol: Food Labelling Module**. 6. dez. 2017. The University of Auckland. Disponível em: <https://auckland.figshare.com/articles/journal_contribution/INFORMAS_Protocol_Food_Labelling_Module/5673643/1>. Acesso em: 18/08/2023.

IZAR, Maria Cristina de Oliveira; LOTTENBERG, Ana Maria; GIRALDEZ, Viviane Zorzaneli Rocha; FILHO, Raul Dias dos Santos; MACHADO, Roberta Marcondes; BERTOLAMI, Adriana; ASSAD, Marcelo Heitor Vieira. *et al.* Posicionamento sobre o Consumo de Gorduras e Saúde Cardiovascular–2021. Arquivos **Brasileiros de Cardiologia**, [S. l.], v. 116, p. 160-212, 2021.

JONES, Sandra; FABRIANESI, Belinda. Gross for kids but good for parents: differing messages in advertisements for the same products. **Public Health Nutrition**. [S. l.], v. 11, n. 6, p. 588-595, 2008.

KANTER, Rebecca; VANDERLEE, Lana; VANDEVIJVERE, Stefanie. Front-of-package nutrition labelling policy: global progress and future directions. **Public Health Nutrition**. [S. l.], v. 21, n. 8, p. 1399-1408, 2018.

KARNOPP, Ediana Volz Neitzke; VAZ, Juliana dos Santos; SCHAFER, Antonio Augusto; MUNIZ, Ludmila Correa; SOUZA, Rosângela de Leon Veleda de; SANTOS, Iná dos; GIGANTE, Denise Petrucci; ASSUNÇÃO, Maria Cecília Formoso. Food consumption of children younger than 6 years according to the degree of food processing. **Jornal de Pediatria**. Rio de Janeiro, v. 93, n. 1, p. 70-78, 2017.

KAUR, A.; SCARBOROUGH, P.; HIEKE, S.; KUSAR, A.; PRAVST, I.; RAATS, M.; RAYNER, M. The nutritional quality of foods with health claims in Germany, Netherlands, Spain, Slovenia and United Kingdom. **European Journal of Clinical Nutrition**. [S. l.], v. 70, n. 12, p. 1388-1395, 2016.

KHANDPUR, Neha; MAIS, Laís Amaral; SATO, Priscila de Moraes; MARTINS, Ana Paula Bortoletto Martins; SPINILLO, Carla Galvão; ROJAS, Carlos Felipe Urquizar; GARCIA, Mariana Tarricone; JAIME, Patrícia Constante. Choosing a front-of-package warning label for Brazil: A randomized controlled comparison of three different label designs. **Food Research International**. São Paulo, v. 121, p. 854-861, 2019.

KHANDPUR, Neha; SATO, Priscila de Moraes; MAIS, Laís Amaral; MARTINS, Ana Paula Bortoletto; SPINILLO, Carla Galvão; GARCIA, Mariana Tarricone; ROJAS, Carlos Felipe Urquizar; JAIME, Patrícia Constante. Are front-of-package warning labels more practical in communicating nutritional information than traffic light labels? A controlled experiment on a Brazilian sample. **Nutrients**, [S. l.], v. 10, n. 6, p. 688, 2018.

KHEHRA, R.; FAIRCHILD, R. M.; MORGAN, M. Z. UK children's breakfast cereals—an oral health perspective. **British Dental Journal**. [S. l.], v. 225, n. 2, p. 164-169, 2018.

KYE, Su Yeon; HAN, Kyu-Tae; JEONG, Sung Hoon; CHOI, Jin Young. Nutrition labeling usage influences blood markers in body-size self-conscious individuals: The Korean national

health and nutrition examination survey (knhanes) 2013–2018. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, [S. l.], v. 17, n. 16, p. 5769, 2020.

LIMA, Mayara; ALCANTARA, Marcela de; MARTINS, Inayara. B. A.; ARES, Gáston; DELIZA, Rosires. Can front-of-pack nutrition labeling influence children's emotional associations with unhealthy food products? An experiment using emoji. **Food Research International**. [S. l.], v. 120, p. 217-225, 2019a.

LIMA, Mayara; ALCÂNTARA, Marcela de; ARES, Gáston; DELIZA, Rosires. It is not all about information! Sensory experience overrides the impact of nutrition information on consumers' choice of sugar-reduced drinks. **Food Quality and Preference**. [S. l.], v. 74, p. 1-9, 2019b.

LOBANCO, Cássia Maria; VEDOVATO, Gabriela Milhassi; CANO, Cristiane Bonaldi; BASTOS, Deborah Helena Markowicz. Fidedignidade de rótulos de alimentos comercializados no município de São Paulo. **Revista Saúde Pública**, São Paulo, v. 43, n. 3, p. 499-505, 2009.

LONGO-SILVA, Giovana; TOLONI, Maysa Helena de Aguiar; MENEZES, Risia Cristina Egito de; ASAKURA, Leiko; OLIVEIRA, Maria Alice Araújo; TADDEI, José Augusto de Aguiar Carrazedo. Ultra-processed foods: Consumption among children at day-care centers and their classification according to Traffic Light Labelling system. **Revista de Nutrição**. [S. l.], v. 28, n. 5, p. 543–553, 2015.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Legislação de proteção de crianças e adolescentes contra publicidade ofensiva**: a situação do brasil e o panorama internacional. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/estudos-e-notas-tecnicas/publicacoes-da-consultoria-legislativa/areas-da-conle/tema4/2009_13893.pdf>. Acessado em: 22/11/2023.

MACHADO, Martha Luisa. **Comparação entre a composição nutricional e a informação nutricional complementar de alimentos industrializados direcionados e não direcionados a crianças**. 2014. 121f. Dissertação (Mestrado em Nutrição). Programa de Pós-Graduação em Nutrição, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2014.

MACHADO, Martha Luisa; RODRIGUES, Vanessa Mello; NASCIMENTO, Amanda Bagolin do; DEAN, Moira; FIATES, Giovanna Medeiros Rataichesk. Nutritional composition of Brazilian food products marketed to children. **Nutrients**. [S. l.], v. 11, n. 6, p. 1214, 2019.

MACHADO, S. S.; SANTOS, F. O.; ALBINATI, F. L.; SANTOS, L. P. R. Comportamento dos consumidores com relação à leitura de rótulo de produtos alimentícios. **Alimentos e Nutrição**. Araraquara, v. 17, n. 1, p. 97-103, 2006.

MACHADO, S. S.; SANTOS, F. O.; ALBINATI, F.; SANTOS, L. P. R. Comportamento dos consumidores com relação à leitura de rótulo de produtos alimentícios. **Alimentos e Nutrição**. Araraquara, v. 17, n. 1, 2008.

MACHÍN, Leandra; CURUTCHET, María Rosa; GIMÉNEZ, Ana; ASCHEMANN-WITZEL, Jessica; ARES, Gastón. Do nutritional warnings do their work? Results from a

choice experiment involving snack products. **Food Quality and Preference**. [S. l.], v. 77, p. 159-165, 2019.

MACHÍN, Leandro; ASCHEMANN-WITZEL, Jessica; CURUTCHET, María Rosa; GIMÉNEZ, Ana; ARES, Gastón. Does front-of-package nutritional information improve the consumer's ability to make healthy choices? Alert and traffic light system performance in a simulated shopping experiment. **Appetite**. [S. l.], v. 1, n. 121, p. 55–62, 2018b.

MACHÍN, Leandro; ASCHEMANN-WITZEL, Jessica; CURUTCHET, María Rosa; GIMÉNEZ, Ana; ARES, Gastón. Traffic Light System Can Increase Healthfulness Perception: Implications for Policy Making. **Journal of Nutrition Education Behavior**. [S. l.], v. 50, n. 7, p. 668–674, 2018a.

MALDONADO, Luciana Azevedo; FARIAS, Silvia Cristina; CRUZ, Kelly Veloso da; SANTOS, Bruna Pereira dos; CASTRO, Luciana Maria Cerqueira; CASTRO, Inês Rugani Ribeiro de. Estratégias de comunicação mercadológica em rótulos de alimentos consumidos por crianças. **Revista de Saúde Pública**. [S. l.], v. 57, n. 92, 2023.

MALIK, Vasanti S.; WILLETT, Walter C.; HU, Frank B. The Revised Nutrition Facts Label: A Step Forward and More Room for Improvement. **Jama**, v. 316, n. 6, p. 583-4, 2016.

MANDLE, Jessie; TUGENDHAFT, Aviva; MICHALOW, Julia; HOFMAN, Karen. Nutrition labelling: A review of research on consumer and industry response in the global South. **Global Health Action**. [S. l.], v. 8, n. 1, 2015.

JIMÉNEZ-MARÍN, Gloria; ZAMBRANO, Rodrigo Elías; GALIANO-CORONIL, Araceli; RAVINA-RIPOLL, Rafael. Food and beverage advertising aimed at spanish children issued through mobile devices: a study from a social marketing and happiness management perspective. **International Journal of Environmental Research and Public Health**. [S. l.], v. 17, n. 14, p. 5056, 2020.

MARINS, Bianca Ramos; JACOB, Silvana Couto. Avaliação do hábito de leitura e da compreensão da rotulagem por consumidores de Niterói, RJ. **Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia**. [S. l.], v. 3, n. 3, p. 122-129, ago., 2015.

MARINS, Bianca Ramos; JACOB, Silvana do Couto; PERES, Frederico. Avaliação qualitativa do hábito de leitura e entendimento: recepção das informações de produtos alimentícios. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**. Campinas, v. 28, n. 3, p. 579-585, 2008.

MARTINS, Amanda Corrêa. **Notificação de vitaminas e minerais para fins comerciais em rótulos de alimentos industrializados direcionados a crianças comercializados no Brasil**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Programa de Pós-Graduação em Nutrição, Florianópolis, 2021.

MARTINS, Ana Paula Bortoletto. **Rotulagem de alimentos e doenças crônicas: percepção do consumidor no Brasil**. 1. ed. São Paulo: IDEC, v. 3, p. 83, 2014.

MAUBACH, Ninya; HOEK, Janet; MCCREANOR, Tim. An Exploration of Parental Food Purchasing Behaviors. **Appetite**, [S. l.], v. 53, n. 3, p. 297-302, 2009.

MELO, Janete da Costa Barbosa de; LUSTOSA, Gabriella Freire; IBIAPINA, Daniela Fortes Neves; LANDIM, Liejy Agnes dos Santos Raposo. Influência da mídia no consumo de alimentos ultraprocessados e no estado nutricional de escolares. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**. [S. l.], v. 29, 2019.

MHURCHU, Cliona Ni; VOLKOVA, Ekaterina; JIANG, Yannan.; EYLES, Helen; MICHIE, Jo; NEAL, Bruce; BLAKELY, Tony; SWINBURN, Boyd; RAYNER, Mike. Effects of interpretive nutrition labels on consumer food purchases: The Starlight randomized controlled trial. **American Journal of Clinical Nutrition**. [S. l.], v. 105, n. 3, p. 695–704, 2017.

MICHELETTI, Natalia Jaccomo; MELLO, Ana Paula de Queiroz. A influência da mídia na formação dos hábitos alimentares de crianças e adolescentes. **Disciplinarum Scientia**. Santa Maria, [S. l.], v. 21, n. 2, p. 73-87, 2020.

MILLER, Lisa M Soederberg; CASSADY, Diana L. The effects of nutritional knowledge on the use of food labels: a literature review. **Appetite**. [S. l.], v. 92, p.207–216, 2015.

MOREIRA, S. S. P.; CARDOSO, F. T.; SOUZA, G. G.; SILVA, E. B. Avaliação da adequação da rotulagem de Suplementos Esportivos. **Corpus et Scientia**. [S. l.], v. 9, n. 2, p. 45-55, 2013.

MILOSAVLJEVIC, Milica; KOCH, Christof; RANGEL, Antonio. Consumers can make decisions in just a third of a second. **Judgment and Decision Making**, [S. l.], v. 6, p. 520-530, 2011.

MONTEIRO, Renata Alves; COUTINHO, Janine Giuberti; RECINE, Elisabetta. Consulta aos rótulos de alimentos e bebidas por freqüentadores de supermercados em Brasília, Brasil. **Revista Panamericana Salud Publica**. [S. l.], v. 18, n. 3, p. 172-77, 2005.

MUNSELL, Christina R.; HARRIS, Jennifer L.; SARDA, Vishnudas; SCHWARTZ, Marlene B. Parental beliefs about the healthfulness of sugary beverage options: Opportunities for addressing misperceptions. **Saúde Pública Nutrition**. [S. l.], v. 19, p. 46-54, 2016.

NANCARROW, Clive; WRIGHT, Len Tio; BRACE, Ian. Gaining competitive advantage from packaging and labeling in marketing communications. **British Food Journal**, [S. l.], v.100, p. 110-118, 1998.

NEAL, Bruce; CRINO, Michelle; DUNFORD, Elizabeth; GAO, Annie; GROENLÂNDIA, Roah; LI, Nicole; NGAI, Judith; NI MHURCHU, Cliona; PETTIGREW, Simone; SACKS, Gary; WEBSTER, Jacqui; HY WU, Jason. Effects of Different Types of Front-of-Package Labeling Information on the Healthiness of Food Purchases - a Randomized Controlled Study. **Nutrients**. Sydney, v. 9, n. 12, p. 1284, 2017.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE – OMS (2017). **Facts and figures on childhood obesity**. Disponível em: <<http://www.who.int/end-childhood-obesity/facts/en>>. Acessado em: 18/08/2023.

Otus Sluctions. Disponível em: <<https://site.otus-solutions.com.br/>>. Acessado em: 20/08/2023.

PASSAMANI, C. F.; PACIFICO, G. L. T.; LEE, O. P.; ORTIZ, J. A. R.; LOPES, F. O.; CESARIO, F. C. **Influência da publicidade na alimentação infantil**. Anais do 10º Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão. Universidade Federal do Pampa, Santana do Livramento, 2018.

PARDAL, Joana Isabel Serôdio. **Impacto das alegações nutricionais e de saúde nos consumidores**. Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Marketing do Instituto Universitário de Lisboa. Lisboa, 2017. 98 p.

PEREIRA, Mônica Cecília Santana; JESUS, Maria Cristina Pinto de; VASSIMON, Helena Siqueira; NASCIMENTO, Lilian Cristina Gomes do; TAVARES, Maria de Fátima Lobato. Direito do consumidor às informações nos rótulos dos alimentos: perspectiva de profissionais envolvidos em políticas públicas. **Aletheia**. [S. l.], v. 52, n. 1, p. 85–101, 2019.

PEREIRA, Mônica Cecília Santana; JESUS, Mônica Cecília Santana de; VASSIMON, Helena Siqueira; TAVARES, Maria de Fátima Lobato. A perspectiva de representantes de políticas públicas federais sobre os rótulos de alimentos. **Demetra: alimentação, nutrição e saúde**, [S. l.], v. 12, n. 4, p. 1147-1163, 2017.

PIMENTA, Dênia Velloso; MASSON, Daniela Fagioli; BUENO, Milena Baptista. Análise das propagandas de alimentos veiculadas na televisão durante a programação voltada ao público infantil. **Journal of the Health Sciences Institute**. São Paulo, v. 29, n. 1, p. 52-5, 2011.

POLARI, Ananda Silva; **Efeito da presença de rotulagem nutricional frontal sobre o tempo para realização de escolhas alimentares entre adultos brasileiros**. Universidade de Brasília: Distrito Federal, 2019.

PONTES, Tatiana Elias; COSTA, Thalita Feitosa; MARUM, Annete Bressan R. F.; BRASIL, Anne Lise D.; TADDEI, José Augusto de A. C. Orientação nutricional de crianças e adolescentes e os novos padrões de consumo: propagandas, embalagens e rótulos. **Revista Paulista de Pediatria**. [S. l.], v. 27, n. 1, p. 99-105, 2009.

PRATES, Sara Morais Senna; REIS, Ilka Afonso; ROJAS, Carlos Felipe Urquizar; SPINILLO, Carla Galvão; ANASTÁCIO, Lucilene Rezende. Influência das alegações nutricionais em diferentes modelos de rotulagem nutricional frontal em alimentos supostamente saudáveis: impacto na compreensão da informação nutricional, percepção de saudabilidade e intenção de compra de consumidores brasileiros. **Nutrition and Food Science Technology**. [S. l.], v. 9, p. 921065, Sep., 2022.

PULKER, Claire Elizabeth; SCOTT, Jane Anne; POLLARD, Christina Mary. Alimentos familiares ultraprocessados na Austrália: alegações nutricionais, alegações de saúde e técnicas de marketing. **Nutricionista de Saúde Pública**. [S. l.], v. 21, n. 1, p. 38-48, 2018.

REIS, Valriane Suelen; FILHO, Nelson Consolin; BAQUETA, Michel Rocha; DEMCZUK JÚNIOR, Bogdan Demczuk. Avaliação do teor de sódio em salgadinhos comerciais e da rotulagem de acordo com a RDC nº 26/2015 sobre alergênicos alimentares. **Brazilian Journal Food Technology**. [S. l.], v. 23, p. e2019093, 2020.

ROBERTO, C. A.; KHANDPUR, N. Improving the design of nutrition labels to promote

healthier food choices and reasonable portion sizes. **International Journal of Obesity**. [S. l.], v. 38, n. 1, p. S25–S33, 2014.

RODRIGUES, Vanessa Mello.; RAYNER, Mike; FERNANDES, Ana Carolina; OLIVEIRA, Renata Carvalho de; PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa; FIATES, Giovanna Medeiros Rataichesk. Comparison of the nutritional content of products, with and without nutrient claims, targeted at children in Brazil. **British Journal of Nutrition**. [S. l.], v. 115, n. 11, p. 2047-2056, 2016.

ROJAS, Carlos Felipe Urquizar; SPINILLO, Carla Galvao. Avaliação de cuidados: contribuições do design da informação para avaliação de eficácia comunicacional de rotulagem nutricional frontal. **Revista Brasileira de Design da Informação**. [S. l.], v. 18, p. 1–28, 2021.

RONNOW, Helene Normann. The effect of front-of-pack nutritional labels and back-of-pack tables on dietary quality. **Nutrients**, [S. l.], v. 12, n. 6, p. 1704, 2020.

SACCO, J. E.; TARASUK, V. Discretionary addition of vitamins and minerals to foods: implications for healthy eating. **European Journal of Clinical Nutrition**. [S. l.], v. 65, n. 3, p. 313, 2011.

SALOMÃO, Joab Oliveira; GALVÃO, Atila Brener Costa; LAU, Jéssica Natacia Ferreira; NASCIMENTO, Paulo Loivo do; CABRAL, Ian Dimas; SILVA, Monise Martins da; ACOSTA, Rene Jesus De La Torre; ALMADA, Maria Olímpia Ribeiro do Vale. Obesidade, ingestão de sódio e estilo de vida em hipertensos atendidos na ESF. **Brazilian Journal of Health Review**. Curitiba, v. 3, n. 6, p. 16002-16016, 2020.

SANTANA, Fabiani Cristina de Oliveira. Rotulagem para alergênicos: uma avaliação dos rótulos de chocolates frente à nova legislação brasileira. **Brazilian Journal of Food Technology**. Campinas, v. 21, p. 01-08, 2018.

SANTOS, Tony Moreira; TAVARES, Mauro Calixta. Comportamento do consumidor: um estudo dos principais atributos que determinam a escolha de sucos ou refrigerantes de uma Instituição de Ensino Superior de Belo Horizonte. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p. 129-150, 2011.

SCRINIS, Gyorgy. Reformulation, fortification and functionalization: Big Food corporations' nutritional engineering and marketing strategies. **The Journal of Peasant Studies**. [S. l.], v. 43, n. 1, p. 1-21, 2016.

SILVA, Ágata Mafalda Cerqueira Bastos da. **Rotulagem alimentar: visualização e utilização pelo consumidor**. Universidade do Porto. Trabalho de Conclusão apresentado ao Mestrado em Ciências do Consumo e Nutrição. Porto, 2013. 124 p.

SILVA, Fábio Santos da; PEREIRA, Thaís Cristina de Oliveira; CARMO, Yorrana Afonso Ramos do; SOUZA, Adriana Régia Marques de. Análise de mercado de rótulos alimentícios por consumidores de Goiânia. **Revista Desafios**. v. 6, 2019.

SILVA, Jéssyca Alves da; NASCIMENTO, Bárbara Melo Santos do. Análise da adequação de rótulos de alimentos infantis frente a rotulagem geral e nutricional. **Brazilian Journal of**

Health Review. Curitiba, v. 4, n. 2, p. 6931-6941, 2021

SILVA, L. P. **A influência da preocupação com a saúde no uso de informações dos rótulos de alimentos**. Universidade de Brasília. Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração. 2016. p. 52

SILVA, Viviane Simões de Freitas; LATINI, Juliana Pacheco Tomaz; TEIXEIRA, Michelle Teixeira. Análise da rotulagem de alimentos industrializados destinados ao público infantil à luz da proposta de semáforo nutricional. **Vigilância Sanitária em Debate**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 36-44, 2017.

SILVEIRA, Márcia Liliâne Rippel; ROSA, Vanessa Pires da; CIROLINI, Andréia. Avaliação da rotulagem e do perfil nutricional de alimentos. **Brazilian Journal of Development**. Curitiba, v. 8, n. 6, p. 43661-43666, jun., 2022.

SINGLA, Manisha. Usage and understanding of food and nutritional labels among Indian consumers. **British Food Journal**, [S. l.], v. 112, n. 1, p. 83-92, 2010.

SILVA, Letícia Guardiano Ribeiro. **Product Placement nas atuais mídias sociais: um exame sobre a hipervulnerabilidade infantil frente a esta prática abusiva**. 28f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia. 2019.

SOARES, Denise Josino; MOURA NETO, Luís Gomes de; SILVA, Larissa Morais Ribeiro da. Análise do comportamento dos consumidores com relação à compreensão e entendimento das informações dos rótulos de alimentos. **Revista Agropecuária Técnica**. [S. l.], v. 37, n. 1, p. 105-11, 2016.

SOARES, Natália Reis; NUNES, Tatiana Pacheco. Avaliação da conformidade dos rótulos de produtos lácteos frente a legislação vigente e a percepção do consumidor sobre rotulagem. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 3, p. e24110313223, 2021.

SOUZA, Ângela Rozane Leal de; RÉVILLION, Jean Philippe Palma. Novas estratégias de posicionamento na fidelização do consumidor infantil de alimentos processados. **Ciência Rural**. Santa Maria, v. 42, n. 3, p. 573-80, 2012.

SOUZA, Sônia Maria Fernandes da Costa; LIMA, Kenio Costa; MIRANDA, Kenio Costa; CAVALCANTI, Francisco Ivo Dantas. Utilização da informação nutricional de rótulos por consumidores de Natal, Brasil. **Revista Panamericana Salud Publica**. Natal, v. 29, n. 5, p. 337-43, 2011.

SPINILLO, Carla Galvão. Challenging Titans, proposing the triangle as a front of packaging warning nutrition labeling for Brazil. **Selected Readings of the 8th Information Design International Conference**. Natal, 2019.

SUSSMAN, Romi L.; MCMAHON, Anne T.; NEALE, Elizabeth P. An audit of nutritional and health investigations into supermarket breakfast cereals in the Illawarra region of Australia. **Nutrientes**. Nova Gales do Sul, v. 11, n. 7, p. 1604, 2019.

TAILLIE, Lindsey Smith; HALL, Marissa G.; POPKIN, Barry M.; WEN NG, Su; MURUKUTLA, Nandita. Experimental Studies of Front-of-Package Nutrient Warning Labels on Sugar-Sweetened Beverages and Ultra-Processed Foods: A Scoping Review. **Nutrients**. New York, v. 12, n. 2, p. 569, p. 1-24, Feb., 2020.

TAVARES, Anne de Andrade. **A Propaganda de Alimentos Infantis: Uma pesquisa qualitativa sobre a percepção dos pais acerca dos hábitos de consumo dos filhos**. 2016. 85 f. Monografia (Bacharelado em Administração). Departamento de Administração, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

THEODORE, F. L.; LOPEZ-SANTIAGO, M.; CRUZ-CASARRUBIAS, C.; MENDOZA-PABLO, P. A.; BARQUERA, S.; TOLENTINO-MAYO, L. Digital marketing of products with poor nutritional quality: a major threat for children and adolescents. **Public Health**. [S. l.], v. 198, p. 263-269, 2021.

TALATI, Zenobia; PETTIGREW, Simone; DIXON, Helen; NEAL, Bruce; BALL, Kylie; HUGHES, Clare. Do health claims and front-of-package labels lead to positivity bias in unhealthy foods? **Nutrients**. [S. l.], v. 8, n. 12, p. 787, 2016.

TARABELLA, Angela; BURCHI, Barbara. The role of nutrition and health claims in consumer's perception: Creating education paths to resolve information asymmetries caused by promotion and marketing activities regarding foodstuffs. **Procedia - Social and Behavioral Science**, [S. l.], v.46, p. 2173-2177, 2012.

TEMPLO, Norman J. Front-of-Package Food Labels: A Narrative Review. **Appetite**. [S. l.], v. 144, n. 104485, 2020.

UNICEF - FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA; IDECAN - INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Influências dos rótulos de alimentos ultraprocessados na percepção, preferências e escolhas alimentares de crianças brasileiras**. São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://alimentandopoliticas.org.br/wp-content/uploads/2020/01/Pesquisa-Idec-UNICEF-Web.pdf>>. Acessado em: Acesso em: 13/10/2023.

VAN LOO, Ellen J; GREBITUS, Carola; NAYGA JR, Rodolfo M.; VERBEKE, Wim; ROOSEN, Jutta. On the measurement of consumer preferences and food choice behavior: The relation between visual attention and choices. **Applied Economic Perspectives and Policy**. [S. l.], v. 40, p. 538-562, 2018.

VIANA, Victor. Psicologia, saúde e nutrição: Contributo para o estudo do comportamento alimentar. **Análise Psicológica**, [S. l.], v. 4, n. 20, p. 611-624, 2002.

WANSINK, Brian; CHANDON, Pierre. Can low-fat nutrition labels lead to obesity? **Journal of Marketing Research**. [S. l.], v. 43, n; 4, p. 605-617, 2006.

WILES, Nicola Laurelle. The nutritional quality of South African ready-to-eat breakfast cereals. **South African Journal of Clinical Nutrition**. [S. l.], v. 30, n. 4, p. 93-100, 2017.

WILLIAMS, Peter. Consumer Understanding and Use of Health Claims for Foods. **Nutrition Review**. [S. l.], v. 63, n. 3, p. 256-64, 2005.

WORLD CANCER RESEARCH FUND INTERNATIONAL (WCRFI). **Building momentum: Lessons on implementing a robust front of pack food label**. 2019. Disponível em: < <https://www.wcrf.org/wp-content/uploads/2021/03/PPA-Building-Momentum-2-WEB.pdf> > Acessado em: 13/10/2023.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Food and Agriculture Organization of the United Nations. Codex Alimentarius: Food Labelling**. 5 ed. Rome: Codex Alimentarius Commission, 2007. p. 43.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases. 2013-2020**. Geneva. Disponível em: <<https://www.who.int/publications/i/item/9789241506236>>. Acesso em: 13/10/2023.

ZUCCHI, Natália Durigon; FIATES, Natália Durigon. Analysis of the presence of nutrient claims on labels of ultra-processed foods directed at children and of the perception of kids on such claims. **Revista de Nutrição**. [S. l.], v. 29, n. 6, p. 821-832, 2016.

APÊNDICES

APÊNDICE A – CARTA DE APRESENTAÇÃO DO PROJETO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
Campus Universitário Ministro Petrônio Portella - Bairro Ininga.
CEP: 64.049-550 - Teresina – PI, [Telefone: \(86\) 3215-5513](tel:(86)3215-5513)

Profª. Titular Drª. Regilda Saraiva dos Reis Moreira - Araújo

Teresina, 25 de abril de 2022.

A quem interessar possa:

Gostaria de informar a Vossa Senhoria, que a pós-graduanda Dayane Dayse de Melo Costa, portadora do CPF 026.602.423-80 e RG 2670574, está participando da pesquisa "Criação de um Banco Brasileiro de Rótulos de Alimentos: informações nutricionais, comerciais, geográficas e de marketing" sob coordenação da Profª. Drª. REGILDA SARAIVA DOS REIS MOREIRA-ARAÚJO, que atua no curso de Graduação em Nutrição da Universidade Federal do Piauí e no Programa de Pós Graduação em Alimentos e Nutrição da Universidade Feddeal do Piauí. Para a realização dessa pesquisa, é necessário que o rótulo de diversos alimentos seja documentado através de fotos, para que as informações nutricionais sejam coletadas.

Desta forma, esclareço que nenhuma informação sobre o ponto de venda será registrada, pois esse não é o foco do trabalho. Além disso, a pesquisa não tem carácter fiscalizatório que possa implicar em qualquer consequência para o comércio ou seu proprietário. Caso surja qualquer dúvida sobre a pesquisa, informações adicionais podem ser obtidas no seguinte contato:

Universidade Federal do Piauí – UFPI
Campus Ministro Petrônio Portela – Ininga, Tersina - PI
e-mail: regilda@ufpi.edu.br
Celular: (86)-99960-6673

Agradecemos sua compreensão e colaboração com nossa pesquisa.

Atenciosamente,

A handwritten signature in black ink, reading "Regilda Saraiva dos Reis Moreira-Araújo".

Profª. Titular Drª. Regilda Saraiva dos Reis Moreira- Araújo

Coordenadora

APÊNDICE B – OFÍCIO APRESENTADO AO SUPERMERCADO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - UFPI
Campus Universitário Ministro Petrônio Portella - Bairro Ininga.
CEP: 64.049-550 - Teresina – PI, Telefone: (86) 3215-5513

Ofício nº 01/2023

Teresina, 22 de junho de 2023.

Ao: Caderlle F. Santos

De: Profª. Dra. Regilda Saraiva dos Reis Moreira-Araújo

Gostaria de informar a Vossa Senhoria, que a pós-graduanda Dayane Dayse de Melo Costa, portadora do CPF 026.602.423-80 e RG 2670574, está participando da pesquisa “Rotulagem de alimentos infantis e impactos das designações frontais na decisão de compra dos pais” sob coordenação da Profª. Dra. Regilda Saraiva dos Reis Moreira-Araújo, que atua no curso de Graduação em Nutrição da Universidade Federal do Piauí e no Programa de Pós Graduação em Alimentos e Nutrição da Universidade Federal do Piauí.

Para a realização dessa pesquisa, é necessário que sejam aplicados questionários (anexo 1) que coletará informações da visão dos clientes que frequentam o estabelecimento, as informações são a respeito da influência das alegações contidas nos rótulos de alimentos destinados para crianças sobre a decisão de compra dos pais, os consumidores serão abordados e se concordarem e assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (anexo 2) participarão da pesquisa.

Desta forma, esclareço que nenhuma informação sobre o ponto de venda será registrada, bem como não será registrado fotos do estabelecimento e dos clientes, pois esse não é o foco do trabalho. Além disso, a pesquisa não tem carácter fiscalizatório que possa implicar em qualquer consequência.

Caso surja qualquer dúvida sobre a pesquisa, informações adicionais podem ser obtidas no seguinte contato:

Universidade Federal do Piauí – UFPI
Campus Ministro Petrônio Portela – Ininga, Teresina - PI
e-mail: regilda@ufpi.edu.br / dayane785@hotmail.com
Celular: (86) 99960-6673 / (86) 9987-2097

Agradecemos sua compreensão e colaboração com nossa pesquisa.

Atenciosamente,


Profª Titular Dra. Regilda Saraiva dos Reis Moreira Araujo
Coordenadora

Profª Draª Regilda Moreira Araujo
Labrombioq/ Lasa-UFPI
Siape 1167746

Campus Universitário Ministro Petrônio Portella - Bairro
Ininga. CEP: 64.049-550 - Teresina – PI

APÊNDICE C: QUESTIONÁRIO APLICADO NO PRESENTE ESTUDO



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA – MEC
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
 PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PRPPG
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ALIMENTOS E NUTRIÇÃO –
 PPGAN



QUESTIONÁRIO SOBRE RÓTULOS FRONTAIS DE ALIMENTOS INFANTIS

1. Sexo: () Feminino () Masculino
2. Idade:
 () Entre 18 e 24 anos () Entre 25 e 35 anos () Entre 36 e 50 anos () A partir de 51 anos
3. Escolaridade:
 () Não frequentou a escola () Ensino Fundamental () Ensino Médio
 () Ensino Superior () Especialização () Mestrado () Doutorado
4. Estado Civil: () Solteiro(a) () Casado(a) () Divorciado(a) () Viúvo(a)
5. Renda Familiar:
 () 1 salário mínimo () Entre 1 e 2 salários mínimos () Entre 2 e 4 salários mínimos
 () Entre 5 e 10 salários mínimos () Entre 11 e 15 salários mínimos
 () Entre 16 e 20 salários mínimos () Mais de 20 salários mínimos
6. Possui filhos menores? () sim () não
7. Se a resposta anterior for "sim", qual a idade do seu filho(a)?
 () Menor que 1 ano () Entre 1 ano e 5 anos () Entre 6 e 10 anos () Entre 11 e 13 anos
8. Você é o principal responsável pela compra de alimentos da sua residência?
 () sim () não
9. Qual meio você utiliza para obter informações sobre rotulagem de alimentos?
 () Médico () Nutricionista () Mídia (televisão, internet, rádio, revista e jornal)
 () Amigos () Nenhum () Outros. Qual (is)? _____
10. Faz a leitura do rótulo frontal na hora da compra? () sim () não
11. Considera a rotulagem frontal importante? () sim () não
12. Confia nas informações presentes nos rótulos? () sim () não
13. Quais informações você procura nos rótulos?
 1º – (_____
 2º – (_____
 3º – (_____
 4º – (_____
 5º – (_____

6° – (_____)

14. Já comprou algum produto por causa de alguma alegação no rótulo frontal?

() sim () não

15. Se “sim” para a pergunta anterior, qual informação te fez comprar o produto? Qual foi o produto?

16. Com que frequência o (a) senhor (a) verifica a rotulagem frontal presente nos alimentos?

() Nunca () Quase Nunca () Quase Sempre () Sempre

17. Quais são os tipos de alimentos embalados que o(a) senhor(a) normalmente verifica o rótulo frontal?

1° – (_____)

2° – (_____)

3° – (_____)

4° – (_____)

5° – (_____)

6° – (_____)

18. Quando o(a) senhor(a) seleciona os alimentos que irá comprar, as informações contidas nos rótulos frontais interferem nas suas escolhas?

() Sim () Não

19. Já deixou de comprar algum produto por causa de alguma informação no rótulo frontal?

() sim () não

20. Se “sim” para a pergunta anterior, qual informação te fez deixar de comprar o produto?

Qual era o produto?

21. Os termos utilizados nos rótulos são de fácil entendimento para você?

() sim () não

22. Quais as principais dificuldades no entendimento dos rótulos?

() Informações difíceis de encontrar () Termos difíceis de compreender

() Letra muito pequena () Falta de destaque () Excesso de informações

() Outras. Qual(is)? _____

Existem outras dúvidas quanto a rotulagem de alimentos que não foram abordadas nessa pesquisa?

Deixe aqui seu comentário:

Data da entrevista: ____ / ____ / _____.

APÊNDICE D: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Pesquisa: Rotulagem de alimentos infantis e impactos das designações frontais na decisão de compra dos pais

Pesquisador responsável: Prof^a. Titular Dra. Regilda Saraiva dos Reis Moreira - Araújo, Campus Ministro Petrônio Portela – Ininga, Teresina – PI, Brasil. Telefone: (86) -99960-6673.

A) INFORMAÇÕES AO PARTICIPANTE

1. Apresentação da pesquisa.

O estudo sobre rotulagem de alimentos infantis se faz oportuno devido à dúvida sobre o entendimento ou não pelo consumidor das informações contidas no rótulo. Identificar e perceber como se dá essa relação entre consumidor e informação contida nos rótulos é um trabalho viável e necessário, pois apontará não só se houve a efetivação das leis impostas ao setor como também pode indicar novas necessidades de revisão de literatura.

2. Objetivos da pesquisa.

Identificar a rotulagem de alimentos infantis e o impacto que os rótulos fontais exercem sobre o poder de decisão dos pais.

3. Participação na pesquisa.

A participação na pesquisa Rotulagem de alimentos infantis e impactos das designações frontais na decisão de compra dos pais é realizada através da aplicação de questionário com questões objetivas e claras, tendo um período de realização de aproximadamente 10 minutos.

4. Confidencialidade.

O sigilo da pesquisa é totalmente garantido ao participante, preservando sua privacidade e dados de caráter pessoal (nome e e-mail). As únicas informações a serem utilizadas serão abordadas no questionário e tem objetivo exclusivamente científico.

5. Riscos e Benefícios.

5a) Riscos: Um possível risco seria o participante se sentir constrangido ou desconfortável no momento da abordagem e/ou ao responder o questionário, no entanto, a abordagem será realizada de forma individualizada e terá um local adequado para ser respondido o questionário, além disso, as pesquisadoras darão suporte adequado caso essa situação ocorra.

5b) Benefícios: o conhecimento das dúvidas presentes ao se ler um rótulo alimentício é de suma importância, pois só assim é possível que medidas sejam tomadas para modificar o modo como as informações são passadas da indústria para o consumidor, preservando seu direito à informação e sua saúde.

6. Critérios de inclusão e exclusão.

6a) Inclusão: Qualquer pessoa acima de 18 anos que tenha filhos menores, independente do sexo, escolaridade ou demais características.

6b) Exclusão: pais de filhos menores de 13 anos.

7. Direito de sair da pesquisa e a esclarecimentos durante o processo.

O participante da pesquisa tem o direito de deixar o estudo a qualquer momento e de receber esclarecimentos em qualquer etapa da pesquisa.

Você pode assinalar o campo a seguir, para receber o resultado desta pesquisa, caso seja de seu interesse:

- quero receber os resultados da pesquisa
(e-mail para envio: _____)
 não quero receber os resultados da pesquisa

8. Ressarcimento e indenização.

Conforme Resolução 466/12 itens II. 21 – Ressarcimento: compensação material, exclusivamente de despesas do participante e seus acompanhantes, quando necessário, tais como transporte e alimentação; e II. 7 – indenização: cobertura material para reparação a dano, causado pela pesquisa ao participante da pesquisa.

Devido ao fato da pesquisa em questão não ter custo para os participantes, a ocorrência de ressarcimento não é aplicável.

Consentimento de Participação da Pessoa como Sujeito

Eu concordo em participar do estudo “Rotulagem de alimentos infantis e impactos das designações frontais na decisão de compras dos pais, como sujeito. Fui suficientemente informado a respeito das informações que li ou que foram lidas para mim, descrevendo o estudo. Ficou claro também que minha participação é isenta de despesas. Concordo voluntariamente em participar deste estudo e poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante o mesmo, sem penalidades ou prejuízo ou perda.

Teresina, ____ de _____ de 2023.

Assinatura do sujeito ou responsável

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste sujeito de pesquisa ou representante legal para a participação neste estudo.

Assinatura do Pesquisador Responsável

Observações complementares

Se você tiver alguma consideração ou dúvida sobre a ética da pesquisa, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa – UFPI – Campus Universitário Ministro Petrônio Portela – Bairro Ininga. Teresina – PI. CEP: 64.049-550 Tel.: (86) 3237-2332 – email: cep.ufpi@upi.edu.br, web: www.ufpi.br/cep.

APÊNDICE E: FREQUÊNCIA DAS INFORMAÇÃO PROCURADAS NOS RÓTULOS DOS ALIMENTOS

Informações procuradas nos rótulos	Nº
Açúcar	139
Validade	105
Sódio	100
Gordura	72
Ingredientes	45
Calorias	42
Conservantes	41
Glúten	28
Vitaminas	23
Gordura trans	20
Valor nutricional	18
Lactose	17
Carboidrato	16
Informação nutricional	14
Aditivos	14
Marca	11
Transgênico	10
Proteína	10
Gordura saturada	10
Integral	10
Quantidade	9
Corantes	9
Adequado para idade	8
Fibras	6
Data de fabricação	4
Cálcio	4
Alérgenos	4
Orgânico	3
Colesterol	3
Minerais	3
Sabor	2
Ovo	2
Ferro	2
Presença de risco	1
Tipo	1
Menor quantidade de ingredientes	1
Vitamina C	1
Gelatina	1
Amido	1
Vegano	1
Cafeína	1
Tempo de consumo	1

APÊNDICE F: QUANTITATIVO DOS TIPOS DE ALIMENTOS EMBALADOS QUE OS PAIS MAIS VERICARAM O RÓTULO FRONTAL

Alimentos embalados	Nº
Iogurte	165
Biscoito	158
Leite	103
Suco de garrafa	45
Achocolatado em pó	37
Cereal para mingau	35
Suco de caixinha	31
Salgadinho	24
Pão	17
Achocolatado de caixinha	15
Cereal matinal	14
Refrigerante	8
Leite fermentado	5
Aveia	4
Torrada	4
Bolinho	3
Macarrão instantâneo	3
Polpa de frutas	3
Batata chips	2
Pó para preparo de refresco	2
Bebidas	2
Gelatina	1
Leite vegetal	1
Aveia	1
Cacau em pó	1

APÊNDICE G: FREQUÊNCIAS DAS ALEGAÇÕES PRESENTES NOS GRUPOS NOVE GRUPOS DE ALIMENTOS

Salgadinhos	Frequência	%
Ferro	01	10,00

Zinco	02	20,00
Vitamina B 6	01	10,00
Vitamina A	01	10,00
Vitamina B 3	01	10,00
Cobre	01	10,00
Iodo	01	10,00
Selênio	01	10,00
Ácido Fólico	01	10,00
Total	10	100,00

Preparado sólido para refresco	Frequência	%
Ferro	01	7,69
Zinco	01	7,69
Vitamina D	01	7,69
Vitamina A	01	7,69
Vitamina C	05	38,46
Redução de açúcar	04	30,77
Total	13	100,00

Pó para bebidas	Frequência	%
Ferro	04	6,35
Zinco	02	3,17
Vitamina D	04	6,35
Vitamina B 1	03	4,76
Vitamina B 2	02	3,17
Vitamina B 6	02	3,17
Vitamina B 12	02	3,17
Vitamina A	02	3,17
Vitamina B 3	02	3,17
Vitamina B 5	02	3,17
Vitamina B 7	02	3,17
Vitamina C	03	4,76
Cálcio	05	7,94
Cobre	02	3,17%
Vitamina E	04	6,35
Fósforo	02	3,17
Iodo	02	3,17
Magnésio	02	3,17
Manganês	02	3,1
Selênio	02	3,17
Molibdenio	02	3,17
Cromo	02	3,17
Potássio	01	1,59
Cloreto	01	1,59
Vitamina K	02	3,17
Ácido Fólico	02	3,17
Colina	01	1,59
Flúor	01	1,59
Total	63	100,00

Laticínios	Frequência	%
Ferro	03	4,92
Zinco	08	13,11
Vitamina D	11	18,03
Vitamina B 1	02	3,28
Vitamina B 2	02	3,28
Vitamina B 6	02	3,28
Vitamina A	09	14,75
Vitamina C	05	8,20
Cálcio	10	16,39
Redução de açúcar	01	1,64
Vitamina E	02	3,28
Ajuda na imunidade	03	4,92
Lactobacilos vivos	02	3,28
Escudo genial	01	1,64
Total	61	100,00

Cereais Matinais	Frequência	%
Ferro	09	12,16
Zinco	04	5,41
Vitamina D	01	1,35
Vitamina B 1	07	9,46
Vitamina B 2	07	9,46
Vitamina B 6	09	12,16
Vitamina B 12	03	4,05
Vitamina B 3	08	10,81
Vitamina B 5	08	10,81
Vitamina C	02	2,70
Cálcio	06	8,11
Ácido Fólico	08	10,81
Vitamina B 9	01	1,35

Ato teor de açúcares adicionados	01	1,35
Total	74	100,00

Cereais para preparo de mingaus	Frequência	%
Ferro	06	10,00
Zinco	05	8,33
Vitamina D	03	5,00
Vitamina B 1	05	8,33
Vitamina B 2	02	3,33
Vitamina B 6	06	10,00
Vitamina B 12	04	6,67
Vitamina A	05	8,33
Vitamina B 3	04	6,67
Vitamina B 5	03	5,00
Vitamina C	06	10,00
Cálcio	02	3,33
Vitamina E	03	5,00
Ácido Fólico	04	6,67
Vitamina B 9	01	1,67
Rico em nutrientes que contribuem para imunidade e desenvolvimento cerebral.	01	1,67
Total	60	100,00

Biscoitos	Frequência	%
Ferro	04	13,33
Zinco	02	6,67
Vitamina B 1	05	16,67
Vitamina B 2	04	13,33
Vitamina B 6	04	13,33
Vitamina B 3	04	13,33
Cálcio	05	16,67
Vitamina E	01	3,33
Ato teor de açúcares adicionados	01	3,33
Total	30	100,00%

Bebidas	Frequência	%
Ferro	04	4,12
Zinco	03	3,09
Vitamina D	08	8,25
Vitamina B 1	03	3,09
Vitamina B 2	05	5,15
Vitamina B 6	08	8,25
Vitamina B 12	05	5,15
Vitamina A	10	10,31
Vitamina B 3	07	7,22
Vitamina B 5	01	1,03
Vitamina C	11	11,34
Cálcio	08	8,25
Redução de açúcar	02	2,06
Vitamina E	05	5,15
Ácido fólico	03	3,09
Sem adição de conservantes	04	4,12
Zero açúcares adicionados	03	3,09
Integral	04	4,12

Zero corantes	01	1,03
Redução de gorduras	01	1,03
Redução de calorias	01	1,03
Total	97	100,00

Achocolatado em Pó	Frequência	%
Ferro	04	8,33
Zinco	02	4,17
Vitamina D	06	12,50
Vitamina B1	03	6,25
Vitamina 2	05	10,42
Vitamina B 6	06	12,50
Vitamina B 12	03	6,25
Vitamina A	05	10,42
Vitamina B 3	05	10,42
Vitamina B 5	01	2,08
Vitamina B 7	01	2,08
Vitamina C	04	8,33
Cálcio	02	4,17
Redução de açúcar	01	2,08
Total	48	100,00%

ANEXOS

ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO POR SOUZA *et al.* (2011)

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA SAÚDE**

FORMULÁRIO

1 – Supermercado: _____

2 – Sexo: 1 – Masculino 2 – Feminino

3 –
Bairro de residência: _____
Distrito: _____ Idade: _____

4 – Estado civil:
1 – Solteiro
2 – União Estável
3 – Viúvo
4 – Divorciado/Separado

5 – Anos de estudo

6 – Renda familiar

7 – Quando o (a) senhor (a) está comprando alimentos embalados costuma consultar o rótulo?
1 – Sim 2 – Não

8 – O que o (a) senhor (a) normalmente observa no rótulo dos alimentos?
1º – (_____)
2º – (_____)
3º – (_____)
4º – (_____)
5º – (_____)
6º – (_____)

9 – Com que frequência o (a) senhor (a) verifica a Rotulagem Nutricional apresentada no rótulo dos alimentos?
1 – Nunca
2 – Quase Nunca
3 – Quase Sempre
4 – Sempre

10 – Quais são os tipos de alimentos embalados que o (a) senhor (a) normalmente verifica a Rotulagem Nutricional?
1º – (_____)
2º – (_____)
3º – (_____)
4º – (_____)
5º – (_____)
6º – (_____)

11 – Por que o (a) senhor (a) verifica a rotulagem nutricional apresentada no rótulo dos alimentos?
1º – (_____)
2º – (_____)
3º – (_____)
4º – (_____)

12 – Quando o (a) senhor (a) seleciona os alimentos que irá comprar, a Rotulagem Nutricional interfere nas suas escolhas alimentares?
1 – Sim 2 – Não

13 – Quais as informações apresentadas na Rotulagem Nutricional que são utilizadas pelo (a) senhor (a) para as escolhas alimentares?
1º – (_____)
2º – (_____)
3º – (_____)
4º – (_____)
5º – (_____)
6º – (_____)

14 – Por que o (a) senhor (a) não observa a Rotulagem Nutricional nos alimentos embalados?
1º – (_____)
2º – (_____)
3º – (_____)
4º – (_____)

15 – Em ordem de importância, o que o (a) senhor (a) acha da Rotulagem Nutricional ser obrigatória pela legislação no rótulo dos alimentos?
1 – Sem importância
2 – Pouco importante
3 – Importante
4 – Muito importante

16 – Avaliando a facilidade de leitura da Informação Nutricional apresentada em geral nos rótulos dos alimentos, o (a) senhor (a) acha que as mesmas são?
1 – Não Legível 2 – Legível

17 – Em ordem de compreensão, o que o (a) senhor (a) compreende da Informação Nutricional?
1 – Nada
2 – Parte
3 – Tudo

18 – Quais as sugestões que o (a) senhor (a) daria para uma maior compreensão e utilização da Rotulagem Nutricional?

ENTREVISTADOR:

DATA DA ENTREVISTA:

VISTO PELA PESQUISADORA RESPONSÁVEL:

ANEXO B - QUESTIONÁRIO APLICADO POR SILVA *et al.* (2019)

Questionário - Rótulos de alimentos

Data: ____/____/____

1. Faixa etária: () 18 a 25 anos () 26 a 35 anos () 36 a 50 anos () acima de 50 anos

2. Sexo: F () M ()

3. Escolaridade: () Fundamental incompleto () Fundamental completo

() Ensino Médio Incompleto () Ensino Médio Completo

() Ensino Superior Incompleto () Ensino Superior Completo

4. Renda: () 1 salário mínimo () 2 a 5 salários mínimos

() 5 a 10 salários mínimos () Acima de 10 () não quis informar

5. Você tem hábito de ler os rótulos dos alimentos que você compra? () sim () não

() às vezes

6- As informações contidas nos rótulos alimentícios são determinantes para a realização da compra? Sim () não ()

7- Das informações a seguir, qual é mais relevante para você na hora de efetuar a compra?

Valor energético () carboidratos () Proteínas () Gorduras totais () gorduras saturadas ()

Gorduras trans () Sódio () Glúten () Sem Lactose () Data de validade () Tipo de

embalagem ()

8. O tipo de embalagem interfere na leitura do rótulo? Sim () Não ()

9- A marca do produto interfere na leitura do rótulo? Sim () Não ()

10. As informações contidas nos rótulos são claras e de fácil compreensão?

sim () não () às vezes ()

11 - Qual sua maior dificuldade para a compreensão dos rótulos?