



Rótulos de alimentos: utilização e compreensão

Laysa Camila Bueno¹, Rafaela da Silva Gomes², Eric Batista Ferreira², Daniela Braga Lima¹, Luciana Azevedo¹.

1Universidade Federal de Alfenas Pós Graduação em Biociências Aplicada à Saúde

*2Universidade Federal de Alfenas, Estatística Aplicada, Pós Graduação em Estatística Aplicada a Biometria
laysa.bueno@sou.unifal-mg.edu.br*

Introdução: Os rótulos dos alimentos servem como um veículo de comunicação entre o consumidor e o produto, podem ser compreendidos como um instrumento relevante de comunicação que contribuam para uma maior independência em relação à nutrição e saúde. Nota-se que a rotulagem nutricional é utilizada como uma das estratégias políticas para prevenção e controle da obesidade, conseqüentemente, contribuindo para a redução de gastos pelo sistema de saúde. A identificação de regulamentos que influenciam a obesidade na Macrorregião Sul Minas é de fundamental importância, a fim de que se conheça o perfil sócio demográfico, epidemiológico, clínico e comportamental da população. Ressalta-se ainda que não há estudos na Macrorregião Sul sobre a influência dos rótulos no comportamento alimentar dos consumidores, além da escassez estudos sobre a influência da propaganda em adultos em âmbito nacional. **Material e métodos:** Estudo de corte transversal com 580 consumidores residentes da Região Sul de Minas Gerais. Utilizou-se um questionário estruturado que inclui questões relativas ao comportamento alimentar, considerando a relação entre a aquisição, a utilização de produtos alimentícios, a rotulagem e publicidade de alimentos. O recrutamento dos consumidores foi pelas redes sociais. A análise de dados foi realizada por meio de estatística descritiva. **Resultados e discussão:** Observou-se que 80% dos consumidores eram do sexo feminino, com a média de idade de 35(\pm 10,67) anos, sendo a grande parte possuindo graduação (28,8%) e com uma renda familiar entre 1 a 2 salários mínimos. O índice de massa corporal (IMC) médio dos participantes foi de 26,7(\pm 5,66)kg/m², indicando que a maioria da população estudada encontra-se com sobrepeso, 81% dos consumidores relataram que suas compras já foram influenciadas pelas propagandas de alimentos. A maioria dos entrevistados reconhece que a rotulagem nutricional é importante, porém apenas 39% possuem o hábito de lê-las e 51% relataram ter dificuldade de compreender os rótulos com facilidade. Cerca de 70 % dos participantes da pesquisa quando liam os termos “quantidade grande de calorias, carboidratos, gorduras e/ou sódio” deixaram de comprar esses alimentos, mostrando que as pessoas compreendem termos mais simples, além de mostrar importância de termos advertes. A descrição no rótulo “reduzido teor em sódio” e “light” revelou confusão de 28% consumidores. O primeiro fator que mais influenciou na compra de um alimento foi o seu sabor, seguida pela qualidade nutricional e por fim o preço. **Conclusão:** os resultados evidenciam a necessidade de repensar a forma de apresentação das informações contidas no rótulo dos alimentos e a necessidade de investimento em ações educativas por parte dos órgãos responsáveis, com vista a possibilitar a consulta, a completa compreensão e utilização destas informações por parte de toda a população.

Palavras-chave: Rotulagem nutricional; Publicidade de alimentos; Obesidade; Comportamento alimentar.



Financiamento: O presente trabalho foi realizado com apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil, através da chamada MS-SCTIE-Decit/CNPq N° 26/2019 – Pesquisas em Alimentação e Nutrição