

COMPREENSÃO DOS PAIS/RESPONSÁVEIS SOBRE INFORMAÇÃO NUTRICIONAL E A ALIMENTAÇÃO INFANTIL.

Veras , Gláucia Sabrina dos Santos¹
Castro, Kezianne Roseno de²
Oliveira, Genykléa Silva³
Resende, Fernanda Barros Soares⁴
Garcia, Lígia Rejane Siqueira⁵

RESUMO: As crianças adquirem seus hábitos alimentares na infância, e estes são influenciados por diversos fatores, entre eles a família. Este estudo objetivou verificar a compreensão dos pais/responsáveis sobre a informação nutricional de rótulos em alimentos utilizados como lanches para crianças em idade pré-escolar. Utilizou-se um questionário do tipo qualitativo previamente validado para avaliar a compreensão dos rótulos, como também foi realizada uma análise dos alimentos presentes nas lancheiras. Os resultados encontrados demonstram que 24% dos responsáveis não visualizavam os rótulos justificando falta de hábito e de tempo, 17% demonstraram compreender todas as informações contidas e 61% declararam ser muito importante estas. Em relação aos resultados do consumo alimentar nos lanches das crianças foi observado um alto consumo de alimentos ultra processados. É possível concluir pelos resultados que a maioria dos responsáveis não conseguem compreender totalmente as informações contidas na rotulagem nutricional. Além disso, pode-se observar um comprometimento da qualidade nutricional da alimentação das crianças, devido à alta frequência de alimentos ultra processados nos lanches. A atitude dos pais diante da escolha dos alimentos pode estar diretamente relacionada com as informações que são expostas pela mídia, principalmente no que se refere ao marketing infantil, relacionado ao incentivo do consumo de alimentos ultra processados.

Palavras-chave: Marketing de alimentos. Publicidade de alimentos. Alimentação infantil.

ABSTRACT: Children acquire their eating habits in childhood, and these are influenced by several factors, among them the family. This study aimed to verify the parents / guardians' understanding of the nutritional information of labels on foods used as snacks for pre-school children. A qualitative questionnaire previously validated was used to evaluate the comprehension of the labels, as well as an analysis of the foods present in the lunch boxes. The results show that 24% of those responsible did not visualize the labels justifying lack of habit and time, 17% demonstrated to understand all the information contained and 61% declared to be very important these. Regarding the results of food consumption in children's snacks, a high consumption of ultra-processed foods was observed. It is possible to conclude from the results that the majority of those responsible can not fully understand the information contained in nutrition labeling. In addition, it can be observed a compromise of the nutritional quality of the children's food, due to the high frequency of ultra processed foods in the snacks. The attitude of

¹ Estudante do curso de nutrição da Unifacex. E-mail: glauciasabrina14@hotmail.com

² Professora especialista do curso de nutrição da Unifacex. E-mail: keziannecastro@gmail.com

³ Doutoranda em Saúde Coletiva pela UFRN. E-mail: genyklea@yahoo.com.br

⁴ Professora Mestra do Curso de nutrição Unifacex. E-mail: fernandaufrn@yahoo.com.br

⁵ Doutoranda em Saúde Coletiva pela UFRN. E-mail: ligiarejane@yahoo.com.br

parents to the choice of food may be directly related to the information that is exposed by the media, especially with regard to child marketing, related to the incentive of the consumption of ultra-processed foods.

Keywords: Food marketing. Food advertising. Feeding.

1 INTRODUÇÃO

Tendo em vista que o padrão de consumo da população brasileira vem sofrendo uma transição nutricional, caracterizada pelo rápido declínio da desnutrição e crescimento da prevalência do sobrepeso e obesidade, pode-se perceber que mudanças no estilo de vida e hábitos alimentares vêm ocorrendo em grande parcela da população, na qual o aumento do consumo de alimentos industrializados, associado a estes fatores, contribui diretamente para o aparecimento dessas comorbidades (BATISTA FILHO; RISSIN, 2003; BARROS, 2015).

A formação dos hábitos alimentares ocorre na infância, período em que as escolhas dos pais servem como referência para os filhos, uma vez que são eles os responsáveis pelas compras e preparo dos alimentos feitos em casa. Desta forma, pode se afirmar que a alimentação dos pais e familiares reflete diretamente nas escolhas alimentares dos filhos. Ou seja, se tais escolhas forem feitas erroneamente, danos à saúde podem aparecer já na infância, como por exemplo, o aumento dos casos de obesidade infantil e as doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) (ALMEIDA, 2002).

Nos últimos anos, pode-se notar o aumento do consumo de alimentos ultraprocessados, justificado pelo ritmo acelerado da vida moderna que criou um novo consumidor, o qual se caracteriza pela escassez de tempo para realizar preparações mais saudáveis. Devido a isso, as empresas alimentícias incorporaram estética e funcionalidade as suas embalagens, tornando-as mais arrojadas e com tamanhos mais reduzidos, facilitando o transporte e o consumo. As atuais embalagens prontas para o consumo como: sucos naturais, refrigerantes e bebidas lácteas, são facilmente transportados na bolsa ou na mochila escolar das crianças e adolescentes (PONTES et al., 2009).

A diminuição do consumo dos alimentos *in natura* (frutas, legumes, verduras, tubérculos e ovos) e, minimamente processados, contribui de forma significativa para o aumento da prevalência de sobrepeso e obesidade nas crianças. Com isso, as gerações de crianças nascidas em ambiente que estimulam o consumo excessivo e rotineiro de alimentos ultraprocessados

estarão mais propensas a desenvolver doenças crônicas não transmissíveis precocemente (PONTES et al., 2009).

Além disso, cita-se a influência do marketing no consumo de alimentos por crianças, cujo apelo midiático, veiculado às embalagens e rótulos, se torna cada vez mais frequente, contribuindo para deixar estes produtos cada vez mais atraentes, e por sua vez estimulando o consumo excessivo de alimentos ricos em açúcares, gorduras, sódio e pobres em vitaminas, fibras e minerais (PONTES, 2009).

Existem diferentes técnicas de marketing que são utilizadas para atingir o público infantil e estas são amplamente usadas pelas indústrias para promover alimentos industrializados para crianças através de propagandas publicitárias que são veiculadas no ambiente televisivo (HAWKES, 2006).

A venda de produtos associados a brindes é uma técnica bastante utilizada para atrair o público infantil, principalmente nos estabelecimentos de *fast-food* onde os lanches oferecidos vêm acompanhados de brinquedos. Esses kits buscam relacionar-se a fatos do momento, como coleção de personagens criados pela própria empresa, filmes infantis, com intuito de fidelização da criança e mascarando os danos nocivos que esses produtos podem trazer na vida das crianças (ASSOLINI, 2010).

É nesse contexto que podemos destacar a importância da compreensão das informações contidas nos rótulos de alimentos, que funcionam como elo na comunicação entre produtores e consumidores, sendo, portanto, de fundamental importância que as informações neles contidas sejam fidedignas e claras para que os consumidores possam ler e entender, já que grande parcela dos consumidores tem uma compreensão parcial sobre os dizeres de rotulagem, cabendo às vigilâncias sanitárias uma ação mais efetiva no âmbito de fiscalização (ANVISA, 2001).

Sendo assim, o conhecimento dos pais acerca da rotulagem de alimentos colabora para a seleção de alimentos mais saudáveis, promovendo a prevenção da saúde dessas crianças, contribuindo para a formação de hábitos mais saudáveis (FREITAS, 2004).

Diante do exposto, o presente estudo teve como objetivo verificar compreensão dos pais/responsáveis acerca da informação nutricional de rótulos e embalagens em relação à qualidade dos principais alimentos utilizados como lanches por crianças em idade pré-escolar.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ALIMENTAÇÃO INFANTIL E SUAS INFLUÊNCIAS

A mídia televisiva tem participação ativa nas atividades corriqueiras destinadas ao público infantil, assim, os meios de comunicação acabam influenciando as práticas alimentares deste público (SERRA, 2003). O aumento do tempo de exposição das pessoas ao conteúdo divulgado pela TV pode influenciar suas escolhas e seus hábitos alimentares, contribuindo para a não adesão de escolhas alimentares saudáveis que promovam a saúde, ou para intensificação do sedentarismo e do consumo inadequado de alimentos (SANTOS et al., 2012). A mídia publicitária não existe só na televisão, mas também em outdoors e internet (MOURA 2010).

O marketing muitas vezes não leva em conta os impactos que as mensagens dirigidas às crianças podem acarretar na vida delas, muito menos os riscos futuros dessas mensagens. Não há dúvidas de que um dos fatores que contribuem, e muito, para o avanço da obesidade infantil é a publicidade que a todo o momento desenvolve ideias para manter cada vez mais as crianças fiéis aos produtos (INSTITUTO ALANA, 2009).

Mesmo que os pais mais conscientes façam a opção de proporcionar aos filhos uma alimentação saudável, ainda existem dificuldades, pois o próprio ambiente escolar favorece o consumo de alimentos como biscoitos recheados, suco de caixinha, salgadinhos do tipo chips, repletos de personagens de desenhos animados no rótulo. Além disso, ao chegar em casa, assistem propagandas com os mesmos personagens os quais veiculam a ideia de um produto nutritivo e delicioso (BARROS, 2015).

Além disso, é importante considerar que as crianças exercem significativa influência nas compras da família, o que faz com que os pais, muitas vezes, se submetam à vontade dos filhos, atendendo aos seus pedidos de compra com mais frequência, sem fazer questionamentos (BARROS, 2015).

A obesidade infantil já é considerada um problema de saúde pública, que por sua vez, está ligada à influência do marketing e aos meios publicitários referentes aos alimentos de alto teor calórico (BARROS, 2015). No que diz respeito à estratégia de comunicação publicitária adotada pelas indústrias, os alimentos e sua qualidade nutricional estão em último plano. Muitas vezes não evidenciando nada sobre os conteúdos nutricionais desses alimentos oferecidos, pois é dada

mais ênfase às ofertas de brindes com personagens infantis desejados pelas crianças (CAZZAROLI, 2015).

2.2 ALIMENTOS MINIMAMENTE PROCESSADOS, PROCESSADOS E ULTRAPROCESSADOS E ALIMENTAÇÃO INFANTIL.

Segundo o Guia Alimentar para a População Brasileira de 2014, os alimentos ultraprocessados são aqueles que passam por diversos tratamentos industriais até a obtenção do produto final, o que diminui a sua qualidade nutricional, porém tendem a ser consumidos em grandes quantidades em razão de sua formulação e apresentação, tais como, biscoitos recheados, bebidas açucaradas, salgadinhos de pacotes (BRASIL, 2014).

Já os alimentos processados são aqueles que sofrem alterações em sua composição nutricional, como a adição de açúcares e sal a um alimento *in natura* ou minimamente processado. Esse procedimento modifica de forma negativa a composição nutricional dos alimentos de origem, como por exemplo, os alimentos enlatados, geleias e frutas cristalizadas (BRASIL, 2014).

Os alimentos *in natura* devem ser à base da alimentação, e são provenientes de plantas ou animais sem que tenham passado por nenhum processo de fabricação antes de chegar à mesa do consumidor, como os tubérculos, verduras, frutas, legumes, arroz branco, feijão (BRASIL, 2014).

Cada vez mais a indústria de alimentos processados vem ganhando espaço e destaque no mercado, onde os alimentos prontos estão substituindo a comida tradicional, sobrepondo o hábito de preparar os alimentos que antes eram tão valorizados (BARROS, 2015).

O crescimento vertiginoso dessas indústrias e do aumento do consumo de alimentos processados está contribuindo para a elevada prevalência da obesidade infantil, tendo em vista a diminuição no consumo de alimentos *in natura* e minimamente processados. As crianças de menor renda estão com maior acesso a produtos menos nutritivos, pois eles estão cada vez mais baratos e disponíveis para essa população (RODRIGUES, 2012).

As crianças estão sendo expostas cada vez mais a esse tipo de alimentação, devido ao aumento da jornada de trabalho dos pais ou pela falta de opções de alimentos saudáveis nas

escolas, já que é lá que elas passam boa parte do seu tempo (BARROS,2015). Quando os lanches não são fornecidos pela escola, eles vêm do ambiente familiar ou são adquiridos na cantina. Esses lanches consumidos pelas crianças devem ser observados como forma de promover melhora na qualidade da alimentação consumida pelas crianças (MATUKE et al., 2011).

Diante deste cenário, ações governamentais têm voltado sua a atenção ao aumento da prevalência de sobrepeso e obesidade em razão do alto consumo de alimentos ultraprocessados. O guia alimentar para a população brasileira serve de instrumento para orientar a população sobre suas escolhas mais saudáveis, sendo destinadas a todas as famílias e pessoas envolvidas com a saúde pública (VIEIRA, 2013).

2.3 A ROTULAGEM NUTRICIONAL

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) é o órgão responsável pela regulamentação da Rotulagem de Alimentos industrializados. Assim, foi criado um manual de orientação de rotulagem aos consumidores para facilitar e incentivar a leitura dos rótulos a fim de promover ao consumidor final o conhecimento para realizar escolhas de alimentos mais saudáveis (ANVISA, 2001). Atualmente, o rótulo alimentício vem sendo estudado principalmente como fonte de informação nutricional aos consumidores, para que ele possa influenciar em suas escolhas alimentares (MACHADO et al., 2006).

As informações contidas em um dado produto, disponibilizadas de maneira clara, tendem a aumentar a credibilidade dele e possibilitam ao consumidor avaliar se o produto atende as suas necessidades nutricionais e alimentares (MARTINS; JACOB, 2015). Todavia, os consumidores de alimentos não demonstram interesse por essas informações, pois desconhecem os benefícios que elas trazem (BENDINO et al., 2012). A rotulagem deve ajudar os consumidores a tomarem a decisão da compra e como consequência aumentar a eficiência do mercado e o bem-estar do consumidor. (MACHADO et al., 2006).

É de fundamental importância que os profissionais da área da saúde tenham conhecimento sobre rotulagem, contribuindo assim para que façam orientações adequadas para seus pacientes e familiares sobre como proceder a uma leitura mais crítica das propagandas, embalagens e rótulos de alimentos, contribuindo para a promoção de hábitos alimentares saudáveis desde a infância (PONTES et al., 2009).

3 METODOLOGIA

A pesquisa teve delineamento transversal, com um universo de 120 escolares, de ambos os sexos, com idades entre 2 e 6 anos, matriculados em uma instituição particular de ensino de Natal-RN. Porém, deste universo de estudo, 54 pais responderam ao questionário aplicado, totalizando 45% de participantes. Para a realização do estudo, foi solicitado aos pais/responsáveis dos alunos que assinassem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) contendo informações sobre o objetivo da pesquisa e procedimentos bem como a fim de autorizar a participação das crianças. A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Liga Rio-grandense Contra o Câncer. Cujo parecer de aprovação foi o de número 1486.612.

O instrumento para avaliar a compreensão dos rótulos pelos pais/responsáveis utilizado na pesquisa foi o questionário do tipo qualitativo já validado por Souza et al. (2011), com adaptações metodológicas em relação à população do presente estudo, preenchido pelos pais/responsáveis. O questionário é composto por 16 questões, 8 questões abertas e 8 questões fechadas.

Para análise dos lanches, foi realizado o registro do consumo atual a partir do registro alimentar dos alimentos presentes nas lancheiras das crianças. Para alimentos industrializados, foram registradas as informações do rótulo referentes ao peso. Os demais alimentos foram pesados em balança digital da marca Mallory Oslo e os líquidos aferidos com auxílio de proveta.

A análise dos dados se deu através dos alimentos consumidos pelas crianças nos lanches. Eles foram classificados qualitativamente de acordo com o Novo Guia Alimentar para a População Brasileira (2014) em: *in natura*, processados e ultraprocessados. Os ingredientes das preparações não foram levados em consideração, isoladamente, para a classificação. Todas as informações sobre tipos e porção foram registradas em formulário específico, previamente preenchido com a identificação do aluno, data de nascimento, gênero. O nível de compreensão dos pais/responsáveis sobre a informação nutricional de rótulos e embalagens foi demonstrado

através de frequência dos resultados para as perguntas subjetivas, demonstrado através de estatística descritiva da frequência das respostas citadas espontaneamente.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Responderam ao questionário 54 pais, sendo 15% do sexo masculino e 85% do sexo feminino. A média de idade dos participantes foi de 37 anos. Dos entrevistados, 89% apresentou união estável. Quanto ao grau de instrução do chefe de família, 68% tinham nível superior completo. Em relação à renda familiar 46% ganhavam entre 5 a 10 salários mínimos (tabela 1).

Tabela 1: Distribuição por sexo, escolaridade e renda familiar dos pais/responsáveis dos alunos, Natal-RN, 2016.

Variável	N	%
Sexo		
Masculino	8	15
Feminino	43	85
Escolaridade		
Analfabeto	0	0
Fundamental completo	0	0
Nível médio	16	30
Superior completo	37	68
NR/NS	1	2
Renda familiar		
1 a 2	2	4
3 a 4	9	17
5 a 10	25	46
10 a 15	13	24

15 a 20	3	6
>20	2	0

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

No ato da compra de alimentos embalados, 76% declararam consultar os rótulos, enquanto 24% não faziam consulta, o que pode ser atribuído ao alto nível de escolaridade e renda familiar dos respondentes, haja vista que a maior parte dos entrevistados apresentou ensino superior completo e renda familiar entre 5 a 10 salários mínimos. Esses achados são semelhantes ao estudo de Monteiro (2005), demonstrando que os consumidores com escolaridade e renda familiar mais elevada foram os que mais consultaram a declaração nutricional com a finalidade de escolher alimentos mais saudáveis.

Os entrevistados que expressaram não verificar a informação nutricional, alegaram as seguintes motivações: falta de hábito e de tempo, o que corrobora com os resultados obtidos por Lopes et al. (2013) em que os motivos mais frequentes para a não realização da consulta aos rótulos nutricionais foram: falta de entendimento das informações fornecidas, falta de tempo para análise e dificuldade de leitura.

Quanto à escolaridade, pode-se afirmar que ela é primordial para o processo de compreensão dos rótulos, haja vista que apenas a leitura do produto, sem uma análise do que está sendo exposto, não é capaz de gerar um entendimento aprofundado do alimento. Souza et al. (2011) em seu estudo analisaram a verificação da informação nutricional com a finalidade de fazer escolhas alimentares mais saudáveis e perceberam que estava relacionada de forma mais significativa aos níveis de escolaridade e às rendas familiares mais elevadas.

Silva et al. (2014) realizaram pesquisa envolvendo profissionais da área da saúde, técnicos do governo e da indústria de alimentos e consumidores, para identificar se eles tinham compreensão sobre a leitura dos rótulos. Nela foi detectado que todos os participantes alegaram ter dificuldades na leitura, o que pode afetar na escolha dos alimentos durante a compra.

Ao serem questionados sobre as informações mais consultadas nos rótulos para se fazer escolhas alimentares, foram citados: o valor calórico, quantidade de sódio, quantidade de açúcar, gordura e suas frações (saturadas, trans e totais), quantidade de fibras, corantes e validade do produto. Resultados semelhantes foram observados no estudo de Bernardon, (2008), em que essas

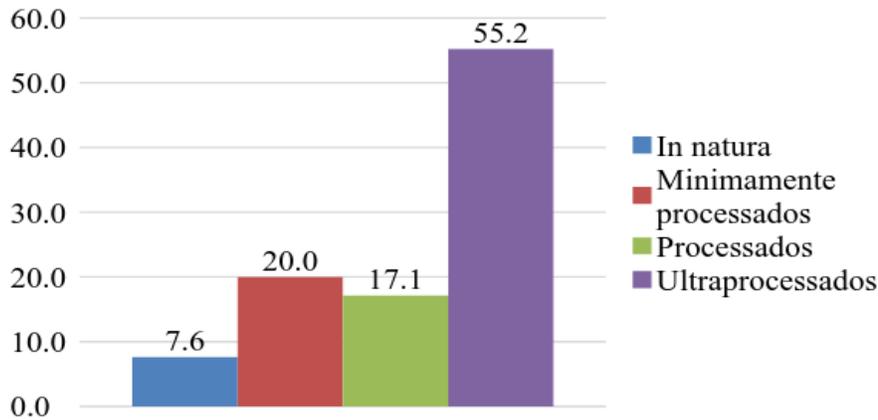
mesmas respostas apareceram com maior frequência pelo sexo feminino, o que demonstra maior domínio e interesse sobre as informações nutricionais, se comparado aos homens.

Em contrapartida, em relação aos resultados do consumo alimentar (figura 1) nos lanches das crianças foi observado um alto (55,2%) consumo de alimentos ultra processados, enquanto a oferta e ingestão de alimentos *in natura* ou minimamente processados apresentou baixa (27,6%) frequência. Ressalta-se o papel protetor da alimentação adequada e saudável, principalmente nas faixas etárias mais baixas, em virtude de seu potencial para fortalecimento do sistema imunológico e adequado crescimento e desenvolvimento físico e cognitivo (PHILLIPI et al. 2003).

Dentre os alimentos identificados nas lancheiras dos alunos, observou-se que os cinco alimentos com maior frequência de consumo foram: biscoitos doces sem recheio (7,1%), biscoitos recheados sabor chocolate (5,7%), iogurte sabor morango (5,7%), biscoitos salgados simples (3,7%) e leites achocolatados industrializados (3,3%). O consumo de frutas na forma *in natura* correspondeu a menos de 5%. Os sucos de frutas mais consumidos foram suco de uva, maracujá, acerola e goiaba, porém, foi possível verificar um percentual considerável de oferta e consumo de sucos industrializados (7,3%).

Resultados semelhantes foram encontrados no estudo de Silva et al., (2014) que, ao observar os lanches trazidos de casa por escolares de uma escola particular, observaram ou a presença de ao menos um alimento industrializado, como bolinhos e biscoitos com e sem recheio, sucos e achocolatados de caixinha.

Figura 1 – Frequência de consumo dos alimentos ofertados no lanche dos escolares, conforme a extensão e o propósito do seu processamento, em uma escola da rede particular de ensino de Natal/RN, 2016.



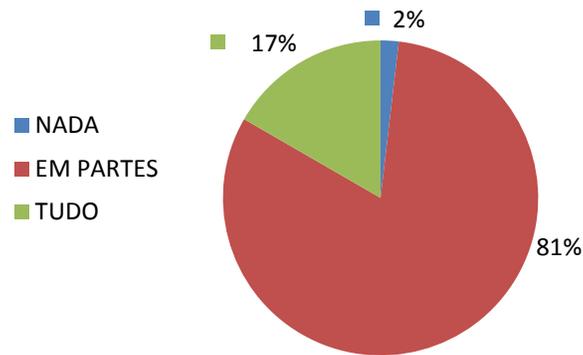
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

Este resultado corrobora com o estudo de Toloni et al. (2011), realizado com 270 crianças de creches públicas em São Paulo/SP, no qual foi observado que os alimentos mais consumidos pelas crianças eram os industrializados, havendo uma introdução alimentar precoce por serem alimentos mais práticos e por agradar o paladar das crianças, o que pode ter relação com o fato dos pais não compreenderem realmente as informações contidas nos rótulos.

Alimentos ultraprocessados são representados por produtos como salgadinhos de pacote, pipocas industrializadas, iogurtes com adição de aditivos químicos conservantes, macarrão instantâneo, biscoito recheados, sucos industrializados, entre outros. Tais produtos normalmente apresentam alta densidade calórica e são ricos em gorduras saturadas, açúcares refinados e sódio. Dessa forma, o consumo crônico de alimentos com essas características pode representar risco para excesso de peso, bem como para o aparecimento precoce de doenças crônicas como hipertensão e diabetes (BRASIL, 2014).

No que diz respeito à compreensão das informações nutricionais, 81% dos entrevistados alegaram entender parcialmente as informações da rotulagem, enquanto 17% demonstraram compreender tudo e apenas 2% declararam não ter entendimento algum (figura 2).

Figura 2 – Compreensão das informações nutricionais dos rótulos de alimentos dos pais de pré-escolares, em uma escola da rede particular de ensino de Natal/RN, 2016.

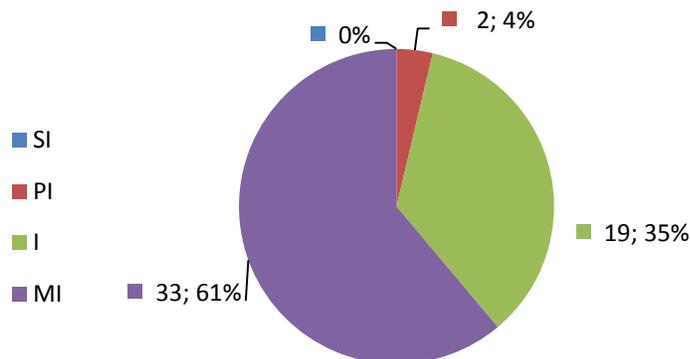


Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

Estes achados corroboram com o estudo de Hipólito (2015) que demonstrou também um baixo nível de compreensão da população estudada a respeito da rotulagem nutricional por não compreenderem alguns termos técnicos presente nos rótulos.

Ao serem indagados sobre a importância da rotulagem obrigatória pela legislação no rótulo dos alimentos, 35% dos entrevistados respondeu ser importante, 61% muito importante, enquanto que, somente 4% declarou ter pouca importância (figura 3). Esses dados são semelhantes aos encontrados por Souza et al., (2011), onde a maioria dos entrevistados alegou que a rotulagem obrigatória era muito importante ou importante.

Figura 3 – Importância da rotulagem nutricional dos alimentos para os pais de pré-escolares, em uma escola da rede particular de ensino de Natal/RN, 2016.



*SI= Sem importância PI= Pouca importância I= Importante MI= Muito importante

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

A rotulagem nutricional apresentou-se no estudo como um instrumento de grande importância para se fazer escolhas de alimentos mais saudáveis. De acordo com os resultados do estudo, foi observado que os consumidores entendem parcialmente os dizeres sobre rotulagem. Além disso, quanto à legibilidade das informações contidas nos rótulos, 63% dos entrevistados declarou que as informações são ilegíveis. Segundo Smith (2011), ao fazer a análise da embalagem de alguns produtos, os tamanhos das letras contidas nos rótulos não estavam legíveis, o que dificultou a leitura e compreensão dos rótulos.

Quando perguntados sobre possíveis sugestões para maior compreensão e utilização da rotulagem, os entrevistados relataram o seguinte: “...a nomenclatura poderia se apresentar nos rótulos de forma mais legível”, “a linguagem deveria ser de mais fácil compreensão e ter maior clareza nas informações contidas nos rótulos”, o que condiz com o estudo de Souza et al., (2011), onde a maioria dos entrevistados fez sugestões semelhantes.

Pode-se observar que os pais apresentaram baixa compreensão sobre a rotulagem nutricional, o que corroborou com a escolha dos lanches não saudáveis consumidos pelos filhos, que era composto em sua maioria por alimentos processados ou ultra processados. Segundo Henriques et al. (2012), o apelo midiático pode ser um grande influenciador em relação às escolhas de alimentos onde a publicidade é vista com um grande potencial de induzir as pessoas ao consumo de alimentos industrializados.

5 CONCLUSÃO

É possível concluir pelos resultados obtidos no presente estudo que a maioria dos consumidores possuía um elevado nível de escolaridade e relataram ter o hábito de ler os rótulos dos alimentos consumidos, porém a maioria não consegue compreender totalmente as informações contidas na rotulagem nutricional. Além disso, pode-se observar alta frequência de alimentos ultra processados nos lanches das crianças, comprometendo a qualidade nutricional da alimentação das mesmas. Diante do exposto, é importante ressaltar a necessidade da realização de outros estudos que avaliem o comportamento dos consumidores frente à rotulagem nutricional, visto que a atitude dos pais diante da escolha dos alimentos pode estar diretamente relacionada

com as informações que são expostas pela mídia, principalmente no que se refere ao marketing infantil, relacionado, por vezes, ao incentivo do consumo de alimentos ultraprocessados.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Sebastião de Souza et al. Quantidade e qualidade de produtos alimentícios anunciados na televisão brasileira. **Rev. Saúde Pública**, 2002, p. 333-355.

ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). **Rotulagem nutricional obrigatória: manual de orientação aos consumidores**. Brasília: Ministério da Saúde, Agência Nacional de Vigilância Sanitária / Universidade de Brasília, 2001. 45p. Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br/alimentos/rotulos/manual_rotulagem.PDF>. Acesso em: 20 de jun. 2016.

ASSOLINI, Pablo José. **O mundo encantado da comunicação direcionada às crianças: o outro lado das redes de fast food**. 2010. 164 f. Dissertação (Mestrado em Processo Comunicacionais) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.

BARROS, Milla Previtera. **A influência da publicidade de alimentos na obesidade infantil**, 41 f. Trabalho de Conclusão de Curso - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/7656/1/21457907.pdf>>. Acesso em: 20 de jun. 2016.

BENDINO, Nívea I.; POPOLIM, Welliton D.; OLIVEIRA, C. R. A. 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**, v. 30, n. 3, p. 261-265, 2012.

BERNARDON, Raquel; PERIN, Marcelo G.; SAMPAIO, Cláudio H. Influência das informações nutricionais na intenção de compra do consumidor de alimentos. **XXXII encontro nacional dos programas de pós-graduação em administração**. Rio de Janeiro, 2008.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE: **Guia Alimentar para População Brasileira promovendo a alimentação saudável**. Normas e manuais técnicos: Brasília, 2014. Disponível em: <http://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2017.

BATISTA FILHO, Malaquias; RISSIN, Anete. A transição nutricional no Brasil: tendências regionais e temporais. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 19, supl. 1, p. S181-S191, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2003000700019&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 19 fev. 2017.

Carpe Diem: Revista Cultural e Científica do UNIFACEX. v. 15, n. 1, 2017. ISSN: 2237 – 8685. Paper avaliado pelo sistema blind review, recebido em 19 de Fevereiro de 2017; aprovado em 22 de Maio de 2017.

CAZZAROLI, Aline Raquel. **Publicidade Infantil:** o estímulo ao consumo excessivo de alimentos. 2015. Disponível em: < <http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/publicidade-infantil-o-est%C3%ADmulo-ao-consumo-excessivo-de-alimentos>>. Acesso em: 4 dez. 2016.

FREITAS, Jessicley Ferreira de et al. Rotulagem de alimentos lácteos: a percepção do consumidor. **Hig. aliment**, v. 18, n. 125, p. 17-23, 2004.

HAWKES, Corinna. **Rotulagem, informação nutricional e alegações de saúde:** o cenário global das regulamentações. Brasília: Organização Pan-Americana de Saúde–Anvisa, 2006.

HENRIQUES, Patrícia et al. Regulamentação da propaganda de alimentos infantis como estratégia para a promoção da saúde. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 17, n. 2, p.481-490, 2012.

HIPÓLITO, Amanda; FRANCISCO, William Da Cruz. **Compreensão da rotulagem nutricional por universitários da Universidade Tecnológica Federal do Paraná:** Campus Londrina. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

INSTITUTO ALANA. **Por que a publicidade faz mal para as crianças.** São Paulo: Instituto Alana, 2009. Disponível em: <http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/por-que-a-publicidade-faz-mal-para-as-criancas.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2017.

LOPES, Marcelo Pais Moreira et al. Interpretações acerca da influência das informações nutricionais na escolha de alimentos infantis. **Gestão e Sociedade**, v. 7, n. 16, p. 04-25, 2013.

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.

MARTINS, Bianca Ramos; DO COUTO JACOB, Silvana. Avaliação do hábito de leitura e da compreensão da rotulagem por consumidores de Niterói, RJ. **Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia**, v. 3, n. 3, p. 122-129, 2015.

MATUKE, Tatiana Tenorio et al. Composição de lancheiras de alunos de escolas particulares de São Paulo. **Rev Paul Pediatr**, v. 29, n. 2, p. 157-63, 2011.

MONTEIRO, Renta Alves; Coutinho, Janine Giuberti; Recine Elisabetta. Consulta aos rótulos de alimentos e bebidas por frequentadores de supermercados em Brasília Brasil. **Rev Panam Salud Publica**, v. 18, n.3, p. 172–7, 2005.

MOURA, Neila Camargo; Influência da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes. **Segurança Alimentar e Nutricional**. V. 17, n. 1, p. 113-122, 2010.

PHILIPPI, Sonia Tucunduva; CRUZ, Ana Teresa Rodrigues; COLUCCI, Ana Carolina Almada. Pirâmide alimentar para crianças de 2 a 3 anos. **Rev. Nutr., Campinas** , v. 16, n. 1, p. 5-19, Jan. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php?>

Carpe Diem: Revista Cultural e Científica do UNIFACEX. v. 15, n. 1, 2017. ISSN: 2237 – 8685. Paper avaliado pelo sistema blind review, recebido em 19 de Fevereiro de 2017; aprovado em 22 de Maio de 2017.

script=sci_arttext&pid=S141552732003000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 07 fev. 2017.

PONTES, Tatiana Elias et al. Orientação nutricional de crianças e adolescentes e os novos padrões de consumo: propagandas, embalagens e rótulos. **Revista Paulista de Pediatria**, 2009.

RODRIGUES, Vanessa Mello; FIATES, Giovanna Medeiros Rataichesk. Hábitos alimentares e comportamento de consumo infantil: influência da renda familiar e do hábito de assistir à televisão. **Rev. nutr**, v. 25, n. 3, p. 353-362, 2012.

SANTOS, Cíntia da Conceição et al. A influência da televisão nos hábitos, costumes e comportamento alimentar. **Cogitare Enfermagem**, v. 17, n. 1, 2012.

SERRA, G.M.A.; SANTOS, E.M. Saúde e Mídia na Construção da Obesidade e do Corpo Perfeito. **Ciência e Saúde Coletiva**, v.8, n.3, 2003.

SILVA, Amanda Martins Poldi da; SENGER, Maria Helena. A informação nutricional na rotulagem obrigatória dos alimentos no Brasil: percepções sobre fatores motivadores e dificultadores de sua leitura e compreensão. Resultados de um estudo exploratório com grupos focais. **Nutrire Rev. Soc. Bras. Aliment. Nutr**, v. 39, n. 3, 2014.

SMITH, Ana Carolina de Lima; MURADIAN, Ligia Bicudo de Almeida. Rotulagem de alimentos: avaliação da conformidade frente à legislação e propostas para a sua melhoria. **Revista do Instituto Adolfo Lutz (Impresso)**, v. 70, n. 4, p. 463-472, 2011.

SOUZA, Sônia Maria Fernandes da Costa et al . Utilização da informação nutricional de rótulos por consumidores de Natal, Brasil. **Rev Panam Salud Publica**, Washington, v. 29, n. 5, p. 337-343, Mai. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1020-49892011000500006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 18 fev. 2017.

TOLONI, Maysa Helena de Aguiar et al . Introdução de alimentos industrializados e de alimentos de uso tradicional na dieta de crianças de creches públicas no município de São Paulo. **Rev. Nutr.**, Campinas , v. 24, n. 1, p. 61-70, Feb. 2011 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732011000100006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 07 Fev. 2017.

VIEIRA, Denise Maria et al. **Influências da família e da escola no consumo de alimentos com alto teor de açúcar, gordura e sódio entre crianças de classes sociais diferentes**. 2013. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Viçosa.

8. ANEXO – QUESTIONÁRIO APLICADO (adaptado SOUZA et al,2011).

FORMULÁRIO:

Informações do responsável:

1 – Sexo:(1) – Masculino (2) – Feminino

2 – Idade: _____

3 – Estado civil:

(1) – Solteiro (2) – União Estável (3) – Viúvo (4) – Divorciado/Separado

Sobre aquisição de alimentos e rotulagem:

4 – qual rede de supermercados você costuma fazer adquirir alimentos para sua residência?

5– Quando o (a) senhor (a) está comprando alimentos embalados costuma consultar o rótulo?

(1) – Sim (2) – Não

Se sim, responda as questões de 6 a 11, se não, a partir da 12.

6 – 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

7 – Quais são os tipos de alimentos embalados que o (a) senhor (a) normalmente verifica a Rotulagem Nutricional?

1° – (_____)

2° – (_____)

3° – (_____)

4° – (_____)

5° – (_____)

8 – O que o (a) senhor (a) normalmente observa no rótulo dos alimentos?

1° – (_____)

2° – (_____)

3° – (_____)

4° – (_____)

5° – (_____)

9 – Por que o (a) senhor (a) verifica a rotulagem nutricional apresentada no rótulo dos alimentos?

- 1° – (_____)
 2° – (_____)
 3° – (_____)
 4° – (_____)
 5° – (_____)

10 – Quando o (a) senhor (a) seleciona os alimentos que irá comprar, a Rotulagem Nutricional interfere nas suas escolhas alimentares?

(1) – Sim (2) – Não

11 – Quais as informações apresentadas na Rotulagem Nutricional que são utilizadas pelo (a) senhor (a) para as escolhas alimentares?

- 1° – (_____)
 2° – (_____)
 3° – (_____)
 4° – (_____)
 5° – (_____)

12 – Por que o (a) senhor (a) não observa a Rotulagem Nutricional nos alimentos embalados?

- 1° – (_____)
 2° – (_____)
 3° – (_____)
 4° – (_____)
 5° – (_____)

13 – 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

14 – 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

15 – Em ordem de compreensão, o que o (a) senhor (a) compreende da Informação Nutricional?

(1) – Nada (2) – Parte (3) – Tudo

16 – 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: