



ROTULAGEM FRONTAL DE ALIMENTOS: PROSPECTIVA DO MERCADO CONSUMIDOR

J. N. Araújo¹, K. S. Moraes²

1 - Escola de Química e Alimentos – Universidade Federal do Rio Grande – CEP: 95500-000 – Santo Antônio da Patrulha – RS – Brasil, Telefone: 55 (51) 996716826 – e-mail: (kessianemoraes@furg.br)

2- Escola de Química e Alimentos – Universidade Federal do Rio Grande – CEP: 95500-000 – Santo Antônio da Patrulha – RS – Brasil, Telefone: 55 (51) 996716826 – e-mail: (josi99_araujo@hotmail.com)

RESUMO. Importantes mudanças no âmbito da rotulagem de alimentos embalados entraram em vigor no Brasil, visando facilitar a compreensão dos consumidores sobre a composição dos alimentos, tornando-os mais críticos ao adquirir os produtos para consumo; e assim, mitigar os efeitos danosos à saúde relacionados a ingestão excessiva de alguns nutrientes. A principal mudança estabelecida pela ANVISA foi a inclusão da rotulagem frontal, que é um símbolo informativo disposto no painel principal do rótulo, a fim de comunicar o consumidor sobre o alto teor de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio. O objetivo do trabalho foi avaliar a compreensão dos consumidores acerca da padronização dos rótulos de alimentos no Brasil. Para avaliar o grau de informação e atitudes dos consumidores na escolha dos alimentos, foi aplicado um questionário *on-line*, dividido em três partes: i) informações sociodemográficas; ii) informações específicas sobre as circunstâncias em que cada participante vive; iii) informações sobre o comportamento do consumidor frente as escolhas alimentares (hábito de leitura dos rótulos; compreensão e influência das informações na escolha dos produtos; itens da rotulagem mais valorizados; leitura do rótulo em função de doenças pré-existentes). A avaliação do comportamento do consumidor foi realizada em uma amostra de 200 pessoas, o que possibilitou a análise das variáveis qualitativas através da prevalência e intervalo de 95% de confiança (IC_{95%}). Os dados gerados indicaram que houve uma grande prevalência de pessoas que consomem doces, mesmo que eventualmente; houve uma boa interpretação do rótulo frontal quanto ao alto teor de açúcares adicionados e gorduras saturadas.

ABSTRACT. Important changes in the labeling of packaged foods have come into effect in Brazil, aiming to facilitate consumer understanding of food composition, making them more critical when purchasing products for consumption, and thus mitigating the harmful health effects related to the excessive intake of certain nutrients. The main change established by ANVISA was the inclusion of front-of-package labeling, an informational symbol placed on the main panel of the label to inform consumers about high levels of added sugars, saturated fats, and sodium. The objective of this study was to assess consumer understanding regarding the standardization of food labels in Brazil. To evaluate the level of information and consumer attitudes toward food choices, an online questionnaire was applied, divided into three parts: i) sociodemographic information; ii) specific information about the circumstances in which each participant lives; iii) information about consumer behavior regarding food choices (habit of reading labels; understanding and influence of information on product selection; most valued labeling items; label reading due to pre-existing diseases). Consumer behavior was assessed in a sample of 200 people, allowing the analysis of qualitative variables through prevalence and a 95% confidence interval. The generated data indicated a high prevalence of people



consuming sweets, even occasionally; there was a good interpretation of the front-of-package label regarding high levels of added sugars and saturated fats.

PALAVRAS-CHAVE: rótulo, legislação, selo de advertência.

KEYWORDS: label, legislation, warning seal.

1. INTRODUÇÃO

A alimentação humana é um fator essencial para determinação da qualidade de vida de uma população, pois a disponibilidade de nutrientes essenciais interfere diretamente na saúde dos indivíduos (Moratoya *et al.*, 2013). O padrão de consumo alimentar vem mudando ao longo dos anos e essa diferença de comportamento foi evidenciada pela Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017/2018, que apontou que a disponibilidade de alimentos *in natura* ou minimamente processados nos domicílios brasileiros, perdeu espaço para a comida processada e ainda mais para a ultraprocessada, nos últimos 15 anos (IBGE, 2019).

Existe uma forte relação entre esse padrão de consumo alimentar e problemas de saúde que envolvem alimentação, o que é comprovado pelo aumento de casos de obesidade, doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) e alergias alimentares (OPAS, 2015). Diante desse cenário, é imprescindível que se criem estratégias de promoção da saúde que englobem uma alimentação adequada e saudável, a fim de reverter o atual perfil epidemiológico. Ações regulatórias representam alternativas que podem ser utilizadas para promoção da saúde, e nesse caso, a legislação de alimentos é fundamental para fomentar essas mudanças (Gonçalves *et al.*, 2022).

Nesse sentido, uma das medidas adotadas foi a mudança na rotulagem nutricional dos alimentos. A rotulagem nutricional é toda declaração com objetivo de informar ao consumidor sobre as propriedades nutricionais do alimento, englobando a tabela de informação nutricional, a rotulagem nutricional frontal e as alegações nutricionais (Brasil, 2020a). A principal mudança estabelecida pela ANVISA foi a inclusão da rotulagem frontal que é um símbolo informativo disposto no painel principal do rótulo do produto, a fim de comunicar o consumidor de forma simples e objetiva sobre o alto teor de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio (Brasil, 2020b). Neste contexto, o trabalho tem como objetivo avaliar a compreensão dos consumidores acerca da nova padronização para rótulos de alimentos no Brasil.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Para avaliar o grau de informação e compreensão do consumidor sobre a nova padronização dos rótulos de alimentos, foi desenvolvido um questionário digital estruturado dividido basicamente



19 A 21 DE MAIO DE 2025 | BENTO GONÇALVES | RS

em 3 partes: i) informações sociodemográficas gerais como (idade, sexo, estado civil, nacionalidade, faixa salarial, nível de escolaridade e filhos dependentes); ii) informações específicas sobre as circunstâncias em que cada participante vive (zona rural ou urbana, cidade, estado e país); e iii) comportamento do consumidor frente as escolhas alimentares (hábito de leitura dos rótulos; compreensão e influência das informações na escolha dos produtos, itens da rotulagem mais valorizados, leitura do rótulo em função de doenças como diabetes pressão alta e obesidade).

Foi realizado um estudo observacional transversal, em uma amostra de 200 pessoas recrutadas por conveniência através da internet, entre os dias 17/09/2022 e 02/10/2022. O tamanho da amostra foi determinado com base na estimativa simples para análise descritiva (variável qualitativa), e população infinita ($n < 5\%$), distribuição da população heterogênea e intervalo de confiança de 95%, com margem de erro esperado de 7%. Os dados foram coletados por meio de questionário autopreenchido pelos participantes através de celular ou computador com acesso à internet. A participação foi voluntária e anônima e os participantes poderiam abandonar a pesquisa a qualquer momento. Para validação da pesquisa foi adotado como critério de inclusão, pessoas (homens e mulheres) com idade igual ou superior a 18 anos e como critério de exclusão, pessoas que não estavam residindo no Brasil.

O banco de dados final foi transmitido, via plataforma Google Forms, para uma planilha do programa Microsoft Excel®, versão 2013. Foram calculadas a prevalência e o intervalo de 95% de confiança ($IC_{95\%}$) para as variáveis qualitativas. As análises foram realizadas para a população amostral, e estratificadas por gênero (masculino e feminino). Diferenças significativas foram identificadas mediante a não sobreposição dos dados de $IC_{95\%}$ das prevalências em questão.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

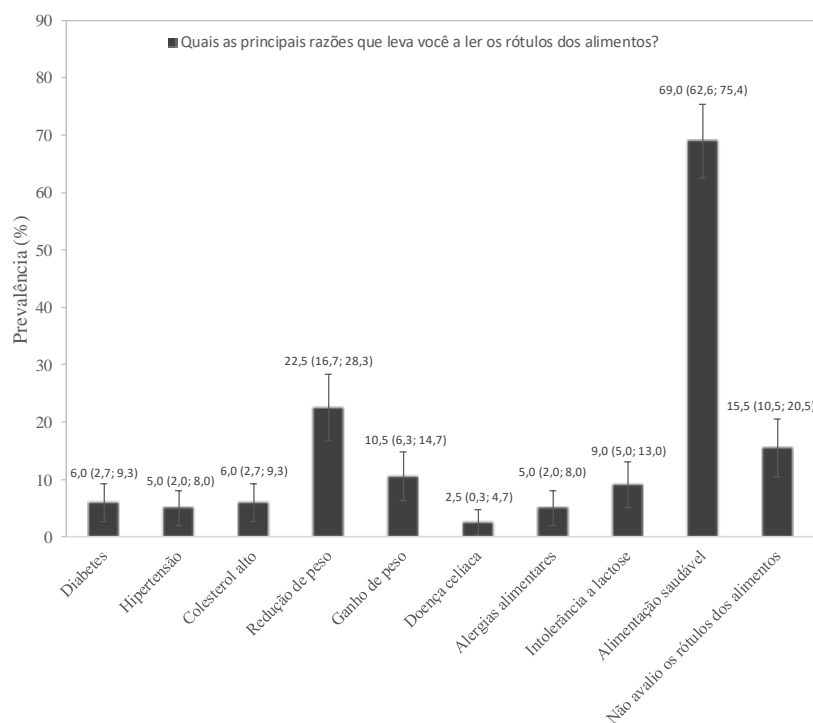
O questionário foi aplicado em todo território brasileiro sendo que a maior quantidade de dados coletados foi na região sul do país (89%), seguido da região sudeste (7%), centro-oeste (3%) e nordeste (1%). Os dados sociodemográficos indicaram que a participação de mulheres nesta pesquisa foi significativamente superior ($p \leq 0,05$) quando comparada à participação de homens. Os dados também mostraram que, com 95% de confiança, mais da metade dos participantes (63,5%) possui ensino superior, e a maioria possui idade entre 18-29 anos. O perfil destes participantes indicou que 61,5% eram solteiros, residentes de área urbana (94%) e não tinham filhos (74,5%) ($p \leq 0,05$).

Sobre a renda familiar, não houve diferença significativa comparando as 7 faixas de renda, ou seja, não teve um grupo de pessoas que tenha apresentado condições econômicas distintas em relação aos demais grupos salariais, analisados neste estudo.



As informações sobre o comportamento e os hábitos alimentares dos consumidores foram obtidas a partir de perguntas específicas, que instruíam o participante a fazer uma autoavaliação sobre suas atitudes durante a escolha e consumo de alimentos. Para entender quais os principais motivos que levam as pessoas a avaliar um rótulo de um alimento, foram apresentadas algumas opções, nas quais poderiam assinalar mais de uma alternativa (Figura 1).

Figura 1 - Prevalência e IC (95%) de alguns motivos que levam os consumidores (n=200) a lerem os rótulos de alimentos.



*Barras verticais sobre as colunas representam a margem de erro para mais ou para menos com 95% de confiança.

Nota-se que houve maior prevalência de respostas para a alternativa “Alimentação saudável”, diferindo estatisticamente ($p \leq 0,05$) das demais respostas. Conforme Andrade *et al.* (2023), que analisou mudanças na alimentação da população brasileira e seus determinantes durante a pandemia, 48,6% dos entrevistados relataram alterações na alimentação, com os principais motivos sendo maior preocupação com a saúde (39,1%) e diminuição da renda familiar (30,2%) durante o período pandêmico.



19 A 21 DE MAIO DE 2025 | BENTO GONÇALVES | RS

Em outra questão, os participantes tiveram que avaliar um rótulo, meramente ilustrativo, de uma paçoca de amendoim que continha o selo de advertência frontal, a fim de investigar a percepção e compreensão dos participantes quanto a presença do símbolo informativo, conforme Tabela 1.

Tabela 1 – Percepção e avaliação do símbolo informativo na embalagem do produto.

Você viu que havia um selo no alimento que você avaliou?#		
	Sim	Não
	% (IC_{95%})	% (IC_{95%})
Total*	95,0 (92,0; 98,0)	4,5 (1,6; 7,4)
Sexo**	% (IC_{90%})	% (IC_{90%})
Masculino	95,9 (92,1; 99,7)	4,1 (0,3; 7,9)
Feminino	94,5 (91,2; 97,8)	4,7 (1,6; 7,8)
A presença deste selo despertou sua atenção para a composição do alimento?		
	Sim	Não
	% (IC_{95%})	% (IC_{95%})
Total*	95,0 (92,0; 98,0)	5,0 (2,0; 8,0)
Sexo**	% (IC_{90%})	% (IC_{90%})
Masculino	95,9 (92,1; 99,7)	4,1 (0,3; 7,9)
Feminino	94,5 (91,2; 97,8)	5,5 (2,2; 8,8)
O selo presente no rótulo permitiu entender mais rapidamente as informações nutricionais?		
	Sim	Não
	% (IC_{95%})	% (IC_{95%})
Total*	95,5 (92,6; 98,4)	4,5 (1,6; 7,4)
Sexo**	% (IC_{90%})	% (IC_{90%})
Masculino	95,9 (92,1; 99,7)	4,1 (0,3; 7,9)
Feminino	95,3 (92,2; 98,4)	4,7 (1,6; 7,8)

*IC_{95%}: intervalo de confiança de 95%; **IC_{90%}: intervalo de confiança de 90%. #Não responderam à pergunta: 0,8%.

Para as três perguntas sobre a percepção e entendimento do selo de advertência no rótulo (Tabela 1), houve prevalência para respostas “Sim” (95%), sem diferença significativa ($p \geq 0,10$) para os estratos de gênero. Esse resultado indicou que os participantes perceberam a existência do selo no rótulo da paçoca e relataram entender mais rapidamente a composição do alimento.

Para averiguar se os participantes entenderam os critérios para um produto possuir ou não o selo de advertência no rótulo, estes foram questionados por meio de uma pergunta sobre as características de um alimento em que o selo não foi usado. Houve prevalência para a resposta correta, ou seja, 86% dos consumidores responderam “O alimento não ultrapassou o limite de açúcar adicionado recomendado pela legislação”. Sendo assim, pode-se afirmar que a maioria dos



participantes compreendeu claramente o significado da presença ou não do rótulo frontal na embalagem do produto alimentício.

4. CONCLUSÕES

Os dados gerados a partir do questionário *on-line* indicaram que houve prevalência de pessoas do sexo feminino nesta pesquisa, com faixa etária de 18 a 29 anos e com ensino superior. Quanto as atitudes e grau de informação frente a nova legislação, os resultados indicaram que o interesse em manter uma alimentação saudável foi um dos fatores que mais influenciou o hábito de ler rótulos. Além disso, os participantes demonstraram estar cientes das alterações na rotulagem de alimentos e mostraram capacidade de interpretar as informações transmitidas pelo selo de advertência, quando analisaram um rótulo de um doce tipo paçoca com os novos padrões normativos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, G. C., LEVY, R. B., LEITE, M. A., RAUBER, F., CLARO, R. M., COUTINHO, J. G., MAIS, L. A. Mudanças nos marcadores da alimentação durante a pandemia de covid-19 no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, v. 57, n. 1, p. 54, 2023.

BRASIL. Resolução nº 429, de 08 de outubro de 2020a. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 09 out. 2020. Seção 1, p. 106.

BRASIL. Instrução Normativa nº 75, de 08 de outubro de 2020b. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 09 out. 2020. Seção 1, p. 113.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de orçamentos familiares 2017-2018: primeiros resultados**. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/24786-pesquisa-de-orcamentos-familiares-2.html>

GONÇALVES, J. L.C., ARÔXA, C. N. F., LÁSCARIS, M. P. S., NETA, M. T. S. L. Mudanças causadas pela nova rotulagem nutricional dos alimentos embalados: revisão. In: II CONBRACA – CONGRESSO BRASILEIRO ONLINE DE CIÊNCIAS DOS ALIMENTOS, 2022. Editora Agron Food Academy, 2022, cap. 35, p. 307-317.

MORATOYA, E. E., CARVALHAES, G. C., WANDER, A. E., ALMEIDA, L. M. M. C. Mudanças no padrão de consumo alimentar no Brasil e no mundo. **Revista de Política Agrícola**, v. 22, n. 1, p. 72-84, 2013.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Alimentos e bebidas ultraprocessados na América Latina: tendências, impacto na obesidade, implicações políticas. Washington, DC: OPAS, 2015. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/7699>.