

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL  
FACULDADE DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS, ALIMENTOS E NUTRIÇÃO  
CURSO DE ENGENHARIA DE ALIMENTOS

JOÃO MATHEUS FERREIRA JACOBINA

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DE CAMPO GRANDE-MS SOBRE  
A NOVA ROTULAGEM NUTRICIONAL FRONTAL DE ALIMENTOS

CAMPO GRANDE/MS

2025

JOÃO MATHEUS FERREIRA JACOBINA

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DE CAMPO GRANDE-MS SOBRE  
A NOVA ROTULAGEM NUTRICIONAL FRONTAL DE ALIMENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Engenharia de Alimentos da  
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
como requisito para a obtenção do diploma de  
Engenheiro de Alimentos.

Orientadora: Profa. Dr<sup>a</sup>. Luísa Freire Colombo

CAMPO GRANDE/MS

2025

## **Agradecimentos**

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade da vida, e por me sustentar todos os dias até aqui.

Meu reconhecimento de gratidão a minha família que sempre acredita e me apoia, em especial a minha mãe Walkiria, minha tia Erotildes, prima Luciane, meu primo Leonardo e meu irmão mesmo que nas nossas particularidades, Lucas.

Agradeço ao meu namorado Bruno por toda paciência e cumplicidade em todo o período.

Agradeço aos professores do curso de Engenharia de Alimentos da UFMS que com tanto zelo e dedicação transferem seus conhecimentos, em especial a minha orientadora, Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Luisa Freire Colombo, na qual me instruiu com todo cuidado para conclusão deste trabalho.

Por fim, não menos importante, as minhas amigas da faculdade, que trouxeram leveza a todos os dias dessa caminhada tão cheia de desafios, obrigado, Luana, Leandra, Karen, Maria Simone, e ao meu amigo de infância, Lucas. E por todos aqueles feitos ao longo da vida.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>10</b>
2.1 OBJETIVO GERAL:.....	10
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	10
<b>3. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>10</b>
3.1 ALIMENTOS PROCESSADOS.....	10
3.2 PADRÃO DE CONSUMO ALIMENTAR.....	12
3.3 ROTULAGEM.....	15
3.4 IMPACTOS DA ROTULAGEM NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR..	16
3.5 NOVA ROTULAGEM NUTRICIONAL FRONTAL E A PERCEPÇÃO DO	
CONSUMIDOR.....	18
<b>4. METODOLOGIA.....</b>	<b>22</b>
4.1 COLETA DE DADOS.....	22
4.2 ANÁLISE DE DADOS.....	24
<b>5. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>24</b>
<b>6. CONCLUSÃO.....</b>	<b>43</b>
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>44</b>
<b>APÊNDICE I.....</b>	<b>52</b>
<b>APÊNDICE II.....</b>	<b>53</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Novo Front-of-pack nutrition com lupa para identificar alertas.....	20
Figura 2 -Comparativo da tabela nutricional antiga e a atual.....	20
Figura 3 - Renda dos entrevistados na cidade de Campo Grande/MS, por gênero no ano de 2024.....	26
Figura 4 - Características de relevância nas escolhas alimentares dos indivíduos de acordo com o sexo quanto a preparar o próprio alimento.....	28
Figura 5 - Características de relevância nas escolhas alimentares dos indivíduos de acordo com o sexo quanto a mercado próximo da residencia.....	29
Figura 6 - Características de relevância nas escolhas alimentares dos indivíduos de acordo com o sexo quanto a leitura dos rótulos.....	30
Figura 7 - Correlação entre o grau de escolaridade e frequência de leitura dos rótulos de alimentos.....	31
Figura 8 - Correlação entre o grau de escolaridade e frequência de leitura dos rótulos de alimentos.....	32
Figura 9 - Relação entre renda e a frequência de consumo de alimentos industrializados...	35

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Características sociodemográficas de uma amostra (n=383) da cidade de Campo Grande/MS, no ano de 2024.....	25
Tabela 2 - Características de relevância emocionais e nutricionais que influenciam as escolhas alimentares dos indivíduos de acordo com o sexo.....	33
Tabela 3 - Influência do grau de escolaridade no conhecimento da rotulagem frontal nutricional.....	36
Tabela 4 - Percepção dos participantes frente a nova simbologia na legislação de rotulagem de alimentos.....	37
Tabela 5 - Relação entre a renda e o consumo de alimentos industrializados que possuem a rotulagem frontal.....	38
Tabela 6 - Percepção dos participantes frente a nova simbologia na legislação de rotulagem de alimentos.....	39
Tabela 7 - Percepção dos participantes frente a nova simbologia na legislação de rotulagem de alimentos.....	40
Tabela 8 - Percepção dos consumidores sobre a presença da lupa.....	41
Tabela 9 - Relação entre o grau de escolaridade e a reformulação de alimentos industrializados com rotulagem frontal.....	43

## RESUMO

A rotulagem de alimentos é uma ferramenta essencial para fornecer informações claras sobre os ingredientes, o valor nutricional, as alergias alimentares e outros dados importantes para os consumidores. Este estudo investiga as mudanças recentes na legislação brasileira, especialmente as normativas RDC nº 429/2020 e IN nº 75/2020, que têm como objetivo melhorar a clareza das informações nutricionais nos rótulos dos alimentos. Neste sentido, o objetivo deste estudo foi analisar a percepção dos consumidores frente à nova rotulagem nutricional frontal (RNF). A pesquisa foi de natureza quantitativa, realizada com uma amostra de 383 residentes de Campo Grande (MS), com um nível de confiança de 95%. O estudo abordou hábitos, atitudes e percepções sobre o consumo de alimentos com Rotulagem Nutricional Frontal (RNF), considerando o perfil sociodemográfico dos participantes. A coleta de dados foi feita on-line, por meio do Google Forms®, com questionário disponível nos meses de outubro a dezembro de 2024. A análise dos dados foi realizada por meio de estatísticas descritivas, apresentando frequências absolutas e relativas, para compreender como os consumidores percebem a RNF e os fatores que influenciam suas escolhas alimentares. A pesquisa indicou que as novas alterações na rotulagem nutricional frontal, estabelecidas pelas normativas RDC 429/2020 e IN 75/2020, influenciaram a percepção dos consumidores, tornando-os mais atentos à presença de ingredientes em excesso nos alimentos. Contudo, os resultados sugerem que a inclusão das lupas no rótulo não constituiu um fator determinante para a eliminação do consumo desses produtos. Embora uma parcela dos consumidores tenha diminuído a frequência de consumo de determinados itens alimentares após a implementação da nova rotulagem, outros mantiveram seus hábitos alimentares, evidenciando que fatores socioeconômico e das experiências individuais de cada grupo desempenham papéis significativos nas escolhas alimentares na cidade de Campo Grande/MS.

**Palavras-Chave:** Legislação de alimentos, comportamento alimentar, informação nutricional, consumidores, adequação.

## 1. INTRODUÇÃO

A legislação brasileira define rótulo como toda inscrição, legenda ou imagem, bem como qualquer matéria descritiva ou gráfica, que esteja escrita, impressa, estampada, gravada, em relevo, litografada ou colada sobre a embalagem do alimento. Além disso, as informações veiculadas por meio da rotulagem incorporam um direito garantido pelo Código de Defesa do Consumidor. A informação referente a produtos e serviços deve ser transparente e apropriada, incluindo a especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem (Brasil, 1990).

No Brasil, as normativas referente à rotulagem tem como fundamento as diretrizes estabelecidas pelo *Codex Alimentarius*, o principal órgão internacional encarregado de criar normas relacionadas à segurança e rotulagem de alimentos (CÂMARA, 2008).

A supervisão da produção e comercialização de alimentos no Brasil, juntamente com a regulamentação de sua rotulagem, são responsabilidades da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), órgão vinculado ao Ministério da Saúde (ANVISA, 2020).

Neste sentido, o Decreto-Lei nº 986 de 1969 estipula a obrigatoriedade de informações essenciais nas embalagens dos produtos, incluindo tipo de alimento, nome ou marca, identificação do fabricante, local de produção, número de registro no Ministério da Saúde, indicação do uso de aditivos intencionais, número de identificação da partida, lote, data de fabricação e indicação do peso ou volume, sendo todos apresentados de maneira legível (BRASIL, 1969).

Entretanto, quando se trata da percepção do consumidor em relação à *Front-of-pack nutrition*, traduzida do inglês como rotulagem nutricional frontal (RNF), Silva (2003) destaca a dificuldade que os consumidores enfrentam ao tentar compreender as informações apresentadas nos rótulos dos alimentos, devido à falta de clareza. Além disso, constatam que muitos não estavam familiarizados com a rotulagem nutricional e alguns demonstraram falta de interesse por esses dados. Essas descobertas levantam questões sobre a eficácia atual da comunicação de informações nutricionais nos rótulos e destacam a necessidade de melhorias para garantir que os consumidores possam tomar decisões mais informadas sobre seus hábitos alimentares.

Fatores como o tipo da embalagem e a sua repercussão sobre o ambiente de consumo também influenciaram a intenção de compra dos consumidores no Brasil (Coutinho, 2004). Esse ambiente está muitas vezes ligado com o grau de escolaridade, classe social e aspectos econômicos. Diante disso, pessoas com menor nível de instrução enfrentam desafios expressivos devido à redução de renda e à falta de acesso a informações sobre hábitos alimentares saudáveis.

Tais desafios, por sua vez, levam a uma inclinação para a escolha de alimentos processados, uma vez que estes geralmente são percebidos como mais acessíveis em termos de custo. Essa complexidade nas escolhas alimentares reflete não apenas as preferências individuais, mas também as condições socioeconômicas que moldam as opções disponíveis e acessíveis a determinados segmentos da população (LOVATTO, 2019).

Recentemente, uma mudança substancial ocorreu na legislação brasileira referente aos requisitos técnicos da rotulagem de alimentos através das normativas RDC nº 429/2020 e IN nº75/2020. O objetivo principal dessas alterações foi facilitar a compreensão das informações nutricionais presentes nos rótulos dos alimentos, visando capacitar o consumidor a fazer escolhas alimentares mais conscientes e informadas.

Essas alterações estão interligadas a preocupação sobre questões relacionadas à saúde pública e, onde a qualidade nutricional dos alimentos é cada vez mais prevalente, a rotulagem de alimentos emerge como um aspecto essencial. O conteúdo das embalagens vai além de meras informações; muitas vezes, é a chave para decisões conscientes que os consumidores fazem diariamente em relação às suas escolhas alimentares. Isso ocorre devido à crescente demanda da sociedade por informações confiáveis e de fácil compreensão (OLIVEIRA, 2022).

As novas leis e regulamentações técnicas de rotulagem de alimentos foram implementadas para facilitar a autonomia dos consumidores diante dos desafios na compreensão das informações nutricionais nos rótulos de alimentos embalados. Uma dessas mudanças é a introdução da lupa na *Front-of-pack nutrition* para destacar os altos teores de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio, visando facilitar a identificação rápida desses componentes. A Rotulagem Nutricional Frontal (RNF) é internacionalmente recomendada como uma ferramenta essencial para ajudar os consumidores a interpretar as informações quantitativas

sobre nutrientes, tornando-as mais acessíveis e imediatas, o que é crucial para uma escolha alimentar mais consciente (BANDEIRA, 2020).

A RNF introduz alertas visuais diretos sobre a presença de nutrientes críticos em excesso. Essa medida é uma resposta às preocupações crescentes sobre os impactos da má alimentação na saúde pública, como o aumento da obesidade e das doenças crônicas relacionadas à dieta. Diante desse cenário, torna-se essencial investigar como a população brasileira percebe e reage a essas mudanças na rotulagem dos alimentos processados. Compreender essa percepção é fundamental para avaliar a eficácia das novas regras e para orientar futuras políticas públicas de saúde (MATTAR, 2019).

Essas mudanças podem impactar os consumidores, especialmente com a introdução de alertas que podem afetar a percepção de saudabilidade dos alimentos e a intenção de compra. Isso implica na necessidade das empresas em realizar ajustes em suas formulações para cumprir as regulamentações, considerando o apelo à saúde de alguns produtos. É importante uma abordagem estratégica para manter a atratividade dos produtos no mercado, levando em conta as expectativas dos consumidores em relação à saúde e qualidade alimentar (MATTAR, 2019).

No entanto, apesar da importância desse tema, ainda existe uma lacuna significativa de estudos acadêmicos aprofundados que explorem a recepção e a compreensão da RNF pelos consumidores brasileiros. Essa falta de dados representa um desafio para a implementação e aprimoramento de estratégias regulatórias que realmente atendam às necessidades de informação e proteção da saúde da população.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL:**

Analisar a percepção dos consumidores de alimentos industrializados em Campo Grande/MS sobre a nova rotulagem nutricional frontal (RNF) de alimentos.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Identificar o perfil do consumidor frente ao consumo de alimentos industrializados em Campo Grande/MS;

Analisar o comportamento de consumidores sobre produtos que contenham a lupa como alerta de excesso de três nutrientes: Gordura saturada, Sódio e Açúcar adicionado;

Verificar a influência da rotulagem nutricional frontal (RNF) na seleção dos produtos alimentícios, segundo as características sociodemográficas.

## **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **3.1 ALIMENTOS PROCESSADOS**

O Guia Alimentar Para a População Brasileira define o alimento *in natura* como alimentos que podem ser consumidos diretamente após a remoção das partes não comestíveis e a realização de tratamentos necessários para garantir sua higiene e conservação, sem a necessidade de processamento significativo. Essa definição engloba alimentos frescos e minimamente processados, como frutas, vegetais, carnes frescas, entre outros, que são considerados essenciais para uma alimentação saudável e equilibrada (BRASIL, 2014).

Na história dos alimentos, sejam eles sólidos ou líquidos, os processados fazem parte da dieta humana desde os primórdios da humanidade. De acordo com alguns estudos o processamento de alimentos foi criado há cerca de 2 milhões de anos, por um ancestral que descobriu o cozimento, a mais original forma de processamento, sendo este um dos marcos mais significativos na evolução humana em relação à alimentação (CARRETERO *et al.*, 2020).

Posteriormente e ainda na pré-história e em épocas antigas, uma variedade de processamento de alimentos além do cozimento foi desenvolvida por diferentes culturas em todo o mundo, como a fermentação, secagem e a salga. Estes métodos permitiram que grupos e comunidades se formassem e sobrevivessem, tornando possível o armazenamento e o consumo de alimentos por longos períodos. Além

disso, esses métodos também desempenharam um papel fundamental na diversificação da dieta (FLOROS *et al.*, 2010).

Nas últimas décadas, o Brasil passou por uma rápida transição demográfica, que envolveu uma queda na taxa de natalidade e um aumento na expectativa de vida. Este fenômeno é atribuído às melhorias nas condições de saúde, acesso à educação e planejamento familiar. A diminuição da taxa de natalidade tem implicações para a estrutura etária da população e para os sistemas de saúde e previdência social (MONTEIRO *et al.*, 2014).

Essas mudanças no padrão de vida, e a urbanização levaram a uma transformação nos hábitos alimentares da população brasileira. O consumo de alimentos processados aumentou, frequentemente associado a dietas menos saudáveis caracterizadas pelo alto teor de açúcares, gorduras saturadas e sódio. Este cenário pode ter implicações para a saúde pública, incluindo o aumento das taxas de obesidade e doenças relacionadas à dieta (AZEVEDO, 2014).

Neste sentido, foi necessária a adoção de políticas e programas para abordar questões relacionadas à nutrição e à saúde, incluindo o desenvolvimento do Guia Alimentar para a População Brasileira (BRASIL, 2014).

Publicado em 2006, o guia apresentou as primeiras diretrizes alimentares oficiais para a nossa população. Em 2014 o Guia passou por um processo de consulta pública, permitindo amplo debate em diversos setores da sociedade. Esse processo orientou a construção da versão final que busca promover uma alimentação saudável e conscientizar a população sobre os benefícios dos alimentos *in natura*, minimamente processados e processados (BRASIL, 2014).

Os alimentos definidos como *in natura* ou minimamente processados conforme definido no Guia Alimentar para a População Brasileira, reflete uma abordagem nutricionalmente equilibrada e sustentável da alimentação, e são tipicamente de origem vegetal, incluindo frutas, legumes, grãos inteiros, sementes, nozes e leguminosas, fornecendo uma ampla gama de vitaminas, minerais e antioxidantes, fontes importantes de fibras alimentares, que são fundamentais para a saúde digestiva. Embora esses alimentos sejam consumidos em seu estado mais natural, é comum que passem por algumas alterações mínimas. Tais alterações são realizadas principalmente para garantir a segurança do alimento, evitando a contaminação e prolongando a vida útil dos alimentos (BRASIL, 2014).

A Food and Agriculture Organization - FAO define o processamento de alimentos como qualquer modificação a qual o alimento é submetido para alterar sua qualidade sensorial ou vida útil, envolvendo a aplicação da ciência e da tecnologia para preservar a qualidade, diversificar os produtos para atender aos consumidores (FALLOWS, 2003).

Segundo a Organização Pan-Americana da Saúde, os alimentos processados consistem na transformação do alimento fresco em um produto alimentício, envolvendo uma série de operações unitárias (limpeza, corte, moagem, aquecimento, resfriamento, acondicionamento, etc) que modificam o alimento em relação seu estado natural, elaboradas a partir de substâncias derivadas dos alimentos ou sintetizadas de outras fontes orgânicas (OPAS, 2020).

A maioria desses produtos contém uma pequena parte, ou nada, de alimentos inteiros, possuindo características gordurosas, salgadas ou açucaradas e pobres em fibras alimentares, proteínas, diversos micronutrientes e outros compostos bioativos, feitos para saciar o desejo e exageradamente saborosos. Entretanto, os produtos processados não são “alimentos modificados” nem são outras versões dos alimentos, mas suas formulações costumam empregar tecnologias voltadas a imitar a aparência, a forma e as qualidades sensoriais dos alimentos (OPAS, 2020).

### **3.2 PADRÃO DE CONSUMO ALIMENTAR**

O consumo de alimentos industrializados no Brasil começou a ganhar relevância significativa a partir do século XX, com o processo de industrialização do país e a introdução de novas tecnologias de produção, além da urbanização em curso. A possibilidade de produção em massa de alimentos processados propiciou o aumento da comercialização desses produtos em todo o país. Essa tendência foi acompanhada pela frequente substituição das principais refeições por lanches e outros produtos prontos para o consumo (MACHADO; ADAMI, 2019).

O hábito de consumir alimentos processados tem se expandido na população brasileira ao longo dos anos, em linha com a tendência global de maior disponibilidade e consumo de produtos industrializados. Esses alimentos incluem inclusive uma ampla variedade de produtos, desde itens de conveniência como biscoitos, salgadinhos e refrigerantes até alimentos semi prontos, como sopas enlatadas e macarrão instantâneo (MOUBARAC *et al.*, 2012).

Em 2020, uma pesquisa quantitativa realizada pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) em parceria com o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) Inteligência, revelou uma mudança significativa nos hábitos alimentares durante a pandemia da Covid-19. Um aspecto crucial desse fenômeno foi o aumento do consumo de alimentos processados pela população brasileira com 18 anos ou mais, com uma elevação notável entre 30% e 45%. Itens como macarrão instantâneo, bolos, biscoitos recheados, achocolatados, alimentos enlatados, entre outros, foram os mais citados, especialmente entre aqueles que residem com crianças ou adolescentes (UNICEF, 2020).

Esse aumento no consumo de alimentos industrializados reflete não apenas uma mudança temporária de comportamento alimentar, mas também destaca a influência da pandemia na escolha dos alimentos. A preocupação com a praticidade, a durabilidade e a conveniência desses produtos parece ter levado a um aumento significativo em sua demanda, destacando a necessidade de políticas e intervenções que promovam hábitos alimentares mais saudáveis mesmo em tempos de crise sanitária (UNICEF, 2020).

Segundo Steele *et. al* (2020) todavia, essa mudança pode ser observada em pessoas com menor grau de escolaridade, devido a diminuição da renda, indisponibilidade de alimentos e a falta de acesso a informações sobre hábitos alimentares saudáveis, implicando na redução de gastos e, conseqüentemente, na busca por alimentos processados, já que lhes são atribuídos preços menores. Embora não seja uniforme para todas as famílias de baixa renda, algumas tendências comuns incluem, alimentos de baixo custo como, massas, arroz, feijão enlatado, macarrão instantâneo, pão e produtos de panificação simples.

A partir de uma pesquisa realizada na Irlanda em 2015, paralelamente às questões sociais e econômicas, observou-se outro aspecto da mudança no consumo desses alimentos. Esse estudo avaliou o índice de motivação para uma vida saudável, associando alimentação e exercício, com uma amostra de 1262 adultos. Nesta pesquisa, quando avaliado o consumo alimentar, levando em consideração o nível de processamento dos alimentos e realização ou não de atividade física, indivíduos que realizam atividade física de forma regular, têm tendência de ingerir menor quantidade de produtos industrializados (ALMEIDA, 2018).

Além disso, quanto maior a frequência de atividade física, maior a ingestão de produtos *in natura*. O inverso também é percebido para pessoas sedentárias ou insuficientemente ativas, sendo a ingestão de alimentos processados maior neste grupo, bem como a ingestão aumentada de gorduras saturadas e trans (ALMEIDA, 2018).

O consumo de alimentos processados por homens e mulheres pode variar com base em fatores como idade, região geográfica, nível socioeconômico, educação, cultura e preferências individuais. No entanto, é possível identificar algumas tendências (faixa etária, classe social e nível de escolaridade) gerais relacionadas ao consumo de alimentos processados. Por exemplo, um estudo realizado na região do Vale do Brazos, Texas, EUA, com uma amostra predominantemente feminina (74,7%), descobriu que o aumento do consumo de frutas e vegetais estava correlacionado com o gênero (feminino) e um maior capital social. (CAETANO *et al.*, 2023).

No Brasil, a Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD) aponta que 97,1% dos domicílios brasileiros, em 2015, possuíam pelo menos uma TV. Segundo Fischer (2005), a TV aberta é a maior fonte de lazer e informação da maioria da população, sendo assim, notável que o padrão de consumo dos alimentos é influenciado pelas propagandas de alimentos, podendo afetar as escolhas alimentares, os hábitos de consumo e as percepções dos consumidores de várias maneiras, sendo a formação de preferências, e essa exposição constante aos alimentos anunciados pode torná-los mais desejáveis e aumentar a probabilidade de escolha desses produtos.

Segundo Terra (2018), a área de alimentos está extremamente suscetível ao impacto das *fake news*, uma vez que está sujeita a uma constante atualização de informações e estudos, principalmente quando se refere às culturas geneticamente modificadas, aos defensivos agrícolas e aos alimentos industrializados. Essas informações compartilhadas geralmente têm um apelo emocional ou ideológico.

O impacto desse cenário na sociedade é significativo, podendo influenciar o comportamento do consumo de alimentos de diversas maneiras. A disseminação de *fake news* sobre alimentos pode gerar desconfiança em relação à segurança e qualidade dos produtos, levando os consumidores a evitar certos alimentos ou optar por alternativas que acreditam ser mais seguras, mesmo que essas escolhas não

sejam baseadas em evidências científicas confiáveis (ROWE e ALEXANDER, 2017).

### **3.3 ROTULAGEM**

A Agência Nacional da Vigilância Sanitária (Anvisa), define rótulo como toda inscrição, legenda, imagem ou toda matéria descritiva ou gráfica, escrita, impressa, estampada, gravada, gravada em relevo ou litografada ou colada sobre a embalagem do alimento, devendo conter informações obrigatórias como denominação de venda do alimento, lista de ingredientes, conteúdos líquidos, identificação da origem, nome ou razão social e endereço do importador, no caso de alimentos importados, identificação do lote, prazo de validade e instruções sobre preparo e uso do alimento, quando necessário (BRASIL, 2022).

Os rótulos dos alimentos são ferramentas importantes que informam ao consumidor as características de um produto, ou seja, suas propriedades nutricionais, lista de ingredientes, entre outros elementos (SOARES *et al.*, 2021). Essas informações precisam ser demonstradas de forma esclarecida, para facilitar a comunicação, apresentando sua qualidade nutricional e outros elementos obrigatórios, de acordo com legislações vigentes (SANTOS *et al.*, 2018). Além disso, uma boa comunicação faz com que o leitor tenha facilidade e o poder de decisão e autonomia na hora da compra, preservando sua saúde e bem-estar (MORAES *et al.*, 2020).

De acordo com o artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor (CDC, 1999), o consumidor tem direito à “informação adequada e clara sobre diferentes produtos e serviços, com uma especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como os riscos apresentados”.

Recentemente, no Brasil, uma mudança substancial ocorreu na legislação brasileira referente aos requisitos técnicos da rotulagem de alimentos através das normativas Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 429/2020 e a Instrução normativa (IN) nº 75/2020. O objetivo principal dessas alterações é facilitar a compreensão das informações nutricionais presentes nos rótulos dos alimentos, visando capacitar o consumidor a fazer escolhas alimentares mais conscientes e informadas (ANVISA, 2023).

As regulamentações governamentais são projetadas para encontrar um equilíbrio entre o conteúdo informativo e a proteção do consumidor, e a necessidade

das empresas em promover seus produtos (VAN TRIJP; VAN DER LANS, 2007). Nos Estados Unidos, as alegações nutricionais são regulamentadas pela Food and Drug Administration (FDA) e pelo Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA). Na Europa, é regulamento a partir da Comissão Europeia que utiliza a nº 1169/2011 de 25 de Outubro de 2011, que consiste em fornecer aos consumidores uma base para que façam escolhas informadas em relação aos gêneros alimentícios que consomem e para prevenir todas as práticas que possam induzir o consumidor ao erro.

### **3.4 IMPACTOS DA ROTULAGEM NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

A rotulagem nutricional frontal (RNF) é descrita como uma declaração simplificada e padronizada que ressalta o elevado teor de nutrientes específicos no painel principal do rótulo dos alimentos. A inclusão desse tipo de declaração foi aprovada como parte da agenda regulatória da Anvisa, com o objetivo de aprimorar a regulamentação da rotulagem de alimentos embalados. Essa medida visa assegurar que a população tenha acesso seguro a produtos e serviços que estão sob a vigilância sanitária (BRASIL, 2021).

A declaração da Rotulagem Nutricional Frontal (RNF) é obrigatória nos rótulos de alimentos embalados na ausência do consumidor quando as quantidades de determinados nutrientes ultrapassam os limites estabelecidos. Para açúcares adicionados, a exigência se aplica a alimentos semissólidos ou sólidos que contenham 15g ou mais por 100g e a alimentos líquidos com 7,5g ou mais por 100ml. No caso de gorduras saturadas, a rotulagem é obrigatória para alimentos sólidos ou semissólidos que apresentem 6g ou mais por 100g e para alimentos líquidos com 3g ou mais por 100ml. Já para o sódio, os limites são de 600mg ou mais por 100g para alimentos sólidos ou semissólidos e 300mg ou mais por 100ml para líquidos. Esses critérios seguem as diretrizes do Anexo XV da Instrução Normativa IN nº 75, de 2020 (BRASIL, 2020b).

Vale ressaltar que para vários alimentos é proibido o uso da RNF como frutas, hortaliças, leguminosas, tubérculos, cereais, nozes, castanhas, sementes e cogumelos, desde que não sejam adicionados de ingredientes que agreguem açúcares adicionados ou valor nutricional significativo de gorduras saturadas ou de sódio ao produto, assim como farinhas destes produtos; carnes e pescados

embalados, refrigerados ou congelados; ovos; leites fermentados; queijos e azeites, dentre outros desde que não sejam adicionados de ingredientes opcionais que agreguem açúcares adicionados ou valor nutricional significativo de gorduras saturadas ou de sódio ao produto, conforme IN nº 75 de 2020 (BRASIL, 2020b).

A rotulagem frontal deve ser facilmente identificada pelo consumidor, podendo simplificar a compreensão nutricional e a seleção do alimento no ato da compra. Além dos benefícios ao consumidor, a rotulagem frontal pode influenciar na composição dos alimentos processados, estimulando ações de reformulação por parte das indústrias (GILLON-KEREN *et al.*, 2020).

Em pesquisa realizada com 569 consumidores de produtos industrializados por Soares *et al.* (2021), quando questionados se as informações dos rótulos exerciam influência sobre sua decisão de compra, 78,56% dos participantes disseram que sim, que as informações contidas nos produtos influenciam suas decisões. Adicionalmente, 80,67% dos consumidores alegaram que já deixaram de comprar um determinado produto após a leitura das informações contidas nas embalagens.

O fato de deixar de adquirir determinado produto, pode estar relacionado às formas do *Front-of-pack nutrition*. Esse termo refere-se às informações nutricionais simplificadas na frente das embalagens. Essa exposição nos rótulos, muitas vezes têm sido utilizada de forma que dificulta o entendimento com o uso de termos técnicos, cálculos numéricos e porcentagens que dificultam a compreensão pelos consumidores, impactando na autonomia na tomada de decisões (MULDERS *et al.*, 2018).

Os consumidores geralmente esperam que a embalagem dos alimentos proteja o produto contra contaminação e danos. As informações contidas nos rótulos impressos nas embalagens devem proporcionar um elo de comunicação entre o consumidor e a indústria de alimentos. No entanto, o fato de a rotulagem ser obrigatória não significa que os consumidores estejam se embasado nessa ferramenta para a escolha dos alimentos que devem compor sua dieta habitual (MACHADO *et al.*, 2006).

A rotulagem torna-se mais útil, se o consumidor souber interpretá-la, pois permite maiores esclarecimentos sobre quais substâncias poderão ser ingeridas, apreciando marcas que são transparentes sobre a origem dos ingredientes, práticas de produção e valores da empresa (CAVADA *et al.*, 2012).

Em contrapartida, observa-se um maior interesse dos consumidores por alimentos que tenham apelos que geram benefícios à saúde, sendo este um fator tão importante quanto o sabor na escolha de alimentos e na tomada de decisões de compra, principalmente em função da preocupação com a qualidade de vida (SABA *et al.*, 2019).

Rótulos que têm ganhado destaque, além dos apelos relacionados aos benefícios à saúde, são os de produtos orgânicos, uma vez que esse tipo de rotulagem fornece informações importantes sobre a origem e as características dos alimentos. Produtos orgânicos são cultivados ou produzidos de acordo com padrões específicos que priorizam práticas agrícolas sustentáveis, ausência de pesticidas sintéticos e fertilizantes químicos, bem-estar animal e redução de impacto ambiental (NASCIMENTO *et al.*, 2018).

Nos últimos anos a rastreabilidade vem ganhando a atenção, pois as empresas utilizam como estratégia de marketing para informar a origem de suas matérias primas, entretanto isso é devido a INC nº2 de 2018, que determina a obrigatoriedade da rastreabilidade de frutas, legumes e verduras para aprimorar e melhorar o controle de qualidade e segurança de alimentos (BRASIL, 2018).

Entretanto, quando nos deparamos com consumidores de baixa renda e baixa escolaridade, esses podem ser menos criteriosos quanto aos rótulos de alimentos do que aqueles com maior grau de escolaridade e poder aquisitivo. Isso pode ser devido a níveis mais baixos de alfabetização nutricional e à falta de conhecimento sobre a importância das informações nos rótulos (SOARES *et al.*, 2021).

### **3.5 NOVA ROTULAGEM NUTRICIONAL FRONTAL E A PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR**

A rotulagem de alimentos desempenha um papel crucial na informação dos consumidores sobre os produtos que estão adquirindo e consumindo. Ela fornece informações sobre os ingredientes, o valor nutricional, as alergias alimentares e outras informações relevantes. O Brasil passou 17 anos com a RDC nº 360 de 23 de Dezembro de 2003 em vigor, estabelecendo requisitos técnicos (ANVISA, 2022). Entretanto, devido aos avanços científicos e tecnológicos, preocupações crescentes com a saúde pública, demandas da indústria alimentícia e alinhamento com padrões internacionais (BARROS, 2023), fez-se necessário alterações na legislação para

garantir que os rótulos forneçam informações precisas e relevantes. Tais alterações e atualizações também facilitam o comércio internacional e garantem a consistência nas informações sobre os alimentos embalados na ausência do consumidor. Portanto a RDC nº360/2003 foi revogada em 2020 pela RDC nº429, trazendo consigo novas atualizações nos requisitos técnicos da rotulagem brasileira (BRASIL, 2020a).

As normas atuais estabelecem mudanças na legibilidade, no teor e na forma de declaração de informações na tabela de informação nutricional e nas condições de uso das alegações nutricionais, bem como a adoção do rótulo na parte da frente da embalagem. O objetivo da nova rotulagem frontal é esclarecer o consumidor, de forma clara e simples, sobre o alto conteúdo de nutrientes que têm relevância para a saúde. Para tal, foi desenvolvido um design de lupa para identificar o alto teor de três nutrientes: açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio (**Figura 1**). O símbolo deve ser aplicado na face frontal da embalagem, na parte superior, por ser uma área facilmente visualizada.

Outra mudança foi a estrutura da tabela nutricional que anteriormente se baseava apenas na medida caseira (**Figura 2**) e agora com a nova legislação passou a considerar também em 100g de produto e fornecer a quantidade de açúcares adicionados, além de alteração na formatação e layout (**Figura 2**) (Anvisa, 2020).

Por se tratar de uma atualização recente, que entrou em vigor em outubro de 2022, a percepção do consumidor encontra-se pouco explorada. Para as indústrias, os principais impactos, com a obrigatoriedade da nova rotulagem, seriam a possível redução na aquisição de produtos que têm teores elevados de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio (GERALDO *et al.*, 2023).

**Figura 1** - Novo *Front-of-pack nutrition* com lupa para identificar alertas.



Fonte: Anvisa, 2020.

**Figura 2** -Comparativo da tabela nutricional antiga e a atual.

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL			INFORMAÇÃO NUTRICIONAL			
Porção ___ g ou ml (medida caseira)			Porções por embalagem: 000			
Quantidade por porção			Porção: 000 g (medida caseira)			
Valor energético	___ kcal e ___ kJ	% VD (%)	100 g	000 g	%VD*	
Carboidratos	g					
Proteínas	g					
Gorduras totais	g					
Gorduras saturadas	g					
Gorduras trans	g	(Não declarar)				
Fibra alimentar	g					
Sódio	mg					
*Não contém quantidade significativa de .... (valor energético e ou o(s) nome(s) do(s) nutriente(s)). (Esta frase pode ser empregada quando se utiliza a declaração nutricional simplificada)			*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.			

Fonte: BRASIL, 2003 e 2020.

Em pesquisa realizada por Bandeira et al., (2021) analisando impactos de 5 sinalizadores nutricionais (octógono, círculo, triângulo, semáforo e lupa), os consumidores manifestaram-se favoráveis à presença da rotulagem nutricional frontal (RNF), percebendo-a como confiável para aumentar o entendimento das informações nutricionais. Entretanto, o semáforo e a lupa são modelos de RNF que exigem maior tempo de captura de atenção em comparação com as advertências. Os modelos de advertência apresentam imagens que se repetem a cada nutriente presente em excesso, chamando mais atenção do consumidor quando comparados aos modelos com imagem única, como a lupa.

Aprovada em 2020, a IN nº75 apresentou um modelo de rotulagem nutricional frontal (RNF) em formato retangular preto com lupa. Contudo, apenas alguns estudos avaliaram o desempenho deste modelo de RNF, frente a percepção do consumidor, sendo ele inferior ao octógono e ao triângulo ao reduzir o tempo para identificação de nutrientes presentes em excesso, entre adultos brasileiros (DELIZA et al., 2020). Além do Brasil, outros países também adotaram mudanças

na *Front-of-pack nutrition*, e observaram que modelo da lupa também se mostrou inferior ao octógono, círculo e triângulo em aumentar o entendimento do conteúdo nutricional entre adultos dos Estados Unidos, Canadá, Austrália e Reino Unido (GOODMAN *et al.*, 2018).

Estudo realizado pela Anvisa (2019), afirma que a adequação das indústrias à nova rotulagem nutricional pode aumentar a conscientização dos consumidores sobre a importância dos nutrientes para a qualidade da alimentação e da saúde e, conseqüentemente influenciar seu comportamento, de modo a contribuir para a opção de práticas alimentares mais saudáveis. Levando em consideração, pontos de desvantagens para as empresas, pode haver uma redução do consumo de alimentos que possuem o painel frontal, sendo necessário uma reformulação na engenharia dos produtos. Entretanto, a nova norma melhora a clareza e legibilidade das informações nutricionais contidas nos rótulos dos alimentos e contribui para que o consumidor realize escolhas alimentares mais adequadas e saudáveis (GERALDO *et al.*, 2023).

Por outro lado, as desvantagens dessas adaptações se tornam evidentes quando os rótulos se tornam excessivamente complexos ou contêm informações incorretas, o que dificulta o entendimento por parte dos consumidores e reduz sua autonomia na tomada de decisões alimentares informadas (LOBANCO *et al.*, 2009).

#### 4. METODOLOGIA

A pesquisa proposta consistiu em um estudo de natureza quantitativa, utilizando de uma amostragem por conveniência com nível de confiança de 95% (SEBRAE, 2005). A pesquisa foi realizada com residentes da cidade de Campo Grande (MS) onde segundo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2022) tem uma população de 898.100 pessoas, no qual os participantes foram selecionados de maneira aleatória dentro com (n) amostral de n=383 respondentes. A pesquisa abordou questões sobre hábitos, atitudes e percepções envolvidas no consumo e compra de alimentos que contenham a rotulagem nutricional frontal (RNF), além do perfil sociodemográfico dos entrevistados, gênero, grupo de idade, ocupação, renda familiar média mensal e nível de escolaridade.

A pesquisa foi conduzida no formato on-line, por meio do *Google Forms*® e aplicada via e-mail, redes sociais e por aplicativos de celulares (Instagram, WhatsApp, Facebook, LinkedIn, Tiktok e email). Os critérios de inclusão foram pessoas que residem em Campo Grande/MS, maiores de 18 anos, que tenham acesso a internet e facilidade com aplicativos. O questionário foi disponibilizado em um período de outubro a dezembro de 2024. Para os critérios de exclusão, não foram aceitas pessoas não residentes em Campo Grande/MS, menores de 18 anos e que não tenham concordado com os termos da pesquisa.

Para garantir a ética na condução da pesquisa, todos os participantes foram solicitados a fornecer seu consentimento por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado de forma on-line (**Anexo I**).

##### 4.1 COLETA DE DADOS

Realizou-se um estudo piloto inicial para identificar possíveis problemas relacionados à formulação de perguntas, omissões e outras dificuldades enfrentadas pelos entrevistados. Este estudo serviu para garantir que o questionário principal fosse claro e compreensível para os participantes, permitindo ajustes necessários antes da implementação completa da pesquisa (RODRIGUES *et al.*, 2017).

O questionário foi organizado em três seções: 1) características dos participantes; 2) Percepção da nova RNF e 3) Impactos do novo modelo de RNF nos consumidores (**Anexo II**).

Na seção 1 do estudo, foram identificadas as características dos participantes, abrangendo variáveis como sexo, faixa etária, escolaridade, renda e região de residência. Além disso, foi explorada a relevância de fatores relacionados à escolha alimentar. Dez itens, baseados no *Food Choice Questionnaire*, foram elaborados para que os participantes avaliassem a importância desses fatores. As respostas foram coletadas utilizando uma escala Likert de 5 pontos, variando de 1 – "nem um pouco importante" a 5 – "muito importante" e 1 - "Nem sempre" a 5 - "Sempre". Os itens incluíram considerações como a facilidade de preparo dos alimentos, proximidade do local de compra, preço, aspectos relacionados à saúde, impacto emocional positivo, consumo de alimentos processados, verificação do teor de calorias, açúcares, sódio e gorduras, preferência a marcas e a preocupação com o meio ambiente, e preferência por quais tipos de grupos de alimentos: naturais, minimamente processados e processados conforme definido por Heitor (2015).

Na segunda seção do estudo, realizou-se uma avaliação da percepção dos consumidores diante da presença da Rotulagem Nutricional Frontal (RNF) no formato de lupa. O foco foi avaliar a compreensão do conteúdo nutricional pelos participantes, verificar se há uma percepção na saudabilidade dos alimentos com alertas e avaliar a intenção de compra desses produtos.

Os participantes responderam a três perguntas específicas. A primeira pergunta visou medir a compreensão da mudança na legislação brasileira e a implementação de alerta em formato de lupa nos alimentos, "Você sabia que a legislação sobre rotulagem de alimentos mudou?" complementando com: "Você sabia que a nova legislação trouxe a obrigatoriedade da lupa alertando os nutrientes em excesso como: Açúcar adicionado, Sódio e Gordura saturada?", avaliando se essas alterações passaram a chamar mais a atenção do consumidor.

As demais perguntas tiveram como objetivo avaliar a intenção de compra e a percepção de saudabilidade dos produtos com a presença da lupa. As respostas foram registradas em uma escala Likert de 5 pontos. Avaliou se os participantes têm por hábito comprar alimentos com a lupa, variando de "Deixei de comprar" a "Sempre compro". A última pergunta, em formato de múltipla escolha, avaliou sobre a percepção da saudabilidade dos alimentos, com opções "Sim", "Não" ou "Não sei opinar". Adicionalmente, foi solicitada a avaliação dos alimentos com lupa quanto à sua saudabilidade, com respostas variando de "Nada saudável" a "Muito saudável".

Na terceira seção do estudo, foi conduzida uma avaliação da percepção dos participantes em relação aos impactos causados pelo novo modelo de Rotulagem Nutricional Frontal (RNF). As dimensões a serem consideradas incluem a "facilidade de identificação", a "confiabilidade", e a "preferência". Além disso, investigou-se a opinião dos participantes sobre se desejariam que os produtos não apresentassem as lupas e fossem reformulados. Essas dimensões foram selecionadas com base na estrutura de aceitabilidade proposta por Nielsen (1993). A análise desses aspectos permitiu compreender melhor como o modelo de RNF é percebido em termos de identificação, confiança, processamento de informações, preferências e desejos de reformulação por parte dos consumidores.

#### **4.2 ANÁLISE DE DADOS**

Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva e apresentados por meio de frequências absoluta e relativa por meio do Excel®.

### **5. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A aplicação do questionário na cidade de Campo Grande/MS foi realizada no formato online, utilizando a plataforma Google Forms®, e distribuída por e-mail, redes sociais e aplicativos de celular. Como resultado, foram obtidas 442 respostas, das quais 383 foram de residentes na cidade de interesse. A primeira seção, foram identificadas as características demográficas e socioeconômicas dos participantes, abrangendo variáveis como sexo, faixa etária, escolaridade e renda (**Tabela 1**).

A pesquisa foi aplicada a um total de 442 entrevistados das quais, pelos critérios de exclusão, foi considerado somente 383 participantes, sendo a maioria composta por mulheres (67%), enquanto os homens representaram 33%. Essa distribuição de gênero demonstra uma maior participação feminina na pesquisa, que pode estar relacionado ao maior engajamento desse público em pesquisas acadêmicas e questões voltadas ao consumo. Estudos anteriores indicam que mulheres tendem a participarem mais em pesquisas do que os homens (CURTIN ET AL 2000; MOORE & TARNAI, 2002).

**Tabela 1** – Características sociodemográficas de uma amostra (n=383) da cidade de Campo Grande/MS, no ano de 2024.

Variáveis	Gênero			
	Masculino n= 127		Feminino n= 256	
	n	%	n	%
<b>Faixa etária</b>				
18-24 anos;	64	50,39%	146	57,03%
25 -34 anos;	51	40,16%	68	26,56%
35 - 44 anos;	10	7,87%	22	8,59%
45 anos ou mais;	2	1,57%	20	7,81%
<b>Escolaridade</b>				
Analfabeto/ Ensino fundamental incompleto/ Fundamental completo/ Ensino médio incompleto	1	0,79%	7	2,73%
Ensino médio completo	10	7,87%	37	14,45%
Ensino superior incompleto	54	42,52%	105	41,02%
Ensino superior completo	36	28,35%	56	21,88%
Pós graduação	28	22,05%	51	19,92%
<b>Responsável pelas compras de alimentos</b>				
Sim	79	62,20%	167	65,23%
Não	48	37,80%	89	34,77%

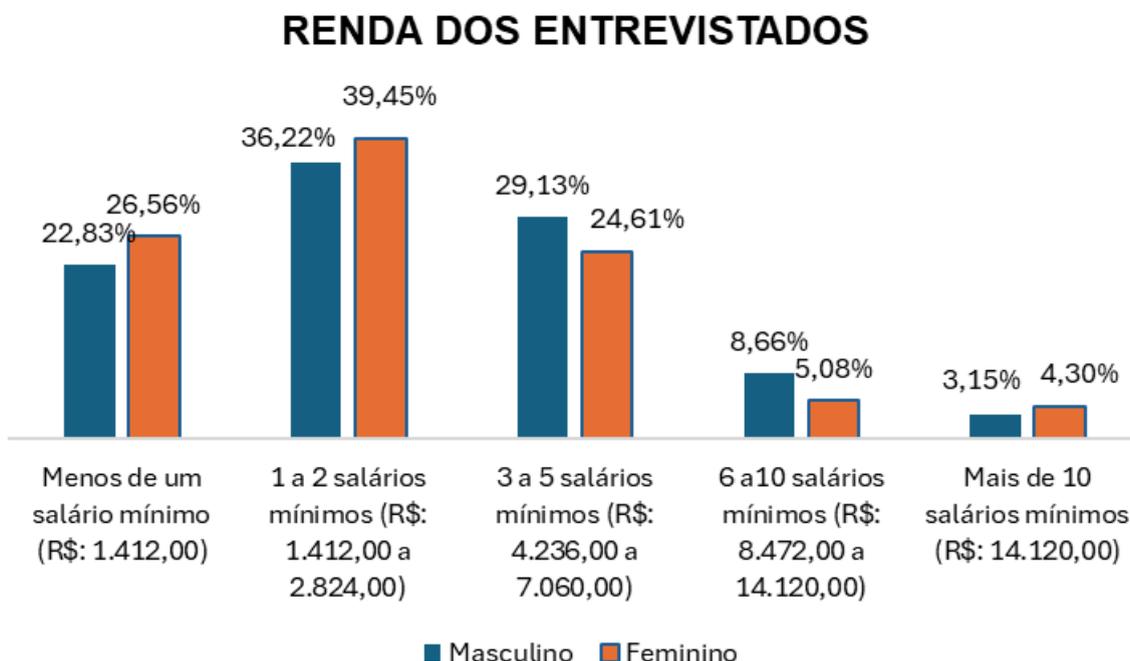
**Fonte:** O autor (2024).

A faixa etária dos respondentes é uma variável fundamental para a caracterização do perfil demográfico dos entrevistados. Os resultados indicaram que a maior concentração de entrevistados está nas faixas etárias de 18 a 34 anos, refletindo uma amostra predominantemente jovem (GOYDER, 1986; MOORE & TARNAL, 2002).

O grau de escolaridade dos participantes revelou um predomínio de indivíduos que estão cursando o ensino superior. Em menor proporção, identificou-se a participação de pessoas com ensino médio completo, ensino médio incompleto, ensino fundamental completo e ensino fundamental incompleto. Esse dado reforça o perfil educacional da amostra, indicando que a maioria dos respondentes possui um nível de instrução elevado, o que pode influenciar suas opiniões e hábitos de consumo de maneira diferenciada (CURTIN, PRESSER E CANTOR, 2000; GOYDER, WARRINER E MILLER, 2002).

No que tange à análise da renda dos entrevistados, observou-se que existe uma divisão entre as faixas salariais dos entrevistados (**Figura 3**).

**Figura 3** - Renda dos entrevistados na cidade de Campo Grande/MS, por gênero no ano de 2024.



**Fonte:** O autor (2024).

A maioria se encontra na faixa de 1 a 2 salários mínimos, seguida pelos que possuem renda entre 3 a 5 salários mínimos e por aqueles que recebem menos de um salário mínimo. Em menor proporção, encontram-se os participantes com renda de 6 a 10 salários mínimos (8,66% do gênero masculino e 5,08% do gênero feminino), e acima de 10 salários mínimos (3,15% do gênero masculino e 4,30% do gênero feminino). Essa distribuição de renda pode influenciar diretamente os padrões de consumo dos entrevistados, uma vez que diferentes faixas salariais possuem acessos diferenciados a produtos e serviços (DRENOWSKI, 2003).

A última questão abordou a responsabilidade pelas compras mensais. Os resultados demonstraram que, independentemente do gênero, a maioria dos entrevistados é responsável pela aquisição de alimentos, o que sugere que a amostra representa um público diretamente envolvido nas decisões de compra.

Levando em consideração os dados apresentados, é possível caracterizar a amostra da pesquisa como composta majoritariamente por jovens e adultos, com grau de escolaridade em curso ou concluído no nível superior, e com renda entre 1 a 5 salários mínimos. Esses dados são relevantes para a compreensão dos padrões de consumo, pois indicam que os entrevistados possuem autonomia na seleção e aquisição de produtos alimentícios.

Uma avaliação dos fatores que influenciam as escolhas alimentares dos indivíduos, com base em aspectos relacionados à preparação de alimentos, acessibilidade, consciência nutricional e influência do preço na decisão de compra também foi realizada (**Figura 4**).

Preparar o próprio alimento pode ser um fator determinante para algumas pessoas. Diante disso, os participantes responderam (**Figura 4**).

**Figura 4** - Características de relevância nas escolhas alimentares dos indivíduos de acordo com o sexo quanto a preparar o próprio alimento.



**Fonte:** O autor (2024).

Para os entrevistados, preparar seu próprio alimento é considerado um fator importante para ambos os gêneros, isso evidencia um maior envolvimento das pessoas com a alimentação, seja por questões de saúde, economia ou autonomia alimentar.

A proximidade de um mercado a residência pode ser um fator determinante para as pessoas, sendo assim os entrevistados afirmaram (**Figura 5**).

**Figura 5** - Características de relevância nas escolhas alimentares dos indivíduos de acordo com o sexo quanto a mercado próximo da residência.



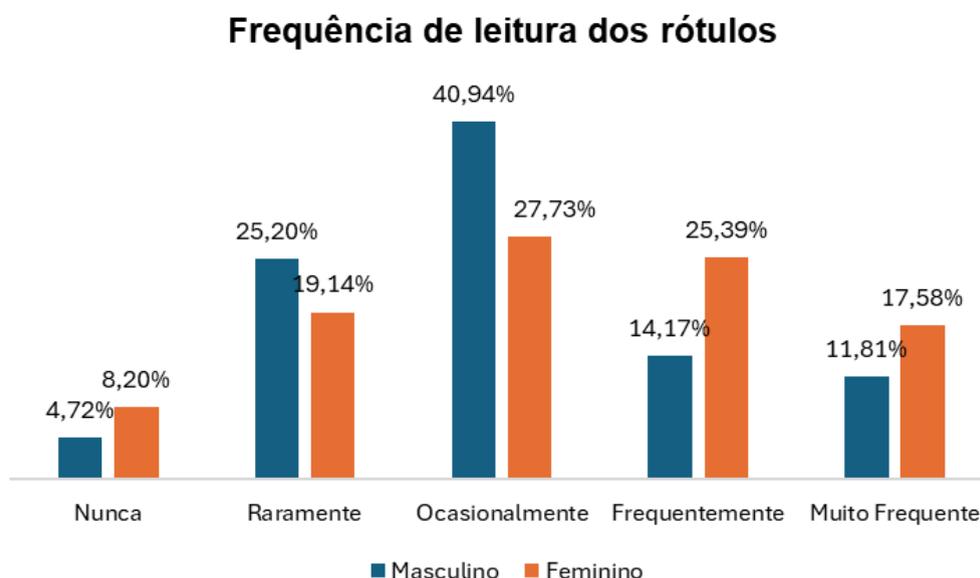
**Fonte:** O autor (2024).

Dentre os entrevistados em Campo Grande/MS, ao serem questionados sobre a presença de um mercado de alimentos próximo à sua residência, a maioria (78% masculino e 71% feminino) consideraram essa proximidade muito importante. Essa preferência pode indicar a valorização da conveniência e do fácil acesso a alimentos no dia a dia, influenciando hábitos de compra e consumo.

A leitura desempenha um papel fundamental no desenvolvimento do conhecimento, na ampliação do vocabulário e no pensamento crítico. Nesse contexto, foi questionado aos participantes sobre seus hábitos de leitura, buscando compreender a frequência com que leem (**Figura 6**).

Quando questionados sobre a leitura dos rótulos de alimentos, os homens relataram realizar a leitura ocasionalmente, enquanto as mulheres apresentaram maior frequência, distribuindo-se entre as categorias 'ocasionalmente' (Masculino-40,94%; Feminino-27,73%) e 'frequentemente' (Masculino-14,17%; Feminino-25,39%). Esses dados são evidenciados em um estudo realizado em Araraquara- SP, por Machado et al. (2006) que também demonstrou ser a maioria dos indivíduos que leem os rótulos, são em maioria do sexo feminino (72.3%), podendo ser justificado pelo fato das atividades domésticas como realizar compras da casa ainda ser uma atividade exercida principalmente por mulheres.

**Figura 6** - Características de relevância nas escolhas alimentares dos indivíduos de acordo com o sexo quanto a leitura dos rótulos.

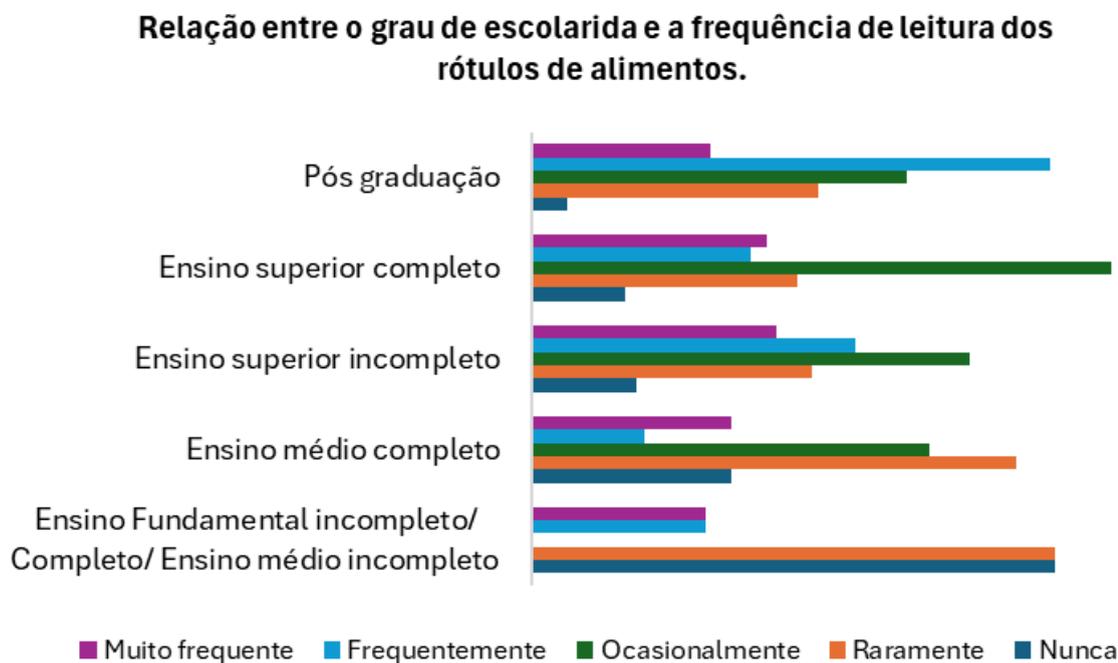


**Fonte:** O autor (2024).

Esses resultados também corroboram com outros resultados semelhantes obtidos por Fernandes, Machado e Vieira (2010) em pesquisa realizada na cidade de Inhumas-Goiás, na qual 15% dos entrevistados afirmaram sempre ler os rótulos, enquanto 52% leem raramente e 33% nunca realizam essa prática. Essas evidências sugerem que a leitura dos rótulos ainda não é um hábito consolidado entre grande parte da população.

Além do gênero dos entrevistados, é relevante analisar a relação entre o grau de escolaridade e a frequência de leitura dos rótulos de alimentos. O nível de escolaridade pode influenciar diretamente a compreensão e a interpretação das informações presentes nos rótulos, afetando a tomada de decisão do consumidor. A **figura 7** ilustra essa correlação, evidenciando possíveis padrões entre diferentes níveis de escolaridade e a frequência com que os participantes realizam essa prática.

**Figura 7** - Correlação entre o grau de escolaridade e frequência de leitura dos rótulos de alimentos.



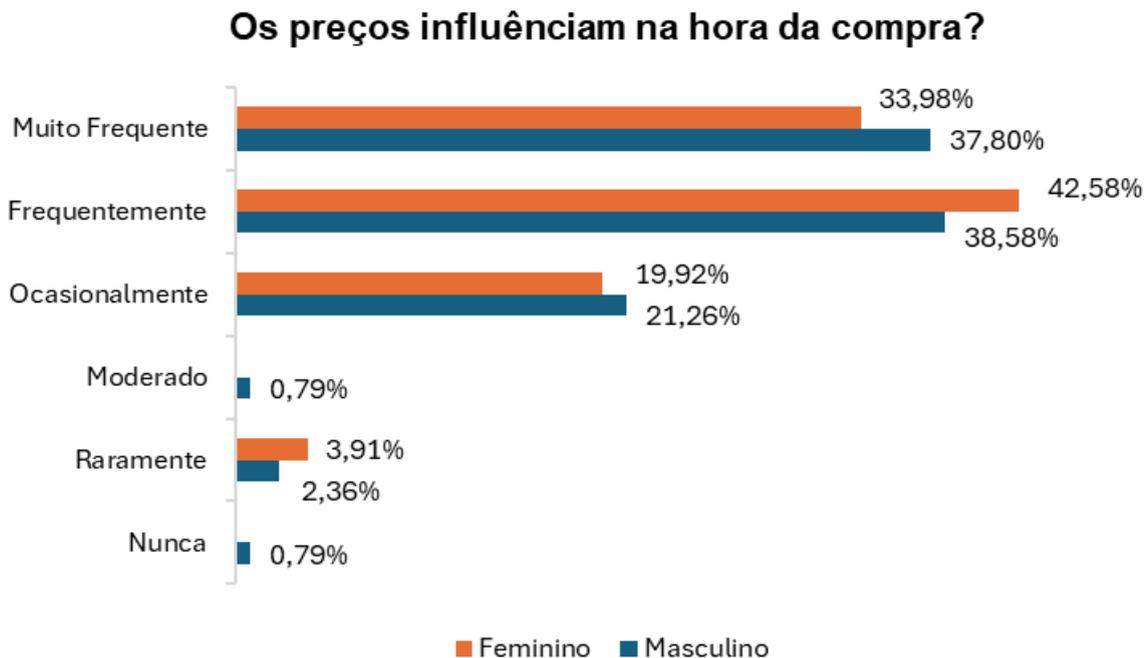
**Fonte:** O autor (2024).

Os dados apresentados, demonstram que a maior frequência de leitura dos rótulos de alimentos tende a aumentar com o nível de escolaridade dos entrevistados. Indivíduos com ensino superior incompleto, completo ou que possuem pós-graduação apresentam maior incidência nas categorias 'frequentemente' e 'muito frequentemente', enquanto aqueles com menor nível de escolaridade concentram-se nas faixas 'raramente' e 'nunca'.

Esses resultados estão alinhados com o estudo de Casemiro, Colauto e Linde (2006), que demonstrou que 79% dos leitores de rótulos possuíam graduação, evidenciando que indivíduos com menor grau de escolaridade tendem a se preocupar prioritariamente com as necessidades básicas da alimentação. Por outro lado, aqueles com maior nível educacional buscam atender suas necessidades alimentares considerando a qualidade dos alimentos, o que reflete diretamente na melhoria da qualidade de vida (SOUZA et al., 2005).

Com relação a influência dos preços dos alimentos no momento da compra, os respondentes afirmaram (**Figura 8**).

**Figura 8** - Correlação entre o grau de escolaridade e frequência de leitura dos rótulos de alimentos.



**Fonte:** O autor (2024).

A maior parte das mulheres entrevistadas, bem como dos homens afirmaram que frequentemente são influenciados pelo preço, 42,58% e 38,58%, respectivamente.

Com o objetivo de aprofundar a compreensão sobre os fatores emocionais e nutricionais que influenciam as escolhas alimentares dos indivíduos, foi realizada uma avaliação focada em aspectos como os benefícios à saúde, os impactos emocionais durante a compra, o consumo de alimentos processados e a atenção aos componentes nutricionais dos produtos (**Tabela 2**).

**Tabela 2** - Características de relevância emocionais e nutricionais que influenciam as escolhas alimentares dos indivíduos de acordo com o sexo

Variáveis	Gênero			
	Masculino n= 127		Feminino n= 256	
	n	%	n	%
<b>Preocupação com benefícios que o alimento oferece</b>				
Nunca	5	3,94%	3	1,17%
Raramente	12	9,45%	23	8,98%
Ocasionalmente	46	36,22%	74	28,91%
Frequentemente	45	35,43%	98	38,28%
Muito Frequente	18	14,17%	58	22,66%
<b>Os alimentos te causam impactos emocionais?</b>				
Nunca	2	1,57%	8	3,13%
Raramente	18	14,17%	25	9,77%
Ocasionalmente	50	39,37%	75	29,30%
Frequentemente	38	29,92%	83	32,42%
Muito Frequente	19	14,96%	65	25,39%

**Fonte:** O autor (2024).

A preocupação com a aquisição de alimentos que oferecem benefícios à saúde foi um fator avaliado na pesquisa. Os resultados indicaram que a maioria dos entrevistados demonstra um nível considerável de atenção a essa questão, ainda que em diferentes intensidades. Entre as mulheres, 38,28% afirmaram que frequentemente se preocupam com esse aspecto, enquanto 36,22% dos homens relataram que o fazem ocasionalmente. Esse dado sugere que o público feminino tende a ter uma preocupação mais constante com a qualidade nutricional dos alimentos consumidos, o que pode estar relacionado a fatores como acesso à informação, influência de campanhas de saúde e maior engajamento em hábitos alimentares saudáveis (ASSUMPÇÃO et. al. 2017).

A relação entre a compra de alimentos e os impactos emocionais também foi analisada. Os resultados indicaram que 32,42% das mulheres afirmaram que frequentemente são influenciadas emocionalmente ao realizar compras de alimentos, enquanto entre os homens essa influência ocorre ocasionalmente para 39,37% dos entrevistados. Estudos anteriores apontam que fatores emocionais

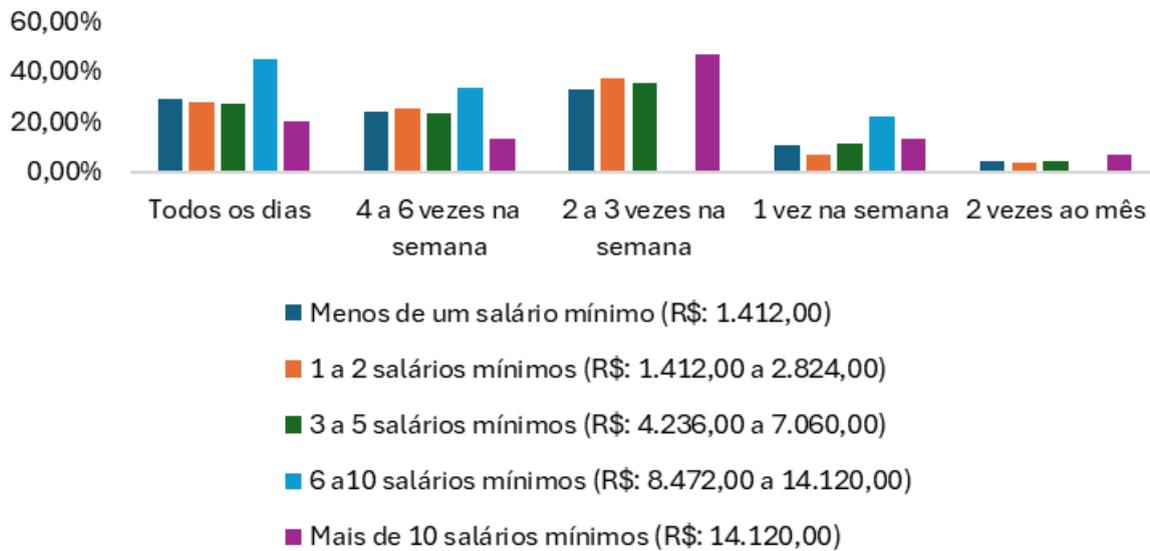
desempenham um papel relevante nas decisões alimentares, sendo que emoções como estresse e ansiedade podem impulsionar escolhas (FUENTES; ROJAS. 2020).

Estudos mostram que a renda é um fator determinante do comportamento de consumo de alimentos (FAO, 2008; INGLIS et al., 2009; MISHRA et al., 2002) Os dados apresentados (**Figura 9**) evidenciam que indivíduos com menor renda apresentam maior tendência ao consumo frequente de alimentos processados, enquanto aqueles com rendas mais elevadas apresentam menor consumo desses produtos. Esse comportamento pode estar relacionado a fatores como praticidade, rotina e disponibilidade desses produtos (AZEVEDO, 2014).

Observe-se que a maior frequência de consumo diário ocorre entre aqueles que recebem entre 6 a 10 salários mínimos, com 44,44% desse grupo consumindo processados todos os dias, seguido por indivíduos que ganham menos de um salário mínimo (28,87%) e aqueles na faixa de 1 a 2 salários mínimos (27,59%). No entanto, entre os que ganham mais de 10 salários mínimos, apenas 20% consomem processados diariamente, e 46,67% consomem entre 2 a 3 vezes por semana, diminuindo um menor consumo regular.

Além disso, os indivíduos com renda entre 6 a 10 salários mínimos apresentam um padrão distinto, onde nenhum deles consome alimentos processados entre 2 a 3 vezes por semana ou 2 vezes ao mês, concentrando o consumo diário e semanal. Já os que recebem 1 a 2 salários mínimos possuem uma maior parcela de consumo 2 a 3 vezes por semana (37,24%), diminuindo a frequência. Assim, a análise sugere que renda e frequência de consumo não seguem uma relação linear direta, com diferentes padrões de consumo conforme a faixa salarial, diferente do observado por Azevedo (2014).

**Figura 9** - Relação entre renda e a frequência de consumo de alimentos industrializados.



**Fonte:** O autor (2024).

Por fim, na terceira seção do estudo, foi conduzida uma avaliação da percepção dos participantes em relação às mudanças na rotulagem e aos impactos causados pelo novo modelo de Rotulagem Nutricional Frontal.

A rotulagem nutricional desempenha um papel fundamental na comunicação das informações sobre os alimentos aos consumidores, influenciando suas escolhas e hábitos alimentares. Um dos principais avanços nesse sentido foi a implementação das lupas nos rótulos, conforme estabelecido pela Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 429/2020 e pela Instrução Normativa (IN) nº 75/2020, que tornaram obrigatória a sinalização frontal para alertar sobre o excesso de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio nos produtos.

A **Tabela 3** ilustra a relação entre o grau de escolaridade e o conhecimento sobre o significado das lupas presentes nos rótulos dos alimentos.

**Tabela 3** - Influência do grau de escolaridade no conhecimento da rotulagem frontal nutricional.

Variáveis	Sim		Não	
	n	%	n	%
<b>Escolaridade</b>				
Ensino fundamental incompleto	1	0,31%	0	0,00%
Ensino fundamental completo	3	0,93%	0	0,00%
Ensino médio incompleto	1	0,31%	3	5,00%
Ensino médio completo	32	9,91%	15	25,00%
Ensino superior incompleto	134	41,49%	25	41,67%
Ensino superior completo	86	26,63%	6	10,00%
Pós graduação	66	20,43%	11	18,33%

**Fonte:** O autor (2024).

O grau de escolaridade desempenha papel fundamental no conhecimento sobre o significado das lupas presentes nos rótulos dos alimentos, percebe-se que com maiores instruções, as pessoas possuem conhecimento sobre a compreensão da rotulagem nutricional frontal (GOMES, 2006). Essas observações são corroboradas no trabalho, onde pode-se verificar que a maioria dos participantes que alegaram conhecimento sobre a rotulagem frontal nutricional têm maiores níveis de escolaridade.

Além do reconhecimento das lupas, investigou-se o nível de conhecimento dos entrevistados sobre as recentes alterações na legislação de rotulagem de alimentos (**Tabela 4**).

**Tabela 4** - Percepção dos participantes frente a nova simbologia na legislação de rotulagem de alimentos.

Variáveis	Gênero			
	Masculino n= 127		Feminino n= 256	
	n	%	n	%
<b>Você sabia que a legislação sobre rotulagem mudou?</b>				
Sim	79	62,20%	166	64,84%
Não	48	37,80%	90	35,16%
<b>Você sabia sobre a obrigatoriedade que a nova legislação trouxe da lupa nos alimentos?</b>				
Sim	94	74,02%	192	75,00%
Não	33	25,98%	64	25,00%

Fonte: O autor (2024).

Os dados revelaram que, embora a maioria estivesse ciente das mudanças, um percentual significativo ainda desconhecia essas atualizações: 37,80% dos homens e 35,16% das mulheres não sabiam que houve modificações nas regulamentações. Esse achado indica que, apesar da ampla divulgação das novas normas, ainda há espaço para iniciativas educacionais que ampliem o alcance da informação, garantindo que um maior número de consumidores compreenda a importância e a aplicabilidade das mudanças nos rótulos (CAMARA, 2007).

Especificamente em relação à obrigatoriedade das lupas, os resultados indicaram que 74% dos homens e 75% das mulheres afirmaram ter conhecimento dessa exigência. Esse alto índice de reconhecimento reforça a efetividade da comunicação visual direta na rotulagem nutricional e a relevância de ferramentas que facilitam a compreensão rápida das informações pelos consumidores (MACHADO et al., 2006).

Por fim, avaliou-se se a presença do novo rótulo nutricional frontal influenciou os hábitos de consumo dos entrevistados. Com a circulação dos alimentos contendo os dizeres de alerta sobre o excesso de determinados componentes, buscou-se compreender se essa nova rotulagem influenciou os hábitos de consumo dos entrevistados a partir da sua renda (**Tabela 5**).

**Tabela 5** - Relação entre a renda e o consumo de alimentos industrializados que possuem a rotulagem frontal.

RELAÇÃO ENTRE A RENDA E A REDUÇÃO DO CONSUMO DE PRODUTOS COM ROTULAGEM FRONTAL										
Variáveis	Deixei de consumir		Consumo com uma baixa frequência		Consumo moderado		As vezes consumo		Sempre consumo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>Renda mensal individual</b>										
Menos de um salário mínimo (R\$: 1.412,00)	2	2,06%	21	21,65%	20	20,62%	17	17,53%	37	38,14%
1 a 2 salários mínimos (R\$: 1.412,00 a 2.824,00)	7	4,76%	26	17,69%	40	27,21%	31	21,09%	43	29,25%
3 a 5 salários mínimos (R\$: 4.236,00 a 7.060,00)	4	4,00%	28	28,00%	21	21,00%	20	20,00%	27	27,00%
6 a 10 salários mínimos (R\$: 8.472,00 a 14.120,00)	3	12,50%	3	12,50%	6	25,00%	5	20,83%	7	29,17%
Mais de 10 salários mínimos (R\$: 14.120,00)	0	0,00%	7	46,67%	3	20,00%	1	6,67%	4	26,67%

**Fonte:** O autor (2024).

Os resultados indicam que indivíduos com menor renda tendem a manter um consumo mais elevado desses produtos. Entre aqueles que ganham menos de um salário mínimo, 38,14% afirmam sempre consumir tais produtos, enquanto apenas 2,06% deixaram de consumi-los. Já na faixa de 1 a 2 salário mínimo, observa-se uma distribuição mais equilibrada, com 29,25% sempre consumindo e 4,76% abandonando o consumo.

Indivíduos com renda entre 3 e 5 salários mínimos apresentam uma maior tendência à redução do consumo frequente, com 28% consumindo com baixa frequência e 4% deixando de consumir completamente. Na faixa de 6 a 10 salários mínimos, há uma maior diversidade nos padrões de consumo, com 12,5% deixando de consumir e 29,17% mantendo o consumo. Por fim, entre aqueles que ganham mais de 10 salários mínimos, a maioria (46,67%) consome com baixa frequência, enquanto nenhum participante dessa faixa declarou ter eliminado completamente o consumo.

Esses resultados corroboram com Oliveira *et al.* (2010) que afirmam que variações socioeconômicas, como renda, escolaridade e tamanho da família, influenciam diretamente o comportamento de consumo de alimentos, especialmente no que se refere a escolhas mais saudáveis. Indivíduos com menor renda tendem a ser mais flexíveis em suas decisões de compra diante de mudanças no ambiente econômico.

Além da influência na frequência de consumo após a circulação da rotulagem frontal nutricional, investigou-se a percepção dos entrevistados sobre a saudabilidade dos alimentos após a introdução da rotulagem frontal (**Tabela 6**).

**Tabela 6** - Percepção dos participantes frente a nova simbologia na legislação de rotulagem de alimentos.

Variáveis	Gênero			
	Masculino n= 127		Feminino n= 256	
	n	%	n	%
<b>A presença da lupa diminuiu a saudabilidade dos alimentos?</b>				
Sim	48	37,80%	102	39,84%
Não	55	43,31%	63	24,61%
Não sei opinar	24	18,90%	91	35,55%
<b>Você acredita que a presença da lupa facilitou a compreensão como sinal de alerta?</b>				
Indiferente	6	4,72%	12	4,69%
Não	6	4,72%	10	3,91%
Sim	112	88,19%	227	88,67%
Não sei opinar	3	2,36%	7	2,73%

**Fonte:** O autor (2024).

Os dados demonstraram que a maioria das mulheres passou a considerar os produtos com lupas com uma menor saudabilidade (39,84%)(ARES et al. 2018). Em contrapartida, 43,21% dos homens afirmaram que a presença das lupas não impactou sua avaliação sobre a saudabilidade dos alimentos, enquanto o restante dos entrevistados masculinos e femininos se dividiram entre considerar que não souberam opinar (18,90% homens e 35,55% mulheres). Esse desconhecimento pode comprometer uma tomada de decisões no momento da compra, dificultando a adoção de hábitos alimentares conscientes.

Ao analisar a relação entre a facilidade de compreensão dos alimentos com lupa no momento da compra e o hábito de leitura dos rótulos pelos entrevistados (**Tabela 7**).

**Tabela 7** - Percepção dos participantes frente a nova simbologia na legislação de rotulagem de alimentos.

FREQUÊNCIA DE LEITURA DOS RÓTULOS E FACILIDADE DE COMPREENSÃO DA ROTULAGEM FRONTAL NA HORA DA COMPRA								
Variáveis	Sim		Não		Indiferente		Não sei opinar	
	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>Frequência da leitura de rótulos</b>								
Nunca	18	62,07%	4	13,79%	6	20,69%	1	3,45%
Raramente	44	53,01%	7	8,43%	29	34,94%	3	3,61%
Ocasionalmente	86	68,80%	10	8,00%	28	22,40%	1	0,80%
Frequentemente	68	80,00%	6	7,06%	11	12,94%	0	0,00%
Muito Frequente	48	78,69%	5	8,20%	8	13,11%	0	0,00%

**Fonte:** O autor (2024).

percebe-se que, mesmo entre aqueles que nunca, raramente ou apenas ocasionalmente leem os rótulos, a presença da lupa é percebida como um facilitador na decisão de compra. Esse achado reforça a importância da sinalização visual como um recurso essencial para a comunicação nutricional, contribuindo para a promoção de escolhas alimentares mais informadas e conscientes (MEJEAN et. al., 2013).

A saudabilidade também foi analisada com base na percepção dos entrevistados, avaliando se eles demonstravam preferência por alimentos sem a presença do símbolo (**Tabela 8**).

**Tabela 8** - Percepção dos consumidores sobre a presença da lupa.

Variáveis	Gênero			
	Masculino n= 127		Feminino n= 256	
	n	%	n	%
<b>Você acredita que um produto que contenha a lupa é menos confiável?</b>				
Indiferente	17	13,39%	31	12,11%
Não	82	64,57%	150	58,59%
Sim	26	20,47%	53	20,70%
Não sei opinar	2	1,57%	22	8,59%
<b>Você tem preferência por alimentos que não exibam o símbolo em comparação com aqueles que apresentam?</b>				
Indiferente	45	35,43%	86	33,59%
Não	32	25,20%	65	25,39%
Sim	44	34,65%	100	39,06%
Não sei opinar	6	4,72%	5	1,95%

**Fonte:** O autor (2024).

Os resultados da pesquisa indicam que tanto homens (64,57%) quanto mulheres (58,59%) não associam a presença do alerta a uma menor confiabilidade do produto (Figura 16). Isso sugere que, embora a rotulagem frontal tenha impacto na percepção de saudabilidade, ela não compromete necessariamente a confiança dos consumidores em relação à qualidade e segurança dos alimentos (KHANDPUR et. al. 2018).

A análise da relação entre gênero e a preferência por alimentos sem rotulagem frontal revela uma distribuição equilibrada entre homens e mulheres. Entre os participantes do gênero masculino, 34,65% demonstraram preferência por alimentos sem o símbolo, percentual semelhante ao observado entre as mulheres (39,06%). De maneira similar, a parcela de indivíduos indiferentes à presença do rótulo também é próxima entre os grupos, sendo 35,43% entre os homens e 33,59% entre as mulheres. Já a preferência pela retirada do rótulo foi mencionada por 25,20% dos homens e 25,39% das mulheres, indicando que aproximadamente um quarto dos entrevistados de ambos os gêneros não considera a rotulagem frontal um fator determinante na escolha dos produtos.

Outro aspecto investigado foi a opinião dos consumidores sobre a necessidade de reformulação dos alimentos que contêm a lupa de alerta para componentes em excesso comparados com o grau de escolaridade (**Tabela 9**).

Os dados sugerem que o apoio à reformulação dos produtos com rotulagem frontal não cresce necessariamente com o nível de escolaridade, visto que há uma grande divisão de opiniões em todas as faixas educacionais. Indivíduos com menor escolaridade tendem a demonstrar maior aceitação da reformulação, possivelmente por serem mais influenciados pelos alertas frontais na embalagem, enquanto aqueles com ensino superior completo e pós-graduação apresentam uma postura mais crítica e equilibrada em relação ao tema. Essa fragmentação pode indicar que, para além do nível de informação, a percepção sobre a reformulação está atrelada a fatores culturais, econômicos e sensoriais, o que reforça a necessidade de uma abordagem mais ampla que considere tanto a comunicação nutricional quanto a adequação das mudanças às diferentes realidades dos consumidores.

Além disso, os resultados evidenciam que, embora a rotulagem frontal seja amplamente reconhecida e compreendida, sua influência no comportamento de compra e nas expectativas sobre os produtos ainda varia conforme o perfil dos indivíduos. O maior conhecimento sobre formulação, regulamentação e impacto nutricional pode levar consumidores com ensino superior a uma avaliação mais criteriosa das mudanças propostas, enquanto aqueles com menor escolaridade podem confiar mais diretamente nos selos de alerta como guias para suas decisões.

**Tabela 9** - Relação entre o grau de escolaridade e a reformulação de alimentos industrializados com rotulagem frontal.

RELAÇÃO ENTRE GRAU DE ESCOLARIDADE E A REFORMULAÇÃO DE ALIMENTOS COM ROTULAGEM FRONTAL				
Variáveis	Sim		Não	
	n	%	n	%
<b>Escolaridade</b>				
Ensino fundamental incompleto/ Completo/ Ensino médio incompleto;	5	71,43%	1	14,29%
Ensino médio completo	14	29,79%	19	40,43%
Ensino superior incompleto	63	39,62%	63	39,62%
Ensino superior completo	30	32,61%	43	46,74%
Pós graduação	30	38,96%	32	41,56%

**Fonte:** O autor (2024).

Assim, a aceitação da reformulação de alimentos não depende apenas do acesso à informação, mas também de como essa informação é interpretada dentro do contexto socioeconômico e das experiências individuais de cada grupo.

## 6. CONCLUSÃO

A pesquisa revelou que as mudanças na rotulagem nutricional frontal, previstas pelas normativas RDC 429/2020 e IN 75/2020, tiveram impacto na percepção dos consumidores em relação aos alimentos processados. Observe-se que a presença das lupas de alerta aumentou a atenção dos consumidores para o excesso de gordura saturada, sódio e açúcar adicionados nos produtos. No entanto, os resultados indicam que essa informação, por si só, não foi suficiente para modificar amplamente os hábitos de consumo, visto que muitos consumidores continuam a adquirir esses produtos.

Embora uma parcela dos entrevistados tenha reduzido a frequência de consumo de determinados alimentos após a implementação da nova rotulagem, outros fatores, como preço, acessibilidade e vivências individuais, ainda exercem forte influência na decisão de compra. Isso sugere que a escolha alimentar não depende exclusivamente da informação disponível nos rótulos, mas também de aspectos econômicos e culturais, que variam conforme o perfil sociodemográfico dos consumidores.

Desta forma, ao analisarmos a rotulagem nutricional frontal, verifica-se que ela desempenha um papel relevante ao informar e alertar, conferindo maior autonomia ao consumidor no momento da compra. No entanto, para que essa

estratégia tenha um impacto significativo na mudança dos padrões alimentares da população, é fundamental que seja acompanhada por ações educativas e campanhas de conscientização nutricional.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, I. P. Consumo alimentar de acordo com o nível de processamento dos alimentos: uma comparação entre indivíduos fisicamente ativos e sedentários. Monografia. (Graduação em Nutrição) Faculdade de Nutrição, **Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2018.

Alimentos e bebidas ultraprocessados na América Latina: tendências, efeito na obesidade e implicações para políticas públicas. Brasília, DF: OPAS; 2018

AZEVEDO, E. C. C.; DIAS, F, M, R, S.; DINIZ, A. S.; CABRAL, P. C. Consumo alimentar de risco e proteção para as doenças crônicas não transmissíveis e sua associação com a gordura corporal: um estudo com funcionários da área de saúde de uma universidade pública de Recife (PE), Brasil. **Ciênc. saúde coletiva** 19, Maio 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-81232014195.06562013>.  
<https://www.scielo.br/j/csc/a/xQm6YZyZNqkrKbpYwMgxP9q/#>

ASSUMPÇÃO, D. de; FISBERG, R. M.; DOMENE, S. M. A.; CANESQUI, A. M.; BARROS, M. B. A. Diferenças entre homens e mulheres na qualidade da dieta: estudo de base populacional em Campinas, São Paulo. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 22, n. 2, p. [páginas do artigo], fev. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232017222.16962015>. Acesso em: 09 de fevereiro de 2025.

ARES, G. ; ASCHEMANN-WITZEL, J. ; CURUTCHET, MR ; ANTÚNEZ, L. ; MACHÍN, L. ; VIDAL, L. ; GIMÉNEZ, A. *Reformulação de produtos no contexto de rótulos de advertências nutricionais: Exploração das preferências do consumidor em relação a conceitos alimentares em três categorias de alimentos*. **Food Research International** , v. 107, p. 669-674, maio 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2018.03.021> .

BRASIL. Guia Alimentar Para a População Brasileira. **Ministério da Saúde**, Brasília, 2014. Disponível em: [https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia\\_alimentar\\_populacao\\_brasileira\\_2ed.pdf](https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf). Acesso em: 14 de Janeiro de 2024.

BRASIL. DECRETO-LEI Nº 986, de 21 de outubro de 1969. Institui normas básicas sobre alimentos. **Diário Oficial**, Brasília. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del0986.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0986.htm). Acesso em 20 de setembro de 2023.

BRASIL. Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial União**. 12 set 1990.

BRASIL. RESOLUÇÃO DE DIRETORIA COLEGIADA - RDC Nº 429, DE 8 DE OUTUBRO DE 2020. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. **Diário oficial**. 08 de out. de 2020.

BRASIL. INSTRUÇÃO NORMATIVA - IN Nº 75, DE 8 DE OUTUBRO DE 2020. Dispõe sobre a rotulagem nutricional dos alimentos embalados. **Diário oficial**. 08 de out. de 2020.

BANDEIRA, L. M.; PEDROSO, J.; TORAL, N.; GUBERT, M. B.. Desempenho e percepção sobre modelos de rotulagem nutricional frontal no Brasil. **Rev Saúde Pública**. 2021, P. 55-19. DOI: <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2021055002395>.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor (CDC). Lei nº 8 078/90 de 11 de setembro de 1990. **Ministério da Justiça**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil/LEIS/L8078.htm>. Acesso em 20 de janeiro de 2024.

BRASIL. Mercosul e Codex Alimentarius. **Ministério da Saúde**, Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/composicao/saps/promocao-da-saude/controle-e-regulacao-dos-alimentos/mercosul-e-codex-alimentarius>. Acesso em 22 de Janeiro de 2024.

BRASIL. Decreto-lei nº 986/69 sobre rotulagem de alimentos embalados. **Ministério da Marinha de Guerra do Exército e da Aeronáutica Militar**, Brasília, 1969. Disponível em: <http://e-legis.bvs.br/leisref/public/showAct.php?id=1471>. Acesso em 20 de Janeiro de 2024.

BRASIL. Instrução Normativa Conjunta ANVISA-MAPA nº 02 de 07/02/2018 - Estabelece procedimentos para a aplicação da rastreabilidade ao longo da cadeia produtiva de produtos vegetais. **Ministerio da Agricultura da Pecuaria e do Abastecimento**, Brasília. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/hortalicas/2019/56deg-ro-hortalicas/inc-02-2018-e-01-2019-rastreabilidade.pdf>. Acesso em 21 de Janeiro de 2024.

BRASIL. Principais mudanças e modelos da nova Rotulagem de alimentos. **Ministério da Saúde**, Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem/principais-mudancas-e>

-modelos<https://blog.ifope.com.br/nova-rotulagem-de-alimentos/#:~:text=A%20Rotulagem%20de%20Alimentos%20Embalados,de%20modo%20a%20imprimir%20mais>. Acesso em 20 de Janeiro de 2024.

BARROS, D. M.; MONTE, Z. S.; SANTOS, V. M.; MOURA, D. F. Atualizações sobre a rotulagem nutricional dos alimentos. **Brazilian Journal of Development**, January 2023. DOI:[10.34117/bjdv9n1-309](https://doi.org/10.34117/bjdv9n1-309). Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/367366440\\_Atualizacoes\\_sobre\\_a\\_rotulagem\\_nutricional\\_dos\\_alimentos](https://www.researchgate.net/publication/367366440_Atualizacoes_sobre_a_rotulagem_nutricional_dos_alimentos). Acesso em: 23 de Fevereiro de 2024.

BRASIL. Agenda Regulatória Triênio 2021-2023, aprova a Agenda Regulatória da Anvisa para o triênio 2021-2023. **Diário Oficial da União**, nº 95, 21 de maio de 2021. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/agenda-regulatoria-trienio-2021-2023-321232834>. Acesso em: 22 de Fevereiro de 2024

CARRETERO, C. et al. Food classification report: The concept "ultra-processed", **Triptolemos Foundation**, Spain, 2020.

CASSEMIRO, I. A.; COLAUTO, N. B.; LINDE, G. A. Rotulagem nutricional: quem lê e por quê? **Arquivo Ciências da Saúde Unipar**, Umuarama, v.10, n.1, p. 9-16, jan./abr., 2006. Disponível em: <<http://revistas.unipar.br/saude/article/view/136/112>>. Acesso em 12 Fev. 2025.

CAETANO, L. C.; GARCEZ, A.; BAIROS, F. S.; COSTA, J. S. D.; OLINTO, M. T. A. Associação entre capital social e padrões alimentares em mulheres do Sul do Brasil. **Ciência e Saúde Coletiva**, Jul 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-81232023287.10562022>.

COUTINHO, J.; G. Estabelecimento de alegação de saúde nos rótulos de alimentos e bebidas embalados [dissertação]. **Universidade de Brasília**, Brasília, 2004

CAVADA, G. S.; PAIVA, F. F.; HELBIG, E.; BORGES, L. R. Rotulagem nutricional: você sabe o que está comendo?. **Brazilian Journal of Food Technology**, p 84-88, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1981-67232012005000043>.

CÂMARA M.; C.; C.; MARINHO C.; L.; C; GUILAM M.;C. BRAGA A.; M.; C.; B. A produção acadêmica sobre a rotulagem de alimentos no Brasil. **Rev Panam Salud Publica**. 2008;23(1):52–58

CÂMARA, Maria C. C. Análise Crítica da Rotulagem de Alimentos Diet e Light no Brasil. 2007. Dissertação. **Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca**. Rio de Janeiro, 2007.

CHILE. Ley núm. 20.606. Sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad. Ministerio de Salud. 6 jun. 2012. Disponível em: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041570>. Acesso em 20 de janeiro de 2024.

CURTIN, R., PRESSER, S., & SINGER, E. (2000). The effects of response rate changes on the index of consumer sentiment. **Public Opinion Quarterly** 64: 413–428.

DELIZA, R.; ALCÂNTARA, M.; PEREIRA, R.; ARES, G. How do different warning signs compare with the guideline daily amount and traffic-light system?. **Food Qual Prefer.** 2020, v. 80, p. 1168-70. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.103821>.

DREWNOWSKI A. Fat and sugar: an economic analysis. **J Nutr.** 2003; 133:838S-840S.

European Food Information Council (**EUFIC**). Processed Food: What Is the Purpose of Food Processing? Disponível em: <https://www.eufic.org/en/food-production/article/processed-food-qa>. Acesso em: 22 de setembro de 2023.

FLOSOS, D. et al. Feeding the World Today and Tomorrow: The Importance of Food Science and Technology - An IFT Scientific Review. **Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety**, v.9, p.572-599, 2010.

FISCHER, R. M. Mídia e juventude: experiências do público e do privado na cultura. **Cadernos Cedes**, v. 25, n. 65, p. 43-58, 2005.

FREITAS, J. B. M. de; ROJAS, M. F. Estado emocional e comportamento alimentar: vivências de jovens com dificuldades alimentares. In: **CONGRESSO VIRTUAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA**, 2020, Campinas. **Anais [...]**. Campinas: Unicamp, 2020.

GERALDO, M. L.; CARVALHO, N. B.; ELIAS, L. A. S.; CAMPOS, J. M.; SOUZA, K. R. O. V.; SILVA, V. M. Avaliação do impacto da nova rotulagem na indústria de alimentos. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.9, n.6, p.19012-19031, jun., 2023. DOI:10.34117/bjdv9n6-021.

GOYDER, J. (1986). Surveys on Surveys: Limitations and Potentials. **Public Opinion Quarterly**, 50, 27-41.

GILSON-KEREN, M.; KAUFMAN-SHRIQUI, V.; GOLDSMITH, R. SAFRA, C.; SHAI, I.; FAYMAN, G.; BERRY, E.; TIROSH, A.; DICKER, D.; FROY, O.; GORDON, E.; BEN-YOSEF, A. C.; NITSAN, L.; ALTMAN, H.; BLAYCHFELD-MAGNAZI, M.;

ENDEVELT, R. Development of Criteria for a Positive Front-of-Package Food Labeling: The Israeli Case. **Nutrients**, 12, (1875). doi.org/10.3390/nu12061875.

GOODMAN, S.; VANDERLEE, L.; ACTON, R.; MAHAMAD, S.; HAMMOND, D. The impact of front-of-package label design on consumer understanding of nutrient amounts. **Nutrients**. 2018;10(11):1624. DOI: <https://doi.org/10.3390/nu10111624>

Heitor S. F. D.; Estima C. C. P.; Neves F. J.; Aguiar A. S.; Castro S. S.; Ferreira J. E. S. Tradução e adaptação cultural do questionário sobre motivo das escolhas alimentares (Food Choice Questionnaire – FCQ) para a língua portuguesa. *Ciênc Saúde Coletiva*. 2015;20(8):2339-46. <http://doi.org/10.1590/1413-81232015208.15842014>

Khandpur N.; Sato P. M.; Mais L. A.; Martins A. P. B.; Spinillo C.; G.; Garcia M. T. et al. Are front-of-package warning labels more effective at communicating nutrition information than traffic-light labels? A randomized controlled experiment in a Brazilian sample. **Nutrients**. 2018;10(6):688. <https://doi.org/10.3390/nu10060688>

LOUZADA M. L. C.; CRUZ, G. L.; SILVA, K. A. A. N.; GRASSI, A. G.F.; ANDRADE G. C.; RAUBER, F.; et al. Consumo de alimentos ultraprocessados no Brasil: distribuição e evolução temporal 2008–2018. **Rev Saúde Pública**. 2023;57:12. <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2023057004744>.

LOVATTO, A. W.; MOLZ, P.; FRANKE, S. I. R. Fatores associados ao consumo de frutas e verduras industrializados em idosos. *RBONE - Revista Brasileira De Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*, São Paulo, v. 13, n. 82, p. 984-991, 2019.

MONTEIRO, C. A.; *et al.* Guia Alimentar para a População Brasileira. **Ministério da Saúde**, 2014. Disponível em: [www.saude.gov.br/bvs](http://www.saude.gov.br/bvs). Acesso em: 19 de setembro de 2023.

MORAIS, A. C. B.; STANGARLIN-FIORI, L.; BERTIN, R. L.; Medeiros, C. O. Conhecimento e uso de rótulos nutricionais por consumidores. **DEMETRA :Alimentação, Nutrição & Saúde** 2020, p15 , 45847.

MACHADO, F. C.; ADAMI, F. S.; Relação do Consumo de Alimentos in Natura, Processados e Ultraprocessados com gênero, idade e dados antropométricos. **Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, ISSN-e 1981-9919 versão eletrônica, v.13, n.79. 2019. pág. 407-416.

MACHADO, S. S. *et al.* Comportamento dos consumidores com relação à leitura de rótulos de produtos alimentícios. **Alim. Nutr.** Araraquara v.17, n.1, p. 97-103, jan-mar, 2006.

MOUBARAC, J. C. *et al.* Consumo de alimentos ultraprocessados e provável impacto na saúde humana. **Nutrição em Saúde Pública do Canadá**, Canadá, v.16, n.12. 2012.pág. 2240–2248.

MOORE, D. L., & TARNAI, J. (2002). Evaluating nonresponse error in mail surveys. In: Groves, R. M., Dillman, D. A., Eltinge, J. L., and Little, R. J. A. (eds.), *Survey Nonresponse*, John Wiley & Sons, New York, pp. 197–211.

MULDERS, M. D. G. H.; CORNEILLE, O.; KLEIN, O. Label reading, numeracy and food & nutrition involvement. **Appetite**, v. 128, 0. 214–222, 2018.

MEJEAN C.; MACOUIILLARD P.; PÉNEAU S.; HERCBERG S.; CASTETBON K. Consumer acceptability and understanding of front-of-pack nutrition labels. **J Hum Nutr Diet**. 2013;26(5):494-503. <https://doi.org/10.1111/jhn.12039>

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

MORAIS, G.; SILVA, A. M.; TANAKA, W.; MACHADO, S. T. RASTREABILIDADE APLICADA NA CADEIA PRODUTIVA DE ALIMENTOS: ESTUDO DE CASO DO CINTURÃO VERDE DE SÃO PAULO. **CONIT IFSP**, outubro de 2022.

NASCIMENTO, D. V. C.; SILVA, J. A.; PINTO, M. R.; MESQUITA, M. C. Quando o orgânico se torna “rótulo”: discussões críticas sobre consumo Agroecologia a partir de um empreendimento de Economia Solidária. **Estudos sociedade e agricultura**, v.26, n. 3, p. 608-629, out. 2018. DOI: <https://doi.org/10.36920/esa-v26n3-6>.

Nielsen J. *Usability engineering*. Burlington: Morgan Kaufmann; 1993. 362 p.

OLIVEIRA, P.; M.; N.; MELO, N.; R.; VIDIGAL, M.; C.; T.; R. Percepção do consumidor quanto às informações presentes nas embalagens de alimentos. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 14, e144111425995, 2022 (CC BY 4.0) | ISSN 2525-3409 | DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i14.25995>.

OLIVEIRA, L. D. S.; WATANABE, E. A. M.; LIMA-FILHO, D. L.; SPROESSER, R. L. Public policies for food security in countries with different income levels. **International Public Management Review**, v. 11, n. 3, p. 122-141, 2010.

Peter Fellows. *Processed foods for improved livelihoods*. 2004. **Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)**. Disponível

em: <http://www.fao.org/3/y5113e/y5113e00.htm#Contents>. Acesso em: 22 de setembro de 2023.

PAIVA, A.; J.; HENRIQUES, P. Adequação da rotulagem de alimentos diet e light ante a legislação específica. **Rev Baiana Saúde Pública**. 2005; 19(Supl 1):39–48.

SOARES, M. D. L.; SILVA, R. M.; MENDONÇA, O. P. H.; MELO, J. O. F.; GARCIA, M. A. V. T.; ARAÚJO, R. L. B. Avaliação do Grau de Hidrólise e da Rotulagem de Suplementos Proteicos à Base de Whey Protein. **Ensaio e Ciência C Biológicas Agrárias e da Saúde**, [S. l.], v. 25, n. 1, p. 55–61, 2021. DOI: 10.17921/1415-6938.2021v25n1p55-61. Disponível em: <https://ensaioseciencia.pgsscogna.com.br/ensaioeciencia/article/view/8081>. Acesso em: 1 out. 2023.

SANTOS, G. M.; LIMA, S. P. V.; SOUSA, O. J. M.; SALDANHA, N. M. V. P.; NEIVA, R. C.; Barros, N. V. A. Análise da rotulagem de suplementos proteicos comercializados na cidade de Teresina-PI. **RBNE-Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, 12 (70), 255-261, 2028.

STEELE, E. M.; *et al.* Mudanças alimentares na coorte NutriNet Brasil durante a pandemia de covid-19. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 54, 2020. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-89102020000100266&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102020000100266&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 20 de set. de 2023.

SOARES, N.; NUNES, T. Avaliação da conformidade dos rótulos de produtos lácteos frente à legislação vigente e à percepção do consumidor sobre rotulagem. Pesquisa, **Sociedade e Desenvolvimento**, v. 10, n. 3, e24110313223, 2021(CC POR 4.0) | ISSN 2525-3409 | DOI:10.33448/rsd-v10i3.13223. Acesso em: 15 de Agosto de 2023.

SABA, A. et al. Measuring consumers attitudes towards health and taste and their association with food-related life-styles and preferences. **Food Quality and Preference**, v.73, p. 25–37, 2019.

SOUZA, S. M. F. C. et al. Utilização da informação nutricional de rótulos por consumidores de Natal, Brasil. **Revista Panamericana Salud Pública**, v.29, n.5 p. 337–43, 2005. Disponível em: < <http://www.scielosp.org/pdf/rpsp/v29n5/a06v29n5.pdf>>. Acesso em: 12 Fev. 2025.

SERRA, G.; M.; A. Saúde e nutrição na adolescência: o discurso sobre dietas da Revista Capricho [dissertação]. **Fundação Instituto Oswaldo Cruz**, Rio de Janeiro, 2001.

Silva MZT. Influência da rotulagem nutricional sobre o consumidor [dissertação]. Recife: Universidade Federal de Pernambuco; 2003.

ROSSI, C. E. Assistir à televisão, propagandas de alimentos e escolhas alimentares. **Saúde em Revista**, Piracicaba, v. 19, n. 51, p. 33-44, 2019.

ROWE, S. B.; ALEXANDER, N. Food and nutrition science communications: behind the curtain. **Nutrition Today**, v. 52, n. 3, p. 151-154, 2017. DOI: 0.1097/NT.0000000000000229.

Rodrigues, J. F.; Pereira, R. C.; Silva, A. A.; Mendes, A. O., Carneiro, J. D. S. 2017. Sodium content in foods: Brazilian consumers' opinions, subjective knowledge and purchase intent, *International Journal of Consumer Study*, 41, 735, 744.

TERRA, M. Fake news e ativismo comprometem informação sobre nutrição. *Revista Saúde Abril*. Editora Abril, 24/10/18. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/blog/alimente-se-com-ciencia/fake-news-e-ativismocomprometem-informacao-sobre-nutricao/>. Acesso em: 28/02/20

UNICEF. Impactos primários e secundários da COVID-19 em crianças e adolescentes. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/media/9966/file/impactos-covid-criancas-adolescentes-i-bope-unicef-2020.pdf>. Acesso em: 16 de set. 2023.

VAN TRIJP, H. C.; VAN DER LANS, I. A. Consumer perceptions of nutrition and health claims. **Appetite**, v. 48, n. 3, p. 305-324, 2007.

## APÊNDICE I

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

#### Entendendo a percepção do consumidor frente a Nova rotulagem Nutricional Frontal (RFN) de Alimentos

**Pesquisador Responsável:**

João Matheus Ferreira Jacobina

Curso: Engenharia de Alimentos (FACFAN/UFMS)

Contato: joao.jacobina@ufms.br

**Objetivo da Pesquisa:**

Este estudo busca entender como os consumidores de Campo Grande - MS percebem a nova Rotulagem Nutricional Frontal (RNF) nos alimentos e como essa informação influencia as decisões de compra.

**Justificativa:**

A nova rotulagem dos alimentos no Brasil, estabelecida pela IN nº 75/2020 e RDC nº 429/2020, tem como objetivo facilitar a compreensão dos consumidores sobre a presença de nutrientes como açúcar, sódio e gorduras em excesso. É importante entender como essa mudança afeta as escolhas dos consumidores.

**Riscos:**

Os riscos para os participantes são mínimos. Responder ao questionário pode causar algum desconforto, mas você pode optar por não responder ou sair da pesquisa a qualquer momento, sem prejuízos. Garantimos que todas as suas informações serão mantidas em sigilo.

**Benefícios:**

Participar não traz custos nem compensação financeira. Porém, você poderá aprender mais sobre a nova rotulagem e contribuir com estudos futuros sobre o comportamento dos consumidores.

**Sigilo:**

As informações coletadas serão mantidas em segredo, e ninguém poderá identificar os participantes.

**Encerramento da Pesquisa:**

A pesquisa será encerrada assim que todos os dados forem coletados ou se você decidir não participar mais. Não haverá suspensão antecipada do estudo.

**Consentimento:**

Sua participação é voluntária. Para qualquer dúvida, entre em contato: joao.jacobina@ufms.br.

## APÊNDICE II

### Questionário

#### 1. Identificação

1.1 Informe seu gênero:

- Masculino;
- Feminino;
- Outros;

1.2 Sua faixa etária?

- Menos de 18 anos;
- 18-24 anos;
- 25-34 anos;
- 35-44 anos;
- 45-54 anos;
- 55-64 anos;
- 65 anos ou mais.

1.3 Qual seu grau de escolaridade?

- Analfabeto;
- Ensino fundamental incompleto;
- Ensino fundamental completo;
- Ensino médio incompleto;
- Ensino médio completo;
- Ensino Superior incompleto;
- Ensino Superior completo;
- Pós- Graduação.

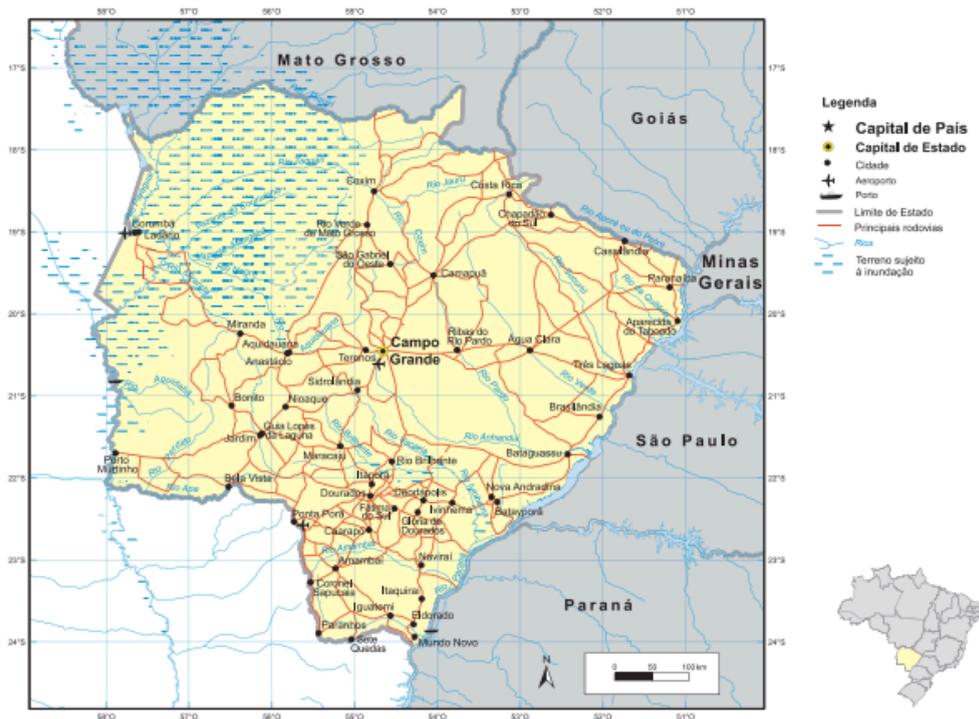
1.4 Qual sua renda mensal?

- Menos de um salário mínimo (R\$: 1.412,00)
- 1-2 salários mínimos (R\$: 1.412,00 a 2.824,00)
- 3-5 salários mínimos (R\$: 4.236,00 a 7.060,00)
- 6-10 salários mínimos (R\$: 8.472,00 a 14.120,00)
- Mais de 10 salários mínimos (R\$: 14.120,00)

1.5 Você é responsável pelas compras de alimentos da sua casa?

- Não;
- Sim.

1.6 Você mora em Campo Grande - Mato Grosso do Sul?



Fonte: IBGE, 2022.

- ( ) Sim;
- ( ) Não.

## 2. Fatores de Relevância na sua alimentação:

2.1. Você considera importante preparar seu próprio alimento?

- ( ) 1 - Nem um pouco importante;
- ( ) 2 - As vezes importa;
- ( ) 3 - Moderado;
- ( ) 4 - Importante;
- ( ) 5 - Muito Importante.

2.2 Você considera importante ter um mercado de alimentos próximo a sua residência?

- ( ) 1 - Nem um pouco importante;
- ( ) 2 - As vezes importa;
- ( ) 3 - Moderado;
- ( ) 4 - Importante;
- ( ) 5 - Muito Importante.

2.3 Você costuma ler os rótulos nutricionais dos alimentos antes de comprar?

- ( ) 1 - Nunca;
- ( ) 2 - Raramente;
- ( ) 3 - Ocasionalmente;
- ( ) 4 - Frequentemente;

( ) 5 - Muito frequente.

2.4 O preço dos produtos alimentícios influencia na hora da compra?

( ) 1 - Nunca;

( ) 2 - Raramente;

( ) 3 - Ocasionalmente;

( ) 4 - Frequentemente;

( ) 5 - Muito frequente.

2.5 Quando você compra um alimento, você se preocupa se o mesmo traz benefícios à saúde?

( ) 1 - Nunca;

( ) 2 - Raramente;

( ) 3 - Ocasionalmente;

( ) 4 - Frequentemente;

( ) 5 - Muito frequentemente.

2.6 Os alimentos te causam impactos emocionais na hora da compra?

(Impactos emocionais que podem estar ligados ao alimento: conforto emocional ou satisfaçam uma necessidade momentânea, humor e o estado de espírito, emoções relacionadas à nostalgia e memórias associadas).

( ) 1 - Nunca;

( ) 2 - Raramente;

( ) 3 - Ocasionalmente;

( ) 4 - Frequentemente;

( ) 5 - Muito frequente.

2.7 Com qual frequência você consome alimentos processados?

( ) 1 - Todos os dias;

( ) 2 - 4 a 6 vezes na semana;

( ) 3 - 2 a 3 vezes na semana;

( ) 4 - 1 vez na semana;

( ) 5 - 2 vezes ao mês.

2.8 Você costuma verificar o teor de calorias, gorduras, açúcares e sódio (sal) na hora da compra?

( ) 1 - Nunca;

( ) 2 - Raramente;

( ) 3 - Ocasionalmente;

( ) 4 - Frequentemente;

( ) 5 - Muito frequente.

2.9 Quais grupos de alimento você mais faz o consumo?

- ( ) Naturais (Ex: Frutas e vegetais, grãos, leguminosas, nozes e sementes, entre outro);
- ( ) Minimamente Processados (Ex: Frutas e vegetais pré cortados, cozidos ou embalados, Leite pasteurizado, nozes e sementes torradas e embaladas, entre outros);
- ( ) Processados (Ex: Pães e cereais industrializados, embutidos cárneos, produtos enlatados em conserva, snacks e salgadinhos industrializados, condimentos industrializados, bebidas açucaradas e refrigerante, entre outros).

### 3. Percepção da nova rotulagem nutricional frontal (RNF).

3.1 Você sabe o que são ou o que significa as lupas com dizeres no rótulo de alimentos?



- ( ) Sim;
- ( ) Não.

3.2 Você sabia que a legislação brasileira de requisitos técnicos de rotulagem de alimentos embalados pronto para consumo, mudou?

- ( ) Sim;
- ( ) Não;

3.3 Você sabia que a nova legislação trouxe a obrigatoriedade da lupa alertando os nutrientes em excesso como: Açúcar adicionado, Sódio (Sal) e Gordura saturada?



- ( ) Sim;

Não;

3.4 Após a circulação dos novos rótulos com a Lupa, você deixou de consumir algum produto com este alerta?

- 1 - Deixei de consumir;  
 2 - Consumo com uma baixa frequência;  
 3 - Consumo moderado;  
 4 - Às vezes consumo;  
 5 - Sempre consumo.

Se deixou de consumir, cite qual:

3.5 Na sua opinião, a presença da lupa na RNF torna os alimentos menos atrativos em termos de saudabilidade?

(A saudabilidade de um alimento se refere à sua capacidade de contribuir para uma dieta equilibrada e promover a saúde e o bem-estar geral quando consumido como parte de uma alimentação regular.)

- Sim;  
 Não;  
 Não sei opinar.

Deixe sua opinião:

#### **4. Impactos da percepção da nova Rotulagem Nutricional Frontal (RNF) aos consumidores.**

4.1 Você acredita que a presença da lupa facilita a compreensão como sinal de alerta de gordura, açúcar e/ou sal em excesso?

- Sim;  
 Não;  
 Prefiro não opinar;  
 Indiferente;

Deixe sua opinião:

4.2 Você acredita que a presença da lupa facilita a escolha na hora da compra?

- Sim;  
 Não;  
 Prefiro não opinar;  
 Indiferente;

Deixe sua opinião:

4.3 Você acredita que um produto que tenha a lupa é menos confiável?

- Sim;  
 Não;  
 Não sei opinar.  
 Indiferente;

Deixe sua opinião:

4.4 Você tem preferência por alimentos que não exibam o símbolo da lupa na embalagem, em comparação com aqueles que apresentam esse símbolo?

Sim;

Não;

Não sei opinar;

Indiferente;

Deixe sua opinião:

4.5 Você acredita que as empresas devem reformular e adaptar seus produtos para que o símbolo da lupa não seja aplicado mais na Rotulagem Nutricional Frontal (RNF)?

Concordo;

Não sei opinar;

Indiferente;

Deixe sua opinião: