

AVALIAÇÃO DO ENTENDIMENTO E ATITUDE DO CONSUMIDOR DIANTE DAS INFORMAÇÕES VEICULADAS NA ROTULAGEM DE PRODUTOS ALIMENTÍCEOS EM APUCARANA – PR

Amanda dos Santos Burin¹
Eduardo Amaral de Toledo²

Resumo

O desinteresse e a incompreensão dos consumidores compactuam com o aumento de hábitos alimentares errôneos e com problemas de saúde. Assim, o objetivo deste estudo foi avaliar o entendimento e atitude do consumidor diante das informações nutricionais, em supermercados de Apucarana-PR. Evidenciou-se a necessidade de uma linguagem acessível e letras legíveis na rotulagem, como também a deficiência de informação e interesse, por parte dos entrevistados.

Palavras chave: Consumidor; informação nutricional; compreensão.

Introdução

A definição de rotulagem é especificada como toda legenda, escrita sobre a embalagem do alimento. As informações oriundas da rotulagem contemplam um direito assegurado pelo Código de Defesa do Consumidor. (CAMARA, M. C. C. 2007).

Quanto maior a compreensão das informações contidas nos rótulos das embalagens alimentícias, maiores são as chances de o consumidor alimentar-se de maneira saudável, diminuindo os riscos de doenças crônicas não transmissíveis e oriundas das carências nutricionais. No entanto, o desinteresse, a dúvida e incompreensão dos consumidores para com a rotulagem compactuam com o aumento de hábitos alimentares errôneos e com os variados problemas de saúde. (ROCHA, F. A.; 2008).

Desta forma, o objetivo do presente estudo foi avaliar o entendimento e atitude do consumidor diante das informações nutricionais contidas nos rótulos dos alimentos, em supermercados situados no município de Apucarana - PR.

Materiais e Métodos

O presente trabalho foi realizado entre os meses de abril e agosto de 2013, baseado em questionários aplicados a 106 indivíduos aleatórios que frequentam supermercados centrais do município de Apucarana – PR, Brasil. Foi utilizado como base, o questionário empregado por

¹ Graduanda do Curso de Nutrição da Faculdade de Apucarana – PR.

² Docente para o Curso de Nutrição nas disciplinas de Bromatologia, Tecnologia de Alimentos e Bioquímica – Faculdade de Apucaraan – PR.

Marins, Jacobi e Peres (2008), sob autorização do autor principal, para avaliar o entendimento e atitude do consumidor de cinco supermercados centrais, sobre as informações nutricionais contidas nos rótulos dos alimentos. Utilizou-se como critério de inclusão, os entrevistados maiores de 18 anos, os quais foram submetidos ao questionário com questões objetivas.

A aplicação do questionário ocorreu dentro dos supermercados. Foram aplicados 20 questionários em cada estabelecimento. A escolha do informante foi aleatória, respeitando o direito de recusa do mesmo e a autorização do gerente de cada estabelecimento. As respostas dos entrevistados foram transcritas integralmente no momento da entrevista.

Esta aplicação esteve de acordo com o comitê de ética humana, era informado sobre os aspectos éticos relacionados àquela pesquisa, em atenção à Resolução 196/96 do CNS.

Discussão -Referenciais teórico-metodológicos

Os assuntos mais enfatizados foram a respeito da linguagem inacessível e visibilidade inadequada da maioria dos produtos, à falta da busca de conhecimentos e entendimento sobre informações nutricionais por parte dos consumidores, e relatos de 90% dos entrevistados mostrando preocupação apenas com o preço e validade do produto, sendo estes, empecilhos para a escolha do mesmo.

Cerca de 79% dos entrevistados disseram conhecer o que é rotulagem nutricional, na qual grande parte trouxe respostas positivas para o conhecimento dos termos: valor calórico, V.D.% (valor diário de referência), fibra alimentar, colesterol, gorduras saturadas e sódio. É válido ressaltar que grande parte mencionou conhecer os termos, mas não compreender o real significado. No entanto, cerca de 69% (n=76) afirmaram ler às vezes as tabelas nutricionais bem como as outras informações contidas nas embalagens, o que ressalta falhas na busca de informações por parte do consumidor, para questões que almejam à saúde, qualidade, segurança e boa refeição. Câmara et al (2008) mencionam que a intenção de compra do consumidor não é impulsionada somente pela leitura dos rótulos, e que apenas 23,6% dos entrevistados mudam seus hábitos alimentares em virtude das informações contidas nos rótulos, enquanto grande parte não compreende estas informações, concluindo que a influência da rotulagem sobre a opinião do consumidor ainda é insuficiente.

Conclusão

Neste estudo pôde-se destacar a necessidade de uma linguagem mais acessível e letras legíveis na rotulagem para facilitar a compreensão do consumidor, pois as mesmas geram

insatisfação; como também a notória deficiência de informação e interesse, por parte dos entrevistados, com relação aos conhecimentos reais sobre quesitos básicos de manutenção à saúde e bem estar, como calorias, fibras, sódio, gorduras saturadas e trans, entre outros. Portanto, vê-se necessário desenvolver políticas públicas a fim de promover a educação e entendimento.

Referências

CÂMARA, M. C. C. Análise Crítica da Rotulagem de Alimentos Diet e Light no Brasil. **Dissertação de Mestrado**. Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica. Biblioteca de Saúde Pública. Rio de Janeiro, 47 p, 2007.

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.

MARINS, B. R.; JACOB, S. C.; PERES, F. Avaliação qualitativa do hábito de leitura e entendimento: recepção das informações de produtos alimentícios. **Ciênc. Tecnol. Aliment.**, Campinas, 28(3): 579-585, jul.-set. 2008.

ROCHA, F. A. Percepção dos consumidores de alimentos acerca dos conceitos de alimentos light e diet e das informações contidas nos rótulos nutricionais. **Monografia**. Universidade Castelo Branco, Belo Horizonte. 2008.

EVALUATION OF CONSUMER ATTITUDE AND UNDERSTANDING OF INFORMATION PROVIDED BY THE LABEL OF FOOD PRODUCTS IN APUCARANA – PR

Abstract

The indifference and incomprehension of consumers relate to inadequate diets and health problems. The objective of this study was to evaluate the understanding and consumer attitude with nutritional information in supermarkets of Apucarana-PR. The study revealed the need for accessible language and readable letters on the label, as well as the deficiency of information and interest on the part of respondents.

Keywords: Consumer; nutritional information; understanding.