

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE
DEPARTAMENTO DE NUTRIÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO

NATÁLIA DURIGON ZUCCHI

ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS DIRECIONADOS A
CRIANÇAS: DISPONIBILIDADE, INFORMAÇÃO
NUTRICIONAL COMPLEMENTAR E OPINIÃO DE
CONSUMIDORES INFANTIS

Florianópolis
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE
DEPARTAMENTO DE NUTRIÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO

ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS DIRECIONADOS A
CRIANÇAS: DISPONIBILIDADE, INFORMAÇÃO
NUTRICIONAL COMPLEMENTAR E OPINIÃO DE
CONSUMIDORES INFANTIS

Dissertação de mestrado submetida ao Programa de Pós-Graduação em Nutrição do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do título de Mestre em Nutrição, sob a orientação da Professora Doutora Giovanna Medeiros Rataichesk Fiates.

Florianópolis
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Zucchi, Natália Durigon

Alimentos ultraprocessados direcionados a crianças:
disponibilidade, informação nutricional complementar e
opinião de consumidores infantis / Natália Durigon Zucchi
; orientadora, Giovanna Medeiros Rataichesk Fiates -
Florianópolis, SC, 2015.

111 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Ciências da Saúde. Programa de Pós-
Graduação em Nutrição.

Inclui referências

1. Nutrição. 2. Alimentos ultraprocessados. 3. Grupos
focais. 4. Informação Nutricional Complementar. 5.
Rotulagem. I. Fiates, Giovanna Medeiros Rataichesk . II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-
Graduação em Nutrição. III. Título.

NATÁLIA DURIGON ZUCCHI

ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS DIRECIONADOS A
CRIANÇAS: DISPONIBILIDADE, INFORMAÇÃO
NUTRICIONAL COMPLEMENTAR E OPINIÃO DE
CONSUMIDORES INFANTIS

Esta dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de
Mestre em Nutrição, e aprovada em sua forma final pelo
Programa de Pós-Graduação em Nutrição.

Florianópolis, agosto de 2015.

Professora Giovanna Medeiros Rataichesk Fiates, Dr.
Orientadora - Universidade Federal de Santa Catarina

Professora Rossana Pacheco da Costa Proença, Dr.
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Nutrição
Presidente da banca

Banca Examinadora

Pesquisadora Ana Paula Bortoletto, Dr.
Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

Professor Maurício Soares Leite, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Professora Paula Lazzarin Uggioni, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço,

Aos meus pais **José Batista Zucchi** e **Nilce Durigon Zucchi** por sempre terem me mostrado a importância do estudo e da educação. Obrigada por acreditarem sempre na minha capacidade e pelas palavras de incentivo e carinho nos momentos mais difíceis. Agradeço também minha irmã, **Marina Durigon Zucchi** pelo apoio e incentivo, pelas conversas, pelo carinho, pelas revisões e auxílios. A vocês meu amor e gratidão eternos.

Ao meu namorado **Roberto Marinho** por todo o apoio, pelo carinho, por tornar meus dias mais felizes e por ser meu porto seguro em todos os momentos da minha vida.

À minha orientadora **Giovanna Medeiros Rataichesk Fiates**, por ter me aceitado como sua orientanda, pelo apoio, pela paciência, pela tranquilidade e por todas as recomendações e orientações realizadas no decorrer do mestrado, indispensáveis para a conclusão deste trabalho. Levarei sempre comigo este aprendizado, este grande exemplo de profissional que você é. Obrigada por tudo!!

À **Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)** por todas as oportunidades oferecidas, tanto durante os anos de graduação quanto na pós-graduação.

Ao **Programa de Pós-Graduação em Nutrição (PPGN)** pela oportunidade e pelos conhecimentos proporcionados. Pelo contato e convívio com os professores e funcionários.

À **Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)** pela concessão de bolsa de mestrado, que possibilitou a realização da pesquisa com dedicação exclusiva.

Aos membros do Núcleo de Pesquisa de **Nutrição em Produção de Refeições (NUPPRE)** pelos momentos de discussão, aprendizagem e contribuições nesta pesquisa.

À **Rossana Pacheco da Costa Proença**, pelo apoio durante afastamento da minha orientadora para realização de pós-doutorado.

Às queridas **Amanda Bagolin do Nascimento, Martha Luisa Machado e Vanessa Mello Rodrigues** pelo auxílio constante e indispensável em vários momentos do mestrado e principalmente pelo apoio e incentivo durante o afastamento da minha orientadora para realização de pós-doutorado. Agradeço também pelas conversas de corredor, pelos encontros e alegrias, enfim, pela amizade. Foi um prazer poder trabalhar com vocês. Muito obrigada!

A todos os colegas do mestrado, pelos momentos de aprendizagem, angústias e descontração compartilhados. Finalmente, agradeço a todos que diretamente ou indiretamente me auxiliaram nestes dois anos de trabalho. **Muito Obrigada!**

“Talvez não tenha conseguido fazer o melhor, mas lutei para que o melhor fosse feito. Hoje, não sou o que deveria ser, mas também não sou o que era antes.”
(Martin Luther King, adaptado)

RESUMO

ZUCCHI, Natália Durigon. **Alimentos ultraprocessados direcionados a crianças: disponibilidade, informação nutricional complementar e opinião de consumidores infantis.** Florianópolis, 2015. Dissertação (Mestrado em Nutrição) – Programa de Pós-Graduação em Nutrição, Universidade Federal de Santa Catarina. 2015. 111 p.

Alimentos com poucas fibras e excesso de calorias, açúcar, sódio e gordura *trans* podem ser classificados como ultraprocessados. Entre estes estão os lanches, petiscos ou sobremesas, bem como produtos prontos para aquecer. O consumo excessivo de ultraprocessados é reconhecido, dentre outros fatores, como influenciador das prevalências de excesso de peso em crianças. Considerando esse cenário, emergem estratégias de prevenção como a rotulagem nutricional, que segundo a legislação, compreende na declaração do valor energético e de nutrientes (informação nutricional) e na declaração de propriedades nutricionais (Informação Nutricional Complementar – INC). A INC corresponde a qualquer representação que afirme, sugira ou implique que um produto possui propriedades nutricionais particulares em relação ao seu valor energético ou conteúdo de nutrientes. Além da rotulagem, regulamentada por legislação, alimentos direcionados a crianças comumente trazem estratégias de *marketing* em seu painel frontal. Objetivou-se com esta pesquisa analisar embalagens de alimentos direcionados a crianças caracterizados como ultraprocessados quanto à presença e ao tipo de INC disponível no painel frontal e conhecer a opinião de crianças sobre informações veiculadas nas embalagens de tais alimentos. Para tanto, primeiramente foi realizada uma análise das fotos do painel frontal de alimentos classificados como direcionados a crianças (n=535), obtidas em um estudo censitário realizado em um supermercado pertencente a uma das dez maiores redes de supermercados do Brasil. Posteriormente, foram identificados alimentos com características de ultraprocessados e a presença e tipos de INC. Foram então selecionados quatro

painéis frontais de marcas populares para a condução de grupos focais com crianças de 8 a 10 anos de idade de uma escola particular de Florianópolis-SC. Foram conduzidos nove grupos focais com 49 crianças (27 meninos). As sessões foram gravadas, transcritas *verbatim* e analisadas pela técnica de análise de conteúdo. Dentre os 535 alimentos industrializados direcionados a crianças, 472 (88%) eram ultraprocessados e 220 (46,6%) apresentavam INC em seu painel frontal. Foi encontrado um total de 321 INC nestes 220 alimentos. Do total de INC identificadas, 236 (73,5%) indicavam presença ou aumento de algum componente, principalmente de vitaminas (n=92) e minerais (n=75). Quanto à INC de isenção ou redução (26,5%), a gordura *trans* foi o item que mais se repetiu (n=48). Os alimentos em cujas embalagens foi identificado o maior número de INC foram biscoitos e bolos recheados, iogurtes adoçados e balas. Nos grupos focais, a presença de personagens e INC nas embalagens despertou a atenção das crianças, as quais consideraram óbvio que os principais motivos do personagem estar presente na embalagem ser para chamar a atenção e deixá-las mais atrativas. Foram frequentes os comentários associando as INC a características positivas do alimento, para destacar que o produto tem menos coisas que, segundo as crianças, fazem “mal”. Também demonstraram estar atentas a outras informações na rotulagem de um modo geral. A rotulagem nutricional e a INC são ferramentas que podem auxiliar na realização de escolhas alimentares saudáveis. No entanto, se forem utilizadas para enfatizar aspectos saudáveis do alimento, podem fazer com que o alimento pareça mais saudável do que é. Deste modo, identificou-se uma situação em que as atuais ações que regulamentam o uso da INC em embalagens de alimentos ultraprocessados ainda podem ser aperfeiçoadas. Como influenciadores das compras da família e futuros consumidores, sugerem-se ações com o objetivo de instrumentalizar as crianças na leitura, compreensão, utilização e interpretação das informações presentes nos rótulos de alimentos.

Palavras-chave: Criança. Alimentos ultraprocessados. Rotulagem. Informação nutricional complementar. *Marketing*. Grupos focais.

ABSTRACT

*ZUCCHI, Natália Durigon. **Ultraprocessed foods marketed to children in Brazil: availability, nutrient claims and children consumers' opinions.** Florianópolis, 2015. Thesis (Master in Nutrition) – Nutrition Post Graduate Program. Federal University of Santa Catarina. 2015.111 p.*

Foods with low fibre content and excessive amounts of calories, sugar, sodium and trans fat can be classified as ultraprocessed foods. These are snacks or desserts, as well as ready-to-heat foods. The high consumption of ultraprocessed foods is recognized as one of the causes of increased overweight rates in children. Considering this scenario, prevention strategies, such as nutrition labelling emerge. Nutrition labelling consists of the declaration of energy and nutrient content (nutritional information) and the declaration of nutritional properties (nutrition claims). Nutrition claims are representations which state, suggest or imply that a given product presents specific nutrient properties regarding its energy or nutrient content. Besides nutrition labelling, regulated by legislation, food packages can also present marketing strategies on the front-of-pack. The aim of this research was to analyze ultraprocessed food packages marketed to children regarding the presence and type of nutrition claims available on the front-of-pack. Also, to understand children consumers' opinion about information provided on ultraprocessed food labels directed to them. To reach these objectives, first was performed an analysis of the front-of-pack photos of foods classified as targeted to children (n=535). The photos were collected during an audit study at a big Brazilian supermarket. Subsequently, ultraprocessed foods and the presence and types of nutrition claims were identified. Given this analysis, four packages (front-of-pack) of foods (n=3)

and drinks (n=1) of popular brandings were chosen to assist focus groups conduction with 8-10 years old children in a private school in Florianópolis-SC. Nine focus groups were conducted with 49 children (27 boys). The sessions were recorded, transcribed verbatim and analyzed through Content Analysis technique. In a set of 535 foods marketed to children 472 (88%) were ultraprocessed. Among these, 220 (46.6%) presented nutrition claims on their front-of-pack, being identified a total of 321 nutrition claims. Among these, 236 (73.5%) concerned the presence or the increase of some component, mostly vitamins (n=92) and minerals (n=75). Regarding exemption or reduction (26.5%), trans fat was the most repeated nutrition claim (n=48). The highest number of nutrition claims was identified on filled cookies and cakes, sweetened yogurts and candies. In focus groups, the presence of characters and nutrition claims attracted attention of children. Participants considered obvious that the main reason of the character presence was to draw attention and make the package more attractive. About the nutrition claims, comments associated to positive attributes of food were frequent. Children considered the presence of nutrition claims important because highlights the fact that the product has, according to children, less "bad" things. They were observant of general information on the labeling. Nutrition labelling, and the nutrition claim are tools that can help consumers when of eating habits. However, if nutrition claims are used to emphasize healthy aspects of unhealthy foods, they can make the food look healthier. Therefore, actions about the presence of nutrition claims in ultraprocessed foods target at children can be improved. For his role as influencer's consumers of the family shopping, as well as future consumers, children can become the focus of actions which aim to instrumentalize the reading, understanding, use and interpretation of the nutrition labelling information.

Key-words: *Children. Ultraprocessed food. Labelling. Nutrition claims. Marketing. Focus groups.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Componentes da embalagem do alimento ultraprocessado.

Figura 2 - Fluxograma de seleção de artigos sobre o estado da arte nas bases de dados Scielo, Scopus e Pubmed.

Figura 3 – Etapas da pesquisa.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Estado da arte - revisão sobre a opinião de crianças diante das informações contidas nas embalagens alimentos ultraprocessados.

Quadro 2 - Embalagens de alimentos ultraprocessados com Informação Nutricional Complementar escolhidos para orientar a condução dos grupos focais.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Características das embalagens de alimentos escolhidas para orientar a condução dos grupos focais.

LISTA DE SIGLAS

ANVISA (Brasil)	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
<i>BOP</i>	<i>Back-of-pack</i> – Parte de trás da embalagem
CAPEB	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Brasil)
CEPSH	Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (Brasil)
CNS	Conselho Nacional de Saúde (Brasil)
CONANDA	Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Brasil)
CONSEA	Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Brasil)
DCNT	Doenças Crônicas Não Transmissíveis
DeCS	Descritores em Ciências da Saúde
<i>EDNP</i>	<i>Energy-dense, Nutrient-poor</i>
<i>FAO</i>	<i>Food and Agriculture Organization of the United Nations</i> (Estados Unidos da América)
<i>FDA</i>	<i>Food and Drug Administration</i> (Estados Unidos da América)
<i>FOP</i>	<i>Front-of-Pack</i> – Painel frontal da embalagem
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Brasil)
INC	Informação Nutricional Complementar
MeSH	<i>Medical Subject Headings</i>
<i>NHANES</i>	<i>National Health and Nutrition Examination Survey</i> (Estados Unidos da América)
NUPPRE	Núcleo de Pesquisa de Nutrição em Produção de Refeições (UFSC)
OMS	Organização Mundial de Saúde
OPAS	Organização Pan-Americana da Saúde
PeNSE	Pesquisa Nacional da Saúde do Escolar (Brasil)
PNAN	Política Nacional de Alimentação e Nutrição (Brasil)
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares (Brasil)

PPGN	Programa de Pós-Graduação em Nutrição (UFSC)
RDC	Resolução da Diretoria Colegiada do Brasil (Brasil)
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil)
WHO	<i>World Health Organization</i>

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	29
1.1 APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA	29
1.2 OBJETIVOS	34
1.2.1 Objetivo Geral	34
1.2.2 Objetivos Específicos	34
1.1 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	35
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	36
2.1 ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS	37
2.1.1 Definição de alimentos ultraprocessados	37
2.1.2 Consumo de alimentos ultraprocessados e excesso de peso em crianças	40
2.1.3 Rotulagem nutricional de alimentos	43
2.2 PAINEL FRONTAL DA EMBALAGEM DE ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS DIRECIONADOS A CRIANÇAS	49
2.2.1 Alimentos ultraprocessados direcionados a crianças	49
2.2.2 Estado da Arte sobre o painel frontal de embalagens de alimentos direcionados a crianças	51
2.2.3 Ações de regulamentação perante as estratégias de <i>marketing</i> em alimentos	60
3. MÉTODO	64
3.1 DELINEAMENTO DO ESTUDO	64
3.2 DEFINIÇÃO DE TERMOS RELEVANTES	65
3.3 ETAPAS DA PESQUISA	67

<i>3.3.1 Etapa exploratória</i>	69
<i>3.3.2 Etapa descritiva</i>	71
<i>3.3.3 Etapa qualitativa</i>	75
3.4 ASPECTOS ÉTICOS	79
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
REFERÊNCIAS	84
APÊNDICES	103
APÊNDICE A. Tipos de informação que podem estar presentes no painel frontal de embalagens de alimentos	103
APÊNDICE B. Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	105
APÊNDICE C. Roteiro semiestruturado para condução de grupos focais	107
APÊNDICE D. NOTA DE IMPRENSA	108
ANEXO. Autorização da escola	111

1. INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA

Diante das demandas advindas da globalização e do aumento da urbanização observado na maioria dos países, inovações tecnológicas no setor de processamento de alimentos ocorreram ao longo dos séculos (FLOROS et al., 2010). No entanto, pesquisas apontam que muitos dos alimentos introduzidos pela indústria no mercado a partir destas inovações contêm, muitas vezes, pouco teor de fibras e “excesso” de calorias, açúcar, sódio e gordura *trans* (NIELSEN; SIEGA-RIZ; POPKIN, 2002; BRASIL, 2009a).

No Brasil, uma recente proposta lançada pelo Guia Alimentar para a População Brasileira classifica os alimentos de acordo com o grau de processamento ao qual são submetidos. Esta classificação divide os alimentos em quatro categorias: Categoria I: alimentos *in natura* ou minimamente processados; Categoria II: ingredientes culinários; Categoria III: alimentos processados e Categoria IV: alimentos ultraprocessados (BRASIL, 2014). De acordo com esta classificação, alimentos com poucas fibras e “excesso” de calorias, açúcar, sódio e gordura *trans* podem ser denominados de ultraprocessados.

Os alimentos ultraprocessados são formulados predominantemente ou unicamente a partir de ingredientes industriais, sendo os lanches prontos para consumo, petiscos ou sobremesas, bem como produtos prontos para aquecer criados para substituir pratos e refeições preparadas em casa (BRASIL, 2014). Seu elevado grau de processamento lhes confere maior durabilidade, acessibilidade e palatabilidade (DREWNOWSKI, 2005; MONTEIRO, 2009).

Alimentos com este tipo de formulação foram identificados como consumidos com frequência pela população na última Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) (2008-2009), conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A pesquisa mostra tendência crescente da substituição de alimentos básicos e tradicionais da dieta brasileira, como arroz,

feijão e hortaliças, por bebidas e alimentos como refrigerantes, biscoitos, carnes processadas e comida pronta (BRASIL 2010a).

O alto consumo de alimentos ultraprocessados vem sendo discutido como influenciador do excesso de peso em crianças (POPKIN; ADAIR; NG, 2012; MONTEIRO et al., 2012; ABDUL-RASOUL, 2012; PETTIGREW; PESCU, 2013). Segundo dados da POF, as prevalências de excesso de peso em crianças passaram de 15% para 34,8% no sexo masculino e de 11,9% para 32% no sexo feminino no período entre 1989 para os anos de 2008-2009 (BRASIL 2010a).

Considerando esse cenário, surgem estratégias de prevenção e políticas em vários níveis (MALIK; WILLET; HU, 2013). Dentre estas, a Organização Mundial da Saúde (OMS) destaca a rotulagem nutricional como instrumento auxiliador na seleção e na aquisição de alimentos saudáveis (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2004).

A rotulagem nutricional é definida pela Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 360 de 2003 como toda inscrição presente no rótulo, que tenha por objetivo divulgar ao consumidor informações sobre o alimento (BRASIL, 2003).

No entanto, no atual cenário da rotulagem nutricional de alimentos no Brasil, verifica-se uma situação similar a aquela já discutida por Chandon (2013), onde a informação nutricional obrigatória (declaração do valor energético e de nutrientes) acaba recebendo menor destaque na embalagem, pois é usualmente apresentada na parte de trás desta. Já o painel frontal da embalagem (FOP – *front-of-pack*) é utilizado para destacar atributos positivos do alimento, tais como as declarações de propriedades nutricionais, denominadas de Informação Nutricional Complementar (INC).

A INC, regulamentada pela RDC nº 54 de 2012, compreende qualquer representação que afirme, sugira ou implique que um alimento possui propriedades nutricionais particulares, seja referente a seu valor energético, de proteínas, gorduras, carboidratos, fibras alimentares, vitaminas e/ou minerais (BRASIL, 2003). A indústria alimentícia é autorizada a colocar a INC nos rótulos de alimentos com o objetivo de

destacar algumas características do alimento. No entanto, Monteiro (2009) destaca que algumas alterações realizadas no processamento dos alimentos podem ser nutricionalmente questionáveis, como por exemplo, no destaque de vitaminas e minerais no painel frontal de alimentos que possuem elevadas quantidades de gorduras e açúcares.

Além do que é regulamentado pela legislação, estudos demonstram que as embalagens de alimentos também podem veicular estratégias de *marketing*, como personagens associados à marca, personagens de desenhos animados ou filmes, desenhos, animais ou criaturas, selos, brindes, símbolos e frases sobre escolhas positivas (ELLIOTT, 2008; HAWKES, 2010; LYTHGOE et al., 2013; CHANDON, 2013).

Em estudo realizado por Colby et al. (2010) foi verificado que o *marketing* nutricional aparece com frequência em embalagens de alimentos ultraprocessados (COLBY et al., 2010). Além disso, estudos indicam que a INC também se apresenta com frequência em alimentos ultraprocessados direcionados a crianças, sendo que grande parte deles possui alta densidade energética e quantidades consideráveis de gordura saturada, sódio e/ou açúcar (SCHWARTZ et al, 2008; COLBY et al, 2010).

Estudos que investigaram a opinião de crianças norte-americanas sobre as embalagens de alimentos verificaram que a maioria delas mostrou preferência e identificou como mais saudáveis e saborosos os alimentos que continham INC ou personagens nas embalagens (ROBERTO et al., 2010; SOLDAVINI; CRAWFORD; RITCHIE, 2012).

No Canadá foi verificado que crianças se basearam fortemente nos aspectos visuais, como cores, imagens, personagens e a INC para considerar os alimentos como mais saudáveis (ELLIOTT, BRIERLEY, 2012). Além disso, autores têm verificado que a presença de INC e outras estratégias de *marketing* podem levar à formação de um *hallo effect* (efeito halo, em tradução livre), fazendo com que sejam atribuídos aspectos positivos ao alimento na presença de tais informações

(CHANDON; WANSINK, 2007; BUBLITZ; PERACCHIO; BLOCK, 2010).

No Brasil, até o momento não foram identificados estudos que investigaram qual é a opinião de crianças sobre as informações contidas nas embalagens de alimentos ultraprocessados.

Este projeto de dissertação foi desenvolvido no âmbito do Programa de Pós-graduação em Nutrição, na linha de Nutrição em Produção de Refeições e Comportamento Alimentar, fazendo parte dos estudos desenvolvidos pelo Núcleo de Pesquisa de Nutrição em Produção de Refeições (NUPPRE) – UFSC. Estudo sobre a temática da rotulagem de alimentos vem sendo realizados pelo NUPPRE desde 2006.

A partir de 2009, questões relacionadas aos rótulos de alimentos industrializados disponíveis para venda em supermercados passaram a ser investigadas. A análise de rótulos de alimentos em supermercados vem sendo desenvolvida com foco na gordura *trans* (KLIEMANN et al, 2009; KRAEMER et al., 2010; SILVEIRA, 2011; MACHADO; KRAEMER; PROENÇA, 2012; SILVEIRA et al, 2013; SILVEIRA; GONZALEZ-CHICA; PROENÇA, 2013; HISSANAGA; PROENÇA; BLOCK, 2012; HISSANAGA-HIMELSTEIN et al., 2014); na porção e medida caseira declaradas (KLIEMANN, 2012; KLIEMANN et al., 2014a; KLIEMANN et al. 2014b; KRAEMER et al., 2015) e no conteúdo de sal/sódio (MARTINS, 2012; NISHIDA, 2013; MARTINS et al., 2014); na análise da rotulagem de sal/sódio em alimentos industrializados voltados para o público infantil (KRAEMER, 2013; KRAEMER et al., 2015); na comparação entre a composição nutricional de alimentos industrializados direcionados e não direcionados a crianças (RODRIGUES, 2013; MACHADO, 2014); e organismos geneticamente modificados e a rotulagem de alimentos comercializados no Brasil (CORTESE, 2015)

Ademais, a temática público infantil e comportamento alimentar vem sendo abordada desde 2004. O comportamento do consumidor infantil e seus hábitos alimentares têm sido largamente investigados pelo grupo (FIATES, 2006; FIATES;

AMBONI; TEIXEIRA, 2006; 2008a; 2008b; 2008c; GUIMARÃES, et al., 2010; FIATES, et al, 2010; NASCIMENTO, 2010; RODRIGUES, 2011; CORSO, et al, 2012; DALLAZEN, 2012; FIATES, et al., 2012; FIATES; NASCIMENTO; KUNTZ, 2012; KUNTZ; FIATES; TEIXEIRA, 2012; MAZZONETTO, 2012; RODRIGUES; FIATES, 2012; MOREIRA, 2013; MÜLLER, 2015). Atualmente, está sendo desenvolvida uma tese sobre a percepção e escolha de pais sobre a presença de INC em alimentos industrializados direcionados a crianças (RODRIGUES, 2013).

Considerando o exposto, o estudo pretendeu responder a seguinte pergunta de partida:

Assim, o presente estudo pretende responder a seguinte pergunta de partida:

Qual é a disponibilidade de alimentos ultraprocessados direcionados a crianças com INC em seu painel frontal e como a presença da INC e estratégias de *marketing* nestes alimentos é compreendida pelas crianças?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar a disponibilidade de alimentos ultraprocessados direcionados a crianças com INC em seu painel frontal e como a presença da INC e estratégias de *marketing* nestes alimentos são compreendidas pelas crianças.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar a disponibilidade de alimentos ultraprocessados direcionados a crianças a partir de banco de dados com imagens obtidas em um levantamento censitário realizado em um supermercado pertencente a uma das dez maiores redes de supermercados do Brasil;
- b) Identificar, quantificar e qualificar a presença de INC no painel frontal de embalagens de alimentos ultraprocessados direcionados a crianças;
- c) Conhecer a opinião de crianças sobre as informações contidas no painel frontal das embalagens de alimentos ultraprocessados.

1.1 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Essa dissertação está estruturada em cinco capítulos. O primeiro capítulo, referente a introdução, apresenta o problema a ser estudado, a pergunta de partida e os objetivos do estudo. O segundo capítulo contém o referencial teórico, com a revisão de literatura sobre os temas relacionados no estudo.

O terceiro capítulo descreve o delineamento metodológico utilizado para a realização da pesquisa. Inclui o delineamento do estudo, a definição dos termos relevantes, as etapas da pesquisa, a coleta dos dados, o tratamento e análise dos dados, bem como os procedimentos éticos da pesquisa.

O capítulo quatro é referente ao artigo original oriundo da pesquisa a ser submetido para publicação em periódico científico adequado à temática abordada. Na sequência, no quinto capítulo constam as considerações finais do estudo, seguido das referências bibliográficas e apêndices.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

O referencial teórico que embasa este estudo apresenta-se dividido em duas grandes temáticas. Primeiramente, são abordados aspectos relacionados aos alimentos ultraprocessados, sua definição, o consumo deste tipo de alimento e a relação com o excesso de peso em crianças, a rotulagem nutricional de alimentos, suas finalidades e a Informação Nutricional Complementar (INC). Posteriormente, é feita uma abordagem sobre as embalagens de alimentos ultraprocessados direcionados a crianças, as estratégias de *marketing* direcionadas a este público, o estado da arte diante de estudos experimentais e grupos focais que abordaram embalagens de alimentos direcionados a crianças e, por fim, ações de regulamentação perante as estratégias de *marketing* em alimentos.

Na busca sistemática, foram consultados o portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e as bases de dados: Scopus, MEDLINE/Pubmed (via *National Library of Medicine*) e SciELO, além de livros, teses e dissertações, *sites* de instituições de pesquisa e de órgãos oficiais nacionais/ internacionais.

A busca foi realizada no período compreendido entre outubro de 2013 e maio de 2014, com delimitação de ano de publicação em 2004, categorizando trabalhos realizados nos últimos 10 anos. Uma nova busca foi realizada em abril de 2015 com inclusão dos artigos publicados até essa data.

Na busca dos estudos, foram utilizadas duas combinações de termos nas bases de dados *Scopus* e *PubMed*: ("Nutrition facts" OR "nutritional information" OR "nutrition(al) label" OR "nutrition(al) labelling" OR "Food labelling" AND ("food packaging" OR "processed food" OR high-calorie-low-nutrient-dense foods OR "noncore foods" OR "extra foods" OR "fun foods" OR "junk foods" OR "unhealthy competitive foods" OR energy-dense nutrient-poor foods OR "food product" OR "packaged food(s)" OR "front- of- pack" AND children); e ("nutrition(al)

claim(s)" OR "nutrition related claim" OR "nutrient claim" OR "nutrient content claim" OR "health claim"))).

Na base de dados Scielo foram realizadas quatro buscas utilizando os seguintes termos: rotul\$ AND nutri\$; rotul\$ AND informação AND nutri\$; informação AND nutricional AND complementar; alegaç\$ AND nutricional.

A maioria dos termos utilizados não estão indexados no Descritores em Ciências da Saúde (DeCS) e no *Medical Subject Headings* (MeSH). Deste modo, com o objetivo de localizar artigos que não fossem encontrados na busca primária, foram consultadas as referências bibliográficas dos artigos selecionados, sendo incluídos na análise quando relevantes à temática da pesquisa.

2.1 ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS

2.1.1 Definição de alimentos ultraprocessados

As técnicas de processamento de alimentos passaram por diversos avanços ao longo dos séculos, sendo que, após a Segunda Guerra Mundial, novos métodos de processamento de alimentos foram pesquisados, buscando a facilidade de preparo e transporte, gerando alimentos pré-preparados embalados, refrigerados ou congelados (NITZKE, 1998).

Juntamente com as mudanças no processamento de alimentos que foram ocorrendo ao longo do tempo, modificações nos hábitos alimentares da população também puderam ser observadas. O aumento da renda, o modo de vida cada vez mais urbano e a inserção da mulher no mercado de trabalho criaram necessidades diferenciadas perante o consumo de alimentos (HAWKES, 2007; FLOROS et al., 2010). Diante destas demandas, diversas técnicas de processamento, incluindo fermentação, dissecação e preservação com sal, passaram a ser utilizadas pelo homem, melhorando a palatabilidade, segurança, estabilidade e facilidade de preparo dos alimentos (FLOROS et al., 2010). Deve-se considerar que a tecnologia de alimentos propicia inúmeros benefícios, incluindo fatores como a

redução do desperdício de alimentos, a garantia do saneamento e a redução de muitos efeitos adversos da sazonalidade (POPKIN; ADAIR; NG 2012). No Brasil, uma recente proposta lançada pelo Guia Alimentar para a População Brasileira, classifica os alimentos de acordo com o grau de processamento ao qual são submetidos durante a produção. Esta classificação divide os alimentos em quatro categorias: Categoria I: alimentos *in natura* ou minimamente processados; Categoria II: ingredientes culinários; Categoria III: alimentos processados e Categoria IV: alimentos ultraprocessados (BRASIL, 2014).

Na Categoria I estão incluídos os alimentos *in natura* e minimamente processados. São os alimentos de origem vegetal ou animal, imediatamente após sua colheita, extração ou abate e retalhamento, como a carne fresca, leite, grãos, legumes, frutas, vegetais, raízes e tubérculos. Também estão incluídos nesta categoria café, chá, infusões, água corrente e água engarrafada (BRASIL, 2014).

A Categoria II é composta por substâncias extraídas dos alimentos, como gorduras, óleos, farinhas, féculas e açúcar ou extraídas a partir da própria natureza, como o sal. São comumente utilizados tanto em casa quanto em restaurantes de comida rápida, na elaboração de pratos que possuem como base os alimentos da Categoria I e também no processamento de alimentos realizado pela indústria (BRASIL, 2014).

Na Categoria III estão os alimentos processados. Esta categoria é composta por alimentos fabricados pela indústria que passaram por adição de sal ou açúcar ou outra substância de uso culinário a alimentos *in natura*, com o objetivo de promover maior durabilidade e palatabilidade. Usualmente seu consumo é realizado como parte ou acompanhamento de preparações que possuem como base alimentos minimamente processados. Alimentos processados incluem frutas em calda, leguminosas e hortaliças conservadas na salmoura, peixes conservados em óleo, cortes de carnes salgadas e defumadas (presunto e *bacon*) e queijos processados com sal (BRASIL, 2014).

Na Categoria IV estão os alimentos ultraprocessados. A fabricação deste tipo de alimento envolve diversas etapas e

técnicas de processamento, possuindo predominantemente ou unicamente ingredientes industriais, contendo pouco ou nenhum alimento da Categoria I em sua formulação. Alguns ingredientes destes alimentos são diretamente derivados de óleos, sal, açúcar, gorduras, enquanto outros são obtidos a partir de alto grau de processamento, como o pré-processamento com fritura e cozimento ou a extrusão da farinha de milho para fazer salgadinhos. Este tipo de alimento usualmente possui vários tipos de aditivos em sua composição, como conservantes, corantes, estabilizantes, solventes, adoçantes, realçadores de sabor e aroma, emulsificantes e flavorizantes (BRASIL, 2014).

Alimentos ultraprocessados são os lanches prontos para consumo, petiscos ou sobremesas (pães, barras de cereais, biscoitos, batatas fritas, bolos e doces, sorvetes, cereais matinais açucarados, bebidas à base de leite açucaradas, refrigerantes e bebidas açucaradas em geral) e os produtos prontos ao aquecer criados para substituir pratos e refeições preparadas em casa (massas, pizza congelada, salsichas, *nuggets* de frango, macarrão instantâneo, palitos de peixe e sopas enlatadas ou desidratadas) (BRASIL, 2014).

Estes alimentos usualmente contêm elevadas quantidades de energia, sódio, gorduras totais, gorduras *trans*, bem como baixa quantidade de fibras e micronutrientes. Além disso, usualmente apresentam maior durabilidade, acessibilidade e palatabilidade (DREWNOWSKI, 2005; BRASIL, 2014).

Internacionalmente, alimentos com as mesmas características dos ultraprocessados recebem várias denominações, especialmente na língua inglesa. Em 2014, Machado realizou um levantamento sobre termos utilizados em outros países para este tipo de alimento, encontrando as seguintes denominações: *processed foods*, *high-calorie-low-nutrient-dense foods*, *unhealthy competitive foods*, *energy-dense nutrient-poor foods* (EDNP), *noncore foods*, *extra foods*, *fun foods*, *junk foods* (KANT, 2000; DREWNOWSKI, 2005; HARRIS et al., 2009; KELLY et al., 2010; CARTER et al. 2012). Além disso, já existem propostas de classificação de alimentos que incluem um grupo específico para os alimentos ultraprocessados (SMITH;

KELLETT; SCHMERLAIB, 1998; KANT, 2000; DREWNOWSKI, 2005).

Independentemente da denominação, estas classificações incluem grupos que reúnem diversos alimentos industrializados com excesso de calorias, gorduras saturadas, *trans*, açúcar e sódio, além de poucas fibras.

2.1.2 Consumo de alimentos ultraprocessados e excesso de peso em crianças

O aumento do consumo de alimentos ultraprocessados vem sendo observado em inúmeros estudos (BRASIL, 2010a; MONTEIRO et al., 2012; POPKIN; ADAIR; NG, 2012; KEAST et al., 2013; MALIK; WILLET; HU, 2013; BRASIL, 2014).

Nos Estados Unidos da América, a partir de relatório publicado pelo *Institute of Medicine of the National Academies* (2006), foi verificado que grande parte das calorias da alimentação de crianças e adolescentes é proveniente de alimentos e bebidas com alto teor calórico e baixo teor de nutrientes. Quando analisadas as tendências do consumo alimentar entre os anos de 1970 e 2004, verificou-se que o consumo de bebidas açucaradas (refrigerantes e sucos de fruta) aumentou consideravelmente. Também se observou que a maioria das crianças e adolescentes norte-americanos estava consumindo sódio, gorduras totais e gorduras saturadas em quantidades maiores do que os níveis de ingestão recomendados. Em contrapartida, o consumo de frutas, verduras e leite diminuíram e a ingestão de cálcio da maioria estava abaixo do recomendado (INSTITUTE OF MEDICINE, 2006).

Em outro estudo norte-americano, a partir da base de dados do *National Health and Nutrition Examination* (NHANES), também foram avaliadas as fontes de energia provenientes da alimentação de crianças e adolescentes. Foram utilizados recordatórios alimentares de 24 horas de 7332 indivíduos entre 2 e 18 anos de idade, no período compreendido entre 2003 e 2006. Os dados deste estudo revelaram que 27% da fonte de energia diária ingerida era proveniente de alimentos com

alta densidade energética, ricos em gorduras, açúcares e sódio, tais como: bolos, biscoitos, pizza, produtos de pastelaria, bolachas, salgadinhos, refrigerantes, sucos ultraprocessados, doces e alimentos açucarados (KEAST et al., 2013).

Tendência semelhante pode ser observada também no Brasil. De acordo com a Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (2013), a indústria de alimentos no Brasil passou por grandes mudanças nas duas últimas décadas. A população brasileira migrou do consumo de alimentos *in natura* para o consumo de alimentos processados. Em 2012, 85% dos alimentos consumidos no país passaram por algum processamento industrial, percentual que era de 70% em 1990 e 56% em 1980.

Segundo dados da POF de 2008-2009, conduzida pelo IBGE, os alimentos ultraprocessados foram identificados como consumidos com frequência pela população. A pesquisa mostrou tendência crescente da substituição de alimentos básicos e tradicionais da dieta brasileira, como arroz, feijão e hortaliças por bebidas e alimentos ultraprocessados, como refrigerantes, biscoitos, carnes processadas e comida pronta (BRASIL, 2010a). Além disso, independentemente da condição socioeconômica, as famílias brasileiras têm adquirido cada vez mais esse tipo de alimento (LEVY et al., 2012). A disponibilidade de alimentos ultraprocessados no domicílio aumentou em até 400%, tanto para biscoitos como para refrigerantes, no período compreendido entre 1974-1975 e 2002-2003 (BRASIL, 2004).

Esse padrão alimentar também foi evidenciado em crianças e adolescentes brasileiros. Em 2009, a Pesquisa Nacional da Saúde do Escolar (PeNSE) avaliou o consumo alimentar da semana anterior de 63.411 adolescentes do 9º ano do ensino fundamental de escolas localizadas nas capitais brasileiras e no Distrito Federal. A partir desta pesquisa, quando analisada a frequência de consumo de alguns alimentos ultraprocessados, foi observado que 50,9% dos adolescentes consumiram guloseimas (balas, bombons, doces, chocolates, chicletes ou pirulitos), 37,2% refrigerantes, 36,2% biscoitos doces, 33,6% biscoitos salgados em cinco dias ou mais na semana anterior. Em contrapartida, 40%

não haviam consumido hortaliças cozidas nenhum dia, 21,4% leite e 21% frutas frescas (BRASIL, 2009b).

Embora a praticidade desses alimentos possa ser considerada positiva, não se pode desconsiderar o impacto causado pelos novos padrões de consumo alimentar na saúde humana. A presença desses alimentos tornou as dietas em geral mais calóricas e muitas vezes mais pobres em nutrientes. Pela sua composição nutricional, o consumo excessivo destes alimentos tem sido associado, dentre outros fatores, ao sobrepeso, obesidade e outras DCNT da população, especialmente quando se trata de crianças (POPKIN; ADAIR; NG, 2012; MONTEIRO et al., 2012; ABDUL-RASOUL, 2012; PETTIGREW, PESCU, 2013). De acordo com a Organização Pan-americana da Saúde (2005), doenças como hipertensão e diabetes tipo 2 na população infantil são cada vez mais comuns. Ainda, Malik, Willet e Hu (2013) apontam as DCNT neste grupo de indivíduos como um desafio de saúde pública, principalmente em decorrência da redução da qualidade de vida que estas podem provocar.

Em 2010, estudo realizado com base em dados de 144 países, estimou que 43 milhões de crianças (35 milhões em países em desenvolvimento) apresentavam sobrepeso ou obesidade e 92 milhões estavam em risco de sobrepeso. A prevalência mundial de sobrepeso e obesidade na faixa etária de 0 a 5 anos aumentou de 4,2% em 1990 para 6,7% em 2010 (DE ONIS; BLÖSSNER; BORGHI, 2010).

No Brasil, de acordo com a seção de Antropometria e Estado Nutricional da POF realizada em 2008-2009, uma em cada três crianças de 5 a 9 anos encontrava-se acima do peso recomendado pela OMS. Nessa faixa etária, as prevalências de excesso de peso passaram de 15% para 34,8% no sexo masculino e de 11,9% para 32% no sexo feminino do ano de 1989 para os anos de 2008-2009 (BRASIL, 2010a).

Em estudo realizado por Mondini et al. (2007), que investigou a prevalência de sobrepeso e fatores associados em escolares de São Paulo, foi verificado que a frequência elevada de consumo de alimentos ultraprocessados (refrigerantes, salgados fritos, batata frita, sanduíches, salgadinhos de pacote,

bolachas/biscoitos, balas/doces/chocolates) teve associação positiva com o sobrepeso nas crianças.

Na revisão sistemática realizada por Souza e Silva (2009) no Brasil, foi discutido que a inatividade física e os hábitos alimentares inadequados constituem os principais fatores associados ao excesso de peso em crianças e adolescentes. Além disso, os autores destacam que o aumento da prevalência de sobrepeso e obesidade e o padrão alimentar infantil constituem eventos de relevância do ponto de vista da saúde pública, tanto pela dimensão e complexidade destas desordens nutricionais, quanto pela contribuição no desenvolvimento precoce de DCNT.

Em estudo realizado em Florianópolis com 1.223 escolares de 7 a 10 anos, foram encontradas prevalências de excesso de peso de 36,2% nos meninos e 32,7% nas meninas. Além disso, 84,9% dos escolares não consumiam frutas, legumes e verduras nas quantidades recomendadas pelo Guia Alimentar para a População Brasileira (2006). Neste estudo também foi evidenciado que 67,6% dos escolares consumiam alimentos ultraprocessados (achocolatado com leite, refrigerante, doces, salgadinhos de pacote, batata frita, pizza e/ou hambúrguer) duas ou mais vezes ao dia (BERNARDO et al., 2012).

2.1.3 Rotulagem nutricional de alimentos

Para ser ofertado ao consumidor, o alimento industrializado ultraprocessado necessita de uma embalagem. A embalagem é o recipiente, o pacote ou o invólucro destinado a garantir a conservação e facilitar o transporte e o manuseio dos alimentos (BRASIL, 2002). Ela pode ser considerada ainda uma ferramenta de comunicação, pois ajuda a chamar a atenção do consumidor ao alimento, criando associações positivas que o diferenciam da concorrência. Dentro deste contexto, a embalagem possui como vantagem, diferentemente de outras estratégias publicitárias, atingir o consumidor no momento da compra e do consumo dos alimentos (CHANDON, 2013).

A embalagem possui ainda a função de proteger o alimento de danos e contaminações, controlar a vida de prateleira

e fornecer informações aos consumidores (FLOROS et al., 2010). Dentre estas informações, tem-se a rotulagem nutricional de alimentos.

A rotulagem nutricional tem como intuito informar sobre as propriedades nutricionais dos alimentos, objetivando proteger a saúde dos consumidores e assegurar rigor na comercialização de alimentos, baseando-se nas informações disponíveis no rótulo do alimento. Para atingir tais objetivos, são elaboradas normas, diretrizes e recomendações que sirvam de orientação para o consumidor (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2007).

No Brasil, a primeira norma referente a rótulos de alimentos foi o Decreto-Lei nº986 de 1969, publicado pelo Ministério da Saúde. Esse Decreto-Lei, que permanece em vigor, instituiu as Normas Básicas sobre Alimentos, com o objetivo de proteger e defender a saúde dos consumidores. A partir disso, passou a ser obrigatório constar nos rótulos informações relativas ao produto, como o tipo de alimento, nome ou marca, nome do fabricante, local da fábrica, número de registro no Ministério da Saúde, indicação do emprego de aditivos intencionais, número de identificação da partida, lote, data de fabricação e indicação do peso ou volume (BRASIL, 1969).

A disponibilização de informações nos rótulos busca garantir o direito à informação, instituído pela Constituição Federal de 1988 (Art. 5º, XIV) (BRASIL, 1988), e preconizado pelo texto do Código de Defesa do Consumidor, que afirma que a informação é um direito básico do consumidor (Art. 6º, III) (BRASIL, 1990).

Ainda, a Estratégia Global para Promoção da Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde, proposta pela OMS em 2004, destaca que a rotulagem nutricional tem como objetivo “*garantir o direito à informação do consumidor*” (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2004). Deste modo, as informações destacadas nas embalagens dos alimentos não devem ser apresentadas de maneira equivocada, que possam levar a interpretações inadequadas e incentivar o consumo excessivo, ou até mesmo prejudicar a saúde (BRASIL, 2012).

Em 2004, em estudo de revisão realizado pela OMS, foram analisadas legislações a respeito da rotulagem nutricional de 74 países. Dentre os países analisados, 60,8% utilizavam a rotulagem nutricional de maneira voluntária, 25,7% obrigatória em casos específicos (presença de INC, alimentos para fins específicos) e somente 13,5% utilizavam de maneira obrigatória (Austrália, Argentina, Brasil, Canadá, Estados Unidos da América, Israel, Malásia, Nova Zelândia, Paraguai e Uruguai) (HAWKES, 2004).

Detalhando o estudo, verifica-se que o primeiro país a introduzir a rotulagem obrigatória em alimentos embalados foi Israel, em 1993; em 1994 foi incorporado pelos Estados Unidos da América; e em 2003 no Canadá, Austrália, Malásia e Nova Zelândia. Ainda em 2003, foi aprovada a resolução de obrigatoriedade da rotulagem nutricional para os países membros do MERCOSUL (Argentina, Paraguai e Uruguai), sendo que estes deveriam fazer as adequações necessárias até o ano de 2006 (HAWKES, 2004).

No Brasil, no final da década de 1990 foi realizada a publicação das Portarias nº 41 e nº 42 de 1998, da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde (SVS/MS), correspondentes à Rotulagem Nutricional e à Rotulagem Geral de Alimentos Embalados (BRASIL, 1998a; BRASIL, 1998b).

A Portaria nº 41 SVS/MS tornou a rotulagem nutricional obrigatória apenas para aqueles alimentos nos quais se quisesse ressaltar alguma propriedade nutricional como a informação nutricional complementar. Neste caso, os alimentos deveriam constar o valor energético, conteúdo de proteínas, carboidratos, lipídios e fibras, sendo opcional a declaração de outros nutrientes, tais como minerais e vitaminas (BRASIL, 1998a). Com objetivo de complementar a Portaria nº 41, foi publicada no mesmo ano a Portaria nº 27 SVS/MS, a qual regulamentava a apresentação da informação nutricional complementar. Assim, foram estabelecidos critérios para que alegações nutricionais específicas pudessem ser destacadas nos rótulos, tais como "fonte de", "alto teor". Já os termos "reduzido" e "aumentado" deveriam ser utilizados para fazer o destaque comparativo das propriedades

nutricionais de um alimento novo em relação a um alimento convencional similar (BRASIL, 1998c).

Já a Portaria nº 42 estabelecia que os rótulos não deveriam apresentar alegações atribuindo aos alimentos propriedades que não possuísem, não sendo permitido o destaque da presença ou ausência de componentes que não fossem próprios do alimento ou sugerir o consumo para melhorar a saúde ou evitar doenças, dentre outras recomendações (BRASIL, 1998b). Em 2001, foi instituída no Brasil a obrigatoriedade da rotulagem nutricional a partir da publicação da RDC nº 94/2000. A Resolução se aplica aos alimentos produzidos, comercializados e embalados na ausência do consumidor e prontos para serem oferecidos. (BRASIL, 2000). Já em 2003, foi publicada a RDC nº 360/2003, legislação vigente sobre rotulagem nutricional (BRASIL, 2003).

A rotulagem nutricional é definida pela RDC nº360/2003 como toda inscrição presente no rótulo, destinada a divulgar ao consumidor informações sobre as propriedades nutricionais dos alimentos. O rótulo é qualquer etiqueta, marca ou outra indicação gravada, escrita ou impressa fixada na embalagem dos alimentos (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2007).

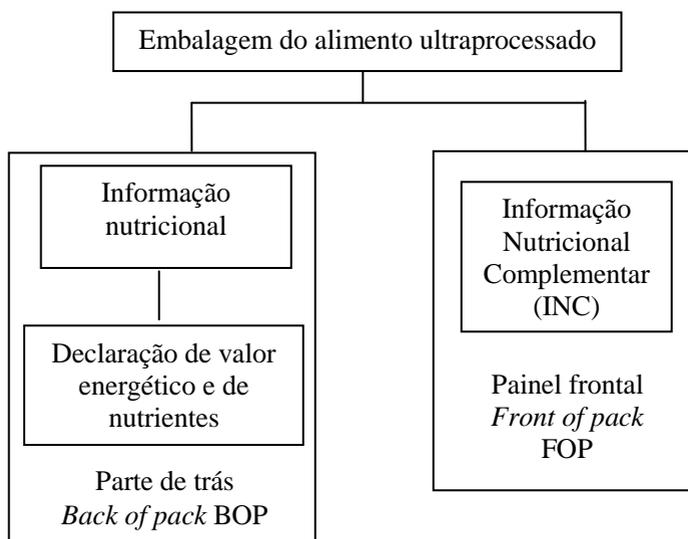
A rotulagem nutricional compreende na declaração do valor energético e de nutrientes e na declaração de propriedades nutricionais associadas ao alimento, que é denominada de INC (BRASIL, 2003).

A declaração de valor energético e de nutrientes, também chamada de informação nutricional, corresponde a relação do conteúdo de nutrientes do alimento, sendo a declaração do valor calórico, carboidratos, proteínas, gorduras totais, saturadas e *trans*, fibra alimentar e sódio obrigatórias. Se algum nutriente não obrigatório for utilizado na forma de INC ou outro tipo de declaração no rótulo, deve-se incluir o mesmo na informação nutricional (BRASIL, 2003).

Na maioria das embalagens de alimentos, a informação nutricional é disposta no formato de tabela, na parte de trás da embalagem (*BOP - back of pack*). Tais critérios somente não se aplicam quando não é possível utilizar a parte posterior da

embalagem, sendo as informações dispostas em local que esteja disponível. Já o painel frontal da embalagem (FOP - *front of pack*), é utilizado de maneira voluntária pela indústria alimentícia para destacar atributos do alimento, dentre estes a INC (CHANDON, 2013). Os componentes da embalagem do alimento ultraprocessado podem ser observados na Figura 1.

Figura 1 – Componentes da embalagem do alimento industrializado.



Fonte: Elaborado pela autora (2015).

A INC compreende representações que afirmem, sugiram ou impliquem que um alimento possui propriedades nutricionais particulares, diante do seu valor energético, de proteínas, gorduras, carboidratos, fibras alimentares, vitaminas e/ou minerais (BRASIL, 2012).

O uso da INC no Brasil é regulamentado pela RDC nº 54/2012, a qual apresenta especificações sobre sua utilização em

embalagens de alimentos pela indústria alimentícia. O regulamento se aplica para os alimentos que sejam comercializados prontos para oferta ao consumidor e possuam INC veiculada por meio de comunicação ou mensagem transmitida de maneira oral ou escrita. Além disso, todo alimento que apresentar a INC em sua embalagem deve estar de acordo com a regulamentação da RDC nº 360/2003, que diz respeito à informação nutricional obrigatória (BRASIL, 2012).

A indústria alimentícia é autorizada a colocar a INC nos rótulos de alimentos com o objetivo de destacar algumas características do produto. No entanto, Monteiro (2009) destaca que algumas alterações realizadas no processamento dos alimentos podem ser nutricionalmente questionáveis, como por exemplo, no destaque de vitaminas e minerais no painel frontal de alimentos que possuem elevadas quantidades de gorduras e açúcares.

Em países de língua inglesa, o termo *nutrition claim* ou *nutrient content claim* corresponde à INC utilizada no Brasil. *Nutrition claim* é qualquer representação que declare, sugira ou implique que um alimento possui propriedades nutricionais específicas quanto ao seu valor energético, ao conteúdo de proteínas, gorduras e carboidratos, bem como ao conteúdo de vitaminas e minerais (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2007).

Além da INC, que diz respeito às propriedades nutricionais do alimento, a embalagem também pode veicular outro tipo de alegação, a *health claim* (alegações em saúde, tradução livre). A alegação em saúde descreve a relação entre algum componente do alimento ou ingrediente e a redução do risco de doença ou condição relacionada à saúde (FOOD AND DRUG ADMINISTRATION, 2013). Um exemplo de alegação de saúde seria "dieta com baixo teor de sódio podem reduzir o risco de pressão alta". Nos Estados Unidos da América, apenas alegações de saúde aprovadas pela *Food and Drug Administration* (FDA) podem ser colocados nas embalagens dos alimentos (LYTTON, 2011). No Brasil, a RDC nº 54/2012, que

trata do uso da INC nas embalagens, não apresenta regulamentação sobre alegações em saúde.

2.2 PAINEL FRONTAL DA EMBALAGEM DE ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS DIRECIONADOS A CRIANÇAS

2.2.1 Alimentos ultraprocessados direcionados a crianças

Autores sugerem que, quando se trata da oferta de alimentos ultraprocessados para crianças, a indústria alimentícia muitas vezes pode utilizar o painel frontal das embalagens como estratégias de *marketing*, fazendo com que os produtos se tornem atrativos (ST-ONGE; KELLER; HEYMSFIELD, 2003; DREWNOWSKI, 2005; HARRIS, et al., 2009; MONTEIRO, 2009; HAWKES, 2010). Para este público, são muitas vezes utilizados atributos como a diversão, a funcionalidade e a interatividade para criar associações positivas ao alimento, à marca e à embalagem (SARANTOPOULOS; GATTI, DANTAS, 2010).

O *marketing* faz parte do processo de comunicação entre o consumidor e o alimento, podendo ser definido como um processo amplo que inclui todas as etapas de desenvolvimento de um produto e suas características de mercado (HAWKES, 2006; SOLOMON, 2011).

Segundo Hawkes (2010) alguns dos atributos de *marketing* utilizados para atrair a atenção das crianças à embalagem são: a presença de alegações nutricionais (INC); o formato da embalagem; a tecnologia aplicada na embalagem, como abre e fecha; a letra; as cores; e outras representações como imagens associadas ao alimento ou personagens.

No painel frontal da embalagem também podem estar presentes outras informações positivas sobre o alimento, como “energia para o seu dia” ou “ideal para o seu filho”; a presença de símbolos, indicando alguma característica ou atributo do alimento, como “contém alimento geneticamente modificado” ou

“alimento orgânico”; a presença de selos, como o selo de escolha saudável (STOCKLEY, 2007; INSTITUTE OF MEDICINE, 2011; WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2012). No APÊNDICE A, estão descritos e exemplificados os tipos de informação que podem estar presentes no painel frontal de embalagens de alimentos.

Em 2011, a partir da análise de 14 estudos realizados na América Latina, a Organização Pan-americana de Saúde (OPAS) (2011) observou que o *marketing* na maioria dos alimentos descritos como não saudáveis envolvia brindes, bem como o uso dessas estratégias de *marketing* nas embalagens de alimentos visava atrair a atenção das crianças.

Além das estratégias de *marketing* utilizadas no painel frontal dos alimentos ultraprocessados, autores também destacam a alta palatabilidade, a disponibilização destes alimentos nos locais de venda, que usualmente são colocados na parte inferior das gôndolas, para que haja melhor visualização do alimento pela criança, a criação de embalagens atrativas com preços acessíveis e promoções cruzadas (ST-ONGE; KELLER; HEYMSFIELD, 2003; MONTEIRO, 2009; BRASIL, 2010a; OLIVARES, et al., 2011; HEALTHY EATING RESEARCH, 2011; POPKIN; ADAIR; NG, 2012). Essas promoções ocorrem quando o fabricante utiliza produtos de outras empresas para promover seus próprios produtos, na maioria das vezes oferecendo objetos colecionáveis e prêmios (HEALTHY EATING RESEARCH, 2011).

Harris, Schwartz e Brownell (2009) verificaram em um supermercado norte-americano que o uso de promoções cruzadas em alimentos direcionados a crianças aumentou 78% entre os anos de 2006 e 2008. Dentre as promoções cruzadas, 71% destas envolviam personagens infantis licenciados por outras empresas e 57% eram especificamente direcionadas a crianças menores de 12 anos.

Vale ressaltar que as estratégias de *marketing* utilizadas nas embalagens de alimentos direcionados a crianças não agregam necessariamente qualidade ao alimento e estão usualmente associadas a alimentos de alta densidade energética,

com altas quantidades de açúcares, sal e gorduras, o que acaba contrariando as recomendações alimentares e nutricionais que deveriam ser seguidas para este público (HARRIS et al., 2009; WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2012).

Em estudo realizado por Colby et al. (2010) foi identificado que o *marketing* nutricional está presente com frequência em alimentos ultraprocessados, especialmente naqueles direcionados a crianças e que grande parte desses alimentos possuía altas quantidades de gordura saturada, sódio e/ou açúcar. Segundo esse mesmo estudo, qualquer estratégia de *marketing* (incluindo *marketing* na televisão, rádio ou na embalagem de alimentos) utilizado em alimentos ou bebidas que apresente informações não obrigatórias sobre saúde ou nutrição, deve ser considerado *marketing* nutricional.

Em estudo realizado por Lobstein et al. (2008), onde foi investigada a qualidade de cereais matinais em 32 países, foi verificado que a maioria dos cereais continha níveis elevados de açúcares e sódio. Além disso, as embalagens possuíam uma série de dispositivos para tornar o alimento atraente para as crianças, como personagens de desenhos animados, brindes, itens colecionáveis, jogos e INC.

Em outro estudo norte-americano que avaliou a qualidade nutricional de cereais matinais direcionados a crianças foi observado que, em média, os cereais direcionados a crianças continham 8% mais energia, 15% mais sódio e 52% mais açúcar por grama do que os cereais não direcionados a crianças, sendo que muitos destes cereais continham INC nas embalagens (SCHWARTZ et al., 2008).

2.2.2 Estado da Arte sobre o painel frontal de embalagens de alimentos direcionados a crianças

Quando se trata da abordagem comportamental, a bibliografia acadêmica normalmente é pouco específica no que diz respeito ao comportamento infantil. Portanto, pesquisas que trabalhem diretamente com crianças possibilitam que estas

possam se expressar a seu modo e elencar suas ideias sobre o assunto.

Foram realizadas buscas nas bases de dados Scielo, Pubmed e Scopus em fevereiro de 2014 e uma nova busca foi realizada em abril de 2015 com inclusão dos artigos publicados até essa data para verificar o estado da arte em relação à opinião de crianças sobre embalagens de alimentos direcionados a elas.

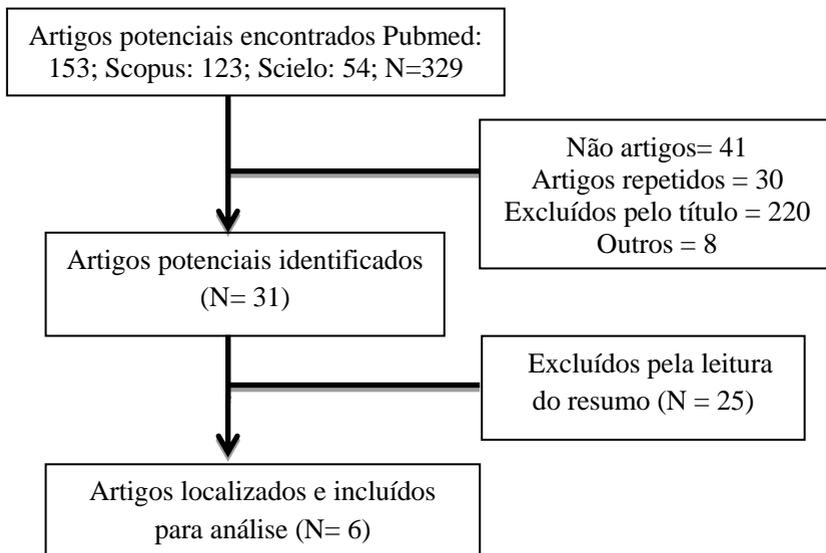
Na base de dados Scielo foram realizadas cinco buscas utilizando os seguintes termos: rotul\$ AND nutri\$; rotul\$ AND informação AND nutri\$; informação AND nutricional AND complementar; alegaç\$ AND nutricional; rotul\$ and crianç\$ OR escolar\$ and nutri\$.

Nas bases de dados Scopus e Pubmed foram utilizadas as seguintes combinações de termos: (“nutrition(al) claim” OR “nutrition related claim” OR “nutrient claim” OR “nutrient content claim” OR “food claim” OR “front of pack(age)”) AND (behavior OR perception OR opinion OR comprehension OR understanding) AND (child or children or scholar).

Após a seleção dos artigos, foi realizada a leitura dos títulos e resumos e elaborada planilha no programa *Microsoft Office Excel* 2010, na qual foram registrados os seguintes dados: autores, título do artigo, ano de publicação, local, tipo de estudo, população estudada, método e principais resultados encontrados.

As buscas foram realizadas sem restrição de data, estando apresentados os artigos selecionados na Figura 2.

Figura 2. Fluxograma de seleção de artigos sobre o estado da arte nas bases de dados Scielo, Scopus e Pubmed.



Fonte: Elaborado pela autora (2015).

Após as buscas, foram identificados nas referências destes estudos incluídos para análise mais quatro artigos de interesse, totalizando dez estudos, sendo dentre estes sete estudos experimentais e três estudos com grupos focais.

Estudo experimental realizado na Califórnia (EUA) objetivou verificar a influência da marca diante das escolhas de 63 crianças de três a cinco anos de idade. As crianças provaram cinco pares de alimentos e bebidas idênticos, um embalado por uma rede conhecida de *fast food* e outro de marca desconhecida. Por mais que o gosto dos alimentos fosse idêntico, o estudo evidenciou que crianças preferiram o gosto dos alimentos e bebidas da marca conhecida. Além disso, os efeitos foram significativamente maiores entre as crianças que consumiam essa marca com frequência (ROBINSON, 2007).

Em estudo realizado no Canadá, foram conduzidos grupos focais com crianças de 1ª a 6ª série, separadas por sexo e idade, para verificar como elas interpretavam as alegações utilizadas nas embalagens e seu conhecimento sobre saúde e nutrição. As questões norteadoras do estudo eram sobre a opinião das crianças a respeito do que elas consideravam como saudável, do que elas gostavam e se as INC presentes nas embalagens faziam sentido para aquele determinado alimento. Foi identificado que as crianças são altamente atentas a alimentos “divertidos” (*fun foods*) e suas embalagens. Além disso, os autores discutem que as crianças atribuíram significados rápidos, porém equivocados em considerar um alimento saudável, especialmente pela sua compreensão limitada em identificar quando um alimento realmente é saudável (ELLIOTT, 2009).

O estudo experimental conduzido por Roberto et al. (2010) procurou investigar o quão influente seria a presença de personagens de desenhos animados no gosto e nas preferências alimentares de 40 crianças americanas entre quatro e seis anos de idade. As crianças provaram três pares de alimentos idênticos (biscoitos, goma de mascar de fruta e cenouras) apresentadas em embalagens com e sem personagens populares de desenho animado. As crianças preferiram o sabor dos alimentos que continham personagens populares de desenhos animados na embalagem, em comparação com os mesmos alimentos sem personagens.

Nos Estados Unidos da América, pesquisadores procuraram compreender, por meio de um estudo experimental, a influência da INC nas escolhas alimentares de 124 escolares de 4ª e 5ª série e verificar os efeitos antes e depois de realizar atividades de educação nutricional. Foram utilizadas quatro caixas do mesmo cereal matinal, sendo: 1) sem nenhuma alegação (controle); 2) com alegação em saúde; 3) com INC; e 4) com selo; sendo as crianças divididas aleatoriamente em uma das quatro condições. As INC contidas no painel frontal das embalagens influenciaram no comportamento de escolha por alimentos menos saudáveis (MILLER et al., 2011).

Pesquisa realizada por Lapierre, Vaale e Linebarger (2011), foi investigado se personagens e alegações nas embalagens de cereais afetavam na avaliação do sabor por 80 crianças entre quatro e seis anos de idade. Neste estudo experimental, foram utilizadas quatro caixas de cereal: 1) nome contendo a palavra saudável; 2) nome contendo a palavra açucarado; 3) personagem na embalagem; e 4) sem personagem na embalagem. Cada criança observava somente uma das embalagens, provava o cereal e classificava seu sabor por meio de escala hedônica facial de cinco pontos. De modo geral, os cereais que continham personagem e a palavra saudável no painel frontal foram mais bem avaliados.

Outro estudo realizado no Canadá com 52 grupos focais (225 crianças de 1ª a 6ª série) objetivou investigar a opinião de crianças sobre as diferentes informações contidas nas embalagens. As crianças utilizaram-se das cores, personagens, imagens e alegações presentes no painel frontal para considerar os alimentos como mais saudáveis. Os autores apontam que esses elementos presentes no painel frontal interferem na habilidade das crianças em fazer escolhas saudáveis quando se trata da embalagem (ELLIOTT, BRIERLEY, 2012).

Nos Estados Unidos da América, Soldavini, Crawford, Ritchie (2012) realizaram estudo por meio de entrevistas individuais com 47 escolares de 4ª e 5ª série de três classes de três diferentes colégios públicos, selecionados por amostra de conveniência. Cada criança provou cinco pares de alimentos ultraprocessados, cada par composto por um alimento que continha INC (bolachas, biscoitos e sucos) e sua versão similar que não continha INC. Posteriormente, foi verificada a opinião das crianças por meio de perguntas sobre qual alimento eles consideravam ser mais saudável e mais gostoso. A maioria das crianças mostrou preferência, além de identificar como mais saudáveis e saborosos os alimentos que continham INC nas embalagens em comparação com alimentos similares que não possuíam estas alegações.

Na Austrália, Dixon et al. (2013), buscaram investigar em um estudo experimental como 1302 crianças de 5ª e 6ª série

respondiam a alegações contidas no painel frontal de alimentos *EDNP* (pobre em nutrientes e com alta densidade energética) por intermédio de questionário *online*. Foram utilizados quatro tipos de alegações: 1) sem promoção (controle); 2) INC; 3) celebridades do esporte e; 4) ofertas *Premium* (brindes). Foi verificado que as crianças de ambos os sexos eram mais propensas a escolher alimentos que apresentavam INC nas embalagens, já os meninos eram mais atraídos pelas celebridades do esporte.

No Canadá, Elliott, Carruthers Den Hoed e Conlon (2013) investigaram em um estudo experimental, com 65 crianças de 3 a 5 anos, o efeito das embalagens e da marca nas preferências alimentares infantis. As crianças provaram cinco pares de alimentos idênticos em três diferentes tipos de embalagens, duas de redes conhecidas de *fast food* e uma terceira sem marca, porém com embalagem decorada. Foi perguntado para as crianças se o gosto dos alimentos era o mesmo ou se algum era mais gostoso. A maioria das crianças mostrou preferência pelas “embalagens decoradas” (livre tradução) em comparação àquelas de marcas conhecidas.

Na Guatemala, Letona et al. (2014) procuraram verificar como crianças de escola pública percebem as embalagens de alimentos. Foram realizados seis grupos focais com crianças de 7 a 12 anos. Foi verificado no estudo que a maioria das crianças escolhe seu produto favorito com base no sabor dos alimentos. Aspectos visuais como personagens, cores, imagens influenciaram as crianças a selecionar sua embalagem favorita e em dizer que o produto era saudável.

Além disso, um destes estudos (MILLER et al., 2011) realizou discussão sobre a formação de um *hallo effect* (efeito halo, em tradução livre) diante da percepção das crianças sobre as embalagens dos alimentos. O efeito halo ocorre quando a avaliação a respeito de um item da embalagem (marca, INC, personagens) pode interferir no julgamento sobre outros fatores, como a qualidade do alimento (BUBLITZ; PERACCHIO; BLOCK, 2010). O estudo de Miller et al. (2011) discute que informações contidas no painel frontal das embalagens podem

influenciar nas escolhas através de um mecanismo cognitivo, percebendo positiva ou negativamente essas informações para assumir quando o alimento é saudável.

Diante de tais fatores, alimentos que apresentam INC e outras informações no painel frontal das embalagens podem influenciar na tomada de decisão das crianças, na medida em que criam um efeito em torno do alimento, podendo levar a percepções equivocadas (CHANDON; WANSINK, 2007; BUBLITZ; PERACCHIO; BLOCK, 2010). Além disso, podem influenciar no consumo e levar a excessos, fazendo com que seja consumido um maior volume do alimento (CHANDON, 2013).

No Quadro 1 estão dispostos os estudos identificados sobre a opinião de crianças por ano de publicação, local, população do estudo e principais resultados encontrados.

Quadro 1 – Estado da arte - revisão sobre a opinião de crianças diante das informações contidas nas embalagens alimentos ultraprocessados.

Autores e ano	Local	População	Principais resultados
Robinson, 2007	Estados Unidos da América	63 crianças de 3-5 anos de idade	Crianças preferiram o sabor dos alimentos e bebidas que eram da marca conhecida em comparação com a marca desconhecida.
Elliott, 2009	Canadá	36 crianças de 1ª a 6ª série	Crianças são altamente atentas a alimentos divertidos (<i>fun foods</i>) e suas embalagens. Atribuem significados rápidos, porém equivocados, sobre como determinar quando um alimento é saudável.
Roberto et al., 2010	Estados Unidos da América	40 crianças de 4-6 anos de idade	Crianças preferiram o sabor dos alimentos que continham personagens populares de desenhos animados na embalagem, em comparação com os mesmos alimentos sem personagens.
Miller et al., 2011	Estados Unidos da América	124 crianças de 4ª e 5ª série	Crianças tendem a escolher alimentos piores quando estes contêm INC. A educação nutricional na escola reduz o efeito do INC.
Lapierre, Vaale, Linebarger, 2011	Estados Unidos da América	80 crianças de 4 a 6 anos	O cereal que continha personagem foi mais bem classificada do que o que não continha personagem. O cereal que continha a palavra saudável foi mais bem classificado que o que continha a palavra açucarado.

Quadro 1 – Estado da arte - revisão sobre a opinião de crianças diante das informações contidas nas embalagens alimentos ultraprocessados (continuação).

Autores e ano	Local	População	Principais resultados
Soldavini, Crawford, Ritchie, 2012	Califórnia	47 crianças de 4 ^a e 5 ^a série	A maioria das crianças mostrou preferência, além de identificar como mais saudáveis e saborosos os alimentos que continham INC nas embalagens.
Elliott, Brierley, 2012	Canadá	225 crianças de 1 ^a a 6 ^a série	Crianças se basearam fortemente nos aspectos visuais, como as cores, imagens, personagens e a INC para considerar os alimentos como mais saudáveis.
Dixon et al., 2013	Austrália	1302 crianças de 5 ^a e 6 ^a série	Crianças de ambos os sexos eram mais propensas a escolher alimentos que apresentavam INC nas embalagens.
Elliott, Den Hoed, Conlon, 2013	Canadá	65 crianças de 3-5 anos de idade	Crianças preferiram o sabor dos alimentos que possuíam embalagens decoradas em comparação com os mesmos alimentos de duas marcas conhecidas.
Letona et al., 2014	Guatemala	7-12 anos de idade	A maioria das crianças escolheu seu produto favorito com base no sabor dos alimentos. A presença de personagens, cores e imagens influenciaram na seleção da embalagem favorita e em dizer que o alimento é saudável.

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

A partir destes estudos, pode-se verificar a eficácia das estratégias utilizadas no painel frontal das embalagens em influenciar as preferências alimentares das crianças, onde a escolha recai usualmente sobre alimentos que contêm estratégias direcionadas para elas.

2.2.3 Ações de regulamentação perante as estratégias de *marketing* em alimentos

A OMS propôs em 2004, por intermédio da publicação da Estratégia Global para Promoção da Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde, que os governos firmassem parcerias intersetoriais com entidades relacionadas à área de *marketing* de alimentos e entidades da sociedade civil, para que fossem promovidas medidas necessárias voltadas à regulamentação da publicidade dos alimentos, principalmente para aqueles destinados as crianças. Tais medidas atuariam no combate e prevenção das DCNTs, além de auxiliar na promoção de escolhas alimentares mais saudáveis. Para a concretização desta estratégia, a OMS recomendou que fossem elaborados planos e políticas nacionais, com o apoio da legislação, da infraestrutura administrativa e com fundos orçamentário e financeiro adequados, bem como investimentos em vigilância, pesquisa e avaliação (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2004).

No Brasil, o Ministério da Saúde, por meio da Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN), formulou em 2005 o Guia Alimentar para a População Brasileira. O Guia publicado em 2006 apresentou as primeiras diretrizes oficiais para a população brasileira acerca de hábitos alimentares saudáveis, visando contribuir na promoção de saúde e prevenção de doenças (BRASIL, 2006). Em 2013, com base nas transformações sociais vivenciadas pela sociedade brasileira, que impactaram sobre suas condições de saúde e nutrição, esse guia passou pela formulação de uma segunda edição (BRASIL, 2014).

O recente Guia Alimentar para a População Brasileira ressalta que as pessoas devem ter autonomia perante suas

escolhas alimentares, sendo que o acesso adequado a informações confiáveis sobre as características da alimentação saudável contribuem para tal, inclusive quando se trata da embalagem de alimentos, sendo a rotulagem nutricional uma ferramenta de apoio para a realização de escolhas por alimentos mais adequados (BRASIL, 2014).

No entanto, por mais que parcerias do governo com a indústria alimentícia possa ser uma importante medida para a promoção de melhorias nas políticas e programas ligados à alimentação e nutrição, Monteiro (2010) discute que é conflitante esperar que empresas que produzem alimentos de alto valor energético e baixo valor nutricional sejam efetivamente parceiras, pois o trabalho delas é focado nas vendas e nos lucros. Deste modo, são necessárias regulamentações e leis efetivas sobre o marketing de alimentos. Em contrapartida, quando se trata da publicidade de alimentos dirigida as crianças, os obstáculos são diversos.

Em 2006, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) realizou Consulta Pública sobre a regulamentação da oferta, propaganda e publicidade de alimentos de baixo valor nutricional. Nessa Consulta Pública foram abordados temas referentes a alimentos destinados às crianças, dentre os quais: as propagandas de alimentos com alto teor de açúcar, gorduras saturadas e *trans*, sódio e bebidas com baixo teor nutricional só poderiam ser veiculadas entre 21h00min e 6h00min; não deveriam ser divulgadas em instituições de ensino e em outras entidades destinadas a fornecer cuidados às crianças; não deveriam sugerir que o alimento é benéfico para a saúde; não deveriam utilizar este tipo de publicidade vinculada a personagens, brinquedos, filmes, jogos eletrônicos e páginas de internet. Por fim, sugeriu-se que fossem publicadas mensagens de advertência sobre os riscos do consumo excessivo destes alimentos, a exemplo do que ocorre nas propagandas de bebida alcoólica e cigarro (BRASIL, 2006).

Após várias discussões, a ANVISA manteve somente os alertas sobre os riscos à saúde associados ao consumo desses alimentos. Esse texto foi aprovado e originou a RDC nº 24 que

entraria em vigor em dezembro de 2010 (BRASIL, 2010b). No entanto, a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA) conseguiu suspender a aplicação desta RDC para as indústrias associadas a ela, de acordo com publicação do Conselho da Justiça Federal (BRASIL, 2013a).

Em 2008, a publicação da Resolução do Conselho Nacional de Saúde (CNS) nº 408 teve como objetivo aprovar diretrizes voltadas a regulamentação da publicidade, propaganda e informações sobre alimentos, especialmente os direcionados a crianças, coibindo práticas excessivas. Tal resolução reforçou algumas ações que vinham sendo desenvolvidas pelo Ministério da Saúde, com o objetivo de melhorar as condições de nutrição e saúde da população brasileira. Além disso, também foram estabelecidos critérios sobre a identificação de alimentos saudáveis, foi proibida a oferta de brindes que poderiam induzir o consumo e o uso de frases advertindo o risco em caso de consumo excessivo (BRASIL, 2009a).

Em 2012, o Marco de Referência de Educação Alimentar e Nutricional foi instituído com objetivo estratégico fundamental de promover práticas alimentares saudáveis, além de objetivar prevenir e controlar desordens alimentares e nutricionais (BRASIL, 2012). O marco tem como um de seus propósitos tornar o indivíduo como ser autônomo e ativo perante as suas escolhas, práticas alimentares e sua capacidade de interpretar, dirigir e transformar o mundo ao seu redor.

Em outubro de 2013, foi publicado um documento do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA) dirigido à ANVISA, recomendado que fossem agilizados os processos de atualização da regulamentação da rotulagem de alimentos. Foi sugerido que houvesse a participação da sociedade civil, academia e governo em busca de melhorias na informação e proteção do consumidor contra estratégias persuasivas de *marketing* dos alimentos para, deste modo, auxiliar na melhoria das condições de saúde da população brasileira (BRASIL, 2013b).

Além disso, a Resolução nº 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), de 13 de

março de 2014, considera que a prática do direcionamento de publicidade e comunicação mercadológica à criança com a intenção de persuadi-la ao consumo de qualquer produto ou serviço é abusiva e, portanto, ilegal. Com a publicação dessa resolução, ficou proibido o direcionamento à criança de anúncios impressos, comerciais televisivos, *banners* e *sites*, promoções, ações em *shows*, apresentações nos pontos de venda e embalagens.

Nesse contexto, a realização do presente estudo justificou-se, ao considerar os seguintes fatores: a relação entre o excesso de peso e o alto consumo de alimentos ultraprocessados pelas crianças; a composição nutricional destes alimentos; a função da rotulagem nutricional como auxiliadora das escolhas alimentares e a percepção equivocada das crianças sobre os alimentos com INC e outras estratégias de *marketing* presentes nas embalagens.

Outro ponto a ser destacado é que, apesar de alguns estudos internacionais investigarem o que as crianças compreendem sobre as informações contidas nas embalagens de alimentos ultraprocessados, no Brasil a busca não identificou estudos que procuraram conhecer a opinião das crianças em idade escolar sobre esta temática.

3. MÉTODO

3.1 DELINEAMENTO DO ESTUDO

O presente estudo utilizou abordagem exploratória, descritiva e qualitativa.

A abordagem exploratória procurou proporcionar maior familiaridade com o problema. Nesta etapa estão incluídos os procedimentos adotados por Rodrigues (2013) e Machado (2014), no qual foi realizada uma classificação dos alimentos industrializados direcionados a crianças. Essa classificação foi feita com base em um levantamento censitário sobre rotulagem nutricional de alimentos industrializados, disponíveis à venda em um supermercado pertencente a uma das dez maiores redes de supermercados do Brasil.

Ainda, no presente estudo foi realizada uma revisão de literatura sobre a opinião de crianças diante das embalagens de alimentos direcionados a elas e sobre a INC, a qual culminou em uma base teórica mais consistente sobre o assunto, guiando as fases subsequentes da pesquisa. Segundo Gil (2007), a pesquisa exploratória tem como objetivo fornecer compreensão e entendimento do problema com o qual o pesquisador está envolvido, buscando a apropriação da temática estudada. Este modelo de pesquisa é utilizado nos casos em que o pesquisador precisa definir o problema mais precisamente, identificando cursos de ação.

Para a abordagem descritiva foi realizada uma análise e posterior caracterização das embalagens de alimentos classificadas como direcionadas a crianças quanto ao grau de processamento e à presença e ao tipo de INC disponível no painel frontal. A abordagem descritiva procura descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, como a observação sistemática (GIL, 2007).

A abordagem qualitativa do estudo visou entender e descrever os fenômenos sociais “por dentro”, refletindo a diversidade da população estudada, respondendo perguntas sobre

“o que”, “como” ou “por que” da ocorrência destes fenômenos (MAYS; POPE, 1995; GREEN; THOROGOOD, 2004; FLICK, 2009). Entre as técnicas que este tipo de pesquisa têm-se os grupos focais, que são uma variante das entrevistas individuais (MAYS; POPE, 1995). Os grupos focais encorajam e estimulam a comunicação entre os participantes, proporcionando que estes compartilhem suas experiências e pontos de vista (MAYS; POPE; 1995; GREEN; THOROGOOD, 2004).

3.2 DEFINIÇÃO DE TERMOS RELEVANTES

Para melhor compreensão do estudo, estão apresentados em ordem alfabética, as definições dos principais termos a serem utilizados.

Alimento: É toda substância que se ingere em estado natural, semi-elaborada ou elaborada, destinada ao consumo humano, incluídas as bebidas e outras substância utilizadas em sua elaboração, preparo ou tratamento, excluídos os cosméticos, o tabaco e as substâncias utilizadas unicamente como medicamentos (BRASIL, 2002).

Alimento ultraprocessado: Alimento com elevado grau de processamento e maior durabilidade, acessibilidade e palatabilidade. Pode ter adição de sal e açúcar, aditivos, vitaminas e minerais, podendo ser submetido a técnicas como fritar, assar, defumar, refogar, cozinhar ou secar. Usualmente possuem altas quantidades de energia, sódio, gorduras trans, bem como baixas quantidades de fibras e micronutrientes (BRASIL, 2014).

Alimento industrializado direcionado a crianças: São considerados alimentos direcionados a crianças aqueles que possuem algum tipo de *marketing* na embalagem, como por exemplo, a presença de personagens, imagens, desenhos e a utilização de cores e letra atrativas (HAWKES, 2010).

Consumidores de alimentos: Pessoas físicas que atuam na compra de alimentos com o objetivo de satisfazer suas necessidades alimentares e nutricionais (BRASIL, 2003).

Crianças: Indivíduos com idade entre 2 a 9 anos (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2005).

Embalagem: É o recipiente, o pacote ou o invólucro destinado a garantir a conservação e facilitar o transporte e o manuseio dos alimentos (BRASIL, 2002).

Efeito halo: É a possibilidade de que a avaliação a respeito de um item possa interferir no julgamento sobre outros fatores do alimento (BUBLITZ; PERACCHIO; BLOCK, 2010).

Informação nutricional: É a informação apresentada no alimento referente ao valor energético e de nutrientes (FAO/WHO, 2007).

Informação nutricional complementar: Qualquer representação que afirme, sugira ou implique que um produto possui propriedades nutricionais particulares, diante do seu valor energético, de proteínas, gorduras, carboidratos, fibras alimentares, vitaminas e/ou minerais (BRASIL, 2003; BRASIL, 2012).

Marketing: Processo amplo que inclui desenvolvimento de produto, distribuição, pesquisa de mercado, definição de preço, embalagem, publicidade, promoções e relações públicas (HAWKES, 2006).

Rótulo: Qualquer etiqueta, marca ou outra indicação gravada, escrita ou impressa fixada na embalagem dos alimentos (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2007).

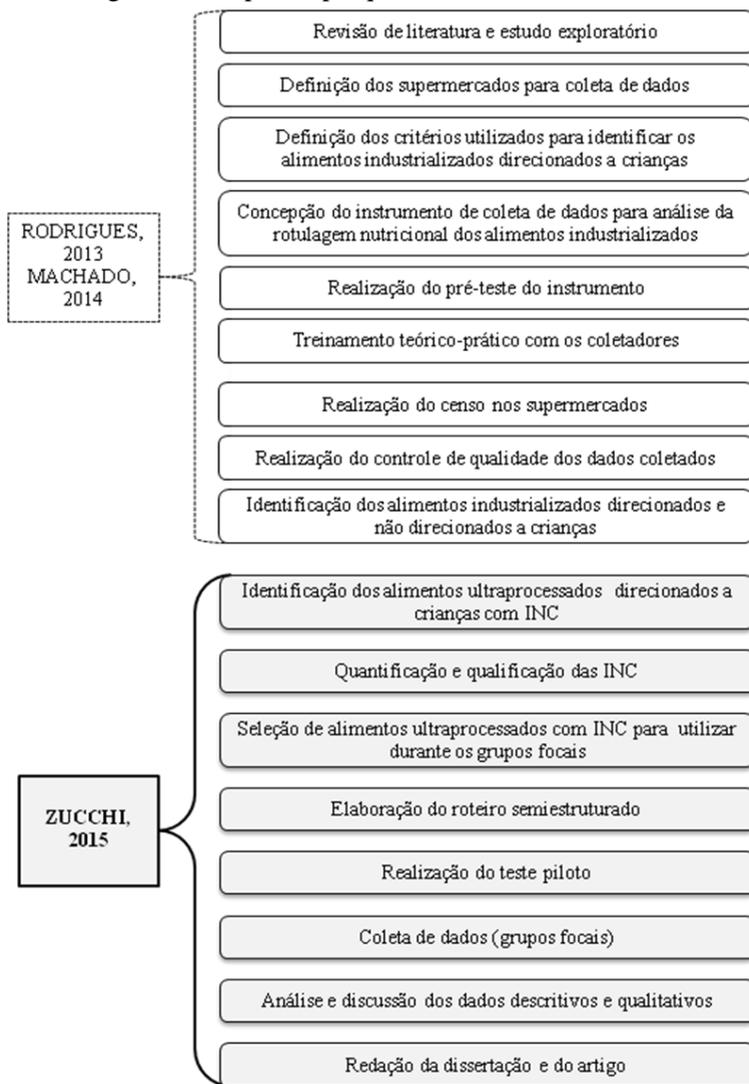
Rotulagem nutricional: É toda inscrição presente no rótulo, que destine divulgar ao consumidor informações sobre as

propriedades nutricionais dos alimentos. Compreende na declaração do valor energético e de nutrientes e na declaração de propriedades nutricionais associadas ao alimento, denominada de Informação Nutricional Complementar (BRASIL, 2003).

3.3 ETAPAS DA PESQUISA

Para atingir os objetivos propostos, a pesquisa foi desenvolvida considerando as etapas expostas na Figura 3.

Figura 3 – Etapas da pesquisa.



Fonte: Elaborado pela autora (2015).

3.3.1 Etapa exploratória

Esta pesquisa está inserida no projeto “Rotulagem nutricional em alimentos industrializados brasileiros: análise multitemática sobre a utilização pelo consumidor e influência nas escolhas” tendo sido contemplado pelo edital CNPq/ANVISA N° 05/2014 processo número 440040/2014-0.

A partir deste projeto foi realizado um levantamento censitário, de outubro a dezembro de 2013, sobre a rotulagem nutricional de alimentos industrializados disponíveis à venda em um supermercado pertencente a uma das dez maiores redes de supermercados do Brasil (RODRIGUES, 2013; MACHADO, 2014). A definição do supermercado pertencente a uma das dez maiores redes de supermercados do Brasil foi realizada de acordo com o *ranking* publicado pela Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS, 2013). Ainda, por ser um supermercado de rede nacional, certo número de produtos disponíveis a venda acaba sendo comum em mais locais do Brasil, o que caracteriza uma boa diversidade da amostra.

Foram incluídos no levantamento censitário todos os alimentos industrializados para os quais a legislação brasileira sobre rotulagem nutricional é aplicável, considerando a RDC n° 360/2003 (BRASIL, 2003).

Foram excluídos do censo:

- alimentos aos quais não se aplica a legislação brasileira de rotulagem nutricional: bebidas alcoólicas; aditivos alimentares e coadjuvantes de tecnologia; especiarias; águas minerais e demais águas destinadas ao consumo humano; vinagres; sal (cloreto de sódio); café, erva mate, chá e outras ervas sem adição de outros ingredientes; produtos fracionados nos pontos de venda a varejo, comercializados como pré-medidos; frutas, vegetais e carnes *in natura*, refrigeradas e congeladas (BRASIL, 2003);
- alimentos específicos para lactentes e crianças de primeira infância; Foram excluídos porque as recomendações do Guia Alimentar para a População Brasileira são referentes ao consumo alimentar de indivíduos com mais de dois anos (BRASIL, 2006);

- alimentos industrializados de panificação produzidos, embalados e rotulados pelo supermercado, pela não obrigatoriedade de rotulagem nutricional nesse tipo de alimento;
- alimentos fracionados, embalados e rotulados pelo supermercado, produzidos por outras empresas. Essa exclusão justificou-se pela impossibilidade de verificar a fidedignidade da rotulagem elaborada pelo supermercado diante da rotulagem apresentada pela empresa fabricante do produto, o que poderia comprometer a análise dos dados.

Para a realização do registro das informações sobre os alimentos, foi elaborado um formulário eletrônico por meio do *software* EpiCollect e instalado em *tablets* Samsung Galaxy® Tab 7.0 Plus. Treze coletadores participaram da coleta de dados (membros do grupo de pesquisa (NUPPRE): estudantes de graduação ou pós-graduação em nutrição da UFSC). Estes receberam um treinamento teórico-prático sobre a coleta de dados. Na identificação de alimentos industrializados, os coletadores foram instruídos a registrar no formulário:

- Nome comercial, marca, fabricante e país de origem do alimento;
- Tipo (ex. biscoito, bebida láctea, chocolate);
- Sabor do alimento;
- Preço;
- Peso total da embalagem (g);
- Presença e tipo de estratégia de *marketing* direcionado(s) à criança utilizado(s);
- Presença e tipo(s) de INC(s) utilizada(s);
- Dados da tabela de informação nutricional (porção, medida caseira, valor energético total, gorduras totais, saturadas e trans, fibras, sódio, vitaminas e minerais);
- Lista de ingredientes.

Além das informações referentes aos alimentos, as coletadoras foram instruídas a tirar fotos de todos os ângulos do rótulo do alimento.

A coleta de dados foi realizada de forma individual no período de 31 de outubro até 10 de dezembro de 2013. Cada coletador ficou responsável por coletar informações de alimentos

industrializados previamente definidos. As informações coletadas no censo foram transferidas por WiFi para o site do software Epicollect plus e posteriormente, exportadas automaticamente para o software Microsoft Excel® versão 2007.

Como controle de qualidade, Rodrigues (2013) e Machado (2014) verificaram as informações coletadas com base nas fotos tiradas no momento da coleta de dados de 10% dos alimentos industrializados. O banco de dados gerado nas coletas foi transferido para planilhas do software Microsoft Excel® versão 2007.

A partir da coleta de dados, foram identificados os alimentos industrializados direcionados a crianças (RODRIGUES, 2013; MACHADO, 2014). Foram considerados como alimentos industrializados direcionados a crianças aqueles que apresentaram, ao menos, uma destas estratégias de *marketing*: frases como “ideal para o lanche do seu filho”; faixa etária especificada (de 2 a 9 anos); personagens de desenhos animados ou filmes (ex. Bob Esponja, Mickey); personagens próprios da marca (ex. Tony, o Tigre); celebridades infantis; desenhos, animais ou criaturas (ex. estrelinhas, dinossauros, tubarões); jogos ou passatempos nas embalagens ou formato ou cor direcionado à criança (ex. sopa de letrinhas ou refrigerante laranja brilhante); ou associação com brindes (CHAPMAN et al, 2006; ELLIOTT, 2008; SCHWARTZ et al., 2008; HAWKES, 2010; LYTHGOE et al, 2013).

3.3.2 Etapa descritiva

Com base nos alimentos industrializados coletados no levantamento censitário, foram identificados 535 alimentos que preenchiam os critérios especificados como direcionados a crianças (RODRIGUES, 2013; MACHADO, 2014). O presente estudo baseou-se na análise das fotos das 535 embalagens desta amostra de alimentos industrializados direcionados a crianças.

A categorização dos alimentos com base no grau de processamento para identificar a prevalência de alimentos ultraprocessados foi realizada de acordo a classificação proposta

pelo Guia Alimentar para a População Brasileira (2014). Os alimentos ultraprocessados são os lanches prontos para consumo, petiscos ou sobremesas (pães, barras de cereais, biscoitos, batatas fritas, bolos e doces, sorvetes, cereais matinais açucarados, bebidas à base de leite açucaradas, refrigerantes e bebidas açucaradas em geral) e os produtos prontos ao aquecer criados para substituir pratos e refeições preparadas em casa (massas, pizza congelada, salsichas, *nuggets* de frango, macarrão instantâneo, palitos de peixe e sopas enlatadas ou desidratadas) (BRASIL, 2014).

A prevalência de INC nas embalagens de alimentos ultraprocessados foi feita de acordo com a RDC nº 54/2012. A INC compreende representações que afirmem, sugiram ou impliquem que um alimento possui propriedades nutricionais particulares, diante do seu valor energético, de proteínas, gorduras, carboidratos, fibras alimentares, vitaminas e/ou minerais. Segundo esta legislação, a INC compreende na declaração de propriedades relativas ao conteúdo absoluto de nutrientes e na declaração de propriedades comparativas (BRASIL, 2012).

As declarações de conteúdo absoluto são referentes à INC que descreve o nível e/ou a quantidade de um ou mais nutrientes e/ou valor energético contido no alimento. Os termos permitidos são: baixo (pouco, baixo teor de, leve em), não contém (livre de, zero, 0, 0%, sem, isento de), alto conteúdo (rico em, alto teor), fonte (com, contém), muito baixo e sem adição (zero adição de, sem). Podem receber este tipo de alegação o valor energético, açúcares, gorduras totais, saturadas e *trans*, ácidos graxos ômega 3, 6 e 9, colesterol, sódio, sal, proteínas, fibra alimentar, vitaminas e minerais. Já as declarações de conteúdo comparativo são relativas ao destaque de uma modificação nutricional relacionada no alimento, sendo o aumento ou a redução de algum componente. Podem ser realizadas INC de conteúdo comparativo para valor energético, açúcares, gorduras totais e saturadas, colesterol, sódio, proteína, fibra alimentar, vitaminas e minerais (BRASIL, 2012).

Após a identificação dos alimentos ultraprocessados direcionados a crianças com INC, foram escolhidos quatro painéis frontais de alimentos de marcas conhecidas, para orientar a condução de grupos focais com crianças. Para a escolha, levou-se em consideração: ser alimentos ultraprocessados prontos para o consumo ou prontos para aquecer, comumente consumido por crianças (SOUZA e SILVA, 2009; MALIK; WILLET; HU, 2013; KEAST et al., 2013); que pudessem ser consumidos tanto em refeições principais quanto em lanches; que possuíssem tipos de INC diferentes em cada painel frontal (vitaminas, minerais, gorduras, calorias); e presença de passatempo ou brinde em um dos painéis frontais. Três dos alimentos escolhidos tinham consistência sólida e um era de consistência líquida (Tabela 1; Quadro 2).

Tabela 1 - Características das embalagens de alimentos escolhidas para orientar a condução dos grupos focais.

Alimento	Imagens	INC	Outras informações
1) Pão tipo bisnaguinha	- Figura de um menino (não relacionado à marca) - Botões de <i>videogame</i>	- Fonte de vitaminas A e D - 0% gordura <i>trans</i>	- Integral - <i>Play</i>
2) Empanado de carne de frango	- Personagem de história em quadrinhos	- Fonte de vitaminas B1, B2 e B6 - Rico em vitamina B12 - Fonte de ferro e zinco	-
3) Salgadinho de pacote	- Figura de um personagem (animal) relacionado à marca	- 25% menos sódio e gordura saturada - 0% gordura <i>trans</i>	Símbolo de transgênico (T)
4) Bebida achocolatada	- Personagem relacionado à marca executando uma ação com bola de futebol	- <i>Light</i> : 50% menos calorias	- Associação com brinde (adesivo) - Valor energético total



Quadro 2 - Embalagens de alimentos ultraprocessados com Informação Nutricional Complementar escolhidos para orientar a condução dos grupos focais.

3.3.3 Etapa qualitativa

A abordagem qualitativa visa entender e descrever os fenômenos sociais “por dentro”, refletindo a diversidade da população que se pretende analisar, respondendo perguntas sobre “o que”, “como” ou “por que” da ocorrência destes fenômenos

(MAYS; POPE, 1995; GREEN; THOROGOOD, 2004; FLICK, 2009). A pesquisa qualitativa deve obedecer a critérios de sistematização e concisão durante a coleta e interpretação dos dados. Entre as técnicas que este tipo de pesquisa pode utilizar, têm-se os grupos focais, que são uma variante das entrevistas individuais (MAYS; POPE, 1995).

Quando se trata de crianças, o grupo focal é considerado um método produtivo para explorar suas atitudes e ideias. Uma vantagem do seu uso com crianças é que o método valoriza os participantes como experientes no assunto abordado, fazendo com que estes interajam e participem, elencando seus pensamentos, de acordo com suas perspectivas e visões sobre determinados assuntos (HEARY; HENNESSY, 2002). Além disso, Elliott e Brierley (2012) destacam que esta abordagem é particularmente apropriada para investigar as interpretações de crianças sobre embalagens de alimentos, uma vez que permite respostas abertas, as quais podem vir a ser investigadas e esclarecidas.

A etapa qualitativa da pesquisa foi realizada em um colégio particular de Florianópolis-SC. A escolha da escola baseou-se no fato de estudos anteriores terem identificado uma maior propensão ao consumo destes alimentos por crianças de escola particular (DO NASCIMENTO, FIATES, 2013; MAZZONETTO, FIATES, 2014). Foram convidadas a participar da pesquisa todas as crianças entre 8 e 10 anos de idade (4ª e 5ª séries) regularmente matriculadas no colégio. Segundo John (2008), nessa faixa etária, as crianças estão em um estágio analítico da socialização do consumidor, são capazes de fazer uma avaliação ponderada, considerando vários atributos da embalagem do alimento. Possuem consciência sobre marcas, especificamente de alimentos direcionados a elas. Têm maior conhecimento de fontes de informação pessoal e de mídia e são capazes de avaliar dois ou mais atributos e analisar a relação custo/benefício. Valorizam o significado e a importância social do alimento.

Foi enviado um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (APÊNDICE B) aos pais ou responsáveis

por intermédio das crianças, explicando os objetivos do estudo e questionando sobre a participação de seus filhos na pesquisa. Fizeram parte da pesquisa todas as crianças que trouxeram o TCLE assinado pelos pais ou responsáveis e que aceitaram participar dos grupos focais.

Para a condução dos grupos focais foi utilizado um roteiro semiestruturado (APÊNDICE C). A elaboração do roteiro semiestruturado foi realizada de acordo com as etapas propostas por Krueger e Casey (2009). Primeiramente, pesquisadores familiarizados com a condução de grupos focais com crianças se reuniram para uma “tempestade de ideias”, onde as sugestões levantadas foram gravadas e anotadas. Posteriormente, as perguntas foram formuladas de forma aberta, curta e simples, em linguagem compatível com a utilizada pela população do estudo. Além das perguntas, foram incluídos alguns estímulos na forma de perguntas pontuais (ex: O que é? Por quê?), que foram utilizadas quando os temas investigados não surgiram espontaneamente.

Com o roteiro previamente estruturado, foi realizada conversa com uma criança do sexo masculino da mesma faixa etária do estudo, sendo que a partir desta conversa foram excluídas algumas perguntas e adicionadas outras. Posteriormente, buscou-se *feedback* dos mesmos pesquisadores que participaram da “tempestade de ideias”, para que opinassem sobre as perguntas, sua clareza e se estavam adequadas diante dos objetivos da pesquisa. Após as sugestões realizadas nesta conversa, as perguntas foram revisadas.

Para verificar a operacionalização do roteiro semiestruturado, um teste-piloto foi realizado com crianças da mesma faixa etária do estudo, sendo que os dados obtidos não foram incluídos nos resultados da pesquisa. Após a realização do teste-piloto, foram feitos os ajustes necessários nas perguntas do roteiro semiestruturado.

A coleta de dados foi realizada por meio da técnica de grupo focal, que consiste em uma forma de entrevista em grupo na qual o pesquisador reúne pequenos grupos, selecionados de acordo com características específicas. Os participantes de cada

grupo tinham a mesma idade, em função das diferenças de desenvolvimento cognitivo; e mesmo sexo, uma vez que certas crianças se sentem incomodadas com o sexo oposto, o que poderia prejudicar a produtividade do grupo (KRUEGER; CASEY, 2009).

Os 49 estudantes (27 meninos) foram distribuídos em nove grupos (5 de meninos e 4 de meninas), sendo os grupos compostos por cerca de quatro a seis participantes. Foram 279 minutos e 55 segundos de gravação, sendo uma média de 30 a 40 minutos em cada sessão. A condução dos grupos focais realizada durante o período usual de aula das crianças, sendo que durante a condução dos grupos, as embalagens foram apresentadas na ordem: Pão tipo bisnaguinha, empanado de carne de frango, salgadinho de pacote e bebida achocolatada.

A realização de vários grupos focais caracteriza-se por detectar os padrões e tendências entre os grupos, já que os participantes possuem características semelhantes (KRUEGER; CASEY, 2009). Além disso, as moderadoras conduziram os grupos incentivando as falas de todas as crianças.

Os grupos foram conduzidos por três moderadoras treinadas, com auxílio de três pesquisadoras observadoras. As gravações de áudio foram realizadas por intermédio de gravadores digitais portáteis

Para auxiliar na condução dos grupos focais, foram utilizados os quatro painéis frontais de embalagens de alimentos ultraprocessados, selecionados do banco de dados coletado, de acordo com as etapas já descritas anteriormente. Para melhor aproximação da realidade, foram utilizadas as embalagens reais de alimentos ultraprocessados, porém foram tampadas as laterais e/ou parte de trás, para que isso não influenciasse nas falas das crianças. O uso de imagens é adequado com crianças, uma vez que capta sua atenção e mantém seu interesse (HAMILTON; MCILVEEN; STRUGNELL, 2000; WILSON; WOOD, 2004; KRUEGER; CASEY, 2009).

A conversa com as crianças foi realizada por intermédio do roteiro semiestruturado, para assegurar que os assuntos fossem tratados de forma similar entre os diferentes grupos, mas ao

mesmo tempo permitindo flexibilidade nas discussões. As perguntas do roteiro semiestruturado foram feitas para as quatro embalagens e em todos os grupos.

O conteúdo gravado durante os grupos focais foi transcrito *verbatim* de modo a produzir um único manuscrito que foi posteriormente analisado pelo método da Análise de Conteúdo. Para esta análise, primeiramente foi realizado tratamento dos dados a partir da codificação do material. A codificação consistiu na transformação dos dados brutos (palavras ou frases, por exemplo), através de enumeração, recortes e agregação, para deste modo agregar significado ao conteúdo a ser analisado (BARDIN, 2010).

Após a codificação, foi realizada uma etapa denominada de categorização dos dados, sendo que nesta etapa decorreu a maior parte dos procedimentos analíticos. A categorização consiste na classificação dos elementos codificados de acordo com classes previamente definidas, de forma que se adaptem melhor às necessidades do pesquisador. Categorias fracas e generalistas foram reagrupadas até surgirem categorias fortes ou terminais. Um conjunto adequado de categorias deve observar os seguintes princípios: exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, objetividade, fidelidade e produtividade (BARDIN, 2010).

Para garantir a confiabilidade dos dados alocados em cada categoria, foi realizada dupla análise de dados pela mesma pesquisadora em um intervalo de quinze dias, por intermédio da leitura e interpretação dos dados codificados anteriormente.

3.4 ASPECTOS ÉTICOS

O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina, sob o número CAAE 43858015.0.0000.0115.

Somente foram realizados os grupos focais com as crianças cujos responsáveis consentiram a participação por meio de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (APÊNDICE B) e aceitaram participar da pesquisa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a expansão da temática sobre alimentos direcionados a crianças e o escasso número de publicações sobre a opinião de crianças a respeito das embalagens, pretendeu-se, ampliar os conhecimentos e contribuir cientificamente sobre a utilização da INC em embalagens de alimentos direcionados a crianças. Além disso, pretendeu-se por intermédio da abordagem de grupos focais buscar entender qual é a compreensão do público infantil sobre as informações presentes nas embalagens de alimentos direcionadas a elas.

Salienta-se que a maioria dos alimentos industrializados direcionados a crianças analisados neste estudo eram ultraprocessados (88%) sendo que quase metade (46,6%) destes apresentava INC no painel frontal da embalagem. Esta análise baseou-se nas fotos das embalagens de uma sub-amostra de alimentos industrializados direcionados a crianças de um estudo de base censitária recentemente desenvolvido no Brasil (RODRIGUES, 2013; MACHADO, 2014).

Este estudo mostrou que o *marketing* de alimentos direcionados a crianças pode estar sendo direcionado para alimentos ultraprocessados. Muitos destes alimentos podem apresentar alegações como a INC em seu painel frontal, o que pode ser questionável. Pôde-se observar que as INC mais destacadas foram relativas à presença ou ao aumento de vitaminas e minerais, bem como a isenção de gordura *trans* em alimentos como biscoitos e bolos recheados, iogurtes, balas e salgadinhos. Tais alegações presentes na embalagem podem influenciar na tomada da decisão, podendo induzir o pensamento de que estes alimentos possam ser nutricionalmente mais adequados do que são. De fato, quando realizada a interpretação das INC pelas crianças, elas verbalizaram que o alimento com INC pode apresentar características percebidas como positivas e relacionadas a saúde. Também ficou claro que algumas crianças pensam que aqueles alimentos apresentados não são ‘muito saudáveis’ e que a presença da INC ajuda-as a serem percebidas como um pouco melhores.

Em contrapartida, alterações que poderiam ser mais utilizadas pela indústria para o melhoramento destes produtos, como a redução de gorduras saturadas, açúcar ou sódio foi pouco observada na análise. Além disso, o aparecimento deste tipo de destaque ocorreu normalmente em alimentos como salgadinhos e carnes empanadas. Apesar de o destaque indicar a positividade de uma redução, estes alimentos possuem como características de sua composição nutricional grandes quantidades de gorduras e sódio.

No Brasil, a regulamentação referente à utilização de INC não destaca qualquer abordagem sobre a composição nutricional do alimento. Portanto, sugerimos que deveria haver certo grau de restrição à utilização de INC quando se trata de alimentos ultraprocessados. Por exemplo, poderiam ser definidos valores máximos de alguns tipos de ingredientes, como gorduras e açúcares, a exemplo do que é feito internacionalmente.

Outro ponto que merece destaque é a obrigatoriedade da inclusão da quantidade de açúcar adicionado ao produto na tabela nutricional pelo fabricante. Atualmente, apenas a quantidade de carboidratos totais é obrigatória, o que não permite uma análise da quantidade específica desse ingrediente. Além da revisão sobre o uso da alegação zero gordura *trans*, visto que a legislação brasileira permite o uso desta alegação mesmo quando o produto possui o ingrediente em sua composição, seja pela informação nutricional e/ou pelo uso de INC.

Este estudo relevou que somente observando o painel frontal, as crianças entrevistadas pensam que o personagem está destacado para chamar atenção delas. Elas demonstraram reconhecer a finalidade dos personagens e das imagens presentes nas embalagens como estratégia de *marketing*. Também mencionaram que a INC é apresentada para chamar a atenção dos pais. Quando conversado sobre as INC relacionadas a gorduras, as crianças questionaram a veracidade da INC “0% gordura *trans*”, demonstrando que sabem que existe a adição de gordura nestes alimentos. Também relacionaram as INC de presença vitaminas e minerais e/ou redução de gordura com um alimento mais saudável. Estavam atentos a informações sobre data de

validade e o símbolo de transgênico (T), apesar da maioria delas não compreender o seu significado.

Vale lembrar que o consumo de alimentos envolve inúmeros fatores, desde a praticidade, o sabor, a qualidade, a opinião pessoal dos consumidores, dentre outros. Cada escolha alimentar depende das interações entre estes diferentes fatores, influenciando diretamente na formação dos hábitos alimentares. Os hábitos que são desenvolvidos na infância, provavelmente irão perdurar na vida adulta e poderão refletir nas condições de saúde. Por isso é relevante se compreender quais fatores influenciam as escolhas feitas na infância. Crianças são potenciais consumidores, e se mostraram interessadas e ávidas pelas informações presentes nas embalagens de alimentos.

Por estarem em uma fase analítica do comportamento consumidor, elas são capazes de influenciar e até mesmo provocar o consumo, principalmente de seus pais e responsáveis. Deste modo, a rotulagem nutricional e a INC especificamente são ferramentas que podem auxiliar o consumidor quando se trata da definição de hábitos alimentares, e quando bem compreendidas permitem que as escolhas alimentares ocorram de forma mais criteriosa. Mudanças poderiam auxiliar a promoção da saúde dos indivíduos e principalmente das crianças, que são uma população vulnerável aos efeitos do *marketing* e susceptíveis ao sobrepeso, obesidade e a DCNT.

Ainda, com relação à condução dos grupos focais, é preciso reconhecer o desafio de se trabalhar com crianças, pois elas distraem-se facilmente, mudando o foco da conversa, além de não pensarem e nem formularem suas respostas com a mesma facilidade que os adultos. O fato das crianças serem chamadas pelo nome durante a condução da conversa facilitou a aproximação entre os participantes e as moderadoras, além de possibilitar que todas as crianças tivessem oportunidade de falar. O uso das embalagens reais dos alimentos foi proveitoso, visto que as crianças mostraram estar familiarizadas com os alimentos apresentados, possibilitando que interagissem diretamente com as embalagens. De fato, a realização de grupos focais se mostrou eficaz, uma vez que promoveu o debate entre os participantes,

proporcionando dessa forma uma grande quantidade de informações. Vale ressaltar algumas questões metodológicas quando se trata dos resultados apresentados. A amostra de crianças participantes dos grupos focais foi limitada a apenas uma escola particular, escolhida intencionalmente. Porém, a escolha baseou-se no fato de estudos anteriores realizados no grupo de pesquisa terem identificado uma maior propensão ao consumo de alimentos ultraprocessados por crianças que frequentam escola particular, o que justifica a pesquisa não ter sido realizada em escola pública. Outra limitação da pesquisa foi que a entrevistadora não foi a mesma em todos os grupos. Entretanto, foi realizado treinamento com as entrevistadoras e todas as entrevistas ocorreram com base nas perguntas do roteiro semiestruturado.

Os dados quantitativos apresentados correspondem a alimentos industrializados comercializados em uma grande rede de supermercado brasileiro. Já os dados qualitativos são relativos a grupos focais realizados com um número pequeno de participantes, de uma mesma escola. Ambas as etapas da pesquisa ocorreram em Florianópolis, SC.

Para estudos futuros, sugere-se a realização de estudos qualitativos mais abrangentes, envolvendo um maior número de escolas, de diferentes níveis socioeconômicos. Além disso, sugerem-se também estudos que verifiquem a opinião de pais e responsáveis pelas compras familiares, a respeito de embalagens de alimentos direcionados a crianças que possuam INC destacada. Certamente, estudos complementares podem fornecer um melhor panorama da situação, possibilitando estratégias mais focadas na educação das crianças como consumidoras.

REFERÊNCIAS

ABDUL-RASOUL M. M. Obesity in children and adolescents in Gulf countries: Facts and solutions. **Avances en Diabetología**, v. 28 p. 64–69, 2012.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Edição revista e actualizada. Lisboa: Edições 70, 2010. 281 p.

BERNARDO, C. O., PUDLA, K. J., LONGO, .G. Z., VASCONCELOS, F. A. G. Fatores associados ao estado nutricional de escolares de 7 a 10 anos: aspectos sociodemográficos, de consumo alimentar e estado nutricional dos pais. **Revista Brasileira de Epidemiologia**, São Paulo, v. 15, n. 3, 2012.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969**: institui normas básicas sobre alimentos. Brasília, DF, 21 out. 1969.

_____. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**: dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 11. Set. 1990.

_____. **Portaria nº 41, de 14 de janeiro de 1998**. A Secretaria da Vigilância Sanitária do MS aprova o regulamento técnico para rotulagem nutricional de alimentos embalados. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 1998a.

_____. **Portaria nº 42, de 14 de Janeiro de 1998**. A Secretaria de Vigilância Sanitária do MS aprova o regulamento técnico para rotulagem de alimentos embalados. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 1998b.

_____. **Portaria nº 27 de 13 de janeiro de 1998**. A Secretária de Vigilância Sanitária do MS aprova o Regulamento Técnico

referente à Informação Nutricional complementar. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 1998c.

_____. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução – **RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002**: regulamento técnico para rotulagem de alimentos embalados. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 2002.

_____. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução – **RDC nº 360, de 23 de dezembro de 2003**: aprova regulamento técnico sobre rotulagem nutricional de alimentos embalados, tornando obrigatória a rotulagem nutricional. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 2003.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de orçamentos familiares 2002-2003**: primeiros resultados Brasil e grandes regiões. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2004.

_____. Coordenação Geral da Política de Alimentação e Nutrição, Departamento de Atenção Básica, Secretaria de Atenção à Saúde, Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira**: promovendo a alimentação saudável. Brasília: Ministério da Saúde; 2006.

_____. Resolução - **CNS nº 408, de 11 de dezembro de 2008**: aprova as diretrizes para a promoção da alimentação saudável com impacto na reversão da epidemia de obesidade e prevenção das doenças crônicas não transmissíveis. Diário Oficial da União nº 45, de 09 de março de 2009a.

_____. Ministério da Saúde. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar**. Rio de Janeiro, RJ, 2009b.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de orçamentos familiares no Brasil, 2008/2009**. Aquisição

Alimentar domiciliar per capita. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010a.

_____. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução n° 24, de 29 de junho de 2010: dispõe sobre a oferta, propaganda, publicidade, informação e outras práticas correlatas cujo objetivo seja a divulgação e a promoção comercial de alimentos considerados com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura *trans*, de sódio, e de bebidas com baixo teor nutricional. Ministério da Saúde, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Brasília: Distrito Federal, 2010b.

_____. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução – RDC n°54, de 12 de novembro de 2012: dispõe sobre o Regulamento Técnico sobre Informação Nutricional Complementar, 2012. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 12 nov. 2012.

_____. Marco de Referência de Educação Alimentar e Nutricional para as Políticas Públicas. Brasília, DF:MDS; Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional, 2012.

_____. Conselho da Justiça Federal. **Anvisa não tem competência para regulamentar propaganda e publicidade comercial.** Brasília, 25 de fevereiro de 2013. Disponível em: <<http://www.cjf.jus.br/cjf/outras-noticias/2013/fevereiro/anvisa-nao-tem-competencia-para-regulamentar-propaganda-e-publicidade-comercial>> Acesso em: 02 dez 2013a.

_____. Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. **Recomendação do CONSEA n° 007/2013.** Brasília, 2 de outubro de 2013. Disponível em: <http://www2.planalto.gov.br/consea/comunicacao/noticias/Recomendao_007_Rotulagem.pdf> Acesso em: 15 nov 2013b.

_____. Ministério da Saúde. Departamento de Atenção Básica, Secretaria de Atenção à Saúde, Ministério da Saúde. **Guia**

alimentar para a população brasileira. 2ª edição. Brasília: Ministério da Saúde; 2014.

_____. **Resolução nº 163, de 13 de março de 2014.** Secretaria de Direitos Humanos. Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à crianças e ao adolescente. Diário Oficial da União. 13 de março de 2014; seção 1 p.4. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=4&data=04/04/2014>> Acesso em: 20 mar 2014.

BUBLITZ, M. G.; PERACCHIO, L. A.; BLOCK, L. G. Why did I eat that? Perspectives on food decision making and dietary restraint. **Journal of Consumer Psychology**, v.20, p 239–258, 2010.

CARTER, O. B. J.; MILLS, B. W.; LLOYD, E., PHAN, T. An independent audit of the Australian food industry's voluntary front-of-pack nutrition labelling scheme for energy-dense nutrition-poor foods. **European Journal of Clinical Nutrition**, p. 1–5, 2012.

CHANDON, P., & WANSINK, B. The biasing health halos of fast-food restaurant health claims: Lower calorie estimates and higher side-dish consumption intentions. **Journal of Consumer Research**, v.34 p. 301–314, 2007.

CHANDON, P. How package design and packaged-based marketing claims lead to overeating. **Applied Economic Perspectives and Policy**, v. 35, n. 1, p. 7-31, 2013.

CHAPMAN, K.; NICHOLAS, P.; BANOVIC, D.; SUPRAMANIAM, R. The extent and nature of food promotion directed to children in Australian supermarkets. *Health Promotion International*, v. 21, n. 4, p. 331-339, 2006.

COLBY, S. E., JOHNSON, L., SCHEETT, A., HOVERSON, B. Nutrition marketing on food labels. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, v. 42, n. 2, p. 92-98, 2010.

CORSO, A. C. T. ; CALDEIRA, G. V. ; FIATES, G. M. R. ; SCHMITZ, B. A. S. ; RICARDO, G. D. ; VASCONCELOS, F. A. G. Fatores comportamentais associados ao sobrepeso e obesidade em escolares do estado de Santa Catarina. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v. 29, p. 117-131, 2012.

CORTESE, R.D.M. Organismos geneticamente modificados e a rotulagem de alimentos comercializados no Brasil. 2015. **Projeto de Tese (Doutorado em Nutrição)** – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Programa de Pós-Graduação em Nutrição. Florianópolis, 2015.

DALLAZEN, C. **Percepção de pais de escolares sobre o comportamento de seus filhos como influenciadores de compras familiares de alimentos.** Dissertação (Mestrado em Nutrição). Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2012.

DE ONIS, M.; BLÖSSNER, M.; BORGHI, E. Global prevalence and trends of overweight and obesity among preeschool children. **The American Journal of Clinical Nutrition**, v. 92, n. 1, p. 1257-1264, 2010.

DIXON, H., SCULLY, M., NIVEN, P., KELLY, B., CHAPMAN, K., DONOVAN, R., MARTINS, J., BAUR, L. A., CRAWFORD, D., WAKEFIELD, M. Effects of nutrient content claims, sports celebrity endorsements and premium offers on pre-adolescent children's food preferences: experimental research. **Pediatric Obesity**, p. 1-14, 2013.

DO NASCIMENTO, A. B.; FIATES, G. M. R. A qualitative study of Brazilian children's habits. **Nutrition & Food Science**, 2013.

DREWNOWSKI, A. Concept of a nutritious food: toward a nutrient density score. **American Journal of Clinical Nutrition**. v. 82, p. 721–32, 2005.

ELLIOTT, C. Assessing 'fun foods': nutritional content and analysis of supermarket foods targeted at children. **Obesity Reviews**, v. 9, p. 368–77, 2008.

ELLIOTT, C. 'Healthy food looks serious': How children interpret packaged food products. **Canadian Journal of Communication**, v. 34 p. 359-380, 2009.

ELLIOTT, C. AND BRIERLEY, M. Healthy Choice?: Exploring how children evaluate the healthfulness of packaged foods. **Canadian Journal of Public Health**, v. 103, p. 453-58, 2012.

ELLIOTT C. D.; CARRUTHERS DEN HOED R., CONLON M. J.. Food branding and young children's taste preferences: a reassessment. **Canadian Journal of Public Health**, v. 104 n. 5, p.364-8, 2013.

FIATES, G. M. R. **Comportamento do consumidor escolar de Florianópolis**: relação com preferências alimentares, influência da televisão e estado nutricional. 2006. Tese (Doutorado em Ciências dos Alimentos) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis 2006.

FIATES, G. M. R.; AMBONI, R.D.M.C.; TEIXEIRA, E. Marketing, hábitos alimentares e estado nutricional: aspectos polêmicos quando o tema é o consumidor infantil. **Alimentos e Nutrição** (UNESP), v. 17, p. 105-112, 2006.

_____. Consumer behavior of Brazilian primary school students. **International Journal of Consumer Studies**, v. 32, p. 157-162, 2008a.

_____. Television use and food choices of children: qualitative approach. **Appetite**, v. 50, p. 12-18, 2008b.

_____. Comportamento consumidor, hábitos alimentares e consumo de televisão por escolares de Florianópolis. **Revista de Nutrição**, v. 21, p. 105-114, 2008c.

FIATES, G. M. R.; PRUDENCIO, A. P. A.; FERREIRA, A. P.; SOUZA, G. D.; MANOSSO, L. M.; FUHR, L. M.. Hábitos alimentares e exposição à TV de estudantes de escola pública de Florianópolis - SC. **Nutrição em Pauta**, v. 5, p. 47-51, 2010.

FIATES, G. M. R.; MULLER, J.; MACHADO, M. L.; SCAPIN, T.; SCHWEITZER, T. Alimentos industrializados consumidos no lanche: composição nutricional e adequação às recomendações do PNAE e ANVISA. **Higiene Alimentar**, v. 26, p. 190, 2012.

FIATES, G. M. R.; NASCIMENTO, A. B.; KUNTZ, M. G. F. Aquisição e ingestão de lanches e guloseimas por escolares: relação com a exposição à televisão e o tipo de escola. **Nutrição em Pauta**, v. 115, p. 1-5, 2012.

FLICK, U.. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009. 164 p.

FLOROS, J. D., NEWSOME, R., FISHER, W., BARBOSA-CÁNOVAS, G. V., CHEN, H., DUNNE, C. P., GERMAN, J. B., HALL, R. L., HELDMAN, D. R., KARWE, M. V., KNABEL, S. J., LABUZA, T. P., LUND, D. B., NEWELL-MCGLOUGHLIN, M., ROBINSON, J. L., SEBRANEK, J. G., SHEWFELT, R. L., TRACY, W. F., WEAVER, C. M., ZIEGLER, G. R. Feeding the world today and tomorrow: the importance of food science and

technology. **Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety**. v. 0, 2010.

FOOD AND DRUG ADMINISTRATION. Ingredients, Packaging & Labeling. Labeling & Nutrition. **Label Claims for Conventional Foods and Dietary Supplements**. Dezembro, 2013. United States Department of Health and Human Services [online]. Disponível em: <<http://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/LabelingNutrition/ucm111447.htm>> Acesso em: 27 março 2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GREEN, J., THOROGOOD, N.. **Qualitative methods for health research**. London: Sage, 2004. 262 p.

GUIMARAES, B. S.; ZUFFO, C. R. K.; BOTTEGA, D.; KIMOTO, T.; JORGE, T. P.; PACHECO, V. C.; FIATES, G. M. R. Comportamento consumidor de alunos de uma escola pública de Florianópolis / SC: influência da televisão. **Nutrição Brasil**, v. 9, p. 148-153, 2010.

HAMILTON, J., MCILVEEN, H., STRUGNELL, C. Educating young consumers: a food choice model. **Journal of Consumer Studies & Home Economics**, v.24, n.2, p.113-123, Jun. 2000.

HARRIS, J. L., POMERANZ, J. L., LOBSTEIN, T., BROWNELL, K. D. A crisis in the marketplace: how food marketing contributes to childhood obesity and what can be done. **Annual Review of Public Health**, v. 30, p. 211-25, 2009.

HARRIS, J. L., SCHWARTZ, M. B., BROWNELL, K. Marketing foods to children and adolescents: licensed characters and other promotions on packaged foods in the supermarket. **Public Health Nutrition**, v. 13, n. 3, p. 409–417, 2009.

HEALTHY EATING RESEARCH. Food and beverage marketing to children and adolescents: an environment at odds with good health. **Research Synthesis**, 2011.

HAWKES, C. **Nutrition labels and health claims**: the global regulatory environment. World Health Organization, 2004.

_____. **Marketing de alimentos para crianças: o cenário global das regulamentações**. Organização Mundial da Saúde; traduzido por Gladys Quevedo Camargo. Organização Pan-Americana da Saúde; Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Brasília: 2006. 112 p.

_____. World Health Organization Commission on Social Determinants of Health: **Globalization, Food and Nutrition Transitions**, 2007.

_____. Food packaging: the medium is the message. **Public Health Nutrition**, v. 13, n. 2, p. 297–299, 2010.

HEARY C, HENNESSY E. The use of focus group interviews in pediatric health care research. **Journal of Pediatric Psychology**, v.27, p. 47-57, 2002.

HISSANAGA, V.M.; PROENÇA, R.P.C; BLOCK, J.M. Ácidos graxos trans em produtos alimentícios brasileiros: uma revisão sobre aspectos relacionados à saúde e à rotulagem nutricional. **Revista de Nutrição**, v. 25, p. 517-530, 2012.

HISSANAGA-HIMELSTEIN, V. M.; OLIVEIRA, M.S.V.; SILVEIRA, B.M.; GONZALEZ-CHICA, D.A.; PROENÇA, R.P.C. ; BLOCK, J. M. Comparison between Experimentally Determined Total, Saturated and Trans Fat Levels and Levels Reported on the Labels of Cookies and Bread sold in Brazil. **Journal of Food and Nutrition Research**, v. 2, p. 906-913, 2014.

INSTITUTE OF MEDICINE. MCGINNIS, J.M.; GOOTMAN, J.A.; KRAAK, V.I. (eds). **Food marketing to children and youth: threat or opportunity?**, committee on food marketing and the diets of children and youth. Institute of Medicine of the National Academies. Washington, DC, 2006.

_____.WARTELLA E. A, LICHTENSTEIN A. H., YAKTINE A., NATHAN R. **Front-of-Package nutrition rating systems and symbols: promoting healthier choices.** Committee on Examination of Front-of-Package Nutrition Rating Systems and Symbols (Phase II); Food and Nutrition Board. Institute of Medicine, 2011.

JOHN, D. R. Stages of consumer socialization: the development of consumer knowledge, skills and values from childhood to adolescence. In: HAUGTVEDT, C. P.; HERR, P. M.; KARDES, F. R. (Org.). **Handbook of Consumer Psychology.** New York: Taylor & Francis Group, 2008. 1273 p.

KANT, A. K. Consumption of energy-dense, nutrient-poor foods by adult Americans: nutritional and health implications. The third National Health and Nutrition Examination Survey, 1988–1994. **The American Journal of Clinical Nutrition**, v. 72, p. 929–36, 2000.

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do Consumidor.** São Paulo: Atlas 2000. 360 p.

KEAST, D. R.; FULGONI III, V. L.; NICKLAS, T. A.; O'NEIL, C. E. Food sources of energy and nutrients among children in the united states: National Health and Nutrition Examination Survey 2003–2006. **Nutrients**, v. 5, n.1. p. 283-301, 2013.

KELLY, B., HALFORD, J. C.G., BOYLAND, E. J., CHAPMAN, K., BAUTISTA-CASTAÑO, I., BERG, C., CAROLI, M., COOK, B., COUTINHO, J. G., EFFERTZ, T.,

GRAMMATIKAK, E., KELLER, K., LEUNG, R., MANIOS, Y., MONTEIRO, R., PEDLEY, C., PRELL, H., RAINE, K., RECINE, E., SERRA-MAJEM, L., SINGH, S., SUMMERBELL, C. Television food advertising to children: a global perspective. **American Journal of Public Health**, v. 100, n. 9, p. 1730-36, 2010.

KLIEMANN, N.; SILVA, D. P.; SILVEIRA, B. M.; PROENÇA, R. P. C. **O conteúdo de gordura trans associado com a disponibilidade, preço e acesso de produtos alimentícios consumidos por crianças e adolescentes de duas regiões com diferenças socioeconômicas**. Relatório Final, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica, PIBIC/CNPq-BIP/UFSC 2009/2010. Florianópolis, 2009.

KLIEMANN, N. **Análise das porções e medidas caseiras em rótulos de alimentos ultraprocessados**. 2012. Dissertação (Mestrado em Nutrição) – Programa de Pós-Graduação em Nutrição, Universidade Federal de Santa Catarina, 2012.

KLIEMANN, N.; VEIROS, M. B.; GONZALEZ-CHICA, D.A.; PROENÇA, R.P.C. Is the serving size and household measure information on labels clear and standardized? Analysis of the labels of processed foods sold in Brazil. **Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia**, v. 2, p. 62-68, 2014a.

KLIEMANN, N.; VEIROS, M.B.; GONZALEZ-CHICA, D.A.; PROENÇA, R.P.C. Reference serving sizes for the Brazilian population: An analysis of processed food labels. **Revista de Nutrição**, v. 27, p. 329-341, 2014b.

KRAEMER, M. V. S.; KLIEMANN, N.; SILVEIRA, B. M.; PROENÇA, R. P. C. **O tamanho da porção e a presença de gordura trans em rótulos de produtos alimentícios**. Relatório Parcial, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica, PIBIC/CNPq-BIP/UFSC 2010/2011. Florianópolis, 2010.

KRAEMER, M. V. S. **Informação alimentar e nutricional de sódio em rótulos de alimentos industrializados para crianças e adolescentes.** 2013. Dissertação (Mestrado em Nutrição)-Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Programa de Pós-Graduação em Nutrição. Florianópolis, 2012.

KRAEMER, M.V.S.; MACHADO, P.P; KLIEMANN, N.; GONZALEZ-CHICA, D.A.; PROENÇA, R.P.C. The Brazilian population consumes larger serving sizes than those informed on labels. **British Food Journal**, v. 117, p. 719-730, 2015.

KRAEMER, M.V.S.; OLIVEIRA, R.C.; GONZALEZ-CHICA, D.A.; PROENÇA, R.P.C. Sodium content on processed food labels for snacks consumed by Brazilian children and adolescents. **Public Health Nutrition**, 2015.

KRUEGER, R. A., CASEY, M. A. **Focus groups: a practical guide for applied research.** ed. 4 Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2009. 217 p.

KUNTZ, M. G.F.; FIATES, G. M. R.; TEIXEIRA, E. Healthy and tasty school snacks: suggestions from Brazilian children consumers. **International Journal of Consumer Studies**, v. 36, p. 38-43, 2012.

LAPIERRE M. A.; VAALA S. E., LINEBARGER D. L.. Influence of licensed spokes characters and health cues on children's ratings of cereal taste **Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine**, v. 165, n.3, p. 229–342, 2011.

LETONA P.; CHACON V.; ROBERTO C., BARNOYA J.A qualitative study of children's snack food packaging perceptions and preferences. **BMC Public Health**, v.14, p.1274-1280, 2014.

LEVY, R. B.; CLARO, R. M.; MONDINI, L.; SICHIERI, R.; MONTEIRO, C. A. Distribuição regional e socioeconômica da disponibilidade domiciliar de alimentos no Brasil em 2008-2009. **Revista de Saúde Pública**, v. 46, p. 6-15, 2012.

LOBSTEIN, T.; MACMULLAN, J.; MCGRATH, T.; WITT, J. Cereal Offenses: A wake-up call on the marketing of unhealthy food to children. **Consumers International**, 2008.

LYTHGOE, A., ROBERTS, C., MADDEN, A. M., RENNIE, K. L. Marketing foods to children: a comparison of nutrient content between children's and non-children's products. **Public Health Nutrition**, p. 1-10, 2013.

LYTTON, T. D. Banning front-of-package food labels: first Amendment constraints on public health policy. **Public Health Nutrition**, v. 14, n. 6, p. 1123-1126, 2011.

MACHADO, P. P.; KRAEMER, M.V.S, PROENÇA, R. P. C. **Medida caseira notificada na informação nutricional de rótulos de produtos alimentícios: Análise do conteúdo de gordura trans.** Relatório Parcial, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica, PIBIC/CNPq-BIP/UFSC 2011/2012. Florianópolis, 2012.

MACHADO M. L. **Comparação entre a composição nutricional e a Informação Nutricional Complementar em alimentos industrializados direcionados e não direcionados a crianças.** 2014. Dissertação (Mestrado em Nutrição) – Programa de Pós-Graduação em Nutrição, Universidade Federal de Santa Catarina, 2014.

MALIK, V. S., WILLET, W. C., HU, F. B. Global obesity: trends, risk factors and policy implications. **Nature Reviews Endocrinology**, v. 9, n. 1, p. 13-27, 2013.

MARTINS, C. A. **Informação alimentar e nutricional de sódio em rótulos de alimentos ultraprocessados prontos e semiprontos para o consumo comercializados no Brasil**. 2012. Dissertação (Mestrado em Nutrição)- Programa de Pós-Graduação em Nutrição, Universidade Federal de Santa Catarina, 2012.

MARTINS, C.A.; SOUSA, A.A.; VEIROS, M.B.; GONZALEZ-CHICA, D.A.; PROENÇA, R.P.C. Sodium content and labelling of processed and ultra-processed food products marketed in Brazil. **Public Health Nutrition**, v. 1, p. 1-9, 2014.

MAZZONETTO, A. C. **Escolhas alimentares e comportamento de consumo**: percepções de escolares da rede pública de ensino de Florianópolis, SC. Dissertação (Mestrado em Nutrição). Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2012.

MAYS, N., POPE, C. Qualitative research: rigour and qualitative research. **British Medical Journal**, v. 311, n. 6998, p. 109-112, July. 1995.

MAZZONETTO, A.C.; FIATES Giovanna M.R. Perceptions and choices of Brazilian children as consumers of food products. **Appetite** (London. Print), v. 78, p. 179-184, 2014.

MILLER, E G., SEIDERS K, KENNY M, WALSH M. Children's use of on-package nutritional claim information. **Journal of Consumer Behaviour**, v.10 p. 122-132, 2011.

MONDINI, L.; LEVY, R. B.; SALDIVA, S. R. M.; VENÂNCIO, S. I., STEFANINI M. L. R. Prevalência de sobrepeso e fatores associados em crianças ingressantes no ensino fundamental em um município da região metropolitana de São Paulo, Brasil. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 8, 2007.

MONTEIRO, C. A. Nutrition and health. The issue is not food, nor nutrients, so much as processing. **Public Health Nutrition**. v. 12, n. 5, p. 729–731, 2009.

MONTEIRO, C. A., LEVY, R. B., CLARO, R. M., CASTRO, I. R. R., CANNON, G. A new classification of foods based on the extent and purpose of their processing. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 26, p. 2039-2049, 2010.

MONTEIRO, C. A.; CANNON, G.; CLARO, R.; LEVY, R. B.; MOURABAC, J-C.; MARTINS, A. P. B.; LOUZADA, M. L.; BARALDI, L.; CANELLA, D. **O sistema alimentar: o grande tema da nutrição**. Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde (NUPENS), Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, Brasil, 2012.

MOREIRA, C. C. M. **Comportamento de compra de alimentos por pais de escolares: um** enfoque na alimentação saudável para a família. 2013. Dissertação (Mestrado em Nutrição) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Programa de Pós-Graduação em Nutrição. Florianópolis, 2013.

MÜLLER, J. Percepção do consumidor em relação aos alimentos industrializados com alegação de caseiros, tradicionais e similares. 2015. **Projeto de Dissertação (Mestrado em Nutrição)** – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Programa de Pós-Graduação em Nutrição. Florianópolis, 2015.

NASCIMENTO, A. B. **Hábito de assistir televisão, comportamento consumidor e hábitos alimentares de estudantes de uma escola pública em Florianópolis**. 2010. Dissertação (Mestrado em Nutrição) - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2010.

NIELSEN, S. J.; SIEGA-RIZ, A. M.; POPKIN, B. M. Trends in energy intake in U.S. between 1977 and 1996: Similar shifts seen across age groups. **Obesity Research**, v. 10, n. 5, may, p. 370-378, 2002.

NISHIDA, W. **Informação alimentar e nutricional de sódio em rótulos de alimentos diet e light**. 2012. Dissertação (Mestrado em Nutrição)-Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Programa de Pós-Graduação em Nutrição. Florianópolis, 2012.

NITZKE, J. A. **A pesquisa em alimentos da pré-história à contemporaneidade**. In: KRIEGER, M. G.; ROCHA, M. A. (orgs.). Rumos da pesquisa: múltiplas trajetórias. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1998, p.185-194.

OLIVARES S.; ARANEDA J.; BUSTOS N.; LERA L.; MARDONES M. A.; OLIVARES M. A.; COLQUE M. E.; Food promotion and food preferences in Chilean school age children from different socioeconomic levels. **Archivos latinoamericanos de nutrición**, v. 61, p. 163-171, 2011.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE.
Recomendações da consulta de especialistas da Organização Pan-Americana da Saúde sobre a promoção e a publicidade de alimentos e bebidas não alcoólicas para crianças nas Américas. Washington, D.C., 2011.

POPKIN, B. M.; ADAIR, L. S.; NG, S. W. Global nutrition transition and the pandemic of obesity in developing countries. **Nutrition Reviews**, USA, v. 70, n. 1, p.3-21, 2012.

PETTIGREW S, PESCU M. The salience of food labeling among low-income families with overweight children. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, v. 45 p. 332-339, 2013.

ROBERTO C. A., BAIK J., HARRIS J., BROWNELL K. D. Influence of Licensed Characters on Children's Taste and Snack Preferences. **Pediatrics**, v.126, n 1, p. 88-93, 2010.

ROBINSON T. N., BORZEKOWSKI D. L. G., MATHESON D. M., KRAEMER H. C. Effects of fast food branding on young children's taste preferences. **Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine**, v. 161 p. 792-797, 2007.

RODRIGUES, V. M. **Influência do hábito de assistir televisão sobre os hábitos alimentares e o comportamento consumidor de estudantes de Florianópolis**. 2011. Dissertação (Mestrado em Nutrição) - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2011.

RODRIGUES, V. M.; FIATES, G. M. R. Hábitos alimentares e comportamento de consumo infantil: influência da renda familiar e do hábito de assistir à televisão. **Revista de Nutrição**, v. 25, n.3, p.353-362, maio/jun., 2012.

RODRIGUES, V. M. Informação nutricional complementar em rótulos de alimentos industrializados direcionados a crianças. 2013. **Projeto de Tese (Doutorado em Nutrição)** – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Saúde, Programa de Pós-Graduação em Nutrição. Florianópolis, 2013.

SARANTOPOULOS, C. I. G. L., GATTI, J. B., DANTAS, T. B. H. Embalagens: importância estratégica. **Brasil Food Trends 2020**, p. 111-127. São Paulo, 2010.

SILVEIRA, B. M. **Informação alimentar e nutricional da gordura trans em rótulos de produtos alimentícios comercializados em um supermercado de Florianópolis**. 2011. Dissertação (Mestrado em Nutrição)-Programa de Pós-Graduação em Nutrição, Universidade Federal de Santa Catarina, 2011.

SILVEIRA, B. M.; KLIEMANN, N.; SILVA, D. P.; COLUSSI, C. F.; PROENÇA, R. P. C. Availability and price of food products with and without trans fatty acids in food stores around elementary schools in low- and medium-income neighborhoods. **Ecology of Food and Nutrition**, v. 52, n. 1, p. 63-75, 2013.

SILVEIRA, B.M.; GONZALEZ-CHICA, D.A.; PROENÇA, R.P.C. Reporting of trans-fat on labels of Brazilian food products. **Public Health Nutrition**, v. 16, p. 1-8, 2013.

SMITH, A., KELLETT, E., SCHMERLAIB, Y. **The Australian Guide to Healthy Eating**. Sidney: Children's Health Development Foundation, 1998.

SOLDAVINI, J., CRAWFORD, P., RITCHIE, L. D. Nutrition claims influence health perceptions and taste preferences in fourth- and fifth-grade children. **Journal of Nutrition Education and Behavior**. v. 44, p. 624-627, 2012.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SOUZA, C.O., SILVA, R.C.R. Fatores associados ao excesso de peso em crianças e adolescentes brasileiros: revisão. **Nutrire Revista da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição**, v.34 p. 201-216, 2009.

ST-ONGE, M. P., KELLER, K. L., HEYMSFIELD, S. B. Changes in childhood food consumption patterns: a cause for concern in light of increasing body weights. **American Journal of Clinical Nutrition**, v. 78, p. 1068 –73, 2003.

STOCKLEY, L. **Review of 'front of pack' nutrition schemes**. European Heart Network, 2007. Disponível em: < <http://www.ehnheart.org/publications/publications.html>>. Acesso em: 10 abr 2014.

SCHWARTZ, M. B.; VARTANIAN, L. R.; WHARTON, C. M.; BROWNELL, K. D. Examining the nutritional quality of breakfast cereals marketed to children. *Journal of the American Dietetic Association*, v. 108, p. 702–705, 2008.

WHO. World Health Organization. **Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health**: list of all documents and publications. Fifty-seventh World Health Assembly. A57/9, 2004.

_____. **European strategy for child and adolescent health and development**, Copenhagen, Denmark, 2005.

_____. Food and Agriculture Organization of the United Nations. **Codex Alimentarius: Food Labelling**. Rome: Codex Alimentarius Commission, fifth edition, 2007.

_____. **What is Front-of-Pack Labelling?** Codex Committee on Food Labelling. Information Meeting on Front-of-Pack Nutrition Labelling, 2012. Disponível em: <http://www.who.int/nutrition/events/2013_FAO_WHO_workshop_frontofpack_nutritionlabelling_presentation_L'Abbe.pdf>. Acesso em: 20 abr 2014.

WILSON, G.; WOOD, K. The influence of children on parental purchases during supermarket shopping. **International Journal of Consumer Studies**, v.28, n.4, p. 329-336, 2004.

APÊNDICES

APÊNDICE A. Tipos de informação que podem estar presentes no painel frontal de embalagens de alimentos.

Tipo	Descrição (exemplo)	Ilustração
Marca	Nome, logo, <i>slogan</i> , personagem associado à marca.	
Imagens do produto	Fotos ou ilustrações do alimento, categorizando o que está dentro da embalagem.	
INC	Caracteriza algum nutriente com base na lista de ingredientes (rico em ferro, zero gordura trans).	
Alegações em saúde*	Relação entre algum componente do alimento e a redução do risco de condição relacionada à saúde (dietas com baixo teor de sódio podem reduzir o risco de pressão alta).	
Especificação de nutrientes	relacionada a algum(s) nutriente(s) no painel frontal (calorias, gorduras, sódio, minerais. Informações positivas).	

<p>Informações adicionais</p>	<p>Informações positivas especificadas no painel frontal que não dizem respeito a características nutricionais do produto (energia para o seu dia, aqui tem 10 tomates -catchup-, ideal para o seu filho).</p>	
<p>Selos</p>	<p>Selos de escolha, selos de escolha saudável, alimento orgânico.</p>	
<p>Símbolos</p>	<p>Símbolos indicando alguma característica ou atributo do alimento (contém alimento geneticamente modificado).</p>	

* Não foram encontradas figuras ilustrativas de embalagens de alimentos ultraprocessados brasileiros contendo alegações em saúde.

Fonte: Adaptado do *Review of 'front of pack' nutrition Schemes* (STOCKLEY, 2007), do *Front-of-Package Nutrition Rating Systems and Symbols* (INSTITUTE OF MEDICINE, 2011) e do *Information Meeting on Front-of-Pack Nutrition Labelling* (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2012).

APÊNDICE B. Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E
ESCLARECIDO**

Prezados pais ou responsáveis,

Meu nome é **Natália Durigon Zucchi**, sou aluna do mestrado do Programa de Pós-Graduação em Nutrição (PPGN) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e estou inserida na pesquisa intitulada **“Rotulagem nutricional em alimentos industrializados brasileiros: análise multitemática sobre a utilização pelo consumidor e influência nas escolhas”** sob orientação da professora Dr. **Rossana Pacheco da Costa Proença**.

O projeto tem o objetivo de conhecer a opinião das crianças sobre as informações contidas nas embalagens de alimentos ultraprocessados. As informações investigadas serão o aparecimento de personagens, desenhos, animais ou criaturas e a Informação Nutricional Complementar (INC). A INC faz parte da rotulagem nutricional e é definida como um destaque feito no rótulo relativo a propriedades nutricionais. Por exemplo, uma alegação no rótulo de um salgadinho destacando a redução do seu conteúdo de gorduras ou o acréscimo de ferro em sua composição.

Assim, solicitamos sua permissão para entrevistar seu filho (a) no ambiente escolar, no período em que ele estiver estudando. Os procedimentos não trazem nenhum risco ou desconforto, e mesmo com seu consentimento, só iremos

entrevistar seu filho (a) se ele concordar. Todas as informações são confidenciais e serão utilizadas somente neste trabalho.

Caso autorizem a participação de seu(s) filho(s), por favor, destaquem a ficha em anexo e devolvam à professora.

Telefone para contato: (48) 9923 2765

Natália Durigon Zucchi
Pesquisadora principal

Prof^a. Dr. Rossana Pacheco
da Costa Proença
Coordenadora/ Pesquisadora
responsável

Consentimento Pós-Infomação

Eu, _____, declaro que fui esclarecido sobre a pesquisa “**Rotulagem nutricional em alimentos industrializados brasileiros: análise multitemática sobre a utilização pelo consumidor e influência nas escolhas**” e **concordo com a participação** de meu filho (a).

Nome da criança:

APÊNDICE C. Roteiro semiestruturado para condução de grupos focais.

ROTEIRO SEMIESTRUTURADO

Nós vamos usar esse gravador. Quem não quiser participar da conversa, não tem problema, pode sair. Nós queremos conhecer a opinião de vocês, não existe resposta certa ou errada.

Vocês já pararam alguma vez para olhar a embalagem dos alimentos? Então vamos observar aqui [embalagem de exemplo], vocês estão vendo que tem a marca, tem imagens do alimento, coisas escritas, desenho...

[Mostrar as embalagens]

- 1) O que vocês acham dessas embalagens, tem alguma coisa que chama a atenção de vocês? [O que é? Por quê?]
- 2) Tem alguma coisa na embalagem que deixa vocês com vontade de comer esse alimento? [O que é? Por quê?]
- 3) Porque vocês acham que tem o personagem/desenho/imagem? O que vocês acham que tem a ver com o alimento? [Como assim?]
- 4) E as coisas que estão escritas na embalagem, o que vocês acham que quer dizer?
- 5) E isso que está escrito aqui [leitura da INC], porque vocês acham que está ali? Para quem vocês acham que é importante essa informação? Faria alguma diferença se não tivesse?

APÊNDICE D. NOTA DE IMPRENSA

Esta pesquisa foi realizada no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Nutrição (PPGN) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), vinculada ao Núcleo de Pesquisa de Nutrição em Produção de Refeições (NUPPRE). É resultado de dissertação de Mestrado defendida pela nutricionista Natália Durigon Zucchi em julho de 2015, sob orientação da professora do Departamento de Nutrição da UFSC Giovanna Medeiros Rataichesk Fiates. A aluna foi bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

A dissertação é parte de um projeto amplo contemplado pelo edital CNPq/ANVISA N° 05/2014 intitulado “Rotulagem nutricional em alimentos industrializados brasileiros: análise multitemática sobre a utilização pelo consumidor e influência nas escolhas”. A partir deste projeto, foi realizado um levantamento censitário de embalagens de alimentos industrializados disponíveis à venda em um grande supermercado de Florianópolis/SC. Todas as embalagens foram fotografadas, sendo que 535 delas apresentavam estratégias de marketing direcionadas ao público infantil e foram classificadas como direcionadas a crianças. No presente estudo, os 535 rótulos foram analisados de modo a, classificar os produtos segundo o grau de processamento, quantificar e qualificar a presença de Informação Nutricional Complementar (INC). Também foi objetivo conhecer a opinião de crianças sobre embalagens de produtos ultraprocessados direcionados a elas.

Para a classificação dos alimentos com base no grau de processamento foi utilizado o Guia Alimentar para a População Brasileira (2014). Alimentos ultraprocessados são os lanches prontos para consumo, petiscos ou sobremesas (pães, biscoitos, bolos e doces, cereais matinais açucarados, refrigerantes e bebidas açucaradas) e produtos prontos ao aquecer criados para substituir refeições preparadas em casa (pizza congelada, salsichas, *nuggets* de frango, macarrão instantâneo).

Já para a quantificação e qualificação das INC nas embalagens de alimentos ultraprocessados, foi utilizada a resolução RDC nº 54/2012 da ANVISA. Segundo esta legislação, a INC corresponde a qualquer representação que “afirme, sugira ou implique que um produto possui propriedades nutricionais particulares em relação ao seu valor energético, conteúdo de proteínas, gorduras, carboidratos, fibra alimentar, vitaminas e/ou minerais”. Como exemplo de INC tem-se: fonte de vitaminas, não contém gorduras *trans*, fonte de fibras, sem adição de açúcares.

Após a identificação dos alimentos direcionados a crianças, ultraprocessados e com INC no painel frontal, foram escolhidas quatro embalagens de alimentos (n=3) e bebida (n=1) para auxiliar na condução de grupos focais. As embalagens eram de alimentos ultraprocessados prontos para o consumo ou para aquecer, que pudessem ser consumidos em refeições principais ou em lanches, com diferentes tipos de INC nos painéis frontais. Uma delas oferecia um brinde.

Foram conduzidos, por intermédio de um roteiro semi-estruturado, nove grupos focais com 49 crianças (27 meninos) com idades entre 8 a 10 anos, de uma escola particular de Florianópolis/SC. Os grupos foram formados por 4-6 participantes e separados por sexo. As entrevistas foram gravadas, transcritas *verbatim* e analisadas pela técnica de análise de conteúdo.

Dentre os 535 alimentos industrializados direcionados a crianças, aproximadamente 90% foram classificados como ultraprocessados. Dentre estes, quase a metade apresentava um ou mais tipos de INC no painel frontal, a maioria relativa à presença ou ao aumento de vitaminas e minerais em produtos como biscoito recheado, iogurte, suco artificial e gelatina. A INC referente a isenção de algum componente mais frequente foi relativa à gordura *trans*. Os alimentos em cujas embalagens foi identificado o maior número de INC foram biscoitos e bolos recheados, iogurtes adoçados e balas.

Os resultados apontam para a importância em regulamentar quando uma INC pode ser apresentada na

embalagem de um determinado produto, pois o destaque à fortificação de alimentos ultraprocessados direcionados a crianças é no mínimo questionável.

Com relação aos grupos focais, as crianças participantes demonstraram reconhecer a utilização de imagens em embalagens como estratégia de *marketing*, demonstraram uma postura crítica e questionadora perante a presença da INC. Estavam atentos a informações na rotulagem de um modo geral, incluindo a data de validade e o símbolo de transgênico (T), apesar de na maioria dos grupos não compreenderem o seu significado.

Por seu papel como consumidores influenciadores das compras da família, bem como futuros consumidores, crianças podem se tornar o foco de ações voltadas para a utilização e interpretação das informações presentes na rotulagem nutricional. Deste modo, sugerem-se também estratégias voltadas à socialização do público infantil como consumidor, motivando a leitura e interpretação dos rótulos.

Contato: Giovanna Medeiros Rataichesk Fiates/
giovanna.fiates@ufsc.br / (48) 3721-9784

ANEXO. Autorização da escola


UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE
DEPARTAMENTO DE NUTRIÇÃO
AUTORIZAÇÃO DE PESQUISA DE MESTRADO E DOUTORADO

Somos alunas do Programa de Pós-graduação em Nutrição da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGN/UFSC). Estamos realizando a pesquisa "**Rotulagem nutricional em alimentos industrializados brasileiros: análise multitemática sobre a utilização pelo consumidor e influência nas escolhas**", supervisionada pela professora coordenadora Rossana Pacheco da Costa Proença.

Entre os objetivos da pesquisa está conhecer a opinião de pais e filhos sobre informações contidas em embalagens de alimentos direcionados a crianças. **Todas as informações são confidenciais e serão utilizadas somente neste trabalho.**

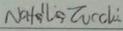
Assim, solicitamos sua autorização para convidarmos pais e alunos de 8 a 10 anos do Centro Educacional Guroo a participar da pesquisa. As entrevistas não trazem nenhum risco ou desconforto aos participantes.

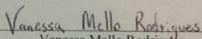
Com os alunos, serão realizados grupos focais (entrevistas em grupo) na escola durante período de aula, por cerca de 40 minutos. O aluno só irá participar do grupo focal com autorização dos pais e se concordar.

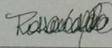
Com os pais, serão realizadas entrevistas individuais, em local e horário a combinar, fora do ambiente escolar.

Espera-se que os resultados desta pesquisa contribuam para a melhora do tipo de informação que é apresentada ao consumidor sobre a qualidade dos alimentos disponíveis, incentivando uma melhor tomada de decisão, o que poderia desempenhar um papel significativo na promoção de saúde.

Gratas,


 Natália Durigon Zucchi
 Mestranda do PPGN/UFSC


 Vanessa Mello Rodrigues
 Doutoranda do PPGN/UFSC

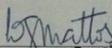

 Rossana Pacheco da Costa Proença
 Coordenadora da Pesquisa

AUTORIZAÇÃO DE PESQUISA

Eu, Luciana Gogolla de Mattos, diretor(a) do Centro de Ensino Guroo, autorizo a realização da Pesquisa intitulada "**Rotulagem nutricional em alimentos industrializados brasileiros: análise multitemática sobre a utilização pelo consumidor e influência nas escolhas**", coordenada pela professora Rossana Pacheco da Costa Proença, do Programa de Pós-graduação em Nutrição da Universidade Federal de Santa Catarina

Assinatura do(a) Diretor(a) do Centro de Ensino Guroo: _____
 Data: 01/08/2017

CENTRO DE ENSINO GUROO
 Rua João Pio Duarte Silva 550
 Corrego Grande CEP 88037-000
 FLORIANÓPOLIS SC


 Luciana Gogolla de Mattos
 Coordenadora Pedagógica
 Colégio COC Corrego Grande
 Florianópolis / SC