

Avaliação do entendimento e da atitude do consumidor diante das informações veiculadas na rotulagem de produtos alimentícios na Grande Vitória, Espírito Santo

Evaluation of consumer understanding and attitude before the information provided on the labeling of food products in Vitória, Espírito Santo state, Brazil

ABSTRACT

Objective: The present study aimed to evaluate the understanding of consumers about the information contained on the labels of food products marketed in supermarkets of the metropolitan area of Vitória, Espírito Santo state, Brazil. **Methods:** The study was carried out along 180 days in 2011, when 601 consumers were questioned with the use of a structured form on their understanding regarding nutrition labeling. **Results:** The results showed that 60.2% of the respondents read food labels, and that 72.0% of these presented higher educational level. The retirees (75.0%) showed the highest knowledge about nutritional information. The use of the internet was a significant means of searching for information on the subject and having a computer at home influenced the purchases. When questioned about the purpose of consultation with labels, 89% sought the expiration date, followed by 55.9% for quantity of nutrients. It was possible to observe that the study population showed little knowledge about irradiated and genetically modified foods. Only 21.1% of consumers trusted completely in the label information. **Conclusions:** We conclude that consumers are concerned about the information contained on food labels and that those with higher educational level, access to the media, and more free time during the day give the greatest importance to this information.

Keywords: Nutrition labeling. Consumer Satisfaction. Reading.

RESUMO

Objetivo: O presente estudo objetivou avaliar o entendimento de consumidores sobre as informações contidas em rótulos de produtos alimentícios comercializados em supermercados dos municípios da Grande Vitória, Espírito Santo. **Métodos:** Durante 180 dias no ano de 2011, 601 consumidores foram questionados, através de um formulário estruturado, sobre sua compreensão em relação à rotulagem nutricional. **Resultados:** Os resultados mostraram que, dos entrevistados, 60,2% liam os rótulos de alimentos, sendo que, destes, 72% possuíam Ensino Superior. Os aposentados (75%) foram os que tiveram maior conhecimento sobre as informações nutricionais. A *internet* apresentou-se como um significativo meio de busca para informações sobre o assunto e ter computador no domicílio exerceu influência nas compras. Quando questionados sobre o objetivo de consulta dos rótulos, 89% buscavam o prazo de validade, seguidos de 55,9% que pesquisavam a quantidade de nutrientes. Observou-se que a população estudada apresentava pouco conhecimento sobre alimentos irradiados e transgênicos. Apenas 21,1% dos consumidores confiavam completamente nas informações dos rótulos. **Conclusões:** Com este estudo, pôde-se concluir que os consumidores preocupam-se com as informações contidas nos rótulos de alimentos, sendo aqueles com grau de escolaridade mais elevado, acesso aos meios de comunicação e mais tempo livre durante o dia os que conferem maior importância a esses dados.

Palavras-chave: Rotulagem nutricional. Satisfação dos consumidores. Leitura.

Regiane Santos Santana de Siqueira¹, Tayrine Del Puppo Haese¹, Camila Cardoso², Juliana Rocha Maciel², Lúcia Helena Sagrillo Pimassoni¹, Adriana Sagrillo Môro¹, Geralda Gillian Silva-Sena^{2*}

¹Unidade de Ciências Médicas e Saúde, Associação Educacional de Vitória, Faculdades Integradas São Pedro – FAESA/AEV, Vitória-ES, Brasil

²Departamento de Educação Integrada em Saúde, Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, Vitória-ES, Brasil

*Dados para correspondência:

Geralda Gillian Silva Sena
Departamento de Educação Integrada em Saúde, Universidade Federal do Espírito Santo, Avenida Marechal Campos, 1468, Campus de Maruípe, CEP 29040-090, Vitória-ES, Brasil
E-mail: ggsmais@gmail.com

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o modo de vida da população brasileira transformou-se em muitos aspectos, dentre os quais o aumento do número de indivíduos que não praticam exercício físico, a entrada da mulher no mercado de trabalho, o crescimento do número de pessoas que não realizam suas refeições em seus domicílios e das doenças crônicas não transmissíveis. Esses fatores são decorrentes da industrialização, da urbanização, do aumento da expectativa de vida e da expansão de tecnologias da informação, que contribuíram para novos padrões alimentares.¹

Atualmente, a população possui uma dieta com maior participação de alimentos industrializados, ricos em açúcares, gorduras e sódio, e baixo consumo das fontes de carboidratos complexos e fibras alimentares, o que contribui significativamente para o aumento das doenças crônicas não transmissíveis e para o excesso de peso, no país.²

O consumo alimentar está cada vez mais associado a quantidade e qualidade de informações oferecidas aos consumidores, decorrentes da comunicação, fazendo com que as pessoas consumam não apenas por necessidade, mas por valores, identificação, propaganda e *marketing*.^{3,4}

Sabe-se que os rótulos dos alimentos são fonte de informações sobre a quantidade, as características nutricionais, a composição, a qualidade dos produtos alimentícios e os riscos que os mesmos podem oferecer.⁵ A transmissão da informação correta e compreensível sobre conteúdo nutricional, que não leve o consumidor ao erro, contribui para a promoção e a educação em saúde, e para a redução do risco de desenvolvimento de doenças relacionadas à alimentação inadequada.⁶

A legislação brasileira de rotulagem é baseada nas determinações do *Codex Alimentarius* e todas as informações apresentadas nos rótulos de alimentos são regulamentadas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). A RDC 360 de 2003 estabelece a declaração obrigatória das informações nutricionais nos rótulos de alimentos industrializados. Nos rótulos de alimentos, além da data de validade, devem constar as formas adequadas de conservação e os procedimentos

para o uso correto do produto, a reconstituição e o descongelamento, sendo proibida a veiculação de informações que levem o consumidor a erros.⁷ Outra informação que deve existir nos rótulos é a identificação do produto, por meio de símbolo, quando o mesmo for transgênico⁸ ou sofrer processo de irradiação, método eficaz no controle microbiano em alimentos.^{9,10}

Considerando-se a importância da rotulagem dos produtos alimentícios para a saúde da população, o presente estudo teve como objetivo avaliar o entendimento e a atitude de consumidores diante das informações contidas nos rótulos de produtos alimentícios em supermercados da Grande Vitória-ES.

MÉTODOS

Realizou-se um estudo transversal, exploratório e descritivo durante 180 dias, do ano de 2011, com consumidores de supermercados da Grande Vitória, região metropolitana do Espírito Santo, constituída pelas cidades de Vitória, Cariacica, Fundão, Vila Velha, Viana, Serra e Guarapari. A amostra foi composta por 601 consumidores, considerando-se uma margem de erro de aproximadamente 4%, nível de confiança de 95%, e utilizando-se a Equação adotada por Triola (1994)¹¹. A distribuição da amostra por cidade foi proporcional à população de residentes de acordo com o Censo Demográfico de 2010 (IBGE)¹², obtendo-se: 116 consumidores em Vitória, 124 em Cariacica, seis em Fundão, 148 em Vila Velha, 23 em Viana, 146 em Serra e 38 em Guarapari.

Os supermercados foram selecionados por sorteio, considerando sua localização em bairros de diferentes classes sociais e com base na relação de supermercados da Grande Vitória, fornecida pela Junta Comercial do Estado do Espírito Santo¹³, permanecendo seus nomes em sigilo. Foi realizada uma visita prévia ao início da pesquisa, em cada estabelecimento, para a obtenção do consentimento para realização do estudo. Em cada supermercado, realizaram-se, pelos menos, cinco visitas, em horários distintos, considerando diferentes perfis de consumidores.

Para avaliar o conhecimento sobre rotulagem nutricional, foi aplicado um questionário estruturado, adaptado de Monteiro et al. (2005)¹⁴, para os consumidores que assinaram o

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, contendo informações sobre dados pessoais e socioeconômicos (sexo, idade, endereço, escolaridade, ocupação, estado civil, número de eletrodomésticos, computador, acesso à *internet*); hábito de leitura e motivo de consulta dos rótulos; conhecimento da informação nutricional; conhecimento de alimentos transgênicos e irradiados; influência das características e da propaganda sobre aquisição de produtos, e confiança nas informações descritas. Os consumidores foram selecionados aleatoriamente e abordados no ato da compra, sendo os mesmos esclarecidos sobre os assuntos tratados, quando solicitado ou quando observada a necessidade pelos pesquisadores.

Além disso, os consumidores receberam um material educativo sobre os assuntos explorados no questionário.

Foram utilizados como critério de inclusão, nesta pesquisa, os entrevistados maiores de 19 anos, alfabetizados, de ambos os sexos, habitantes da Grande Vitória e que não apresentaram deficiência auditiva, o que poderia dificultar a comunicação com o entrevistado. Não foram incluídos no estudo aqueles consumidores com menos de 19 anos de idade e que apresentassem deficiência auditiva.

As análises estatísticas foram realizadas no SPSS versão 11.5. Para investigar a relação entre as variáveis estudadas, foram utilizados os testes qui-quadrado (nível de escolaridade e conhecimento das informações nutricionais), Exato de *Fisher* (hábito de consulta de rótulos e ocupação) e *t-student* para amostras independentes (número de vezes que acessa a *internet* e consulta de rótulos; número de computadores e influência de propagandas; número de computadores e de vezes que acessa *internet* e dificuldade/dúvidas na consulta dos rótulos; número de computadores e aquisição de alimentos, de acordo com sua oferta/propaganda). Considerou-se nível de significância estatística de 5% para todos os testes. O teste Exato de *Fisher* foi utilizado quando caselas apresentaram valor esperado menor do que cinco (como no caso da ocupação 'ambulante' e consulta dos rótulos).

Este estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências da Saúde.

RESULTADOS

Dos 601 consumidores que participaram do estudo, 60,2% tinham hábito de ler as informações dos rótulos, 39,3% não o faziam e 0,5% não responderam (Figura 1). Ao relacionar o hábito de consulta dos rótulos com a ocupação, não houve significância estatística ($p=0,156$).

No entanto, o grau de escolaridade influenciou no hábito de leitura dos rótulos ($p = 0,001$), sendo que, dos entrevistados com Nível Superior, 72,0% afirmaram consultar mais essas informações, seguidos de 58,2% e 51,4% daqueles com Níveis Médio e Fundamental, respectivamente (Figura 2). O número de acessos à *internet* atuou como facilitador para a consulta dos rótulos ($p=0,030$) e a quantidade de computadores, na influência da propaganda nas compras ($p=0,048$). E ainda, dos consumidores que tinham computador e acesso à *internet*, 25,0% e 24,8% apresentaram algum

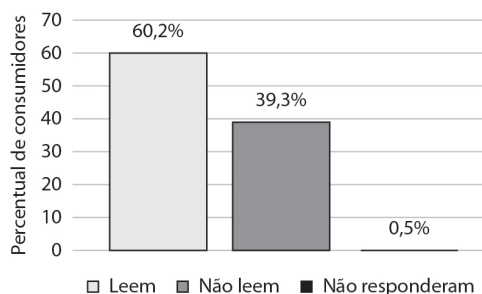


Figura 1. Percentual de Consumidores que tinham ou não o hábito de leitura dos rótulos de alimentos de supermercados da Grande Vitória-ES, 2011.

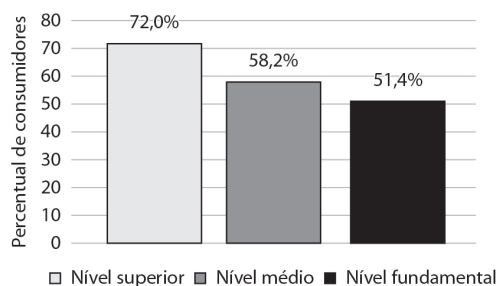


Figura 2. Percentual de Consumidores que consultavam os rótulos de alimentos de acordo com a escolaridade, de supermercados da Grande Vitória-ES, 2011.

tipo de dificuldade e/ou dúvidas para a consulta dos rótulos dos alimentos ($p=0,003$ e $p=0,012$), respectivamente.

Apenas aqueles indivíduos que tinham computador mostraram-se sujeitos a adquirir alimentos de acordo com sua oferta e/ou propaganda ($p=0,048$), sendo ‘escolaridade’ e ‘ocupação’ variáveis que não influenciaram nessa decisão.

Quanto à avaliação do conhecimento das informações nutricionais que constam nos rótulos, observou-se que os estudantes (41,7%) foram os indivíduos que apresentaram menor conhecimento e os aposentados e pensionistas, maior (75,0%) (Figura 3). O nível de escolaridade também exerceu influência sobre essa variável ($p=0,001$), já que os consumidores com Ensino Superior mostraram ter maior conhecimento sobre as informações dos produtos consumidos.

Ao serem questionados sobre o objetivo de se consultar o rótulo, a maioria dos consumidores (89,0%) respondeu que o fazia para avaliar o prazo de validade, seguido do interesse em saber a quantidade de nutrientes (55,9%) (Figura 4).

Quanto à confiança nas informações veiculadas nos rótulos de alimentos, observou-se que apenas 21,1% confiavam completamente nessas informações, enquanto 40,4% confiavam mais ou menos e 33,8% afirmaram não confiar (Figura 5).

Quando questionados quanto aos itens que influenciam na escolha dos alimentos, o sabor destes (84,4%) e os benefícios que podem proporcionar à saúde (71,7%) foram os mais citados pelos consumidores.

Com relação aos alimentos irradiados, apenas 8,9% mencionaram já ter conhecimento do símbolo e 71,8% não comprariam esses produtos. Dos consumidores, 38,7% disseram já ter ouvido falar no termo ‘transgênico’. No entanto, 59,3% consumiriam o produto independentemente deste conhecimento.

DISCUSSÃO

O nível socioeconômico pode influenciar nas escolhas alimentares da população, uma vez que tanto a condição financeira quanto o grau de conhecimento são fatores limitantes

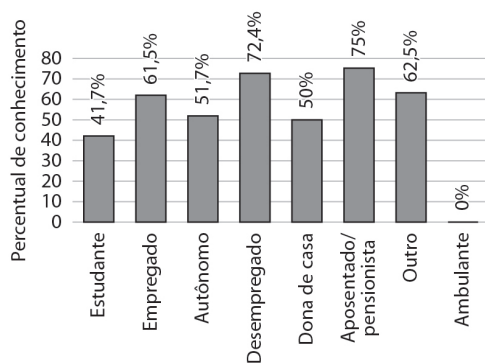


Figura 3. Percentual de conhecimento das informações nutricionais dos produtos consumidos por Consumidores de supermercados da Grande Vitória-ES, segundo a ocupação, 2011.

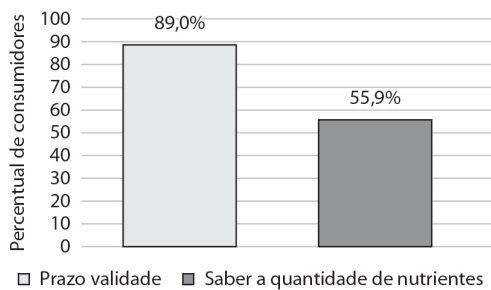


Figura 4. Percentual de Consumidores que consultam rótulos, segundo os objetivos ‘Prazo de Validade’ e ‘Quantidade de Nutrientes’, de supermercados da Grande Vitória-ES, 2011.

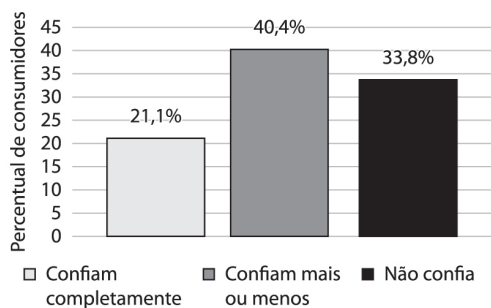


Figura 5. Percentual de Consumidores que confiam ou não nas informações veiculadas nos rótulos de alimentos de supermercados da Grande Vitória-ES, 2011.

destas escolhas. Além disso, o entendimento das informações veiculadas nos produtos industrializados também interfere no momento da decisão da compra. Neste contexto, os rótulos de alimentos vêm sendo desenvolvidos como veículo de informação ao consumidor.

Nesse trabalho, de acordo com a análise do hábito dos consumidores em ler os rótulos dos alimentos, observou-se que a maioria dos entrevistados consultava os rótulos. Resultados semelhantes foram descritos por Machado et al. (2006)¹⁵, quando avaliaram o comportamento de consumidores com relação à leitura de rótulos de produtos alimentícios no estado da Bahia. Eles observaram que, dentre os 300 participantes, 81,25% relataram ler os rótulos dos alimentos. As informações presentes nos rótulos, muitas vezes, irão nortear o indivíduo a consumir determinado alimento.

Ao se avaliar a relação entre o hábito de consulta dos rótulos e o tipo de ocupação, não foi observada significância estatística. No entanto, o grau de escolaridade influenciou no hábito de leitura dos rótulos, mostrando que, dos entrevistados que possuíam Nível Superior, a maioria afirmou fazer uso destas informações, seguida daqueles com Nível Médio e Nível Fundamental. Já em relação aos itens domésticos (televisão, rádio, computador e acesso à *internet*, geladeira e *freezer*), apenas o acesso à *internet* mostrou-se significativo, o que leva a crer que a baixa escolaridade e o alcance a meios de comunicação podem ser fatores limitantes para a busca de informações.

Um estudo semelhante, realizado por Monteiro et al. (2005)¹³, em Brasília, com 187 consumidores, referente à consulta a rótulos de alimentos e bebidas, também demonstrou não haver relação estatística direta ($p > 0,05$) entre o tipo de consulta ao rótulo e a variável 'ocupação'. Da mesma forma, no estudo de Cavada et al. (2012)¹⁶, que avaliou a compreensão do conteúdo dos rótulos, foi observado que, mesmo sendo predominante o Ensino Superior para os indivíduos que compreenderam as informações (48%), a relação entre escolaridade e compreensão das informações não foi significativa.

Quando avaliado o nível de conhecimento das informações nutricionais dos produtos consumidos, neste estudo, os aposentados/pensionistas foram os que obtiveram maior conhecimento e os estudantes, menor. Pode-se atribuir o resultado encontrado à maior disponibilidade de tempo do primeiro grupo em realizar a consulta e a leitura das informações

contidas nos rótulos. O grau de escolaridade também demonstrou ter influência significativa sobre esta variável, sendo os participantes com Ensino Superior os que afirmaram ter maior conhecimento sobre as informações dos produtos consumidos.

O estudo de Machado et al. (2006)¹⁵ não estratificou os participantes em grupos de acordo com ocupação e escolaridade, mas, ao avaliar o comportamento dos consumidores com relação à leitura de rótulos de produtos alimentícios, mostrou que 67% deles conheciam as informações dos rótulos dos produtos adquiridos.

Já Lunelli et al. (2006)¹⁷, quando avaliaram a relação entre morbidade em idosos e o hábito de leitura da rotulagem de alimentos, destacaram que, dos 52 consumidores entrevistados num supermercado em Criciúma-SC, apenas 51,72% conseguiram compreender as informações presentes nos rótulos.

No presente estudo, dos consumidores que relataram possuir computador, 151 apresentaram algum tipo de dificuldade e/ou dúvidas para a consulta aos rótulos dos alimentos, bem como 149 dos que disseram ter acesso à *internet* apresentaram tal dificuldade e/ou dúvidas. Esses resultados demonstram a necessidade de ações educativas em alimentação e nutrição, relacionadas à rotulagem de alimentos, pois os meios de comunicação não suprem por completo essa demanda. Além disso, a dificuldade que os consumidores apresentam em compreender/entender o significado das informações que são transmitidas nos rótulos pode contribuir para que estes não se conscientizem em optar por alimentos mais saudáveis.

Ao serem questionados sobre o objetivo da consulta aos rótulos, a maioria dos entrevistados preocupava-se com o prazo de validade, seguido do interesse em saber a quantidade de nutrientes. Resultados semelhantes aos observados neste estudo para o item 'validade' foram mostrados por Machado et al. (2006)¹⁵, Cavada et al. (2012)¹⁶ e Felipe et al. (2003)¹⁸, que encontraram um percentual de 91,3%, 69,54% e 84,0%, respectivamente, para os consumidores que verificavam o prazo de validade. A validade de um produto alimentício representa o período de tempo no qual o mesmo poderá ser consumido,

fator importante para que um indivíduo não se submeta a riscos e/ou danos à saúde.

Ao se analisar a influência da presença do computador, da escolaridade e da ocupação sobre a aquisição de alimentos de acordo com sua oferta e/ou propaganda, apenas aqueles indivíduos que tinham computador mostraram-se sujeitos a sofrer essa influência, o que demonstra que os meios de comunicação e suas propagandas podem exercer domínio sobre as compras de consumidores.

De acordo com Rodrigues e Rodrigues (2002)⁴, ao analisarem o grau de conhecimento do consumidor diante da rotulagem de alimentos, em um estudo preliminar, que avaliou a influência dos veículos de mídia sobre a compra de 180 consumidores em São Paulo, 37% do universo pesquisado foi influenciado de forma direta, por esse veículo, em sua decisão de compra e 42% responderam que a mídia pode vir a influenciar de alguma forma, 'dependendo da gravidade ou benefício', apresentado.

Diante da variável 'confiança nas informações veiculadas pelos rótulos', observou-se que apenas 21,1% dos entrevistados confiavam completamente nas informações que são divulgadas no rótulo, enquanto 40,4% confiavam mais ou menos e 33,8% afirmaram não confiar.

No estudo de Marins et al. (2008)¹⁹, realizado com 96 consumidores de uma rede de supermercados do município de Niterói-RJ, mostrou-se que apenas 24% dos entrevistados informaram não confiar no conteúdo dos rótulos, seja por acreditarem que as informações ali contidas são manipuladas, omitidas ou falsas, ou que aquelas informações não sofrem fiscalização por parte dos órgãos competentes, gerando insegurança para o consumidor que encara a rotulagem como meramente figurativa e que acredita que as informações contidas nos rótulos são determinadas pelas indústrias alimentícias, que visam somente ao benefício próprio.

Quando questionados quanto ao item que mais influencia na escolha dos alimentos, a maioria dos participantes optou pelo sabor dos alimentos e pelo benefício que os mesmos podem trazer para a saúde. A menor porcentagem foi encontrada para o item 'conteúdo dos ingredientes'. Esse resultado indica preocupação sutil dos consumidores em relação ao valor e à composição nutricional dos

alimentos, e maior atenção ao que é veiculado por promoções e propagandas.

Bendino et al. (2012)²⁰ observaram que os consumidores atribuem maior importância à marca e ao preço do produto, pois, por várias vezes, durante a pesquisa, isso foi comentado pelos entrevistados. No estudo desses autores, mais da metade dos entrevistados não deixaria de comprar um alimento após a leitura das informações nutricionais. A informação nutricional é um dos itens mais importantes dos rótulos, já que permite ao consumidor identificar os nutrientes presentes nos alimentos e fazer escolhas mais saudáveis.

O processo de irradiação, utilizado para conservação dos produtos alimentícios, ainda não é bem conhecido por grande parte da população brasileira. O presente estudo mostrou que um reduzido percentual (8,9%) dos indivíduos mencionou já ter conhecimento do símbolo da irradiação em alimentos e ainda que, grande parte destes (71,8%), não compraria o produto se o mesmo tivesse passado por este processo.

Ornellas et al. (2006)²¹, ao realizarem um estudo sobre atitude do consumidor frente à irradiação de alimentos, entrevistaram 218 pessoas de diferentes bairros e classes sociais, na cidade de Belo Horizonte-MG e encontraram que 92% do total da amostra não conhecia o símbolo da irradiação e que 16% relataram que comprariam alimentos irradiados pela influência do símbolo, mesmo sem saber seu significado, informando que a radura (símbolo) transmite confiança, segurança e qualidade, pela imagem da flor em coloração verde. Entretanto, o símbolo internacional e as declarações foram considerados, pela metade dos entrevistados, como insuficientes para informar sobre alimentos irradiados.

Assim como os alimentos irradiados, o termo 'transgênico' utilizado para alguns produtos alimentícios também não se mostrou conhecido pelos consumidores. Dentre os participantes desta pesquisa, somente 38,7% disseram já ter ouvido falar neste termo, porém 59,3% consumiriam o produto independentemente deste conhecimento.

Entretanto, Furnival e Pinheiro (2009)³ relataram que 85% dos 60 participantes de seu estudo, realizado em dois dos maiores supermercados de uma cidade do interior de São Paulo, já tinham ouvido falar no termo

‘transgênico’. Desta forma, numa mesma região do Brasil, os consumidores podem apresentar diferenças no nível de conhecimento sobre um mesmo assunto, o que nos leva a crer que se faz necessária uma maior preocupação com ações que promovam educação e divulgação de informações acerca da rotulagem nutricional.

CONCLUSÕES

Neste estudo, observou-se que os consumidores preocupam-se com as informações contidas nos rótulos de alimentos, sendo aqueles com grau de escolaridade mais elevado, acesso aos meios de comunicação e mais tempo livre durante o dia, os que conferem maior importância a esses dados.

No entanto, mesmo com o aumento da veiculação de informações, através dos meios

de comunicação, como *internet*, as informações nutricionais descritas nos rótulos de alimentos ainda são parcialmente compreendidas pelos consumidores, o que demonstra necessidade de se desenvolverem ações educativas em relação à rotulagem nutricional, bem como a elaboração de rótulos com informações claras e objetivas, que facilitem a compreensão do consumidor.

AGRADECIMENTOS

À Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PRPPG) da Universidade Federal do Espírito Santo, pelo apoio. Aos graduandos do Curso de Nutrição e aos Nutricionistas, que coletaram os dados; aos consumidores, que aceitaram participar da pesquisa. Aos supermercados, que nos receberam e colaboraram para que a pesquisa fosse realizada.

REFERÊNCIAS

1. Lima-Filho DO, Sproesser RL, Lima MFEM, Lucchese T. Comportamento alimentar do consumidor idoso. *Rev. Neg.* 2008;13(4):27-39.
2. Lobanco CM, Gabriela VM, Cristiane BC, Deborah HMB. Fidedignidade de Rótulos de Alimentos comercializados nenhum município de São Paulo, SP. *Rev. Saúde Pública.* 2009;43(3):499-505. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-89102009005000020>
3. Furvinal AC, Pinheiro SM. O público e a compreensão da informação nos rótulos de alimentos: o caso dos transgênicos. *Rev. Digit. Bibliotecon. Cienc. Inf.* 2009;7(1):1-19.
4. Rodrigues AC, Rodrigue SIC. Análise do grau de conhecimento do consumidor diante da rotulagem de alimentos: um estudo preliminar. In: 22º Encontro Nacional de Engenharia de Produção; 2002 Out 22-25; Curitiba. Curitiba: ABEPRO; 2002.
5. Yoshizawa N, Pospissil RT, Valentim AG, Seixas D, Alves FS, Cassou F, et al. Rotulagem de alimentos como veículo de informação ao consumidor: adequações e irregularidades. *Bol. Centro Pesqui. Process. Aliment.* 2003;21(1):169-80.
6. Coutinho JG, Recine E. Experiências internacionais de regulamentação das alegações de saúde em rótulos de alimentos. *Rev Panam Salud Publica.* 2007; 22(6):432-7. <http://dx.doi.org/10.1590/S1020-49892007001100012>
7. Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002. Aprova o regulamento técnico sobre rotulagem de alimentos embalados [internet]. *Diário Oficial da União*; 2002. Available from: http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/36bf398047457db389d8dd3fbc4c6735/RDC_259.pdf?MOD=AJPERES.
8. Costa TEMM, Dias APM, Scheidegger EMD, Marin VA. Avaliação de risco dos organismos geneticamente modificados. *Ciênc. Saúde Coletiva.* 2011;16(1):327-36. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-81232011000100035>
9. Silva DK, Braga VO, Quintaes KD, Haj-Isa NMA, Nascimento ES. Conhecimento e atitudes sobre Alimentos irradiados de nutricionistas que atuam na docência. *Ciênc. Tecnol. Aliment.* 2010;30(3):645-51.
10. Silva ALF, Roza CR. Uso da irradiação em alimentos: revisão. *Bol. Centro Pesqui. Process. Aliment.* 2010;28(1):49-56.
11. Triola MF. Introdução a estatística. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC; 1998. p. 158.
12. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Censo Demográfico 2010 [cited 2011 Jan 10]. Available from: <http://www.censo2010.ibge.gov.br>
13. Junta Comercial do Estado do Espírito Santo - JUCEES. 2011 [cited 2011 Jan 16]. Available from: <https://www.jucees.es.gov.br/>.
14. Monteiro RA, Coutinho JG, Recine E. Consulta aos rótulos de alimentos e bebidas por frequentadores de

- supermercados em Brasília, Brasil. *Rev Panam Salud Publica*. 2005;18(3):172-77. PMID:16269119.
15. Machado SS, Santos FO, Albinati FL, Santos LPR. Comportamento dos consumidores com relação à leitura de rótulo de produtos alimentícios. *Alim. Nutr*. 2006;17(1):97-103.
 16. Cavada GS, Paiva FF, Helbig E, Borges LR. Rotulagem nutricional: você sabe o que você está comendo? *Braz. J. Food Technol*. 2012;15:84-88. <http://dx.doi.org/10.1590/S1981-67232012005000043>
 17. Lunelli AC, Lopes CP, Warmling CA, Alves FS, Colle GD, Santana GA, et al. Morbidades em idosos e sua relação com hábito de leitura da rotulagem de alimentos. *Rev. Inicia. Cient*. 2006;4(1):179-86.
 18. Felipe MR, Mezadri T, Calil J. Rotulagem de alimentos: o comportamento do consumidor usuário de supermercados do balneário. *Rev. Hig. Alim*. 2003;17(111):49-59.
 19. Marins BR, Jacob SC, Peres F. Avaliação qualitativa do hábito de leitura e entendimento: recepção das informações de produtos alimentícios. *Ciênc. Tecnol. Aliment*. 2008;28(3):579-85. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-20612008000300012>
 20. Bendino NI, Popolim WD, Oliveira CRA. Avaliação do conhecimento e dificuldades de consumidores frequentadores de supermercado convencional em relação à rotulagem de alimentos e informação nutricional. *J Health Sci Inst*. 2012;30(3):261-5.
 21. Ornellas CBD, Gonçalves MPJ, Silva PR, Martins RT. Atitude do consumidor frente à irradiação de alimentos. *Ciênc. Tecnol. Aliment*. 2006;26(1):211-3. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-20612006000100033>

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Siqueira RSS: Graduação em Nutrição, FAESA

Haese TDP: Graduação em Nutrição, FAESA

Cardoso C: Graduanda de Nutrição, UFES

Maciel JR: Graduanda de Nutrição, UFES

Moro AS: Pós-Graduação, FAESA

Pimassoni LHS: Mestre em Engenharia Ambiental, FAESA

Silva-Sena GG: Mestre em Biologia Vegetal, Doutoranda em Biotecnologia, UFES

Local de realização: Departamento de Educação Integrada em Saúde, Centro de Ciências da Saúde, Universidade Federal do Espírito Santo.

Trabalho apresentado em congresso: VI Congresso de Ciências da Saúde, 2012, Vitória-ES, 19 a 21 de setembro de 2012.

Fonte de financiamento: Todos os gastos foram custeados pelos próprios pesquisadores.

Declaração de conflito de interesse: Os autores declaram não haver conflito de interesse.

Parecer do Comitê de Ética e Pesquisa: Este estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências da Saúde, sob o número 25/2011.

Recebido: Nov. 27, 2013

Aprovado: Jun. 07, 2014