

A COMPARAÇÃO DA QUANTIDADE DE SÓDIO E GORDURA TRANS EM ALIMENTOS CONVENCIONAIS, LIGHT E DIET PELOS DADOS INFORMADOS EM ROTULAGEM DE PRODUTOS

Mari Uyeda*

Vanessa Aparecida de Souza Junqueira**

RESUMO

Apesar do crescente aumento do consumo de produtos diet e light pela população, muitas das pessoas acabam consumindo os produtos sem conhecer o conceito e qual a correta finalidade. O objetivo da presente pesquisa foi de avaliar o grau de conhecimento, compreensão e dúvidas mais freqüentes, dos alunos do Núcleo Básico de Saúde do Centro Universitário Amparense – UNIFIA, em relação aos produtos diet, light e convencionais, e suas respectivas quantidades de sódio e gordura trans de acordo com a rotulagem. No total 64 alunos participaram da pesquisa, respondendo a um questionário com 19 questões. Apesar de os entrevistados demonstrarem o consumo destes produtos como hábito, e procurarem visualizar a rotulagem, (78,13%), principalmente a tabela nutricional (39,06%), como fator que influencia o ato da compra e realizarem a comparação com os produtos convencionais, por acreditarem que os componentes variem de uma marca para outra (71,88%), principalmente em relação às quantidades de sódio e gorduras trans (56,25%), que são considerados pelos entrevistados fatores preocupantes, por estarem relacionadas à DCNT mesmo assim, ainda apresentam dificuldade para relacionar os conceitos e sua devida compreensão. É de extrema importância o esclarecimento de todas as dúvidas para que o consumo destes produtos se torne um aliado à população, desde que saibam em que situação utilizar.

Palavras-chave: Diet. Light. Sódio. Gordura trans. Rotulagem.

* Professor Orientador do Centro Universitário Amparense

** Graduando do Curso Superior em Nutrição.

ABSTRACT

Despite the increasing consumption of diet and light products by the population, many people end up consuming the products without knowing the concept and what the correct purpose. The aim of this study was to assess the degree of knowledge, understanding and frequently asked questions, the students of the University Center of Health of Basic Nucleus Amparense - UNIFIA in relation to diet products, light and conventional, and their respective amounts of sodium and trans fat according to the labeling. In total 64 students participated in the survey by answering a questionnaire with 19 questions. While respondents demonstrate the consumption of these products as usual, and seek to see the labeling, (78.13%), mainly nutritional table (39.06%), as a factor influencing the act of buying and carrying out a comparison with the conventional products, believing that the components vary from one brand to another (71.88%), mainly in relation to amounts of sodium and trans fats (56.25%), which are considered by respondents worrying factors, being related NCD yet still have difficulty to relate the concepts and their proper understanding. It is extremely important to clarify all the doubts that the consumption of these products becomes an ally to the population, since they know that situation use.

Keywords: Diet. Light. Sodium. Trans Fat. Labelling.

1. INTRODUÇÃO

Devido à globalização e com a saída da mulher para o mercado de trabalho, o cotidiano se torna cada vez mais acelerado, e com isso, a população procura por alternativas práticas diariamente, em todos os âmbitos, principalmente em se tratando da alimentação. Em busca de maior praticidade, as pessoas preferem escolher os alimentos que lhes forneçam mais facilidade, maior prazo de validade, e o mínimo de trabalho possível no momento do preparo. Com o intuito de atender a toda esta demanda, a indústria de alimentos criou os que conhecemos hoje como os alimentos industrializados, que por sua vez, ocupam um espaço cada vez maior nas prateleiras dos supermercados. (Garcia e Carvalho, 2011).

De acordo com Nunes e Gallon (2013), alimentos dietéticos são aqueles especialmente formulados e/ou padronizados de forma que sua composição atenda às necessidades dietoterápicas especiais de indivíduos com exigências físicas, metabólicas, fisiológicas e/ou

patológicas particulares. São geralmente utilizados em dietas de restrição, devendo ter a total ausência de um determinado ingrediente, como carboidrato (sacarose), proteína, gordura ou sódio. Já em relação ao alimento light, é considerado alimento light aquele que tem uma redução mínima de 25% de atributos específicos, como: calorias, açúcar, sal, gordura, carboidrato e colesterol. Os produtos possuem teor reduzido de nutrientes ou de valor energético quando comparados aos alimentos similares de mesmo fabricante ou de valor médio de três produtos similares conhecidos no mercado. Anteriormente, o termo light podia ser utilizado em duas situações: nos alimentos com redução e naqueles com baixo teor de algum nutriente. Agora, é permitido somente para os alimentos que forem reduzidos em algum nutriente em comparação com a versão tradicional.

Segundo a ANVISA, tal situação dificultava o entendimento e a identificação pelos consumidores e profissionais de saúde das diferenças entre produtos com a alegação light. Tal prática se diferenciava de todas as referências internacionais utilizadas na regulamentação de alimentos, as quais permitem o uso da expressão light somente para produtos que atendam ao atributo reduzido. O alimento de referência não pode atender ao atributo de baixo, no nutriente que é objeto de uma INC (Informação Nutricional Complementar) comparativa de reduzido. Esse critério foi utilizado a fim de evitar que, em relação a alimentos com pequenas quantidades de determinado nutriente, se pudesse realizar uma alegação de redução sem que ocorresse uma redução absoluta significativa do nutriente no produto. Sendo que, a diferença deve ser expressa quantitativamente no rótulo em porcentagem, fração ou quantidade absoluta, e deve obrigatoriamente ser declarada junto à INC, com o mesmo tipo de letra e pelo menos 50% do tamanho da INC, de cor contrastante ao fundo do rótulo e que garanta a visibilidade e a legibilidade da informação.

Devido à grande importância e as exigências para a formulação correta dos rótulos e propagandas, o marketing comercial vem abordando o assunto como um importante meio de criar diferentes hábitos alimentares; por isso, os produtos dietéticos e light são objetos de intensa propaganda e de campanhas publicitárias, que modificam padrões alimentares com muita facilidade. O discurso publicitário influencia fortemente as escolhas do consumidor, fortalecendo a tendência de priorizar alimentos diet e light em detrimento dos convencionais. (Nunes e Gallon, 2013).

Aponta, Campos *et al.*, (2014) que o sódio é um elemento químico encontrado no sal de cozinha (cloreto de sódio) e em grande parte dos alimentos. Dentre as funções do sódio nos alimentos, além de conferir sabor, também incluem a garantia da segurança sanitária e funções

tecnológicas como textura e estrutura dos produtos, por exemplo. O sódio é um nutriente essencial para nosso organismo pois, contribui para a regulação osmótica dos fluidos e atua na condução de estímulos nervosos e na contração muscular, e segundo a OMS, a recomendação para o consumo é de no máximo 2000 mg (2g) de sódio por pessoa ao dia, o que equivale a 5g de sal (lembrando que 40% do sal é composto de sódio).

De acordo com Reis *et al.*, (2011), os lipídeos, são substâncias hidrofóbicas e podem ser de origem animal ou vegetal, formados principalmente pela condensação de glicerol e ácidos graxos, chamados de triacilglicerol. As funções mais expressivas dos lipídeos são o aumento de valor calórico, veículo de ácidos graxos e colesterol, veículo de vitaminas lipossolúveis, corantes e aromas, acentuação de sabor, saciedade, formação de barreira contra umidade, aeração, estrutura e lubrificação. As principais fontes de óleos vegetais são grãos e sementes ou frutos, como a soja, milho, girassol, canola, algodão, amendoim, azeitona e dendê. Já as principais fontes de óleos animais são banha, toucinho, manteiga e bacon. Esse grupo alimentar está no ápice da pirâmide dos alimentos, pois se recomenda que seu consumo seja moderado, porém o mesmo é importante na alimentação dos indivíduos e imprescindível para uma boa saúde. A recomendação de lipídeos não deve ultrapassar os limites de 15% a 30% da energia total da alimentação diária, segundo o Ministério da Saúde.

A gordura trans é formada por ácidos graxos insaturados. A designação “trans” vem de “transversos” e o nome é referente à ordem da cadeia de átomos do ácido graxo, assim como, por exemplo, os átomos que estão distribuídos em posição paralela. No entanto, quando é submetido ao tratamento industrial de hidrogenação, a estrutura química do óleo é modificada, fazendo com que os ácidos graxos fiquem com os átomos em disposição “diagonal” – ou em alinhamento transversal (trans). Ainda que a gordura trans exista em pequenas quantidades em alimentos como o leite e a carne vermelha, a maior parte da gordura trans consumida durante o século XX foi produzida industrialmente por meio do processo de hidrogenação. (David e Guivant, 2012).

Considerando a repercussão desse padrão alimentar e seus efeitos deletérios à saúde, a Organização Mundial de Saúde (OMS) incluiu a eliminação do consumo de gordura trans industrial como uma das metas da Estratégia Global para Promoção da Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde. (Proença e Silveira, 2012).

Para a pesquisa, foram selecionadas duas categorias de produtos sendo uma maionese nas versões tradicional e light. Segundo, Salgado *et al.*, (2006), a maionese é caracterizada como uma emulsão composta de óleo, ovos e vinagre, sendo considerada um alimento com alto

teor lipídico. De acordo com a legislação brasileira, este produto deve apresentar um mínimo de 65 g de óleo vegetal comestível/100 g do produto. Os lipídeos desempenham um papel importante na qualidade de certos produtos alimentares, particularmente em relação às propriedades organolépticas que os tornam desejáveis (sabor, odor, cor, textura). Além destas, conferem valor nutritivo aos alimentos, constituindo uma fonte de energia metabólica, de ácidos graxos essenciais e de vitaminas lipossolúveis. Na maionese, a gordura é essencial ao sabor e textura e sua redução pode afetar a aceitabilidade do produto.

Já a outra categoria utilizada na pesquisa, foi o achocolatado em pó, também na sua versão diet, light e convencional. O chocolate é um produto obtido através da mistura de ingredientes como o cacau em pó e/ou a manteiga de cacau, resultando em chocolate ao leite com no mínimo 25% de sólidos totais de cacau ou chocolate branco com no mínimo 20% de sólidos de manteiga de cacau. Muito energético devido ao seu alto índice de carboidratos e lipídeos, o chocolate possui também quantidades relativamente altas de proteínas, porém são os altos valores de gorduras que o torna tão calórico. Isso se dá porque as gorduras fornecem 9 (nove) Kcal de energia por grama de produto, enquanto que carboidratos e proteínas fornecem 4 (quatro) Kcal na mesma quantidade de produto. (Reis *et al.*, 2011).

Os itens light, diet e enriquecidos são também conhecidos como alimentos para fins especiais, estes podem ser utilizados em alimentos para dietas com restrição de nutrientes, para ingestão controlada de alguns nutrientes e para alguns grupos populacionais específicos. Observando uma crescente demanda nesta área, os fabricantes, aproveitando-se da popularidade do chocolate, lançaram as versões light e diet deste produto. Para que não haja prejuízos na produção e nas características sensoriais dos produtos diet e light há substituição de alguns ingredientes, tais como: Litesse, Lactitol, Aspartame, Splenda, Sacarina e Ciclamato que substituem o açúcar; já o whey protein concentrate (WPC), os mais utilizados são WPC 34 e WPC 80, que substituem gorduras. (Reis *et al.*, 2011).

Atualmente, apesar do grau de escolaridade ter aumentado em relação ao passado e a maior facilidade no acesso às informações, ainda surgem dúvidas em relação aos termos diet e light, podendo causar certa confusão. E em todos os âmbitos pessoais e profissionais (Nutrição, Enfermagem e Biomedicina), os consumidores no geral, devem ter estes termos devidamente esclarecidos, para que dentro de suas próprias áreas, os profissionais e consumidores consigam atingir seus objetivos e obtenham os resultados esperados, pois todos abordam o mesmo tema, ou seja, o importante é garantir que o consumidor adquira hábitos saudáveis.

2. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo transversal analítico e descritivo. Foram analisados 5 produtos de fabricantes e categorias diferentes, são eles: maionese e achocolatado, distribuídos nas categorias: convencionais, light e diet, industrializados no comércio local de Serra Negra – SP.

Já as entrevistas foram realizadas no Centro Universitário Amparense UNIFIA-SP, onde participaram da pesquisa 64 alunos com faixa etária entre 16 a 41 anos, graduandos em Nutrição, Enfermagem e Biomedicina durante o mês de junho de 2015, por meio de um questionário estruturado composto por 19 perguntas de fácil compreensão, onde para a avaliação do conhecimento dos entrevistados, foram abordados dados como: faixa etária; profissão / ocupação, porém, optou-se por não perguntar sobre a renda dos entrevistados para não deixá-los constrangidos. Além de dados sobre a dieta, assim como: se já havia sido feita dieta (sim ou não); com qual objetivo (controle de doença, perda peso, ganho de peso, outro); quem orientou (vontade própria, médico, nutricionista, revistas, outros); conhecimento e consumo de produtos diet e light (sim ou não); como motivo do consumo: (hábito, recomendação, perda de peso, ser mais saudável, devido a doenças); quanto ao conceito, (se consegue diferenciar); frequência de consumo, (todas as refeições, algumas, quantas); quanto à rotulagem (se tem o hábito de ler o rótulo, se acha importante o rótulo), fatores que influenciam no ato da compra, além dos atributos para avaliar o entendimento das informações apresentadas nos rótulos, assim como (reduzido teor de gordura total e sódio, baixo valor calórico, quantidade de fibras, quantidade de sódio por porção, se é de fácil compreensão); se fazem a comparação de um produto convencional com diet e light; em relação a marcas, (se há diferença); se observam a quantidade de sódio e gorduras trans; se sabem seus conceitos; se sabem o que o alto consumo pode causar; se consomem os produtos que foram analisados, dentre eles: maionese na sua versão convencional e light e o achocolatado na sua versão convencional, diet e light.

Informações as quais foram obtidas com o consentimento dos participantes, e com a condição de que poderiam desistir de participar a qualquer momento da pesquisa e que o conteúdo das perguntas quando necessário foi explicado aos mesmos.

A universidade foi anteriormente informada sobre a realização do estudo, e foi solicitado o preenchimento da carta de aceite do local autorizando a aplicação da pesquisa.

Os resultados dos questionários foram analisados através de estatísticas descritivas básicas, entre os graduandos entrevistados, em relação aos itens avaliados. Foi utilizada uma precisão numérica de dois dígitos na apresentação dos dados, mantendo-se os dados originais

na análise dos mesmos. As variáveis categóricas foram apresentadas através de suas porcentagens, e para análise dos resultados, os dados foram tabulados, e confeccionados gráficos, através do software Microsoft Excel.

Este estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) do Centro Universitário Amparense (UNIFIA), sob protocolo CAAE: 47819815.0.00005490. Todos os voluntários foram informados dos objetivos e procedimentos do estudo e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

3. RESULTADOS

No total 64 graduandos participaram da pesquisa, sendo 5 (7,81%) do gênero masculino e 59 (92,19%) do gênero feminino, na faixa etária de 16 a 41 anos, com maior prevalência na faixa de 21 a 40 anos, conforme demonstração no gráfico 1, destacando maior participação das mulheres na pesquisa, conforme descrição na tabela 1.

Tabela 1 - Gênero dos participantes da pesquisa

Variável	Nº de casos	%
Gênero		
Masculino	5	7,81
Feminino	59	92,19
Total	64	100

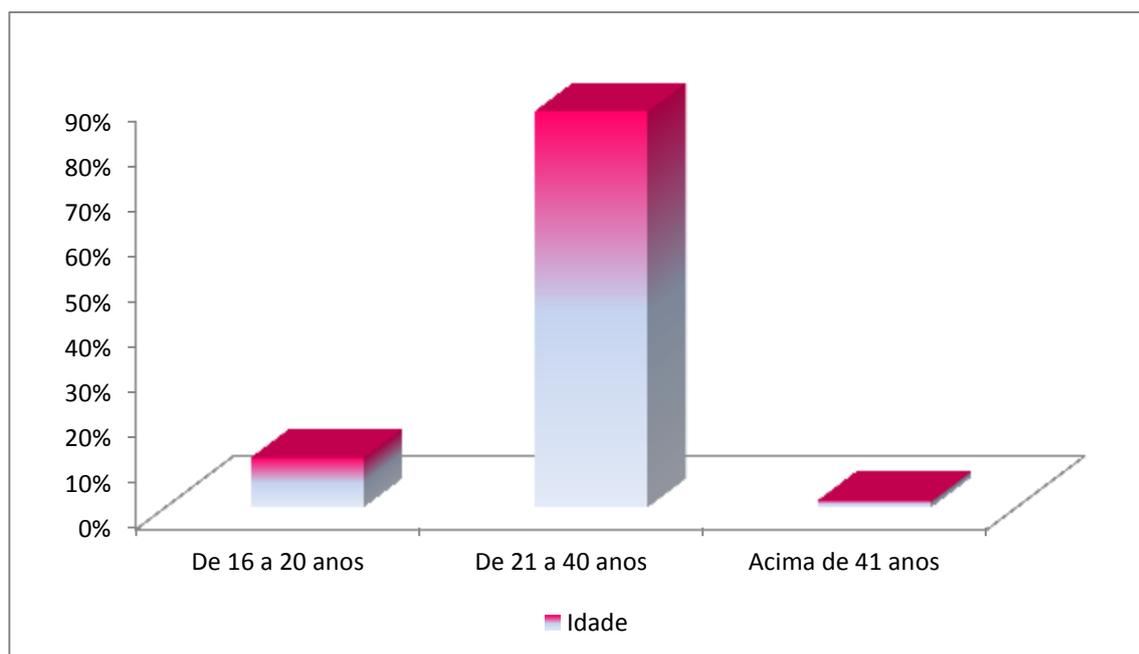


Gráfico 1 - Faixa etária dos participantes da pesquisa

Na pesquisa, observou-se que os participantes exercem diferentes profissões / ocupações, alguns apenas são estudantes, (6,25%), os quais se podem mensurar que tenham mais conhecimento em relação ao assunto, outros exercem atividades diferentes das que buscam graduação, (21,87%) e a maior parte dos participantes (71,87%), não responderam a questão, os quais estão identificados conforme tabela 2 com a sigla N/A.

Tabela 2 - Profissão / ocupação dos participantes da pesquisa

Variável	Nº de casos	%
Profissão		
Estudante	4	6,25
Secretária	3	4,69
Auxiliar de dentista	1	1,56
Vendedora	2	3,12
Esteticista	2	3,12
Manicure	2	3,12
Vigilante	1	1,56

Auxiliar de escritório	1	1,56
Auxiliar de cabeleireira	1	1,56
Promotora de vendas	1	1,56
N/R	46	71,90
Total	64	100

Constatou-se que 39 (60,94%) dos participantes da pesquisa já fizeram algum tipo de dieta, inversamente aos 25 (39,06%) dos participantes que em nenhuma etapa da vida realizou qualquer tipo de dieta, seja ela do tipo restritiva ou não. Observou-se, de acordo com o gráfico 2, que grande parte dos entrevistados, 24 (37,50%), já fez dieta específica, com o objetivo de perda de peso, sendo que a maior parte deles 36 (56,25%) fez por vontade própria e apenas 10 (15,62%) realizaram sob orientação e/ou supervisão de médico ou nutricionista. Destaca-se também o fato, de que nenhum participante assinalou a opção, revista, como método de incentivo e conhecimento para realização da dieta.

Em relação ao conhecimento, a população estudada, 54 (84,38%) conhece e consome os produtos diet e light, sendo que 30 (46,88%) deles consomem diariamente em todas as refeições. Já 24 (37,5%) consomem estes produtos em algumas refeições, se destacando em maior proporção em apenas 2 refeições diárias a presença destas categorias.

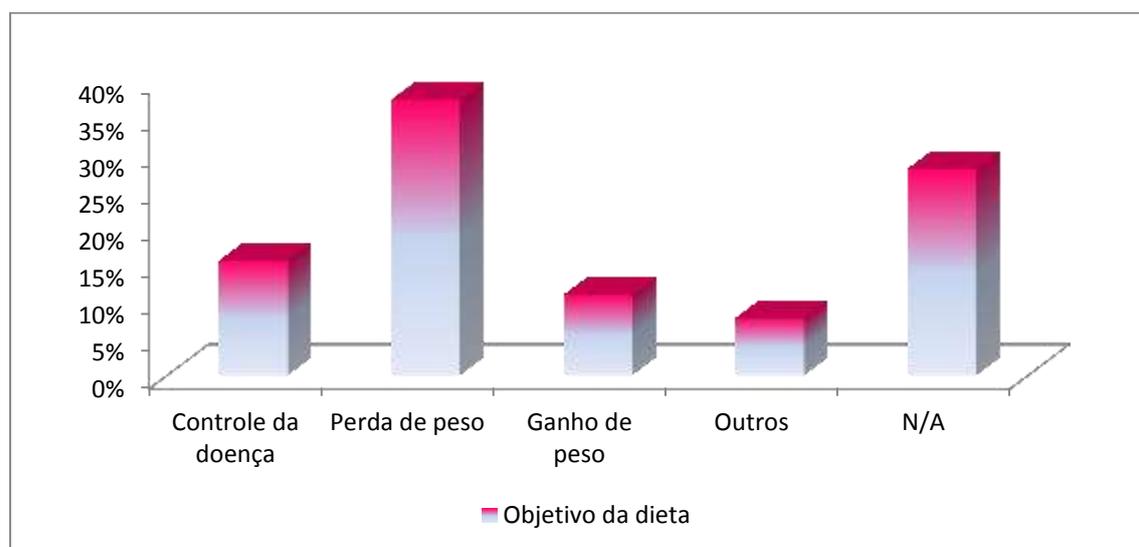


Gráfico 2 - Conhecimento em relação ao objetivo da dieta

Através dos resultados, conforme descrito na tabela 3 pode-se observar que no que tange ao âmbito de motivo de consumo, a variação da porcentagem não tem grande relevância, pois os resultados encontrados foram bem próximos, conforme tabela 3 abaixo, 15 (23,44%) dos participantes tem o hábito de consumir os produtos diet e light, em relação aos convencionais, já 14 (21,88%) dos entrevistados consomem com o objetivo de perda de peso e 13 (20,31%) por buscar uma alimentação mais saudável.

Tabela 3 - Motivo de consumo de produtos diet e light pelos participantes

Variável	Nº de casos	%
Hábito	15	23,44
Recomendação	6	9,38
Perda de peso	14	21,88
Ser mais saudável	13	20,31
Devido a doenças	6	9,37
N/R	10	15,62
Total	64	100

Verificou-se que em relação aos conceitos, conforme demonstra gráfico 3, houve um elevado percentual de erros 52 (81,25%) dos entrevistados, que assinalaram de maneira incorreta a atribuição aos significados.

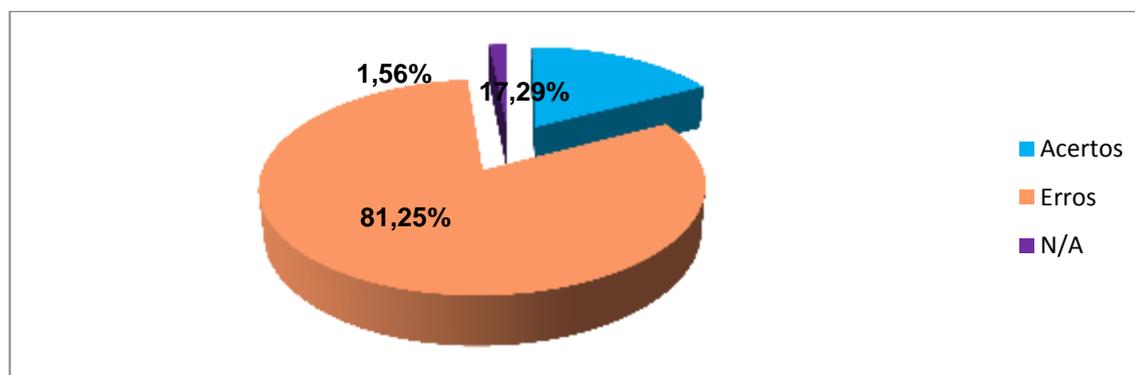


Gráfico 3 - Conhecimento do conceito de produtos diet, light, gordura trans e sódio pelos participantes

Quanto à rotulagem dos produtos, foi constatado que 50 (78,13%) dos entrevistados têm o hábito de ler os rótulos dos alimentos no ato da compra, porém em contrapartida, mais da metade não acham importante a leitura da rotulagem. Na questão referente ao entendimento das informações apresentadas nos rótulos, o termo que os participantes 26 (40,63%), têm mais facilidade para compreender é reduzido teor de gorduras totais e sódio, 18 (28,12%) optaram pelo baixo valor calórico, contra 11 (17,19%) que optaram por quantidade de fibras, e em menor proporção quantidade de sódio por porção, que evidencia a maior dificuldade de compreensão pelos entrevistados. Conforme mostra gráfico 4, não houve diferença significativa quanto aos participantes da pesquisa que realizam comparação visualizando os rótulos dos produtos citados acima, com produtos convencionais, pois pouco mais da metade apenas, realizam a comparação.

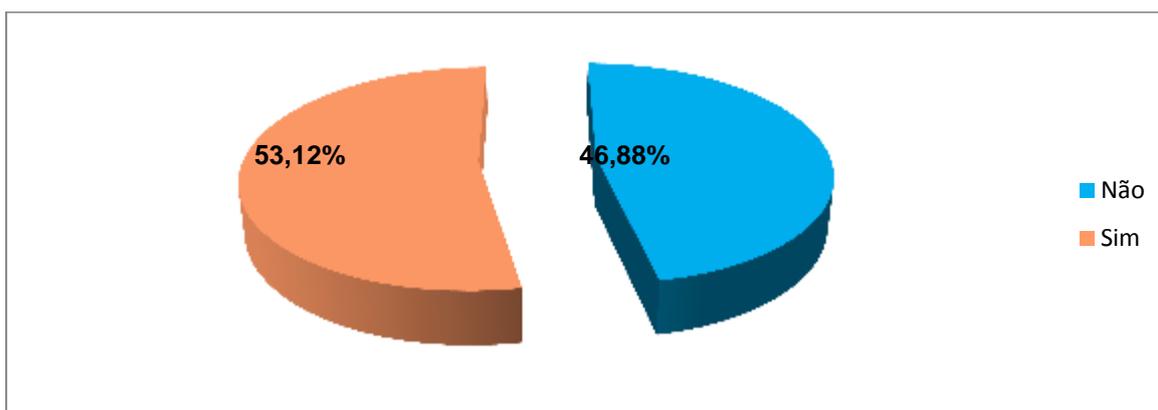


Gráfico 4 - Conhecimento se os participantes da pesquisa realizam comparação visualizando os rótulos dos produtos citados acima, com produtos convencionais.

Quando questionados sobre o fator determinante para as compras, houve um empate no número de entrevistados que optaram pela qualidade do produto e pela tabela nutricional (39,06%), seguidamente os que optaram pelo valor baixo do produto (18,75%) e em menor proporção os que assinalaram marca do produto como fator que influencia as compras. Porém ainda se tratando da marca do produto, a população estudada, acredita que as informações nos rótulos variam de uma para a outra, 46 (71,88%) alega que sim, e apenas 18 (28,12%) acredita que não muda.

No que diz respeito, quanto à observação nos rótulos da quantidade de gorduras trans e sódio, mais da metade 36 (56,25%) dos graduandos costumam observar especificamente estes componentes. Quando questionados se sabiam informar o que o alto consumo destes

ingredientes poderia causar, grande parte, 48 (75%) não respondeu a questão, e 12 (18,75%) sabiam o que causaria e o termo “prejudicial” foi o mais escolhido, e “colesterol, obesidade e doenças” tiveram resultados iguais.

De acordo com as imagens e a tabela nutricional dos produtos inseridos na pesquisa, os participantes tiveram a oportunidade de visualizar e observar todos os componentes e proporções e depois escolherem o produto que optaria consumir, dentre as categorias maionese convencional e light, sem ter a identificação dos mesmos, 41 (64,06%) optaram por escolher o produto light. Já em relação ao achocolatado nas suas versões, diet, light e convencional, 36 (56,25%) optaram pela escolha do achocolatado diet.

4. DISCUSSÃO

Os resultados de caracterização dos participantes da pesquisa foram similares a outras pesquisas realizada da mesma maneira, com relação à idade, profissão, ocupação, sexo dos entrevistados, o que torna mais válida a comparação entre os trabalhos.

Na presente pesquisa, observou-se que a maior parte (60,94%) dos participantes já fez algum tipo de dieta com o objetivo de perda de peso (37,5%) se sobressaindo em relação a controle de doença (15,62%) e mais da metade deles por conta própria, sob orientação de médico ou nutricionista somente (15,62%), sabe-se a importância de se fazer um acompanhamento nutricional para evitar o acometimento de doenças carenciais, hipovitaminoses, perda de massa magra, dentre outras. De acordo com a pesquisa de Oliveira *et al.* (2005), percebeu-se a preocupação com a saúde como principal motivo de aquisição tanto para o produto light como para o diet, já a prescrição médica prepondera para os consumidores diet, enquanto que a estética para os consumidores light.

Em relação ao consumo de produtos diet e light, os resultados de acordo com motivo para consumo não foram muito contrastantes, o consumo pelo hábito optaram (23,44%) dos entrevistados, perda de peso (21,88%), por ser mais saudável (20,31%), havendo um empate no percentual de por recomendação e devido a doenças (9,38%). Em contrapartida, de acordo com Goes *et al.* (2010), observou-se que a maioria das pessoas consome estes tipos de alimentos mais por considerá-los saudáveis em relação aos alimentos tradicionais (39,8%) do que pelo desejo de emagrecimento (18,7%). Além disso, considerando-se que 57% dos consumidores são praticantes de atividade física, se observa uma preocupação das mesmas com a sua saúde e bem estar não somente através da ingestão de alimentos. Segundo Freitas e Pereira (2013),

sobre o consumo de produtos light, 38,5% dos pesquisados responderam raramente fazer esta escolha, seguidas por 27,7% de estudantes que consomem, às vezes.

Constatou-se na pesquisa que quando questionado sobre os conceitos dos termos diet, light, gordura trans e sódio, (81,25%) dos participantes erraram quando correlacionaram o significado aos termos. Porém, observou-se que (46,88%) deles consomem estes produtos em todas as refeições, fato que indica que podem estar consumindo de maneira inadequada e conseqüentemente poderão não atingir os objetivos. Já de acordo com o estudo de Nunes e Gallon (2013), verificou-se, em relação ao consumo de produtos diet, que 74,0% da população não os consome. De acordo com Goes *et al.* (2010), a avaliação dos níveis de conhecimento em relação aos conceitos de diet, light e zero, indicou baixo grau de conhecimento especialmente dos termos diet (1,4% de acertos) e light (18,1% de acertos), sendo observado que os termos, embora bastante populares, apresentam confusão entre os seus significados.

De acordo com Goes *et al.* (2010), avaliando-se o consumo de alimentos diet e light foi verificado que leite, refrigerantes e adoçantes são os produtos mais freqüentemente consumidos, com destaque especial para o leite desnatado. Por outro lado, o creme de leite foi o alimento com menor freqüência de consumo, o que pode ser atribuído ao fato da versão light deste alimento ser pouco conhecida e, principalmente pelo fato de ser um produto normalmente utilizado na preparação de outros alimentos, o que pode gerar um medo do impacto do produto modificado na qualidade da preparação final. Na presente pesquisa foram utilizados dois produtos diferentes nas suas diversas categorias, que a população consome também freqüentemente, assim como a maionese e o achocolatado em pó. Na pesquisa foram anexadas as imagens, da maionese dentro de sua categoria light e convencional, juntamente com suas respectivas tabelas nutricionais, para que optassem pelo produto, conforme acreditassem que fosse a melhor escolha. Pode-se verificar que mais da metade optou pela versão light, apenas com a visualização do rótulo. Outro produto anexado foi o achocolatado, nas suas versões: diet, light e convencional. Observou-se que, (56,25%) dos entrevistados escolheram a versão diet para o consumo.

5. CONCLUSÃO

A pesquisa aponta que grande parte da população está preocupada com a saúde, e que já fez algum tipo de dieta, principalmente com o intuito de perder peso. Porém conclui-se que ainda há falta de informação, pois muitos deles realizam dieta por conta própria, mesmo que não

sendo mais influenciados por revistas, as quais, muitas das vezes divulgam “dietas da moda”, sem embasamento teórico.

Em relação ao conhecimento, a população conhece, muitas pessoas consomem diariamente por hábito, perda de peso e com objetivo de ser mais saudável, porém ainda apresentam dificuldade em saber corretamente o significado dos termos e a diferença, entre os produtos diet, light e convencionais, e alegam que as informações contidas nos rótulos não estão bem esclarecidas, contudo, estes requisitos podem acarretar no consumo inadequado destes alimentos, impedindo assim que mantenham uma alimentação segura.

A partir dos resultados obtidos, destacou-se também o fato de a tabela nutricional influenciar também no ato das compras, além da qualidade do produto, o que indica que as pessoas estão se atentando à rotulagem dos produtos, também para comparar com os convencionais, principalmente no que diz respeito à quantidade de sódio e gorduras trans, apesar de atualmente se falar mais, pelo seu alto consumo ser precursor de DCNT. Fato o qual, afirma a necessidade de melhorar os canais de divulgação de ferramentas de educação nutricional seja por meio da mídia, escola, internet, profissionais da saúde, inclusive no Ensino Superior, para o esclarecimento de todas as dúvidas pertinentes ao tema abordado no trabalho, para que o consumo destes produtos se torne um aliado à população, desde que saibam em que situação utilizar.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Campos, G.C.M.; Bannwart, M.E.; Silva, M.P.;Vidal,G. **Redução de sódio em alimentos: panorama atual e impactos tecnológicos, sensoriais e de saúde pública.** Rev. Nutrire, São Paulo, v.39, n.3, p. 348-365, 2014.

David, M.L.; Guivant, J.S. **A gordura trans: entre as controvérsias científicas e as estratégias da indústria alimentar.** Rev. Política & Sociedade, Florianópolis. v.11, n. 20, abril, 2012.

Freitas, A.A.F.; Pereira, M.C. **Influência das informações Nutricionais na Escolha de Produtos Alimentícios: uma Aplicação da Técnica de Análise Conjunta.** PMKT – Rev. Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia, São Paulo, Brasil, v. 13, p. 186-199, Out., 2013.

Garcia, P.P.C.; Carvalho, L.P.S. **Análise da rotulagem nutricional de alimentos diet e light.** Ensaio e Ciência: Ciências Biológicas, Agrárias e da Saúde, Universidade Anhanguera Brasil, v.15, n. 4, p. 89-103, 2011.

Goes, F.B.; Goes, F.J.; Popolim, W.D.; Tribes, A.A.L.; Augusto, P.E.D. **Nível de conhecimento de consumidores em supermercados da grande São Paulo sobre produtos alimentícios diet e light.** Rev. Assoc. Bras. Nutr. Campinas, v.3, n.1, p.6-7, jan.-jun., 2010.

Nunes, S. T.; Gallon, C. W. **Conhecimento e consumo dos produtos diet e light e a compreensão dos rótulos alimentares.** Nutrire: Rev. Soc. Bras. Alim. Nutr.= J. Brazilian Soc. Food Nutr., São Paulo, SP, v.38, n. 2, p.156-171, ago., 2013.

Oliveira, M.B.C.; Enes, C.C; Sousa, C.R.; *et al.* **Nível de informação do consumidor sobre os produtos alimentares Diet e Light em hipermercados em Campinas, SP.** Rev. Ciênc. Méd., Campinas, v. 14, n.5, p.433-440, set./out., 2005.

Proença, R.P.C.; Silveira, B.M. **Recomendações de ingestão e rotulagem de gordura trans em alimentos industrializados brasileiros: análise de documentos oficiais.** Rev. Saúde Pública, SC; v.46, n.5, p. 923-928, 2012.

Reis, M.G.; Coelho, N.R.A.; Castro, E.M.O. **Estudo do teor de Lipídeos em chocolates.** Rev. Estudos. Goiânia, v. 38 n. 3 p. 519-532, jul./set., 2011.

Salgado, J.M.; Carrer, J.C.; Danieli, F. **Avaliação sensorial de maionese tradicional e maionese enriquecida com ervas aromáticas.** Rev. Ciênc. Tecnol. Aliment., Campinas, v.26, n.4, p. 731-734, dez., 2006.