

De olho nos rótulos: uma proposta de rotulagem para edulcorantes

Introdução

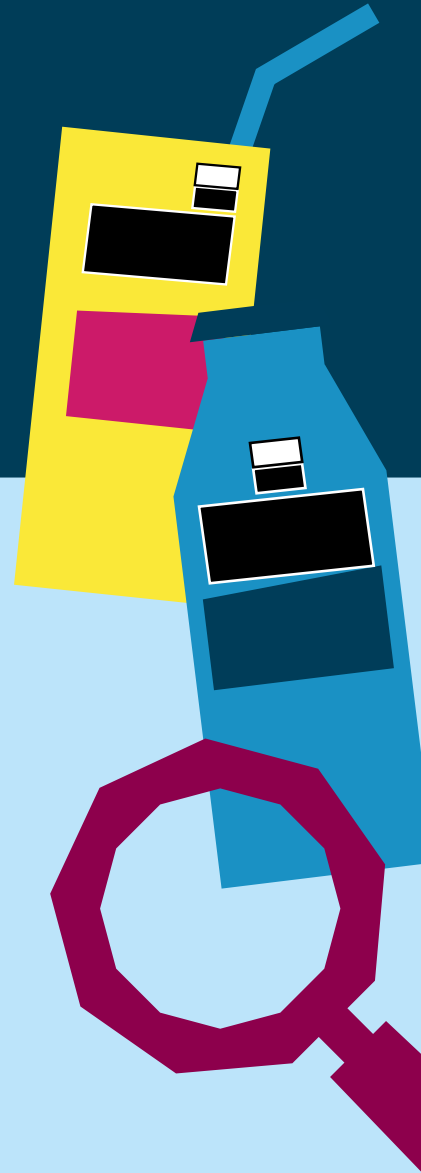
Os edulcorantes são uma classe funcional de aditivos alimentares que conferem gosto doce¹, sendo utilizados como componentes de produtos alimentícios ultraprocessados ou adicionados diretamente aos alimentos e bebidas no momento do consumo².

Eles são popularmente entendidos como um substituto do açúcar de adição³, no entanto, a Organização Mundial da Saúde (OMS) publicou, em 2023, uma diretriz que recomenda **que os edulcorantes não sejam utilizados para controle do peso corporal e redução do risco de doenças crônicas não transmissíveis (DCNT)**^{4,5}.

Além disso, o seu consumo é particularmente preocupante para crianças, à medida que a exposição precoce e frequente a alimentos e bebidas hiperadoçados molda e reforça preferências pelo sabor doce que tendem a persistir até a idade adulta⁶.

Com base na experiência chilena e diante da rotulagem nutricional frontal (RNF) brasileira, que **destaca os produtos “alto em” açúcar adicionado mas não contém um alerta para a presença de edulcorantes**, existe a possibilidade de que a indústria realize a reformulação de seus produtos, com a **substituição parcial ou total do açúcar adicionado por edulcorante** sem o devido destaque no rótulo para rápida identificação e conhecimento das pessoas consumidoras⁷.

Países como o México⁸, a Argentina⁹ e a Colômbia¹⁰ promulgaram normas que tornam obrigatória a inclusão de advertências para indicar a presença de edulcorantes



nos produtos alimentícios. As advertências do México e da Argentina são legendas de precaução e vêm acompanhadas de uma mensagem de não recomendação de consumo por crianças, que são exibidas em um retângulo preto com letras brancas, o que as torna visualmente destacadas em relação aos demais elementos do rótulo.



MODELO ARGENTINO



MODELO MEXICANO



Diante do desconhecimento da população sobre o significado do termo 'edulcorante', do possível cenário de aumento da presença da substância em alimentos e bebidas no Brasil e do acúmulo de evidências em relação aos seus potenciais prejuízos à saúde, é relevante estudar um **modelo de rotulagem que informe de maneira rápida e clara para as pessoas consumidoras sobre a presença desta substância.**

A pesquisa

Etapa 1 - Painel de Especialistas

O painel teve como objetivo analisar as opiniões de especialistas referentes a diferentes propostas de alertas para informar as pessoas consumidoras sobre a presença de edulcorantes em alimentos e bebidas embalados comercializados no Brasil¹¹.



10 participantes

Especialistas das áreas de nutrição, comunicação social, *design* da informação, direito, farmácia, medicina e psicologia



Reunião virtual de duas horas, composta por três sessões:

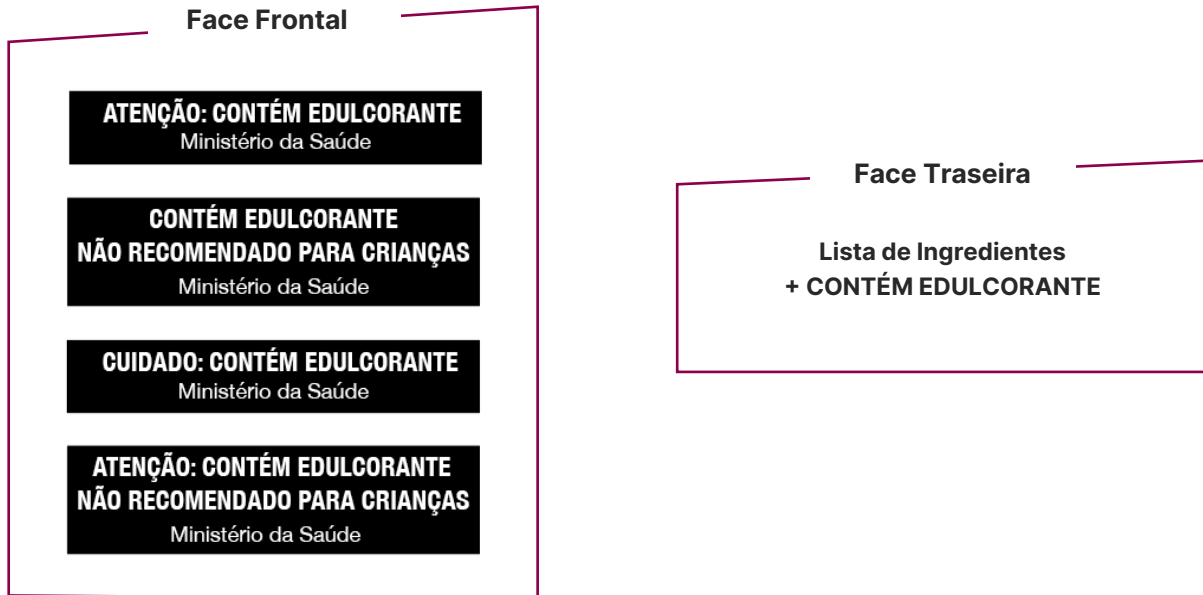
1.

Avaliação da mensagem de advertência para edulcorantes

- Contém edulcorante
- Atenção: contém edulcorante
- Contém edulcorante - não recomendado para crianças
- Atenção: contém edulcorante - não recomendado para crianças
- Contém edulcorante - não recomendado para controle de peso
- Atenção: contém edulcorante - não recomendado para controle de peso

- Contém edulcorante - não recomendado para crianças e para controle de peso
- Atenção: contém edulcorante - não recomendado para crianças e para controle de peso

2. Avaliação da legibilidade do rótulo



3. Avaliação da visibilidade do rótulo no contexto das embalagens



Durante cada sessão foi realizado o preenchimento de um formulário virtual individual, com perguntas específicas sobre os atributos de: **legibilidade, visibilidade, atenção, percepção de saudabilidade e risco à saúde.**

Após o preenchimento, realizou-se uma discussão coletiva em cada sessão sobre os pontos abordados. Os formulários foram analisados individualmente e todas as contribuições dos especialistas na discussão coletiva passaram por uma análise de conteúdo.

Principais argumentos dos especialistas:



Atenção: O uso de termos específicos ('atenção' e 'não recomendado'), associado ao destaque em negrito, ao tamanho proporcional da mensagem e ao seu posicionamento no rótulo, são elementos que aumentam a visibilidade e reforçam a sensação de alerta.



Não recomendação: A informação pode, ao mesmo tempo, ampliar ou restringir o público-alvo. Um direcionamento específico para crianças pode gerar a percepção de que o produto não é recomendado para outras faixas etárias. Por outro lado, a menção a crianças e pessoas em controle de peso pode excluir grupos que também deveriam evitar o consumo.



Consumidores: Inferência sobre as pessoas consumidoras terem uma preferência pela mensagem curta e um menor interesse na leitura da mensagem longa.

A **mensagem longa** foi escolhida como a **mais adequada**, de acordo com atributos do formulário individual, enquanto a **mensagem curta** foi considerada a **mais pertinente** para compor a rotulagem, após a discussão coletiva. Quanto ao posicionamento da informação no rótulo, o **painel principal, próximo à RNF**, foi identificado como o local mais apropriado.

**ATENÇÃO: CONTÉM EDULCORANTE
NÃO RECOMENDADO PARA CRIANÇAS
E PARA CONTROLE DE PESO**
Ministério da Saúde

MENSAGEM LONGA

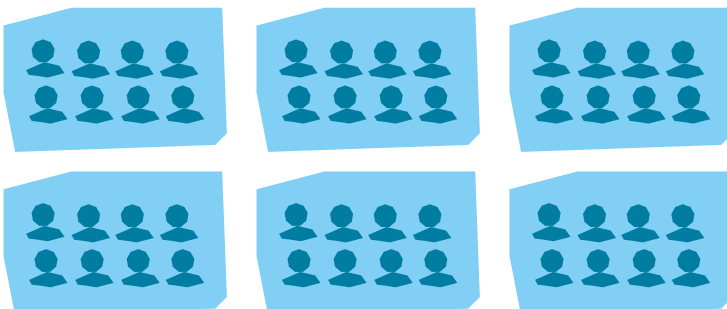
ATENÇÃO: CONTÉM EDULCORANTE
Ministério da Saúde

MENSAGEM CURTA

Etapa 2 - Grupos Focais com Consumidores

Com base nos resultados do painel de especialistas, foram realizados seis grupos focais com o objetivo de **avaliar o entendimento, a percepção e a opinião de consumidores brasileiros** acerca de dois alertas para indicar a presença de edulcorantes em alimentos e bebidas embalados.

Participantes



48 participantes
sendo **8 por grupo**

Perfil

- Adultos (18-59 anos);
- Responsáveis por crianças (até 12 anos);
- Classes socioeconômicas A ou B1 ou B2 ou C.



Foram realizados dois grupos focais em cada uma das seguintes cidades: Curitiba, Salvador e São Paulo.

Cada grupo durou em torno de 1h e foi composto por duas sessões:

1. Investigação das informações que os consumidores procuram nos rótulos no momento da compra e o entendimento do termo 'edulcorante'.
2. Apresentação de cartelas com as imagens de protótipos de produtos com a aplicação de dois modelos de rotulagem frontal de edulcorantes.

Cartelas utilizadas para a apresentação dos mockups de alimentos e bebidas com as propostas de rotulagem frontal para edulcorantes apresentadas de forma isolada e em associação com a RNF brasileira.



(A) “ATENÇÃO: CONTÉM EDULCORANTE: NÃO RECOMENDADO PARA CRIANÇA E PARA CONTROLE DE PESO” na face frontal; (B) “ATENÇÃO: CONTÉM EDULCORANTE” na face frontal; (C) “ATENÇÃO: CONTÉM EDULCORANTE: NÃO RECOMENDADO PARA CRIANÇA E PARA CONTROLE DE PESO” na face frontal junto à RNF; (D) “ATENÇÃO: CONTÉM EDULCORANTE” na face frontal junto à RNF.

Durante esta sessão foram realizadas perguntas específicas sobre os atributos de: **atenção, legibilidade, saudabilidade, prejuízo à saúde, e intenção de compra.**

Após as sessões, foi realizada uma síntese dos aspectos discutidos e foi perguntado sobre as considerações dos consumidores em relação a esses modelos para ajudar a escolher opções de alimentos mais saudáveis. Todas as contribuições passaram por uma análise de conteúdo.

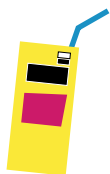
Com relação à **leitura dos rótulos**, foram mencionadas as seguintes motivações: identificação de nutrientes entendidos como não saudáveis; análise da lista de ingredientes e busca por produtos com menos ingredientes; preocupação com a saúde das crianças, com ênfase para os primeiros dois anos de vida; questões de saúde, de forma geral, considerando desde a prevenção até o tratamento de condições clínicas; e informações gerais sobre os produtos (preço, data de validade, peso líquido e marca do produto).

Entre todas as pessoas consumidoras que participaram do estudo, **apenas uma entendia o termo 'edulcorante'**. Além da ausência de conhecimento do termo, houve uma associação com outra classe de aditivo alimentar (corantes).

Principais argumentos das pessoas consumidoras:



Atributos dos alertas nos rótulos: O desenho gráfico das duas propostas é capaz de proporcionar boa legibilidade e gerar **impacto visual**. O uso da palavra 'atenção' transmite uma sensação de **alerta e cuidado**. O retângulo preto com a letra branca ocupa uma área maior no campo visual, atraindo o olhar. Quanto ao **tamanho das mensagens**, a versão curta é mais objetiva e esteticamente agradável, enquanto a longa é mais completa e se destaca pelo conteúdo.



Elementos da rotulagem: O posicionamento do rótulo próximo à RNF reforça a **sensação de alerta**, por estar localizado em uma área onde as pessoas consumidoras já estão acostumadas a encontrar informações relevantes. Quanto ao **tamanho das mensagens**, a versão longa foi associada a uma menor percepção de saudabilidade e a um maior risco à saúde. O direcionamento da **não recomendação** ao público infantil foi interpretado como um alerta para os consumidores em geral. Já a menção ao **Ministério da Saúde** despertou diferentes percepções: para alguns, transmitiu segurança; para outros, gerou a sensação de risco; e, em alguns casos, provocou indiferença.



Importância do destaque da informação: Ao comparar as mensagens curta e longa, observou-se que a curta, embora **rápida e objetiva**, traz pouco conteúdo. Já a longa se mostrou mais **completa e explicativa**. Quanto ao prejuízo à saúde, a mensagem longa contribuiu para ampliar o conhecimento, promover o entendimento sobre a não saudabilidade e incentivar a busca por mais informações, o que **favoreceu a compreensão** e estimulou decisões mais conscientes. Além disso, foi percebida como uma expressão de **transparência** por parte do setor produtivo.



Intenção de compra e/ou consumo: Enquanto a mensagem curta não gerou impacto, a longa foi percebida como capaz de **influenciar a decisão de compra**. Houve divergências na interpretação da rotulagem em produtos já consumidos habitualmente e em produtos novos, sendo que, neste último caso, houve a intenção de **evitar o consumo**. Outro ponto de atenção foi o **público infantil**, pois a presença do alerta em produtos voltados a esse grupo poderia desencorajar a compra e a oferta às crianças.

A proposta de rotulagem com a mensagem longa foi escolhida como a mais adequada para compor o rótulo de alimentos e bebidas embalados que contêm edulcorantes.



**ATENÇÃO: CONTÉM EDULCORANTE
NÃO RECOMENDADO PARA CRIANÇAS
E PARA CONTROLE DE PESO**
Ministério da Saúde

Conclusão

Uma advertência frontal com a mensagem longa e posicionada próximo à RNF brasileira seria o modelo ideal para alertar consumidores brasileiros sobre a presença de edulcorantes em produtos embalados.

A partir dos dois modelos de rotulagem frontal de edulcorantes apresentados, a percepção das pessoas consumidoras é de que alertas visuais precisam ser **claros, diretos e bem posicionados**, com informações que não deixem dúvidas sobre o potencial risco do produto quando houver. No entanto, há um equilíbrio delicado entre a quantidade de informação necessária para de fato informar e a objetividade do alerta. Para além da leitura dos rótulos, se faz necessário **considerar o entendimento acerca do que é lido**.

Ao mesmo tempo que houve comentários sobre um interesse em conter o nome específico do edulcorante listado no alerta, também houve um entendimento de que **a frase longa é capaz de transmitir uma percepção de não saudabilidade independente do conhecimento do termo**, o que reforça a importância da não recomendação.

Com relação aos atributos do desenho gráfico, é possível identificar que ambos os modelos fornecem legibilidade, mas que a capacidade de chamar atenção se difere entre eles. Devido ao tamanho e à quantidade de informação disponível na frase longa, ela foi reconhecida como mais informativa e completa. A mensagem que ocupa mais espaço no rótulo foi mencionada como uma forma de **despertar a curiosidade de saber o que está escrito**. Indicar exclusivamente a presença do aditivo alimentar não contribui para escolhas alimentares mais informadas.

Referências

1. Brasil. Ministério da Saúde; Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Instrução Normativa IN n.º 211, de 1º de março de 2023. Estabelece as funções tecnológicas, os limites máximos e as condições de uso para os aditivos alimentares e os coadjuvantes de tecnologia autorizados para uso em alimentos. Diário Oficial da União. 2023 Mar 08;46(Seção 1):110-30. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-in-n-211-de-1-de-marco-de-2023-468509746>
2. Monteiro CA, Cannon G, Levy RB, Moubarac J-C, Louzada ML, Rauber F *et al.* Ultra-processed foods: what they are and how to identify them. *Public Health Nutr.* 2019;22(5):936-41. pmid:30744710
3. de la Peña C. Artificial sweetener as a historical window to culturally situated health. *Ann N Y Acad Sci.* 2010;1190:159-65. pmid:20388147
4. Organização Mundial da Saúde (OMS). Use of non-sugar sweeteners. Geneva: OMS; 2023.
5. Organization WH, Rios-Leyvraz M, Montez J. Health effects of the use of non-sugar sweeteners: a systematic review and meta-analysis. 2022 [cited 2025 Apr 14]. Disponível em: <https://iris.who.int/handle/10665/353064>
6. Swithers SE. Artificial sweeteners are not the answer to childhood obesity. *Appetite.* 2015 Oct;93:85-90. doi: 10.1016/j.appet.2015.03.027. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666315001294?via%3Dihub>.
7. Sambra V, López-Arana S, Cáceres P, Abrigo K, Collinao J, Espinoza A *et al.* Overuse of Non-caloric Sweeteners in Foods and Beverages in Chile: A Threat to Consumers' Free Choice? doi:10.3389/fnut.2020.00068. *Frontiers in Nutrition.* 2020;7:68.
8. Mexico. Ministry of Economy. Ministry of Health. Reducing the cost of complying with the new obligations of the regulatory proposal [Internet]. 2020 Mar. Disponível em: https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/8150/seeco11_C/seeco11_C.html
9. Argentina. National Executive Power. *Lei_Argentina.gob.ar.* 2011 Mar 23. p. 1-46.
10. Colombia. Ministerio de Salud y Protección Social. Resolución 2492 de 13 de diciembre de 2022.
11. Ribeiro M, Sato PM, Rojas CFU, Spinillo CG, Mais LA, Borges CA *et al.* Experts contributions to the development of a non-sugar sweeteners warning label for Brazilian food products. 2025;20(9):e0331302.doi:10.1371/journal.pone.0331302. *PLoS One.*