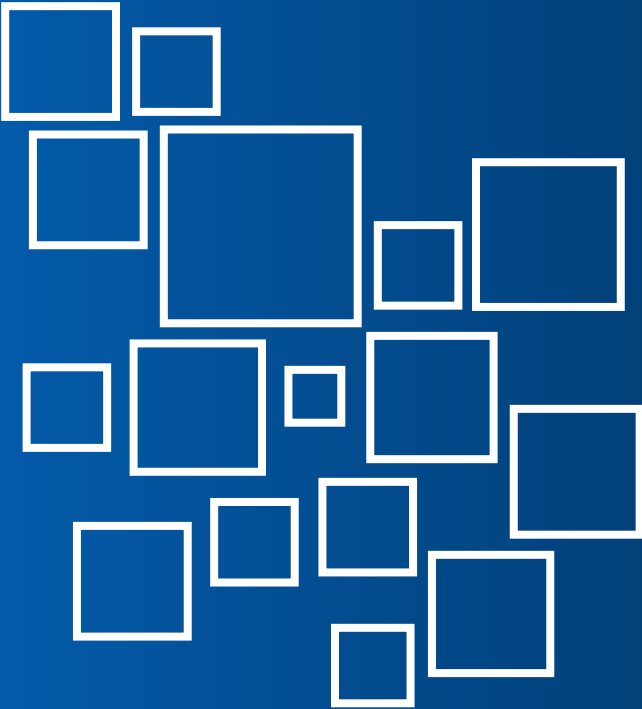


ISSN 1022-4057

Português

English

Español



ECONOMIC ANALYSIS OF LAW REVIEW

abde
Associação Brasileira
de Direito e Economia

 Universidade
Católica de Brasília


EDITORA
universa

www.ealr.com.br

Economic Analysis of Law Review

Racionalidade Limitada do Consumidor e Assimetria de Informação

Edgar Gastón Jacobs Flores Filho¹
Departamento de Direito, UFOP

Rita de Cássia Ribeiro²
Curso de Nutrição, EE-ENA/UFMG

RESUMO

O Direito, a Economia e outras ciências, como a Ciência dos Alimentos, pressupõem a existência de agentes racionais que conhecem e seguem as normas. Porém, na sociedade contemporânea é visível o fato de que as pessoas possuem racionalidade limitada e, mesmo quando agem racionalmente, muitas preferem seguir sinais e referências que nem sempre levam a condutas satisfatórias. No presente estudo apresentamos para estudantes de direito um chocolate diet e um chocolate comum, solicitando que eles indicassem sua preferência para compor dietas de emagrecimento. Partimos da hipótese de que as pessoas são racionais e que, por isso, devem ler as informações nutricionais constantes nos rótulos dos alimentos e preferir os chocolates com menor teor de gorduras totais e saturadas. Os resultados demonstram problemas causados pela utilização da palavra diet e a necessidade de revisão das regulações sobre alimentos.

Palavras-chave: Assimetria de Informação; Irracionalidade; Regulação; Alimento.
JEL: D11, D12, K23

ABSTRACT

Law, Economy and other Sciences, as Food Science, assume the existence of rational agents, who know and follow the rules. However, in the contemporary society, it is remarkable the fact that people have bounded rationality and, even when they act rationally, many prefer to follow signs and references that don't always lead to satisfactory behavior. In this study, we presented to Law students a diet chocolate and an ordinary chocolate, requesting them to indicate which one would be the best choice for a weight loss program. We started from the assumption that people act rationally and, therefore, they should read the nutritional information listed on food labels and choose those chocolates that have lower levels of total and saturated fats. The results showed the problems generate by the use of the term 'diet' and the need to revise the food regulations.

Key words: Information Asymmetry; Irrationality; Regulation; Food.
R: 25/3/12 **A:** 30/5/12 **P:** 25/6/12

¹ E-mail: edgarjacobs@gmail.com.

² E-mail: ritaribeiro@ufmg.br.

1. Introdução

“Devemos aplicar a Economia ao Direito.” A perplexidade com que essa proposta é percebida pela maioria dos juristas tem origem na forma quase intuitiva com que se associa a Economia com dinheiro. A aplicabilidade da Economia e suas possibilidades de intersecção com o Direito, contudo, são mais amplas do que essa concepção pode fazer crer.

Antes de tudo, a Economia estuda **incentivos**, isto é, como determinados fatores afetam as escolhas dos agentes econômicos partindo de um pressuposto básico: **seres humanos fazem escolhas racionais**. Uma escolha é dita “racional” quando feita de modo deliberado e consistente por agentes que têm preferências transitivas e completas e procuram maximizar o retorno esperado que extraem dessas preferências dentro de suas restrições orçamentárias.

Dizer que as preferências de um agente racional são transitivas significa que, para quaisquer três opções **A**, **B** e **C**, se o agente preferir a opção **A** a **B** e **B** a **C**, então ele preferirá **A** a **C**. Corolário dessa condição é a conclusão de que se o agente apresentar um comportamento que denote que, apesar de preferir **A** a **B** e **B** a **C**, ele também prefira **C** a **A**, esse comportamento será considerado irracional. Por seu turno, dizer que as preferências são completas significa que, dado quaisquer pares de opção, o agente sempre será capaz de escolher se prefere uma à outra ou se é indiferente a ambas. Corolário dessa condição é a conclusão de que se o agente não for capaz de fazer essa distinção, esse comportamento também será considerado irracional.

A **Teoria da Escolha Racional** serve, portanto, como poderoso instrumental para realizar predições a respeito do comportamento humano, bem como para investigar eventuais desvios do comportamento esperado. Desse modo, sabendo que as normas jurídicas são criadas para induzir determinados comportamentos e reprimir outros, conforme sejam valorados, respectivamente, como “bons” ou “ruins” pelo formulador de políticas públicas, a Teoria da Escolha Racional pode ser utilizada para realizar juízos de prognose e diagnose dessas mesmas normas (Gico Jr., 2010).

Em paralelo a esta constatação é importante acrescentar que o pressuposto básico de que as pessoas fazem escolhas racionais e a própria Teoria da Escolha Racional devem ser aplicados de forma a considerar a existência de **limites à racionalidade humana e o uso de artifícios decisórios**.

Diante de situações nas quais o custo de uma decisão exata é elevado em relação aos benefícios imediatos esperados, as pessoas costumam fazer uma “avaliação subjetiva de probabilidade” usando atalhos mentais para decidir por aproximação. Estes atalhos mentais são denominados na doutrina econômica como heurísticas. Esta forma de agir pode denotar uma conduta racional de simplificação, como exposto acima, ou pode ter como causa o fato de que as pessoas não possuem a informação ou o treinamento necessário para decidir da forma correta.

Por isso, nem sempre é possível construir um sistema regulatório pressupondo apenas a racionalidade das pessoas. Mesmo pessoas racionais regularmente usam estratégias de simplificação que podem levar a erros (vieses) e nem sempre têm um comportamento reflexivo.

Nesse contexto, investigaremos se as instituições regulatórias atuais são adequadas para fornecer as informações necessárias, usando meios eficientes para que os consumidores de determinados alimentos realizem escolhas racionais ou se, ao revés, essa informação ou o modo como ela é fornecida são defeituosos. Mais especificamente, investigaremos se o Direito do Consumidor e as normas expedidas pela ANVISA são adequadas para reduzir a assimetria de informação entre consumidor e fabricante de chocolates ou, até mesmo, para indicar a melhor escolha para cada preferência do consumidor.

Assim, exporemos o ambiente regulatório e social hodierno, contextualizando o problema da ingestão adequada de alimentos dietéticos para, então, descrevermos um experimento envolvendo manuseio e compreensão de informações nutricionais presentes nos rótulos pelos voluntários. O resultado encontrado expôs erros na interpretação dos rótulos e indicou a existência de possíveis falhas na legislação que deveria facilitar a decisão do consumidor.

2. Contextualização (alimento *diet* e dietas de emagrecimento)

A preocupação da sociedade contemporânea com peso e a sua associação à beleza é bastante disseminada. Não por outro motivo as empresas do ramo alimentício tentam convencer seus consumidores em potencial de que os produtos que fabricam são “saudáveis”. Contudo, trata-se de informação que somente pode ser confirmada por exames laboratoriais ou por um controle associativo entre o seu consumo e a sua influência no peso e saúde do consumidor. Ambas as investigações costumam ser extremamente custosas (aqui se considerando não apenas questões financeiras, mas também temporais) e dificilmente serão realizadas pelo consumidor médio.

O motivo supramencionado, somado ao fato de a ingestão adequada de alimentos estar diretamente relacionada à saúde e à longevidade dos cidadãos, alçou a segurança das informações veiculadas em alimentos à condição de assunto de Estado. A competência para essa fiscalização é federal e atribuída à Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA, autarquia vinculada ao Ministério da Saúde (Lei nº 9.782/99).

A Portaria nº 29/98 da ANVISA define alimentos “*para fins especiais*” como produtos “*especialmente formulados ou processados, nos quais se introduzem modificações no conteúdo de nutrientes, adequados à utilização em dietas, diferenciadas e ou opcionais, atendendo às necessidades de pessoas em condições metabólicas e fisiológicas específicas*”, ao quais podem ser classificados em três grupos:

- a) alimentos para dietas com restrição de nutrientes, indicados para dietas com restrição de carboidratos, gorduras, proteínas, sódio e outros destinados a fins específicos;
- b) alimentos para ingestão controlada de nutrientes, que inclui alimentos para controle de peso, para praticantes de atividade física, para nutrição enteral (via sonda), para dietas de ingestão controlada de açúcares entre outros; e
- c) alimentos para grupos populacionais específicos, que engloba produtos de transição para lactentes e crianças de primeira infância, alimentos para gestantes e nutrízes, fórmulas e alimentos à base de cereais para alimentação infantil, alimentos para idosos e qualquer outro produto destinado aos demais grupos populacionais específicos.

A norma, contudo, traz elementos que podem confundir os consumidores, o que aumenta ainda mais a assimetria de informação. Por exemplo, o que diferencia um alimento para dieta com restrição de carboidratos (açúcares) de um alimento destinado à ingestão controlada de açúcares? De acordo com a Portaria, o primeiro pode ser um adoçante elaborado a partir de matérias-primas isentas de sacarose, frutose e glicose; ou qualquer outro alimento que contenha, no máximo, 0,5g de diferentes açúcares em 100g ou 100mL do produto final a ser consumido. Já os alimentos para dietas de ingestão controlada de açúcares não podem levar qualquer tipo de açúcar em sua composição, porém, é permitida a presença de açúcares naturalmente existentes nos ingredientes utilizados. Isso pode resultar na presença de menos que 0,5g de diferentes açúcares em 100g ou 100mL do produto

final a ser consumido. Assim, o produto para ingestão controlada poderia ser, também, um produto para dieta com restrição desse macronutriente.

A confusão pode ser maior ainda quando se analisa o item 8.1.2 da referida Portaria, que define que o termo *diet* pode “opcionalmente” ser utilizado no painel frontal das embalagens de alimentos classificados no primeiro grupo e para alimentos utilizados em dietas de ingestão controlada de açúcares, bem como, aqueles empregados no controle de peso. “*Diet*” é um termo estrangeiro que significa dieta de qualquer natureza. Culturalmente, o termo “dieta” está relacionado a situações em que é necessário realizar mudanças, geralmente restritivas, do consumo alimentar habitual. Estas restrições podem ser de macronutrientes (carboidratos, gorduras e proteínas) e micronutrientes, como vitaminas e minerais. Por isso, é importante ficar atento à qual nutriente o termo *diet* está relacionado. Gorduras? Açúcares? Proteínas? Sódio? Esta informação, obrigatoriamente, deve estar no painel frontal das embalagens.

No caso dos chocolates, a restrição de açúcares na formulação do produto pode resultar no aumento do teor de gorduras para a obtenção de características tecnológicas desejáveis. Esses produtos são especialmente destinados aos diabéticos ou para qualquer outra pessoa que apresente patologias relacionadas ao metabolismo dos carboidratos. Porém, se o chocolate for produzido a partir de restrições de gorduras, ele também receberá a designação *diet*, mas, entretanto, não será indicado a diabéticos, já que a restrição foi em gordura e não em açúcar.

Por seu turno, sabe-se que o consumo elevado de gorduras totais, gorduras saturadas e trans pode favorecer o ganho excessivo de peso e trazer consequências metabólicas ao corpo humano, o que afeta diretamente a qualidade de vida. A prevenção e o tratamento da obesidade contemplam, necessariamente, aspectos relacionados à alimentação saudável e ao modo de vida ativo. Nesse sentido, a Estratégia Mundial para a Alimentação e Atividade Física da Organização Mundial da Saúde (OMS, 2003) recomenda a implementação de um conjunto de ações para a promoção da saúde, dentre eles a limitação da ingestão energética procedente das gorduras, substituição das gorduras saturadas por insaturadas e não ingestão de gorduras trans. Francischi *et al.* (2000) ressaltam que as dietas para redução de peso devem ser pobres em lipídeos, de forma a prevenir a obesidade e contribuir para a manutenção do peso adequado.

Portanto, sabendo que as pessoas são racionais, é esperado que elas leiam as informações nutricionais constantes nos rótulos dos alimentos e **prefiram** aqueles com menor teor de gorduras totais e saturadas. Tendo essa hipótese em mente, investigaremos se, diante de um chocolate regular e um chocolate *diet* em açúcar (não em gorduras), as pessoas escolherão o primeiro.

3. Metodologia

A análise sensorial de preferência por chocolates, comum ou *diet*, foi realizada por alunos que cursavam Direito e seguiu a metodologia de Meilgaard *et al.* (2007). Os voluntários foram indagados sobre qual o chocolate prefeririam em caso de dieta para emagrecimento e sobre os motivos que os levaram a ter tal preferência. A análise foi realizada em três momentos distintos, por diferentes participantes:

Experimento I

As embalagens de chocolates, que tinham as cores vermelho (comum) e prata (*diet*) com tamanho 5cm x 5cm e peso 25g, foram apresentadas em espaços individuais e codificadas com número de três dígitos. Solicitou-se aos participantes do estudo que manipulassem e analisassem as

embalagens dos chocolates, da esquerda para a direita, indicassem qual das duas era a preferida para dietas para emagrecimento e marcassem sua resposta na ficha de avaliação. Em seguida, na mesma ficha, cada participante deveria descrever os motivos que os levaram a fazer tal escolha.

Experimento II

Os voluntários avaliaram apenas as imagens das embalagens impressas em um formulário. Abaixo de cada imagem foi apresentada a tabela de informação nutricional contendo dados como valor energético e quantidades de carboidratos, proteínas, gorduras totais, gorduras saturadas, fibras alimentares e sódio na porção de 25g. As orientações para a análise foram as mesmas do experimento I.

Experimento III

As análises dos chocolates seguiram o delineamento do experimento II, porém, intencionalmente, foram realizadas alterações nas informações nutricionais. Reduziu-se 75% da quantidade de gorduras totais e saturadas do chocolate comum, o que promoveu uma diferença nítida nas quantidades desses nutrientes.

A ordem de apresentação das amostras foi balanceada e casualizada entre os julgadores para evitar repostas tendenciosas e atender às pressuposições estatísticas.

A análise dos resultados do teste de preferência foi realizada a partir do número mínimo de respostas necessárias para estabelecer preferência significativa a 5% de significância, de acordo com Roessler *et al.* (1978). Após a análise de preferência, cada participante respondeu às perguntas do questionário para a caracterização social do participante do estudo e para avaliação do Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), que seguiu o sistema de pontuação (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, 2008). Consideramos, para a construção do CCEB, a análise de regressão da renda familiar em função da posse de itens e escolaridade do chefe da família. A pontuação mínima foi zero e a máxima, 46 pontos. Dessa forma, foi possível classificar os participantes do estudo em oito classes econômicas (A1, A2, B1, B2, C1, C2, D e E), assumindo como pressuposto que a classe é uma característica sociocultural.

Os demais dados obtidos por meio do questionário (gênero e idade) foram tabulados e submetidos à análise de frequência. Para isso, utilizou-se o programa *SPSS Professional Statistics 17.0*.

4. Questões Éticas

Este estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Ouro Preto (Processo nº 2010/53), atendendo às exigências recomendadas pela Resolução nº 196/96 do Conselho Nacional de Saúde.

5. Resultados

Participaram desse estudo, incluindo os três experimentos, 107 estudantes de Direito. Dentre os participantes, 30,8% (n=33) eram do gênero masculino e 69,2% (n=74) do gênero feminino; com idade média de 21 anos ($\pm 3,7$). Constatamos que 87,9% (n=94) dos participantes da pesquisa foram classificados entre as classes A2 e B2, de acordo com CCEB.

No primeiro experimento a diferença entre o número de pessoas que optaram pelo chocolate comum e o número de pessoas que optaram pelo chocolate *diet* não foi estatisticamente significativa. Entretanto, a diferença na análise da preferência foi estatisticamente significativa ($p < 0,05$) nos experimentos II e III como apresentado na Tabela 1.

Tabela 1 – Análise da diferença significativa do teste sensorial de preferência entre chocolate comum e *diet*

Experimento	Nº Participantes	Opção dos Participantes		Nº mínimo de respostas necessárias	Diferença significativa ($p < 0,05$)
		Chocolate Comum	Chocolate <i>Diet</i>		
I	57	33	24	35	Não
II	28	21	7	20	Sim
III	22	20	2	17	Sim

Sobre os motivos pelos quais os participantes do estudo optaram pelo chocolate comum ou *diet*, no experimento I **apenas 7,0% do total das pessoas (n=4) apresentaram respostas que podem ser consideradas racionais**, ou seja, optaram pelo chocolate comum devido ao menor conteúdo de gorduras totais e saturadas (Tabela 2), fator importante para uma dieta para emagrecimento.

Tabela 2 – Análise comparativa da informação nutricional nos rótulos dos chocolates comum e *diet* utilizados nos diferentes experimentos

Valores energéticos e nutrientes	Experimento I e II		Experimento III	
	Chocolate comum	Chocolate <i>diet</i>	Chocolate comum	Chocolate <i>diet</i>
Energia (kcal)	137,0	129,0	137,0	129,0
Carboidratos (g)	13,0	12,0	13,0	12,0
Proteínas (g)	1,7	1,6	1,7	1,6
Gorduras totais (g)	8,5	9,9	4,3	9,9
Gorduras saturadas (g)	4,2	4,6	3,0	4,6
Gorduras trans (g)	0,0	0,0	0,0	0,0
Fibras alimentares (g)	0,6	0,7	0,6	0,7
Sódio (mg)	15,0	9,7	15,0	9,7

Ainda no experimento I, observa-se que houve um grande número de justificativas para as escolhas, destacando-se, dentre os que escolheram o chocolate *diet*, um total de 51,5% (n=17) que optaram após fazer a análise das informações sobre calorias e açúcares, bem como 36,4% (n=12) que

fizeram o julgamento com base na palavra *diet* contida na embalagem da amostra. Dentre os que escolheram o chocolate convencional o maior percentual de respostas, 37% (n=9), foi no sentido de que a palavra *diet* não se aplicaria para dietas de emagrecimento (Tabela 3).

Tabela 3 – Motivos para escolha de chocolates *diet* ou comum para dieta de emagrecimento no experimento I (percentuais de respostas por categoria de escolha)

	Categorias de respostas	n	%Cat
Diet	“Menos calorias e teor de açúcar”	17	51,5
	“Porque está escrito <i>diet</i> na embalagem”	12	36,4
	“Por causa do selo da ANAD na embalagem”	2	6,1
	“Em virtude das informações nutricionais”	1	3,0
Convencional	“ <i>Diet</i> é pra quem não pode comer açúcar; <i>Diet</i> é pra quem tem diabetes”	9	37,5
	“Porque possui menos gorduras totais e saturadas”	4	16,7
	“Convencional é mais saboroso”	5	20,8
	“Indiferença e cor da embalagem”	7	29,2

Porém, quando as informações foram apresentadas nitidamente impressas logo abaixo da imagem da embalagem (experimento II), as opções tornaram-se mais evidentes e 66,7% (n=14) das pessoas que optaram pelo chocolate convencional apresentaram motivos de preferência racionais. No experimento III, quando a diferença entre gorduras totais e saturadas foi ainda mais expressiva, 95,0% (n=19) das pessoas que preferiram o chocolate comum apresentaram motivos racionais ao preferirem o chocolate comum.

Assim, por meio da análise dos dados, observamos que a hipótese de pesquisa não foi verificada no experimento I, mas notoriamente verificada nos experimentos II e III quando a informação nutricional foi expressa nitidamente.

6. Discussão

Uma explicação para a escolha aparentemente irracional observada no experimento I é dada pela Teoria da Escolha Racional. Via de regra, os voluntários fizeram uma análise de custo e benefício, comparando o tempo para processar as informações nutricionais constantes nas embalagens dos chocolates e a “confiança” no que a palavra “*diet*” deve significar, ignorando sua ambiguidade jurídico-regulatória. Corroborar essa explicação o fato de que 36,4% dos voluntários que optaram pelo chocolate *diet* justificaram sua escolha pelo fato de acreditarem que a palavra *diet* já indicava o uso em caso de dieta. Além disso, dentre os que escolheram corretamente, um número significativo tentou acertar o significado da palavra e afirmou que “*Diet* é pra quem não pode comer açúcar; *Diet* é pra quem tem diabetes”. Este erro também pode ser imputado à confiança na palavra que, neste caso, foi conjugada com a tentativa de explicá-la melhor.

Por seu turno, os experimentos II e III foram bem sucedidos em reduzir o custo dos voluntários em obter as informações nutricionais de seu interesse e realizaram a escolha esperada. Dito de outra forma, a forma com que esses dois experimentos foram construídos **reduziram a**

assimetria de informação e facilitaram a escolha dos voluntários em coerência com suas preferências.

Diante deste contraste, observa-se que o *design* do rótulo e a pequena diferença de valores, contidos nas embalagens originais dos chocolates e mantidos como referências no experimento I, **tornam elevados os custos de obtenção de informação** e, portanto, **não contribuem para a redução da assimetria de informação**, dificultando a escolha dos voluntários em coerência com suas preferências.

Outro ponto relevante é o percentual de 51,5% de pessoas que escolheram o chocolate *diet*, após verificarem que ele possuía menos calorias ou menos açúcares, este resultado indica que não há plena confiança na palavra “diet”. Nesse caso, dada a incerteza, os voluntários podem ter usado uma heurística e deduzido que os fatores “calorias” e “açúcares”, que normalmente são associados pela mídia e pelo discurso popular ao aumento de peso, são os motivos relevantes para a escolha. Usaram, portanto, a chamada “heurística da representatividade”. Esta heurística, abordada no trabalho de Tversky e Kahneman (1974), também pode ter reforçado a ideia de que a palavra “diet” no alimento representa uma indicação segura de que este seria a melhor escolha para qualquer tipo de dieta.

Seja em função dos custos de obtenção das informações ou da simplificação usada para a escolha do chocolate no experimento I, foi verificado uma falha na decisão dos voluntários que pode indicar a existência de um erro comum, uma tendência ou, na linguagem da economia comportamental, um viés na conduta dos consumidores expostos a palavras ou sinais cuja interpretação demande muito conhecimento técnico.

Esses resultados vão ao encontro de outros observados na literatura especializada. Gracia *et al.* (2009) e Feunekes *et al.* (2008) demonstraram que chamadas como *diet* e *light* são interessantes para promover uma escolha rápida entre os consumidores, dentre tantos outros estímulos presentes no momento da compra. Assim sendo, é necessário informar, talvez no verso das embalagens, sobre os aspectos de saúde do produto em questão por meio de representações gráficas das informações nutricionais que se sobressaíam a esse pronto estímulo causado pela prévia associação dessas palavras a produtos saudáveis. Nesse sentido, Kimura *et al.* (2008) reforçam a ideia da interação entre os consumidores e as informações fornecidas por meio dos rótulos de alimentos, de modo que as pessoas se envolvam ativamente nesse processo.

Encontramos, por fim, um resultado que merece maior investigação em outra oportunidade. Apenas 8,8% (n=11) do universo avaliado no experimento I afirmou preferir o chocolate comum por ser mais saboroso, independentemente se o contexto da preferência era para atender os requisitos de uma dieta para emagrecimento. Visschers e Siegrist (2009) verificaram que o principal motivo que leva as pessoas a consumir chocolate é o prazer e a satisfação, e a escolha não está associada a fatores relacionados à saúde, ou às diferentes informações contidas nos rótulos. Nesse sentido, Williams *et al.* (2008) concluíram que o tipo de alimento é mais significativo que as chamadas de saúde nos rótulos. No caso de chocolates, as pessoas já associam o seu consumo ao prazer, independentemente da exposição das informações sobre os benéficos para a saúde.

Estes resultados parecem indicar uma possível violação ao pressuposto da racionalidade, eis que, mesmo declarando preferir um melhoramento de sua saúde em detrimento do prazer, ainda assim optam por um produto apenas por julgá-lo mais saboroso. Se essas respostas puderem ser comprovadas em testes mais amplos, ficará demonstrado que as pessoas deixam de lado objetivos predeterminados para satisfazer seus desejos, mesmo sabendo que poderão ser prejudicadas por suas escolhas.

7. Conclusão

De maneira geral, os achados dessa pesquisa reúnem uma série de argumentos que reforçam a ideia de que há muitos fatores envolvidos na preferência dos consumidores, fatores os quais estão além da consulta racional. Por exemplo, devemos considerar que os chamados fatores extrínsecos (marca, informações contidas nos rótulos, selo de qualidade, preço e aspectos sociais e culturais) são tão importantes quanto os atributos sensoriais, denominados intrínsecos (Enneking *et al.*, 2007; Prescott *et al.*, 2002).

Concluimos ser evidente a tendência do consumidor em associar a palavra “diet” a quaisquer tipos de dietas, sem a preocupação com a análise do restante das informações na embalagem. Concluimos, também, que mesmo quando tentam avaliar o significado da palavra “diet”, os consumidores cometem erros. Por outro lado, quando as informações são nitidamente expostas, o consumidor consegue realizar a escolha que mais se coaduna com suas preferências. Fazemos as seguintes sugestões ao formulador de políticas públicas:

- a) alterar os rótulos, retirando palavras ambíguas para manter informações mais completas (no caso do chocolate analisado, retiraríamos a expressão *diet* para manter apenas “sem açúcares”);
- b) modificar o design dos rótulos para expor informações nutricionais no painel frontal das embalagens em formato de tabelas ou qualquer outra representação gráfica que facilite a análise;
- c) educar os consumidores sobre os temas relevantes como, por exemplo, obesidade e hábitos de vida saudáveis.

8. Referências

- Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP). (2008). *Critério de Classificação Econômica Brasil*. Fonte: <http://www.abep.org/novo/Content.aspx?ContentID=139>
- Enneking, U., Neumann, C., & Henneberg, S. (2007). How important intrinsic and extrinsic product attributes affect purchase decision. *Food Quality and Preference*, 18, pp. 133-138.
- Feunekes, G. I., Gortemaker, I. A., Willems, A. A., Lion, R., & Kommer, M. v. (2008). Front-of-pack nutrition labelling: Testing effectiveness of different nutrition labelling formats front-of-pack in four European countries. *Appetite*, 50, pp. 57-70.
- Francischi, R. P., Pereira, L. O., Freitas, C. S., Klopfer, M., Santos, R. C., Vieira, P., et al. (2000). Obesidade: atualização sobre sua etiologia, morbidade e tratamento. *Revista de Nutrição*, 13, pp. 17-28.
- Meilgaard, M. C., Carr, B. T., & Civille, G. V. (2007). *Sensory Evaluation Techniques* (4 ed.). New York: CRC Press.
- Organização Mundial da Saúde / Food and Agriculture Organization. Expert Consultation on Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases Report 2002. (2003). *Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases*. Geneva, World Health Organization (WHO Technical Report Series 916).

- Prescott, J., Young, O., O'Neill, L., Yau, N., & Stevens, R. (2002). Motives for food choice: a comparison of consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand. *Food Quality and Preference*, pp. 489-495.
- Roessler, E. B., Pangborn, R. M., Sidel, J. L., & Stone, H. (1978). Expanded statistical tables for estimating significance in paired-preference, paired difference, duo-trio and triangle tests. *Journal of Food Science*, 43, pp. 940-943.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: heuristics and biases: biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science*, 185 (4157), pp. 1124-1131.
- V. H., V., & Siegrist, M. (2009). Applying the evaluability principle to nutrition table informations. How reference information changes people's perception of food products. *Appetite*, 52, pp. 505-512.
- Williams, P., Ridges, L., Batterham, M., Ripper, B., & Hung, M. C. (s.d.). Australian consumer attitudes to health claim – food product compatibility for functional foods. *Food Policy*, 33, pp. 640-643.

Anexo I – Ficha de Avaliação do Experimento I

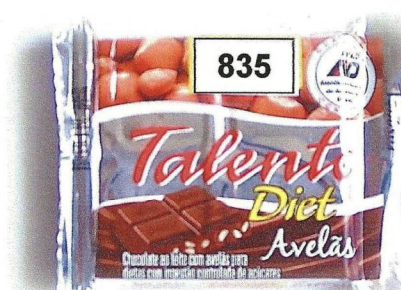
Por favor, analise as embalagens dos chocolates, da esquerda para a direita. Circule o código da amostra que você preferiria em caso de dieta para emagrecimento.

835

529

Descreva os principais motivos que o (a) levaram a preferir tal chocolate:

Anexo II – Ficha de Avaliação do Experimento II



Informação Nutricional

Nutriente	Porção de 25 g Chocolate convencional
Energia (kcal)	137
Carboidratos (g)	13
Proteínas (g)	1,7
Gorduras totais (g)	8,5
Gorduras saturadas (g)	4,2
Gorduras trans (g)	0
Fibras alimentares (g)	0,6
Sódio (mg)	15

Informação Nutricional

Nutriente	Porção de 25 g Chocolate Diet
Energia (kcal)	129
Carboidratos (g)	12
Proteínas (g)	1,6
Gorduras totais (g)	9,9
Gorduras saturadas (g)	4,6
Gorduras trans (g)	0
Fibras alimentares (g)	0,7
Sódio (mg)	9,7

Por favor, analise as embalagens e as informações nutricionais dos chocolates, da esquerda para a direita. **Circule o código da amostra que você preferiria em caso de dieta para emagrecimento:**

835

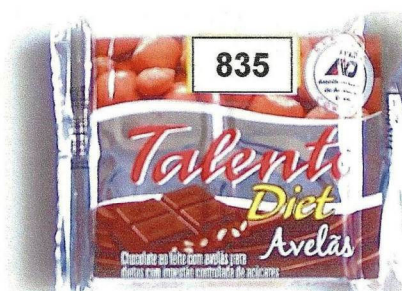
529

Descreva resumidamente os motivos que o (a) levaram a preferir tal chocolate:

Anexo III – Ficha de Avaliação do Experimento III



Informação Nutricional	
Nutriente	Porção de 25 g Chocolate convencional
Energia (kcal)	137
Carboidratos (g)	13
Proteínas (g)	1,7
Gorduras totais (g)	4,3
Gorduras saturadas (g)	3,0
Gorduras trans (g)	0
Fibras alimentares (g)	0,6
Sódio (mg)	15



Informação Nutricional	
Nutriente	Porção de 25 g Chocolate Diet
Energia (kcal)	129
Carboidratos (g)	12
Proteínas (g)	1,6
Gorduras totais (g)	9,9
Gorduras saturadas (g)	4,6
Gorduras trans (g)	0
Fibras alimentares (g)	0,7
Sódio (mg)	9,7

Por favor, analise as embalagens e as informações nutricionais dos chocolates, da esquerda para a direita. **Circule o código da amostra que você preferiria em caso de dieta para emagrecimento:**

835

529

Descreva resumidamente os motivos que o (a) levaram a preferir tal chocolate:
