Artigo DOI: 10.14295/2238-6416.v72i1.555

ROTULAGEM DE IOGURTES E BEBIDAS LÁCTEAS COMERCIALIZADAS EM CURITIBA, PARANÁ

Lactic beverages and yogurts labels commercialized in Curitiba, Paraná

Pedro Irineu Teider Junior[1], Luany Yone Miyoshi[2], Sarah Larisse Mantovani[2], Tania Raldi[2], Luiz Felipe Silva Weber[2], Julia Arantes Galvão[2]*

RESUMO

O objetivo neste estudo foi verificar se os rótulos das embalagens de iogurtes e bebidas lácteas comercializadas nos supermercados da cidade de Curitiba-PR estavam de acordo com as normas estabelecidas pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA). Para isso, foram avaliados 16 rótulos de iogurtes e 13 de bebidas lácteas industrializados sob regime de inspeção federal, disponíveis nos supermercados do município. Os itens foram classificados em "conforme", "não conforme" ou "não se aplica". Foram verificados 25 itens nas embalagens de iogurtes e 31 nas de bebidas lácteas. Todas as marcas avaliadas apresentaram inconformidades na rotulagem. Os itens com maior incidência de inadequações foram a não apresentação do nome do produto em uniformidade com a marca comercial (100% das marcas avaliadas de ambos os produtos) e não apresentação de número de INS dos aditivos (81,25% dos iogurtes e 100% das bebidas lácteas). Inconformidades referentes a identificação do lote, datas de fabricação e/ou validade, presença de informações falsas, incorretas ou insuficientes, destaque à presença de componentes intrínsecos ao próprio produto, indicação de propriedades medicinais ou terapêuticas e/ou ausência da função dos aditivos utilizados foram observados em diferentes produtos e marcas de forma isolada. Com isso, conclui-se que as empresas fabricantes não estão obedecendo as normas estabelecidas pela legislação.

Palavras-chave: rótulo; derivados lácteos; legislação.

1 Universidade Estadual de Londrina, Campus Universitário, Rodovia Celso Garcia Cid, Km 380, s/n, 86057-970, Londrina, PR, Brasil. E-mail: p_teider@yahoo.com.br

2 Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR.

* Autor para correspondência.

Recebido / Received: 11/01/2017
Aprovado / Approved: 28/08/2017

ABSTRACT

The objective of this study was to verify whether the labels of packages of yogurts and dairy beverages marketed in supermarkets of Curitiba-PR were in accordance with the norms established by Ministry of Agriculture and Food Supply (MAPA). For this, we have evaluated 16 labels of yogurt and 13 labelsof dairybeveragesindustrialized and under federal inspection. The items were classified into “according” and “nonconforming” or “does not apply”. The verification took place in 25 packages of yogurt and 31 packages of dairydrinks. All evaluated brands presented disagreementon the label. The highest incidence of inadequacies were the non-submission of the product name in conformity with the trademark (100% of the evaluated brands of both products), and absence of INS (International Numbering System for food additives) with 81.25% of absence in yogurt labels and 100% of absence in dairy drinks.We observe irregularities in the batch number of the products, date of manufacture and/or validity of the product, false or insufficient information, medicinal or therapeutic properties and absence of the information of the functions of the additives used.With this, one can conclude that the manufacturers are not obeying the norms established by the legislation.

Keywords: label; dairy products; legislation.

INTRODUÇÃO

Iogurte é o produto obtido da coagulação e diminuição do pH do leite, ou leite reconstituído, adicionado ou não de outros produtos lácteos, por fermentação láctica mediante ação de cultivos proto-simbióticos de *Streptococcus salivarius* subsp. *thermophilus* e *Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus* (BRASIL, 2007), já a bebida láctea é o produto decorrente da combinação de leite e soro de leite, podendo ser acrescentado ou não substâncias alimentícias, gordura vegetal, leite fermentado e fermentos lácteos (BRASIL, 2005a).

Observa-se um baixo consumo de produtos lácteos por parte dos brasileiros, sendo a região Sul a maior consumidora desses produtos, incluindo queijo e iogurte, deste modo, a disseminação sobre os benefícios do consumo desses produtos representam táticas de grande importância para aumentar a ingestão desses produtos no país (POSSA et al., 2017). Em 2015, a produção média de iogurte no Brasil foi de 741.398 toneladas e de bebida láctea 985.395.000 litros (IBGE, 2015). Esses produtos têm como uma das formas de comunicação com o consumidor, o rótulo (SALVIO et al., 2013).

Rótulo é toda inscrição, legenda ou imagem, ou toda matéria descritiva ou gráfica, escrita, impressa, estampada, gravada, gravada em relevo ou litografada ou colada sobre a embalagem do produto de origem animal (BRASIL, 2005b). Ele deve conter informações importantes e obrigatórias para que os consumidores reconheçam a composição e a origem do produto por eles adquirido (SALVIO et al., 2013). As informações fornecidas pelo rótulo são consideradas direito assegurado pelo Código de Defesa do Consumidor que, em seu artigo 6º, determina que a informação sobre produtos e serviços deve ser clara e adequada e “com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentam” (BRASIL, 1990).

Tabela 1 – Itens da verificação da conformidade da rotulagem de iogurtes e bebidas lácteas comercializados em Curitiba, PR, de acordo com o Regulamento Técnico para rotulagem de produto de origem animal embalado[a]

Itens avaliados	Marcas		
	C[1]	NC[2]	NA[3]
1. Não deve conter informações falsas, incorretas, insuficientes, ou que possa induzir ao erro em relação à natureza, composição, procedência, tipo, qualidade, quantidade, validade, rendimento ou forma de uso do produto			
2. Não deve destacar presença ou ausência de componentes intrínsecos ao próprio produto, exceto nos casos previstos em regulamentos técnicos específicos			
3. Não deve ressaltar a presença de componentes adicionados em todos os produtos de fabricação semelhante			
4. Não deve indicar que o produto possui propriedades medicinais ou terapêuticas			
5. Não deve aconselhar seu consumo como estimulante para a saúde, prevenção de doenças ou com ação curativa			
6. A rotulagem deve ser redigida no idioma do país de destino, ou colocada uma etiqueta complementar, com caracteres de tamanho, realce e visibilidade adequados			
7. Deve apresentar o nome do produto, indicado no painel principal do rótulo em caracteres destacados, uniformes em corpo e cor, sem intercalação de desenhos e outros dizeres, sendo o tamanho da letra proporcional ao utilizado para a indicação da marca comercial ou logotipo			
8. Os aditivos alimentares devem ser declarados fazendo parte da lista de ingredientes. Esta declaração deve constar a função principal ou fundamental do aditivo no produto de origem animal			
9. A lista de ingredientes deve ser indicada em ordem decrescente de quantidade, sendo os aditivos citados com função, nome e número de INS (Sistema Internacional de Numeração)			
10. Identificação da origem			
11. Nome ou razão social e endereço do estabelecimento			
12. Nome ou razão social e endereço do importador, no caso de produtos importados			
13. Carimbo oficial da Inspeção Federal			
14. CNPJ			
15. Conservação do produto			
16. Marca comercial do produto			
17. Identificação do lote			
18. Data de fabricação			
19. Prazo de validade			
20. Composição do produto			
21. Indicação da expressão: registro no Ministério da Agricultura SIF/DIPOA sob nº----/-----			
22. Instruções sobre o preparo e uso do produto de origem animal comestível ou alimento, quando necessário			
23. Produtos de origem animal desidratados, concentrados, condensados ou evaporados, que necessitam de reconstituição para seu consumo, por meio da adição de água, os ingredientes podem ser enumerados em ordem de proporção (m/m) no produto de origem animal reconstituído. Nestes casos, deverá ser incluída a seguinte expressão: Ingredientes do produto preparado segundo as indicações do rótulo			

[a] (BRASIL, 2005a), [1]C: Conforme, [2]NC: Não conforme, [3]NA: Não se aplica.

Tabela 2 – Itens da verificação da conformidade da rotulagem de iogurtes e bebidas lácteas comercializados em Curitiba, PR, de acordo com os Regulamentos de Identidade e Qualidade de bebida láctea[b] e de Identidade e Qualidade de leites fermentados[c]

Itens avaliados	Marcas		
	C[1]	NC[2]	NA[3]
EMBALAGENS DE IOGURTE			
24. Lista de ingredientes: leite e cultura láctea			
25. Indicação da gordura			
EMBALAGENS DE BEBIDAS LÁCTEAS			
26. Lista de ingredientes: leite, soro de leite e cultura de bactérias (se for fermentado)			
27. Se contém ou não gordura vegetal			
28. Embalagens menores que 250 gramas devem ter especificado "contém soro de leite"			
29. Porcentagem de soro de leite se for "branca"			
30. Se for bebida láctea branca: "este produto não é leite" ou "bebida láctea não é leite"			
31. Se for colorido: "bebida láctea não é iogurte" ou "este produto não é iogurte"			
32. Se tiver sabor: nome dos produtos alimentícios, aromatizantes ou saborizantes			
33. Se houver tratamento térmico, especificar			

[b] (BRASIL, 2005a), [c] (BRASIL, 2007), [1]C: Conforme, [2]NC: Não conforme, [3]NC: Não se aplica.

Estudos mostram que os consumidores, no momento da compra, focam principalmente na marca, nos ingredientes, nas informações nutricionais, na imagem do rótulo (ARES et al., 2013) e na data de validade (LINDEMANN et al., 2016). Os rótulos dos alimentos devem ser de fácil compreensão por parte dos consumidores e devem ser utilizados principalmente como um recurso para manutenção da saúde e não como um meio de prevenção de doenças (HESS et al., 2012).

Com isso, o objetivo do trabalho foi avaliar se as diferentes marcas de iogurtes e bebidas lácteas atendiam os requisitos legais estabelecidos pelos regulamentos técnicos para rotulagem de produto de origem animal embalado, de identidade e qualidade de bebida láctea e, de identidade e qualidade de leites fermentados do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA.) (BRASIL, 2007).

MATERIAL E MÉTODOS

Foram avaliados 16 rótulos de diferentes marcas de iogurte e 13 de bebidas lácteas industrializadas sob regime de Inspeção Federal, comercializadas em supermercados do município de Curitiba, Paraná quanto às exigências da Instrução Normativa nº 16 (BRASIL, 2005a), Instrução Normativa nº 46 (BRASIL, 2007) e Instrução Normativa nº 22 (BRASIL, 2005b). Para tal foi padronizada uma tabela na forma de *check-list*. Cada item foi avaliado e classificado em "conforme", "não conforme" ou "não se aplica". As marcas foram suprimidas para preservar a identidade das indústrias, sendo os iogurtes identificados como A1 a A16 e as bebidas lácteas como B1 a B13.

Foram avaliados 25 itens nas embalagens de iogurtes e 31 nas embalagens de bebidas lácteas (Tabelas 1 e 2).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Todas as marcas de iogurte e de bebidas lácteas avaliadas apresentaram alguma não conformidade diante da legislação nacional. As marcas de iogurtes que mais

apresentaram inconformidades foram A10 e A14 e de bebidas lácteas foram B1 e B12, sendo que somente duas marcas de iogurtes apresentaram uma única inconformidade (Figura 1).

Observou-se também a existência de diversas inadequações referentes à rotulagem desses produtos em trabalhos de Silva; Nascimento (2007) e Grandi; Rossi (2010). Em outro trabalho foram encontradas várias inconformidades, sendo as mais frequentes relacionadas às informações nutricionais e acredita-se que isso tenha ocorrido devido à falta de fiscalização (CÂMARA et al., 2008). Segundo Grandi; Rossi (2010) existe uma grande necessidade na avaliação de rótulos, principalmente na lista de ingredientes, pois de acordo como alguns se apresentam, podem gerar falsas expectativas e diversas decepções por parte dos consumidores. Conforme Lobanco et al. (2009) é de extrema importância garantir aos consumidores a oportunidade de se escolher alimentos mais saudáveis baseadas em dados reais e seguros e, por isso, faz-se necessário detectar e corrigir os erros encontrados, assim como reforçar as ações de fiscalização sobre os rótulos dos alimentos.

O rótulo deve gerar uma ligação entre o consumidor e o fabricante do produto, já que o consumidor terá acesso apenas às informações do produto ali presentes (MACHADO et al., 2014). Observa-se a necessidade de um maior controle dos rótulos para que esses tenham informações verídicas e, com isso, um maior cumprimento das exigências legais e menor chance de indução ao erro por parte dos consumidores (MELLO et al., 2015). A RDC nº 259 (ANVISA, 2002) estabelece que os rótulos não devem utilizar "vocábulos, sinais, denominações, símbolos, emblemas, ilustrações ou outras representações gráficas que possam tornar a informação falsa, incorreta, insuficiente ou que possa induzir o consumidor a equívoco, erro, confusão ou engano, em relação à verdadeira natureza, composição, procedência, tipo, qualidade, quantidade, validade, rendimento ou forma de uso do alimento". Segundo Yoshizawa et al. (2003) as irregularidades encontradas nos rótulos dos produtos podem causar prejuízos à saúde e também gerar perdas econômicas para os consumidores. A fiscalização frágil associada às constantes modificações na legislação são motivos que favorecem essa circunstância. É fundamental uma maior avaliação dos rótulos de alguns produtos, especialmente com a lista de ingredientes, pois do modo que muitos se encontram podem gerar falsas expectativas frente a um produto consumido pela população (MIYOSHI et al., 2016).

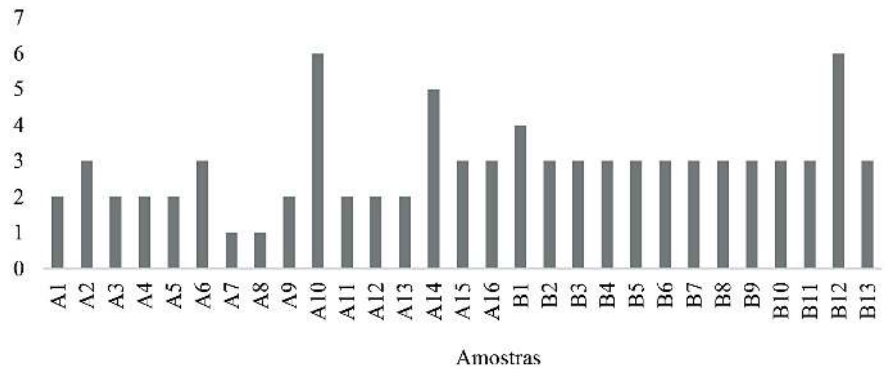

Figura 1 – Número de inconformidades observadas em rótulos de iogurtes e bebidas lácteas comercializadas em Curitiba, PR, conforme a marca avaliada

Sobre apresentar o nome do produto em uniformidade com a marca comercial, todas as marcas (100%) de iogurte e de bebidas lácteas foram classificadas como não conformes (Figura 2). Nenhuma marca apresentou o nome do produto do mesmo tamanho que a marca comercial. As marcas A2, A4, A6, A10, A15 e A16 (37,50%) destacaram a marca comercial e as marcas A1, A3, A5, A7, A8, A9, A11, A12, A13 e A14 (62,50%) não apresentavam o nome do produto, apenas a marca. Os dados encontrados nesse trabalho divergiram do observado por Silva; Nascimento (2007) que observaram que todas as 20 marcas avaliadas apresentaram o nome do produto em uniformidade com a marca comercial de iogurtes.

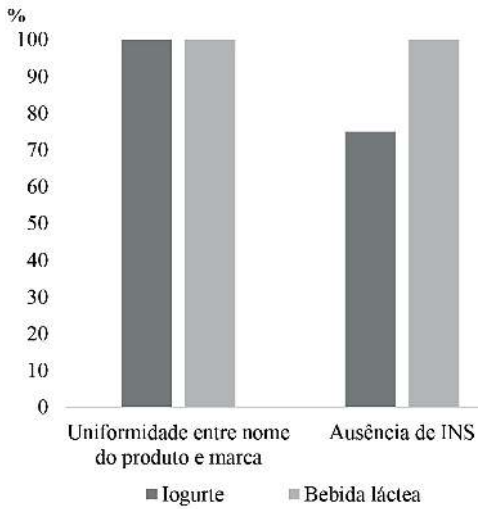

Figura 2 – Inconformidades mais frequentes encontradas em rótulos de iogurtes e bebidas lácteas avaliados no comércio varejista de Curitiba, PR

Com relação à presença do INS dos aditivos (Figura 2), 12/16 (75%) dos iogurtes avaliados foram classificados como não conforme. As marcas A7, A8 e A14 (18,75%) não se aplicavam as essas verificações, já que os produtos eram classificados como naturais, portanto não eram utilizados aditivos para sua formulação. Neste item, apenas a marca A11 (6,25%) foi classificada como conforme. Das bebidas lácteas, todas (100%) foram classificadas como não conformes devido à ausência do INS. Silva; Nascimento (2007), avaliaram 20 rótulos de iogurte contendo algum corante e encontraram resultado semelhante, com nenhuma das marcas avaliadas apresentando o INS.

Foram observados que 15/16 (93,75%) das embalagens de iogurte e 13/13 (100%) de bebidas lácteas foram classificadas como conforme quanto à ausência de informações falsas, incorretas, insuficientes ou que pudessem induzir ao erro em relação à natureza, composição, procedência, tipo, qualidade, quantidade, validade, rendimento ou forma de uso do produto. Apenas a marca A10 (6,25%) foi classificada como não conforme, pois apresentava informações falsas e incorretas, pois constava no rótulo a seguinte informação: "ação probiótica e com apenas 2 porções, você supre 100% da sua necessidade diária de cálcio". Em outro estudo foi observado pouco comprometimento ético por parte de algumas empresas, pois apresentavam problemas desde informações incompletas até enganosas (YOSHIZAWA et al., 2003). Os consumidores devem saber compreender as informações que constam nos rótulos para garantir seu bem-estar e sua segurança (MACHADO et al., 2014).

Quanto ao destaque da presença ou ausência de componentes intrínsecos ao produto, 9/16 (56,25%) dos iogurtes e 12/13 (92,31%) das bebidas lácteas foram classificadas como conforme, já as marcas A2, A6, A10, A11, A14, A15 e A16 (43,75%) dos iogurtes e B1 (7,69%) das bebidas lácteas foram classificadas como não conformes. Já em relação ao destaque da presença de componentes adicionados em todos os produtos de fabricação semelhante, todos os produtos avaliados (100%) apresentaram-se

conformes, não ressaltando a presença desses componentes.

Quanto à não indicação de propriedades medicinais ou terapêuticas, ou ao aconselhamento do consumo como estimulante para a saúde, prevenção de doenças ou com ação curativa 15/16 (93,75%) dos iogurtes e 13/13 (100%) das bebidas lácteas estavam em conformidade com a legislação, sendo que apenas a marca A10 (6,25%) foi classificada como não conforme, pois apresentava no rótulo a indicação do produto como tendo propriedades medicinais e aconselhando seu consumo como preventivo à saúde. Neste caso houve divergência em relação ao trabalho de Silva; Nascimento (2007), em que 40% das embalagens de iogurte ressaltaram possuir propriedades terapêuticas.

A rotulagem deve ser redigida no idioma do país de destino ou colocada uma etiqueta complementar, com caracteres de tamanho, realce e visibilidade adequados, todas as marcas de iogurtes e bebidas lácteas (100%) estavam conforme.

Em relação a função dos aditivos nos rótulos, nas 13/16 (81,25%) marcas de iogurte e 13/13 (100%) marcas de bebidas lácteas constavam as informações de forma adequada, sendo classificadas como conforme. As marcas A7, A8 e A14 (18,75%) de iogurte foram classificadas como não se aplica, pois não apresentavam aditivos em sua constituição.

Referente aos itens 10, 11, 13, 14, 15, 16, 20 e 21 todas as marcas de ambos os produtos foram classificadas como conforme, apresentando a identificação de origem, no me e endereço do estabelecimento, carimbo do SIF, CNPJ da empresa, conservação do produto, marca comercial, composição do produto e a expressão de registro no Ministério da Agricultura, respectivamente. Neste trabalho todas as marcas apresentaram o CNPJ, que é o número que identifica uma pessoa jurídica frente à Receita Federal e todos os demais itens obrigatórios exigidos pela legislação. Já o tópico 12 não se aplica a nenhum produto devido ao fato de todos serem produzidos em território nacional.

Sobre os itens 17, 18 e 19, referente ao lote, data de fabricação e prazo de validade, a marca A14 (6,25%) de iogurte e B12 (7,69%) de bebida láctea estavam não conformes devido apresentarem esses itens apagados. Houve semelhança com o trabalho de Silva; Nascimento (2007), em que se observou apenas 1 marca de iogurte com ausência de prazo de validade. Já Grandi; Rossi (2010) verificaram que os dados de lote não foram observados em 15,78% rótulos de iogurte e 25% de bebidas lácteas.

Os quesitos 22 e 23 não se aplicam para os produtos estudados nesse trabalho, pois não são produtos que necessitam de reconstituição para consumo, nem instruções sobre seu preparo.

Os itens 24 e 25 referentes apenas as embalagens de iogurte foram classificadas como conforme para todas as marcas (100%). Todas apresentavam como constituintes principais leite e cultura láctea. Apenas a marca A1 (6,25) apresentava permeado de soro de leite. Todos os rótulos especificavam a quantidade de gordura na sua composição.

As questões 29 e 30 não se aplicavam nas marcas de bebidas lácteas estudadas, pois nenhuma era um produto branco. O item 33 também foi classificado como não se aplica devido ao fato de nenhum produto ter passado por tratamento térmico durante sua confecção.

Sobre o item 26, todas foram classificadas como conformes, pois apresentavam especificados os ingredientes essenciais das bebidas lácteas, como leite, soro de leite e cultura bacteriana, conforme a Instrução Normativa nº 16, de 23 de agosto de 2005, em que cita bebida láctea como sendo a mistura de leite e soro de leite (podendo ser líquido, concentrado ou em pó), (BRASIL, 2005a). Já em relação ao tópico 27, todas as marcas (100%) estavam em não conformidade, visto

que não especificavam a presença ou ausência de gordura vegetal.

Do item 28, as marcas B1, B8 e B12 (23,07%) foram classificadas como não se aplica, pois eram embalagens de 1 litro e as 10 restantes (76,93%) foram classificadas como conforme, pois especificavam que continham soro de leite. Esses dados se assemelharam aos encontrados no trabalho de Grandi; Rossi (2010) em que (100%) das marcas de bebidas lácteas avaliadas apresentavam a informação que continha soro de leite.

Quanto ao item 31, referente a bebidas coloridas, todas se apresentaram conforme (100%), pois continham especificando que bebida láctea não é iogurte. Esses dados divergiram do encontrado por Grandi; Rossi (2010) em que 14,28% das embalagens avaliadas não apresentaram a informação avisando que bebida láctea não é iogurte. Referente a questão 32, todas as marcas (100%) foram classificadas como conforme, pois especificavam os aromatizantes e saborizantes presentes na sua constituição.

CONCLUSÕES

Ainda existem falhas importantes que podem gerar enganos ou falsas expectativas aos consumidores no momento da aquisição de iogurtes e bebidas lácteas comercializadas no município de Curitiba, PR, diminuindo a confiabilidade no momento da compra. Tal condição infringe a legislação nacional no tocante as normas estabelecidas pelo MAPA e pelo Código de Defesa do Consumidor.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). Resolução de Diretoria Colegiada, RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002. Aprova o regulamento técnico sobre rotulagem de alimentos embalados. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, 23 nov. 2002.

ARES, G. et al. Consumer Visual Processing of Food Labels: Results from an Eye-Tracking Study. **Journal of Sensory Studies**, v. 28, n. 2, p. 138-153, 2013.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (BR). Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Bebida Láctea. Instrução Normativa nº 16, de 23 de agosto de 2005. **Diário Oficial da União da República Federativa do Brasil**, Brasília, seção 1, p. 7, 2005a.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (BR). Regulamento Técnico para Rotulagem de Produto de Origem Animal Embalado. Instrução Normativa nº 22. **Diário Oficial da União da República Federativa do Brasil**, Brasília, seção 1, p. 15-16, 2005b.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (BR). Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Leites Fermentados. Instrução Normativa nº 46, de 23 de outubro de 2007. **Diário Oficial da União da República Federativa do Brasil**, Brasília, seção 1, p. 4, 2007.

BRASIL. Ministério da Justiça. **Código de Defesa do Consumidor (CDC).** Lei nº 8.078/90 de 11 de setembro de 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 05 set. 2015.

CÂMARA, M. C. C. et al. A produção acadêmica sobre a rotulagem de alimentos no Brasil. **Revista Panamericana de Salud Pública**, v. 23, n. 1, p. 52-58, 2008.

GRANDI, A. Z.; ROSSI, D. A. Avaliação dos itens obrigatórios na rotulagem nutricional de produtos lácteos fermentados. **Revista do Instituto Adolfo Lutz**, v. 69, n. 1, p. 62-68, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Industrial.** v. 34, n. 2, 2015. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 30 jun. 2017.

HESS, R. et al. The role of health-related, motivational and socio demographic aspects in predicting food label use: a comprehensive study. **Public Health Nutrition**, v. 15, n. 3, p. 407-414, 2012.

LINDEMANN, I. L. et al. Leitura de rótulos alimentares entre usuários da atenção básica e fatores associados. **Cadernos Saúde Coletiva**, v. 24, n. 4, p. 478-486, 2016.

LOBANCO, C. M. et al. Fidedignidade de rótulos de alimentos comercializados no município de São Paulo, SP. **Revista de Saúde Pública**, v. 43, n. 3, 2009.

MACHADO, W. R. C. et al. Percepção do consumidor sobre rotulagem de produtos lácteos industrializados. **Revista de Engenharia e Tecnologia**, v. 6, n. 2, p. 140-150, 2014.

MELLO, A. V. et al. Avaliação de rótulos de alimentos destinados ao público infantil de acordo com as regulamentações da legislação brasileira. **Journal of the Health Sciences Institute**, v. 33, n. 4, p. 351-359, 2015.

MIYOSHI, L. Y. et al. Rotulagem de leites UHT comercializados no varejo. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 71, n. 1, p. 19-25, 2016.

POSSA, G. et al. Dairy products consumption in Brazil is associated with socioeconomic and demographic factors: Results from the National Dietary Survey 2008-2009. **Revista de Nutrição**, v. 30, n. 1, p. 79-90, 2017.

SALVIO, B. P. et al. Análise de rotulagem de leite integral UHT comercializado no município de Promissão-SP. **Universitári@ – Revista Científica do Unisalesiano**, ano 4, n. 8, 2013.

SILVA, E. B.; NASCIMENTO, K. O. Avaliação da adequação da rotulagem de iogurtes. **Ceres: Nutrição e Saúde**, v. 2, n. 1, p. 9-14, 2007.

YOSHIZAWA, N. et al. Rotulagem de alimentos como veículo de informação ao consumidor: adequações e irregularidades. **Boletim do Centro de Pesquisa de Processamento de Alimentos**, Curitiba, v. 21, n. 1, p. 169-180, 2003.