EFEITOS DO PROGRAMA DE ANÁLISE DA QUALIDADE DE ALIMENTOS EM CONSUMIDORES DA CIDADE DE CAMPINAS – SP[1]

KÁTIA CILENE TABAI[1]
ELISABETE SALAY[2]
CELSO GUIMARÃES BARBOSA[3]

1- Prof. Adjunto da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ. Instituto de Ciências Humanas e Sociais – ICHS. Departamento de Economia Doméstica – DED. E-mail: ktabai@ufrrj.br.
2- Prof. Associado da Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP. Faculdade de Engenharia de Alimentos – FEA.
3- Prof. Associado da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ. Instituto de Ciências Exatas - ICE.

RESUMO: TABAI, K. C.; SALAY, E.; BARBOSA, C. G. Efeitos do programa de análise da qualidade de alimentos em consumidores da cidade de campinas – SP. Revista de Ciências da Vida, Seropédica, RJ: EDUR, v. 29, n. 1, jan. - jun., p. 14-26, 2009. O Instituto Nacional de Metrologia e Qualidade Industrial (INMETRO) realiza programa que analisa a qualidade de vários produtos, incluindo alimentos, com o objetivo de divulgar os resultados ao público em geral, o Programa de Análise da Qualidade de Produtos (PAQP). Consumidores do município de Campinas do Estado de São Paulo foram entrevistados com o objetivo de avaliar o PAQP do INMETRO. Das 255 pessoas entrevistadas, 40,8% revelaram desconhecer o PAQP. Observou-se que as pessoas mais jovens revelaram maior grau de informação e que entre a população, com menor nível de escolaridade foi pequena a proporção que revelou conhecer o INMETRO e o PAQP. Das pessoas que conheciam o PAQP e tomavam conhecimento dos resultados divulgados, a maioria lembrou dos problemas que tiveram com alimentos. Parcela expressiva (90,0%) deixou de adquirir o alimento ou a marca, o que comprovou os efeitos, pelo menos os imediatos, das divulgações do PAQP para os consumidores. Os consumidores revelaram deter pouco conhecimento a respeito do PAQP/INMETRO, o fato sugere que divulgações mais amplas possam ser conduzidas, inclusive por meio de publicações.

Palavras-chave: controle de alimentos, segurança do alimento e política de qualidade, comportamento do consumidor.

ABSTRACT: TABAI, K. C.; SALAY, E.; BARBOSA, C. G. Effects of a program for the analysis of food quality on consumer in the city of Campinas, São Paulo, Brazil. Revista de Ciências da Vida, Seropédica, RJ: EDUR, v. 29, n. 1, jan. - jun., p. 14-26, 2009. The Brazilian National Institute of Metrology & Industrial Quality (INMETRO) carries out a program that analyzes the quality of various products, including foods, with the objective of releasing the results to the general public, that is, the Program for the Analysis of the Quality of Products (PAQP). Consumers of the city of Campinas in the State of São Paulo, Brazil, were interviewed about the PAQP, of INMETRO. Of the 255 people interviewed, 40.8% knew nothing of PAQP. It was observed that the younger people were better informed, but that those with little formal education knew little of INMETRO and PAQP. The majority (90.0%) of these people stopped buying the food or the brand shown to be deficient, thus proving the effectiveness, at least on an immediate basis, of divulging the results to the consumers. On the other hand, few people effectively remembered the products and brands which were analyzed, nor the irregularities presented. In general, consumers knew little about the INMETRO/PAQP program, which suggests that more ample divulging of the results is necessary, including publication in the printed form.

Key words: food control, food safety and quality policy, consumer behavior.

INTRODUÇÃO

Segmento cada vez maior de consumidores brasileiros está mais exigente no que diz respeito à qualidade dos produtos disponíveis no mercado. Em parte isso se deve à criação do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1991). Essa legislação ampliou os direitos da população e possibilitou maior acesso do conhecimento de seus direitos e deveres, fazendo com que os cidadãos se tornassem mais conscientes.

Vários órgãos em prol da conscientização da população passaram a atuar mais efetivamente depois que o Código de Defesa do Consumidor entrou em vigor no Brasil, como, por exemplo, a Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON e o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – INMETRO, além das organizações não-governamentais como o Instituto de Defesa do Consumidor – IDEC (TABAI, 2001). Em outros países mais desenvolvidos, como os Estados Unidos, as organizações de defesa dos consumidores são mais atuantes e os consumidores também participam mais intensivamente no controle de alimentos (TABAI, 2002).

Sabe-se que em países como o Brasil, problemas com a segurança do alimento persistem, e tal fato causa preocupação, pois parte da população ainda não tem acesso às condições mínimas de sobrevivência o que pode representar, devido às precárias condições de higiene, maior risco de contaminação por alimentos. Assim, órgãos como a Organização Mundial de Saúde - OMS e a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação - FAO têm incentivado a implantação de programas efetivos de controle dos alimentos, principalmente, em localidades com características semelhantes às brasileiras (TABAI & SALAY, 2002).

Os órgãos responsáveis pela legislação em alimentos no País são os Ministérios da Saúde – MS e o da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA.

O Ministério da Saúde formula, acompanha e avalia a política nacional de vigilância sanitária e as diretrizes gerais da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA. A ANVISA normatiza, controla e fiscaliza produtos, substâncias e serviços de interesse para a saúde (BRASIL, 1999). É o responsável pelo controle da totalidade dos alimentos industrializados, com exceção de produtos de origem animal e bebidas que são registrados e fiscalizados pelo Ministério da Agricultura por meio do Serviço de Inspeção Federal - SIF. Atuam também no controle de alimentos no Brasil órgãos como o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio – MDIC e o Ministério da Justiça (TABAI, 2001). O

Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – INMETRO, vinculado ao MDIC, é encarregado de executar a Política Metrológica Nacional e delega aos estados brasileiros a competência para executar a metrologia legal atuando na regulamentação dos produtos prémedidos e os instrumentos de medição por meio dos Institutos de Pesos e Medidas – IPEM´s (TABAI, 2002).

Em 1996, o INMETRO criou o Projeto Estratégico “Educação para o Consumo” com o objetivo de melhorar a conscientização da população brasileira. Esse Projeto possui dois programas, o Programa de Análise da Qualidade de Produtos e o Programa Educação dos Consumidores. Sendo que, o Programa de Análise da Qualidade de Produtos analisa a qualidade de diversos produtos industrializados disponíveis no mercado, incluindo os alimentos (INMETRO, 1998).

Vários estudos internacionais têm analisado os efeitos dos programas de informação e educação do consumidor sobre o comportamento do consumidor de alimentos (SMITH, 1997; STUART e ACHTERBERG, 1997; ALDRICH, 1999; REDMOND e GRIFFITH, 2005a e 2005b). Em relação à segurança do alimento, tem sido demonstra-

do que, embora o conhecimento seja importante para determinar práticas alimentares mais seguras não é o único a promover comportamento seguro (RIMAL et al., 2001, CLAYTON et al., 2003; REDMOND & GRIFFITH, 2003, WILCOCK et al., 2003). Já no Brasil, são poucos os estudos que analisam a contribuição das organizações de defesa dos consumidores para a promoção da qualidade de alimentos. Esse quadro de precariedade de informações sobre os efeitos dos programas de educação para o consumo no País motivou a avaliação do Programa de Análise da Qualidade de Produtos Alimentícios do INMETRO implementada na presente pesquisa.

MATERIAL E MÉTODOS

Considerando os objetivos propostos utilizou-se a modalidade de avaliação de resultados. O Programa de Análise da Qualidade dos Alimentos foi analisado quanto aos seus efeitos para os consumidores.

Universo da pesquisa e coleta de dados

A pesquisa foi realizada na cidade de Campinas no Estado de São Paulo, considerada uma área metropolitana do ponto de vista demográfico e econômico. De acordo com o Censo Demográfico a população de Campinas totalizava 967.921 habitantes (IBGE, 2000).

Foram realizadas entrevistas sobre o Programa de Análise da Qualidade de Produtos Alimentícios durante o período de 10 a 14 de julho de 2000, nas principais rotas públicas que possibilitam o acesso aos centros comerciais do município. Os indivíduos que participaram da pesquisa foram entrevistados após o prévio consentimento, atendendo as normas éticas e científicas da Resolução 196, 10/10/96 – Conselho Nacional de Saúde do Ministério da Saúde.

Os consumidores foram caracterizados, adotando-se os seguintes indicadores socioeconômicos: faixa etária, nível de instrução, renda e gênero. Escolheu-se também alguns indicadores levando-se em consideração os objetivos da avaliação de analisar os resultados do Programa para os consumidores, como: o grau de conhecimento do Instituto Nacional de Metrologia e Qualidade Industrial - INMETRO e do Programa de Análise da Qualidade de Produtos – PAQP realizado pelo Instituto e os efeitos da divulgação pela imprensa dos resultados do PAQP para a aquisição dos produtos.

Análise estatística

Para essa pesquisa foi utilizada uma amostragem aleatória simples em cada estrato de faixa etária e o respectivo nível de instrução para ambos os gêneros, para melhorar a eficiência dos valores e assim minimizar uma possível variância indesejável na amostra. Considerou-se uma amostra de 255 pessoas, para uma estimativa com 95% de confiança.

Foi realizada a aplicação de teste de associação de *McNemar* que visa captar a existência de associação entre as variáveis relativas ao conhecimento do INMETRO e do PAQP. Para tanto, este teste possibilitou identificar se houve algum tipo de associação para as diferentes variáveis, levando em consideração mudanças significativas nas respostas de igual categoria.

Foram calculadas ainda as porcentagens de rejeição para a marca (P) dos produtos. Além disso, utilizou-se o teste de qui-quadrado para identificar a associação entre as variáveis: compra a marca e/ou o produto associada com as características socioeconômicas da população.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Observou-se ao considerar as faixas etárias de 15 a 24 anos, que esses indivíduos revelaram um melhor grau de informação sobre o PAQP e sobre o INMETRO, quando

comparado às faixas etárias maiores e constatou-se também maior conhecimento nos níveis de instrução mais elevados. Por outro lado, nos níveis de instrução inferiores foi menor o nível de conhecimento tanto do Instituto como do Programa. Como esperado, quando se considera a renda familiar o comportamento foi similar ao observado tendo como base o nível de instrução. Assim, nos três primeiros níveis foi constatada pouca informação sobre o INMETRO e o PAQP, no entanto observou-se que ocorreu o inverso com os que recebiam acima de 5 salários mínimos. Notou-se também que os homens possuíam maior conhecimento do INMETRO, entretanto quanto ao conhecimento sobre o PAQP as distribuições foram similares (Tabela 1).

Tabela 1 – Conhecimento da população relativo ao Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - INMETRO e ao Programa de Análise da Qualidade de Produtos - PAQP, Campinas, SP, 2000.

Variáveis	INMETRO				PAQP				N
	Sim		Não		Sim		Não		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Idade									
15 a 24 anos	37	59,7	25	40,3	43	69,4	19	30,6	62
25 a 39 anos	54	55,1	44	44,9	64	65,3	34	34,7	98
40 a 54 anos	27	46,6	31	53,4	30	51,7	28	48,3	58
55 anos ou mais	12	32,4	25	67,6	14	37,8	23	62,2	37
Total	130	51,0	125	49,0	151	59,2	104	40,8	255
Teste de X^2	**8,09***				**12,49****				
Nível de instrução									
Nenhum	1	7,7	12	92,3	2	15,4	11	84,6	13
Ensino fundamental incompleto	27	27,3	72	72,7	35	35,4	64	64,6	99
Ensino fundamental completo	25	78,1	7	21,9	27	84,4	5	15,6	32
Ensino médio incompleto	15	60,0	10	40,0	20	80,0	5	20,0	25
Ensino médio completo	21	58,3	15	41,7	23	63,9	13	36,1	36
Superior incompleto	24	82,8	5	17,2	25	86,2	4	13,8	29
Superior completo ou mais	17	80,9	4	19,1	19	90,5	2	9,5	21
Total	130	51,0	125	49,0	151	59,2	104	40,8	255
Teste de X^2	**60,55****				**62,22****				
Estrato de renda[1]									
Até 1 s.m.	2	14,3	12	85,7	4	28,6	10	71,4	14
Mais de 1 a 2 s.m.	6	27,3	16	72,7	8	36,4	14	63,6	22
Mais de 2 a 5 s.m.	14	26,4	39	73,6	22	41,5	31	58,5	53
Mais de 5 a 10 s.m.	57	60,6	37	39,4	63	67,0	31	33,0	94
Mais de 10 a 20 s.m.	35	71,4	14	28,6	36	73,5	13	26,5	49
Mais de 20 s.m.	16	69,6	7	30,4	18	78,3	5	21,7	23
Total	130	51,0	125	49,0	151	59,2	104	40,8	255
Teste de X^2	**39,60****				**26,81****				
Gênero									
Feminino	62	45,3	75	54,7	79	57,7	58	42,3	137
Masculino	68	57,6	50	42,4	72	61,0	46	39,0	118
Total	130	51,0	125	49,0	151	59,2	104	40,8	255
Teste de X^2	**3,88***				**0,30n.s.**				

Legenda: n.s. = não significativo (P>0,05)
* = significativo (P< 0,05)
** = significativo (P<0,01)

[1]Renda familiar em salários mínimos (s.m.), a saber, o salário vigente na época era de R$ 151,00 (Cento e cinqüenta e um reais).

Aplicando o teste de qui-quadrado observou-se que para a totalidade das características estudadas o efeito não foi significativo, deste modo existiu um paralelismo nas respostas, quem revelou conhecimento do INMETRO detinha informação a respeito do PAQP, a saber, 51,0% e 59,2%, respectivamente. No entanto, para os entrevistados com renda acima de 2 a 5 salários mínimos e para as pessoas do gênero feminino este efeito foi significativo. Sendo assim, verificou-se que houve uma freqüência elevada de entrevistados que conheciam o PAQP e não conheciam o INMETRO em relação aos que conheciam o INMETRO e não conheciam o PAQP. (Tabelas 2 e 3).

Tabela 2 - Nível de conhecimento sobre o INMETRO e o PAQP de acordo com a idade e nível de instrução da população, Campinas, SP, 2000.

	INMETRO	PAQP			
		Sim	Não	Total	X^2
Idade					
15 a 24 anos	Sim	34	3	37	
	Não	9	16	25	
	Subtotal	43	19	62	2,08 n.s.
25 a 39 anos	Sim	47	7	54	
	Não	17	27	44	
	Subtotal	64	34	98	3,38 n.s.
40 a 54 anos	Sim	23	4	27	
	Não	7	24	31	
	Subtotal	30	28	58	0,36 n.s.
55 anos ou mais	Sim	8	4	12	
	Não	6	19	25	
	Subtotal	14	23	37	0,10 n.s.
	Total	151	104	255	
Nível de instrução					
Até o ensino fundamental incompleto	Sim	19	9	28	
	Não	18	66	84	
	Subtotal	37	75	112	2,37 n.s.
Ensino fundamental completo	Sim	24	1	25	
	Não	3	4	7	
	Subtotal	27	5	32	0,25 n.s
Ensino médio incompleto	Sim	15	0	15	
	Não	5	5	10	
	Subtotal	20	5	25	3,20 n.s.
Ensino médio completo	Sim	16	5	21	
	Não	7	8	15	
	Subtotal	23	13	36	0,08 n.s.
Superior incompleto	Sim	21	3	24	
	Não	4	1	5	
	Subtotal	25	4	29	0,00 n.s.
Superior completo ou mais	Sim	17	0	17	
	Não	2	2	4	
	Subtotal	19	2	21	0,50 n.s.
	Total	151	104	255	

Tabela 3 – Nível de conhecimento sobre o INMETRO e o PAQP de acordo com a renda familiar e o gênero dos consumidores entrevistados em Campinas, SP, 2000.

	INMETRO	PAQP			
		Sim	Não	Total	X^2
Estrato de renda					
Até 2 s.m.	Sim	7	1	8	
	Não	5	23	28	
	Subtotal	12	24	36	1,50n.s.
Mais de 2 a 5 s.m.	Sim	12	2	14	
	Não	10	29	39	
	Subtotal	22	31	53	4,08*
Mais de 5 a 10 s.m.	Sim	49	8	57	
	Não	14	23	37	
	Subtotal	63	31	94	1,14 n.s.
Mais de 10 a 20 s.m.	Sim	30	5	35	
	Não	6	8	14	
	Subtotal	36	13	49	0,00 n.s.
Mais de 20 s.m.	Sim	14	2	16	
	Não	4	3	7	
	Subtotal	18	5	23	0,17 n.s.
	Total	151	104	255	
Gênero					
Feminino	Sim	53	9	62	
	Não	26	49	75	
	Subtotal	79	58	137	7,31**
Masculino	Sim	59	9	68	
	Não	13	37	50	
	Subtotal	72	46	118	0,41 n.s.
	Total	151	104	255	
Ambos					
	Sim	112	18	130	
	Não	39	86	125	
	Total	151	104	255	7,02**

Praticamente a totalidade dos indivíduos que deixaram de comprar o produto rejeitaram também a marca, a saber, 90,0% e a maioria dos indivíduos deixou de comprar a marca em percentagens acima de 80,0%. Os indivíduos com ensino fundamental completo e ensino médio incompleto se interessaram menos na questão da rejeição da marca, assim como indivíduos com renda familiar acima de 20 salários mínimos (Tabela 4).

Tabela 4 – Nível de rejeição da marca **(P)**, de acordo com as características socioeconômicas da população em Campinas, SP, 2000.

	Marca		
	Sim	Não	% (P)
Idade			
15 a 24 anos	26	5	83,9
25 a 39 anos	45	2	95,7
40 a 54 anos	11	2	84,6
55 anos ou mais	8	1	88,9
Nível de instrução			
Até o ensino fundamental incompleto	25	0	100,0
Ensino fundamental completo	11	4	73,3
Ensino médio incompleto	10	3	76,9
Ensino médio completo	18	0	100,0
Superior incompleto	16	1	94,1
Superior completo ou mais	10	2	83,3
Estrato de renda			
Até 2 s.m.	7	0	100,0
Mais de 2 a 5 s.m.	14	2	87,5
Mais de 5 a 10 s.m.	43	3	93,5
Mais de 10 a 20 s.m.	18	1	94,7
Mais de 20 s.m.	8	4	66,7
Gênero			
Feminino	55	3	94,8
Masculino	35	7	83,3
Total			
	90	10	90,0

Observou-se também, por meio dos resultados do teste de qui-quadrado, que houve diferença significativa das respostas sobre ter deixado de comprar o produto e/ou a marca, para o gênero, sendo que os homens foram mais indiferentes quando se compara os resultados aos obtidos junto às mulheres. Na faixa etária de 40 a 54 anos constatou-se uma significativa queda do número de pessoas que deixaram de comprar em relação às outras faixas etárias. Não houve diferenças significativas das respostas em relação à renda familiar e ao nível de instrução (Tabela 5).

Tabela 5 – Teste de qui-quadrado considerando as variáveis socioeconômicas das pessoas que deixaram de comprar o produto e/ou a marca, em Campinas, SP, 2000.

Características socioeconômicas	Deixou de comprar Sim	Não	Total	X^2
Idade				
15 a 24 anos	31	9	40	
25 a 39 anos	47	17	64	
40 a 54 anos	13	17	30	10,92*
55 anos ou mais	9	5	14	
Nível de instrução				
Até o ensino fundamental incompleto	25	12	37	
Ensino fundamental completo	15	12	27	
Ensino médio incompleto	13	6	19	
Ensino médio completo	18	5	23	
Superior incompleto	17	6	23	3,58 n.s.
Superior completo ou mais	12	7	19	
Estrato de renda				
Até 2 s.m.	7	4	11	
Mais de 2 a 5 s.m.	16	6	22	
Mais de 5 a 10 s.m.	46	17	63	
Mais de 10 a 20 s.m.	19	15	34	3.32 n.s.
Mais de 20 s.m.	12	6	18	
Gênero				
Feminino	58	19	77	4,41*
Masculino	42	29	71	
Total	100	48	148	

Alguns especialistas têm enfatizado a problemática da falta do alimento seguro principalmente em países como o Brasil, onde as condições de vida de significativa parcela da população ainda são precárias e, portanto, os riscos para a saúde dos indivíduos ao consumir um produto de qualidade duvidosa são maiores (SALAY, 2001 e SALAY et al, 2001). Sabe-se ainda que uma das dificuldades para certos produtos brasileiros entrarem no comércio exterior são as barreiras fitossanitárias; portanto, a melhora da qualidade do alimento também contribuiria para intensificação das exportações.

As indústrias reconhecem o poder de persuasão dos consumidores, em virtude inclusive do Código de Defesa do Consumidor, por isso muitas empresas procuram não correr o risco de ter o seu nome difamado pela imprensa procurando melhorar cada vez mais o controle da qualidade de seus produtos (TABAI, 2003).

Das pessoas que afirmaram conhecer o PAQP, praticamente a totalidade responderam que assistem aos resultados divulgados pelo programa televisivo e a maioria alegou tê-los visto em todas as semanas, nas quais o programa foi exibido. Dos alimentos com problemas de qualidade, os mais citados foram a farinha (24,7%); o leite (11,3%); o arroz (9,2%); a água, o óleo e o palmito (6,3%). Dos entrevistados, 66,7% não se lembraram dos problemas com a qualidade dos alimentos e entre os que recordaram, grande parcela citou problemas de contaminação microbiológica, adulteração, informação nutricional, clandestini-

dade e validade, perfazendo os respectivos valores: 12,7%, 9,8%, 7,8%, 2,0% e 0,9%. Em relação aos alimentos que a população deixou de comprar, 40,0% dos indivíduos alegaram não se lembrar, entre os que se lembraram, os alimentos mais citados foram: palmito (9,3%), farinha (8,3%) e leite (7,4%) (Tabela 6).

Tabela 6 – Citação dos alimentos irregulares divulgados pelo PAQP do INMETRO, problemas encontrados e o alimentos e bebidas que os consumidores pararam de comprar, em Campinas, SP, 2000.

	%
Problemas encontrados	
Não lembraram	66,7
Contaminação microbiológica	12,7
Adulteração	9,8
Informação nutricional	7,8
Clandestinidade	2,0
Validade	0,9
Alimentos mais citados com problemas de qualidade	
Farinha	24,7
Leite	11,3
Arroz	9,2
Água	6,3
Óleo	6,3
Palmito	6,3
Principais alimentos e bebidas que os consumidores pararam de comprar	
Não lembraram	47,2
Palmito	9,3
Farinha	8,3
Leite	7,4

Entre os alimentos mais citados com problemas de qualidade, foi mencionado produto como o palmito, que apresentou irregularidades identificadas por análises conduzidas por outros órgãos e foi associado ao Instituto de forma errônea. Convém lembrar que, a divulgação desses resultados pela mídia no mesmo período pode ter acarretado nesse tipo de associação equivocada.

Constatou-se que a maioria dos entrevistados (59,05%) não se lembrou dos nomes das marcas dos produtos analisados pelo PAQP do INMETRO e as marcas que pararam de adquirir (88,0-%) em virtude dos problemas apresentados nas análises e divulgados pela imprensa. Os consumidores que se lembraram das marcas citaram algumas bem conhecidas e as marcas que os entrevistados alegaram parar de adquirir em virtude dos resultados das análises do programa também foram de grande renome, porém, por questões éticas não foram citadas neste texto.

Em relação às demais fontes de informações sobre análise da qualidade de produtos, das pessoas que registraram conhecer, 68,0% lembraram-se dos Institutos que divulgaram as informações. Alguns comentários espontâneos foram registrados pelos consumidores. Por meio deles pode-se perceber que a maioria das pessoas apóia o PAQP e o tipo de divulgação, dirigida à população, realizada pela imprensa televisiva.

Os consumidores entrevistados citaram outros institutos, além do INMETRO, que são igualmente responsáveis por programas de educação para o consumo ou pela realização

de testes laboratoriais de produtos, inclusive alimentícios. Observou-se, neste sentido, que outros meios de divulgação de resultados de análises referentes à qualidade de produtos são conhecidos. Constatou-se ainda, por meio de declarações espontâneas, que a grande maioria dessa parcela da população entrevistada considerou a iniciativa do PAQP do INMETRO pertinente e eficaz, especialmente, por melhorar o nível de conscientização da população, o que demonstra a aceitação desse tipo de programa pelos consumidores.

Ressalta-se que parcela substancial da população brasileira ainda não tem acesso às condições mínimas de sobrevivência, como, por exemplo, a ausência da instalação da rede elétrica em seus domicílios; portanto, a dificuldade de acesso às informações ainda é grande (TABAI, 2001). Por isso é importante enfatizarmos que outros veículos de divulgação poderiam estar sendo efetivamente implantados, pois, para se alcançar melhor nível de informação é imprescindível maior divulgação.

Sabe-se que o INMETRO analisou diversos gêneros alimentícios desde 1996 e os técnicos responsáveis pelo Programa de Análise da Qualidade de Produtos confirmaram a falta de qualidade de alimentos disponíveis no Brasil (FALTA de fiscalização ameaça consumidores, 1999). Esse tipo de dado revela que ainda prevalece a falta de um controle de qualidade mais rigoroso, envolvendo os setores das indústrias alimentícias. Convém ressaltar que, com sistemas de qualidade eficazes, seria possível aumentar a disponibilidade de alimentos inócuos para os consumidores brasileiros.

Alguns estudos também enfatizam a importância do papel dos consumidores, das Organizações Não Governamentais – ONGs e das indústrias de alimentos para o efetivo controle de alimentos observando que a legislação deve reconhecer a importância da participação pública (TABAI, 2003). Nos países em desenvolvimento como o Brasil, já se observa uma tendência da atuação conjunta entre ONGs, instituições públicas, comerciantes e consumidores, esperando-se que tal comportamento favoreça a todos.

Avanços têm sido alcançados para a melhoria dos produtos de origem alimentar comercializados no Brasil. O Ministério da Saúde exige que os fabricantes de alimentos coloquem em seus produtos a rotulagem nutricional (BRASIL, 2001). Esta medida pretende propiciar maior acesso às informações dos componentes nutricionais dos alimentos industrializados para os consumidores. Sabe-se que alguns estudos têm revelado a preocupação dos consumidores com a melhoria da qualidade dos alimentos, mas faz-se necessária a implementação de pesquisas para especificar o que os consumidores entendem realmente por *"qualidade"*, conforme citado inclusive em outras publicações como a de SHEWFELT (1999).

Thompson e Dininni (2005) relataram que a mídia deve fazer cobertura com mais freqüência e por um maior período de tempo, a fim de informar melhor o público. Enquanto Weiner (1999) faz distinção entre informação e programas educacionais, sendo que o papel da informação, por meio dos programas, visa aumentar o nível de conhecimento dos consumidores, ao passo que os programas educacionais visam induzir mudanças de comportamento. Andrien (1993) observou que informações estratégicas, combinando vários canais da comunicação, são mais eficazes do que simples abordagens.

Estudos, sobretudo internacionais, sobre o comportamento do consumidor ao comprar alimentos e os riscos relacionados com a saúde, têm aumentado recentemente (YEUNG e MORRIS, 2001; MCCARTHY e HENSON, 2004; NELSON, 2004).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados alcançados eram esperados, pois a literatura já revelava que pessoas com maior poder aquisitivo e também com maior nível de escolaridade demonstraram ser melhores informadas e exigentes quanto à qualidade dos produtos.

Os consumidores mostraram que o PAQP do INMETRO tem contribuído para melhorar o nível de conscientização dos indivíduos para a questão relativa à melhoria da qualidade dos produtos, porém, em virtude dos efeitos das divulgações para os consumidores restringirem-se quase sempre a um período curto de tempo, sua repercussão acaba tendo um caráter apenas imediato. Desta forma, acredita-se que, com a repetição de análises em produtos em que já tenham sido detectadas irregularidades, seria possível prorrogar esses efeitos para médio e longo prazo para os consumidores. Nesta perspectiva lembramos que as indústrias também devem priorizar a melhoria da qualidade dos produtos, conforme determina a legislação em vigor.

Sugere-se que, outros meios de comunicação possam disponibilizar publicações em geral. A divulgação por meio da imprensa de resultados de análise da qualidade de produtos, deve ser cada vez mais explorada por outros órgãos que também trabalham em prol da defesa dos consumidores, principalmente porque o acesso às informações mais precisas sobre a qualidade dos produtos que estão disponíveis no mercado consumidor ainda é muito restrito.

É importante enfatizar a necessidade da efetiva inserção de noções de educação para o consumo no currículo escolar. Recomenda-se, além disso, que outras instituições públicas possam desencadear ações em conjunto com o INMETRO por meio de divulgações mais abrangentes, para que todos os consumidores brasileiros tenham maior acesso às informações.

Acredita-se que, o aprofundamento da investigação sobre este tema seja recomendado ao Brasil, pois pode certamente contribuir para melhorar a eficácia dos programas públicos na área da comunicação dos riscos alimentares.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDRICH, L. **Consumer use of information**: implications for food policy. Agricultural Handbook n. 715. U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, Washington, D.C., USA, 1999.

ANDRIEN, M. **Guide méthodologique des interventions dans la communication sociale en nutrition**. FAO, Rome, Italy, 1993.

BRASIL. Lei n° 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Encyclopaedia Britannica do Brasil, São Paulo, Brasil, 1991;

BRASIL. Lei n° 9.782, de 26 de janeiro de 1999. "Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências". **Diário Oficial**. Brasília, 27 jan. 1999. Seção I, p.1.

_____. Resolução n°39, de 21 de março de 2001. "De acordo com a Resolução, fica definido que, na rotulagem, o fabricante deverá apresentar uma tabela com a composição nutricional e a contribuição de cada nutriente, com base numa porção individual de referencia, para a dieta diária do consumidor". Disponível em: htpp://anvisa.gov.br Acesso em: 10 abr. 2001.

CLAYTON, D.A.; GRIFFITH, C.J.; PRICE, P. An investigation of the factors underlying consumers implementation of specific food safety practices. **British Food Journal,** n.105, p. 434-453, 2003.

FALTA de fiscalização ameaça consumidores. **Consumidor/Teste**, Porto Alegre. p. 20 –30, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE *Censo Demográfico 2000*. Disponível em: htpp:// www.ibge.gov.br Acesso em: 29 ago. 2001

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL – INMETRO. **Programa de educação para o consumo**. Disponível em: http://www.inmetro.gov.br Acesso em: 19 fev.1998.

MCCARTHY, M.; HENSON, S. Perceived risk and risk reduction strategies in the choice of beef by Irish consumers. **Food Quality and Preference**, n.16, p. 435-445, 2005.

NELSON, R. Risk management behaviour by the Northern Ireland food consumer. **International Journal of Consumer Studies**, n.28, p.86-193, 2004.

REDMOND, E.; GRIFFITH, C.J. A comparison and evaluation of research methods used in consumer food safety studies. **International Journal of Consumer Studies**, n. 27, p. 17-33, 2003.

REDMOND, E.; GRIFFITH, C.J. Factors influencing the efficacy of consumer food safety communication. **British Food Journal**, n.107, p. 484-499, 2005a.

REDMOND, E.; GRIFFITH, C.J. **Consumer perceptions of food safety education sources**: implications for effective strategy development. *British Food Journal*, n. 107, 467-483, 2005b.

RIMAL, A.; FLETCHER, S.M.; MCWATTERS, K.H.; MISRA, S.K.; DEODHAR, S. Perception of food safety and changes in food consumption habits: a consumer analysis. **International Journal of Consumer Studies**, n. 25, p. 43-52, 2001.

SALAY, E. **Alimento seguro**: desafios para os setores público e privado. In: Livro do III Simpósio Latino Americano de Ciência de Alimentos, Campinas – SP, 2001.

SALAY, E.; PEREIRA, J.L.; MERCADANTE, A. M.; NETTO, F.M.; CAVALLI, S.B. Food safety issues in developing nations: a case study of Brazil. In: Ed. Hooker, N.H.& Murano E. A *I***nterdisciplinary Food Safety Research**. Editora CRC Press, New York, p. 87- 120, 2001.

SHEWFELT, R.L. What is quality? **Postharvest Biology and Technology**, Amsterdam, v.15, n.3, p. 197-200, 1999.

SMITH, B. **Past experiences and needs for nutrition education: summary and conclusions of nine case studies**. In: Nutrition education for the public. FAO Food and Nutrition Paper 62. 1997. Disponível em: http:/ / www.fao.org/docrep/W3733E/ W3733E00.htm#Contents Acesso em: 21 junho 2007.

STUART, T.H.; ACHTERBERG, C. **Education and communication strategies for different groups and settings.** In: Nutrition education for the public. FAO Food and Nutrition Paper 62. 1997. Disponível em**:** http://www.fao.org/docrep/W3733E/ W3733E00.htm# Contents Acesso em: 21 junho 2007.

TABAI, K.C. **Avaliação dos Resultados do Programa de Análise da Qualidade de Produtos do Instituto Nacional de Metrologia e Qualidade Industrial** – *INMETRO*. Campinas, 2001.[s.n.]. Tese (Doutorado em Alimentos e Nutrição), Faculdade de Engenharia de Alimentos, Universidade Estadual de Campinas.

TABAI, K.C. Análise do controle de alimentos no Brasil: da intervenção governamental a participação de consumidores. **Higiene Alimentar**, São Paulo, v.16, n.97, p.22-25, 2002.

TABAI, K.C.; SALAY, E. O programa de análise da qualidade de produtos do INMETRO: os resultados nas ações de órgãos governamentais fiscalizadores de alimentos. **Higiene Alimentar**, São Paulo, v.16, n.99, p.16-28, 2002.

TABAI, K.C.; SALAY, E. Opinion of the food processors, wholesale and retail companies towards the Program for Product Quality Analysis in São Paulo, Brazil, **Food Control**, New York, v.4, n.8, p.545-551, 2003.

THOMPSON, J.; DININNI, L. What the print media tell us about agriculture biotechnology: will we remember? **Choices**, n. 20, p. 247-252, 2005.

WEINER, J. Accelerating the trending toward healthy eating: public and private efforts. In: **America´s eating habits**: changes and consequences (ed. by E. Frazão), p. 385-401. Agricultural Information Bulletin. Number 750. U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, Washington, D.C., USA, 1999.

WILCOCK, A.; PUN, M.; KHANONA, J.; AUNG, M. Consumer attitudes, knowledge and behaviour: a review of food safety issues. **Trends in Food Science and Technology**, n. 15, p. 56-66, 2004.

YEUNG, R.M.W.; MORRIS, J. Food safety risk: consumer perception and purchase behavior. **British Food Journal**, n.103, p.170-186, 2001.