

Consulta aos rótulos de alimentos e bebidas por freqüentadores de supermercados em Brasília, Brasil¹

Renata Alves Monteiro,² Janine Giuberti Coutinho³
e Elisabetta Recine⁴

Como citar

Monteiro RA, Coutinho JG, Recine E. Consulta aos rótulos de alimentos e bebidas por freqüentadores de supermercados em Brasília, Brasil. Rev Panam Salud Publica. 2005;18(3):172-77.

RESUMO

Objetivo. Investigar se a população adulta freqüentadora de supermercados do Plano Piloto de Brasília (DF), Brasil, utiliza as informações nutricionais contidas nos rótulos de bebidas e alimentos, assim como caracterizar essa utilização.

Métodos. Este trabalho foi realizado em duas etapas: uma etapa quantitativa, baseada em um estudo transversal, onde foram entrevistados 250 indivíduos selecionados aleatoriamente em cinco supermercados; e uma etapa qualitativa, na qual foram feitas 25 entrevistas individuais com participantes da etapa anterior.

Resultados. A leitura da informação nutricional dos rótulos de alimentos era realizada por 187 (74,8%) dos consumidores pesquisados. Contudo, apenas 25,7% dos consumidores nesse grupo liam os rótulos de todos os alimentos. Em geral (59,9%), a consulta se dava somente aos rótulos de alimentos específicos, como leites e derivados, enlatados, embutidos e produtos diet e light. Foram citados como os mais importantes objetivos da consulta aos rótulos o interesse acerca do número de calorias e da quantidade de gordura e sódio.

Conclusões. Os presentes resultados indicam a necessidade de aperfeiçoar as estratégias educativas já existentes para o consumo saudável de alimentos, e podem ser úteis nesse aperfeiçoamento. Sugere-se que, além dos consumidores, os produtores e distribuidores de alimentos também sejam integrados nas estratégias de educação nutricional.

Palavras-chave

Disseminação da informação, política de nutrição, rotulagem de alimentos.

O alimento é muito mais do que uma fonte de nutrição. A história da humanidade atesta que o ser humano

utiliza o alimento como forma de socialização, como expressão cultural de seus valores e crenças sobre o mundo

e, finalmente, como forma simples de prazer. O significado do alimento não está ligado, portanto, exclusivamente a características intrínsecas relacionadas ao seu valor nutricional, como o teor de fibras e vitaminas, mas também ao seu significado social e cultural (1, 2).

O estilo de vida urbano, baseado na praticidade e na falta de tempo e influenciado pela mídia, trouxe alterações profundas na forma como as pessoas preparam e se relacionam com

¹ Artigo baseado na monografia "Uso e entendimento pela população adulta freqüentadora de supermercados do Plano Piloto —Distrito Federal— da informação nutricional de alimentos e bebidas embalados", apresentada ao XII Curso de Especialização em Saúde Coletiva—Educação em Saúde da Universidade de Brasília, em 2002.

² Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Ações Programáticas Estratégicas, Área Técnica de Saúde da Criança e Aleitamento Materno. Enviar correspondência

para esta autora no seguinte endereço: Condomínio Mansões Entre Lagos, Quadra 1, Conjunto A, casa 46, CEP 73017-004, Sobradinho, DF, Brasil. E-mail: renata.monteiro@globo.com

³ Universidade de Brasília, Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutrição/Núcleo de Pesquisas em Políticas Públicas (NP3). E-mail: janinegc@yahoo.com

⁴ Universidade de Brasília, Faculdade de Ciências da Saúde, Departamento de Nutrição. E-mail: erecine@adinet.com.uy

os alimentos. Os estudos que avaliam as modificações no padrão de consumo dos brasileiros ao longo dos anos revelam que há uma tendência a substituir os carboidratos complexos por lipídios e carboidratos simples. Além disso, ocorreu um aumento no consumo de refrigerantes e de proteínas, havendo troca de proteínas vegetais por proteínas animais, principalmente industrializadas (como salsicha e presunto) (1, 3, 4).

A rotulagem nutricional é essencial para permitir aos consumidores escolhas alimentares mais saudáveis (4, 5). No Brasil, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) elaborou, nos anos de 2000 e 2001, a legislação que determina as informações nutricionais obrigatórias a serem veiculadas nos rótulos de alimentos (6, 7). Essa legislação, juntamente com leis anteriores que estabeleciam padrões de qualidade, serve como baliza para as atividades de educação para o consumo saudável (4). O Brasil se destaca em termos da obrigatoriedade das informações nutricionais. No mundo, somente os outros países do Mercosul (Argentina, Bolívia, Chile, Paraguai e Uruguai), o Canadá, os Estados Unidos, a Austrália, Israel e a Malásia apresentam legislação semelhante (8).

O objetivo do presente estudo foi investigar se e como a população adulta freqüentadora de supermercados no Plano Piloto de Brasília (DF) utilizava as informações nutricionais presentes nos rótulos de alimentos e bebidas embalados, assim como identificar a importância atribuída a essas informações.

MATERIAIS E MÉTODOS

O presente estudo foi realizado em duas etapas, uma quantitativa e outra qualitativa. A etapa quantitativa consistiu em um estudo transversal. Os dados foram coletados ao longo de 5 semanas no segundo semestre de 2001 por estagiários (estudantes de nutrição) previamente treinados para esse fim.

O Distrito Federal, onde se localiza a capital brasileira, Brasília, ocupa uma área de 5 789,16 km² e está dividido atualmente em 19 regiões administra-

tivas (9). De acordo com o censo de 2000, o DF possuía, na época, uma população de 2 051 146 habitantes, sendo que 95,6% residiam em área urbana e 52,2% eram mulheres (10).

Foram incluídos no estudo apenas indivíduos residentes no DF, maiores de 20 anos, pertencentes aos níveis de renda A, B e C, segundo os critérios de classificação socioeconômica da Associação Brasileira de Pesquisa de Mercado (ABIPEME) (11). Tal classificação, estabelecida com base no número de bens de consumo que o entrevistado possui, faz uma correlação com o nível de renda familiar. A opção por esse critério teve o objetivo de minimizar possíveis fatores de confusão, principalmente no que diz respeito à influência da escolaridade e da acessibilidade aos alimentos (condições financeiras) sobre a leitura e a compreensão das informações veiculadas pelos rótulos de alimentos e bebidas. A amostra estudada foi de 250 indivíduos, sendo representativa da população adulta do Distrito Federal (DF) pertencente às classes socioeconômicas média e alta.

A amostra foi escolhida por conveniência e não houve recusas. O tamanho da amostra foi definido considerando-se uma estimativa com 95% de confiança e um erro de 6,2% em cada proporção calculada.

Os supermercados pesquisados foram definidos de forma aleatória. Foram sorteados cinco grandes supermercados dentre os 20 existentes no Plano Piloto do DF, correspondendo a 20% do total de supermercados da área. O Plano Piloto é a área mais desenvolvida, social e economicamente, do DF, concentrando também a maior parte dos grandes supermercados da região.

O instrumento de coleta de dados utilizado nesta etapa foi elaborado e previamente testado, tendo sido composto por questões relacionadas à situação socioeconômica do entrevistado, entre elas idade, sexo, estado civil, escolaridade e ocupação, e a aspectos relacionados ao uso e à leitura dos rótulos dos alimentos (quais alimentos e razões para a leitura, entre outros), podendo o entrevistado indicar positivamente mais de uma resposta.

Os dados obtidos foram processados e analisados no programa Epi-Info, versão 6.04. O teste estatístico aplicado foi o qui-quadrado (χ^2) e as relações de significância entre as variáveis foram estabelecidas considerando-se um $P < 0,05$.

Na etapa qualitativa, foi utilizada a técnica de entrevista individual com 25 indivíduos, a fim de aprofundar as informações quantitativas sobre o uso das informações nutricionais dos rótulos de alimentos e bebidas embalados. Todos os entrevistados na primeira etapa foram consultados sobre a disponibilidade de participar de uma segunda entrevista em momento posterior. Para isso foi registrado o contato telefônico. Assim, o perfil dos entrevistados da segunda etapa é o mesmo dos indivíduos selecionados na primeira etapa.

O roteiro da entrevista individual foi determinado com base nos resultados da fase quantitativa, sendo selecionados os conteúdos centrais que necessitavam de maior exploração. As entrevistas foram conduzidas também no segundo semestre de 2001, ao longo de 20 dias. As entrevistas foram gravadas em fita cassete e transcritas e analisadas a partir da técnica de análise de conteúdo, segundo o método da hermenêutica dialética (12).

RESULTADOS

A tabela 1 mostra a distribuição da amostra estudada, composta por 250 consumidores freqüentadores de supermercados do Plano Piloto, segundo a faixa etária e o sexo. Não houve diferença estatisticamente significativa entre os sexos quanto à idade ($P > 0,05$).

Quando analisadas a escolaridade e a ocupação, observou-se que a maior parte dos indivíduos que participou do estudo (48,4%) possuía o 3º grau completo ou incompleto, e que 32,8% estavam empregados ou exerciam alguma atividade autônoma no momento da pesquisa. Houve uma relação direta e significativa entre a ocupação e a escolaridade ($P < 0,01$). Não houve analfabetos entre os entrevistados. Os tipos de estado civil mais

TABELA 1. Distribuição da amostra de freqüentadores de supermercados segundo a faixa etária e o sexo, Plano Piloto (DF), Brasil, 2001

Grupo etário	Sexo				Total	
	Feminino		Masculino			
	No.	%	No.	%	No.	%
20 a 29 anos	45	18,0	35	14,0	80	32,0
30 a 39 anos	35	14,0	25	10,0	50	20,0
40 a 49 anos	31	12,4	15	6,0	45	18,0
50 a 59 anos	20	8,0	18	7,2	38	15,2
60 a 69 anos	10	4,0	05	2,0	15	6,0
70 a 79 anos	06	2,4	04	1,6	10	4,0
80 anos ou mais	—	—	01	0,4	01	0,4
Total	147	58,8	103	41,2	250	100,0

freqüentes foram o casamento e o concubinato (53,6%), seguidos do estado de solteiro (36,8%).

Entre os entrevistados, 187 indivíduos (74,8%) consultavam os rótulos de alimentos durante a compra (tabela 2). A análise da consulta aos rótulos segundo o nível socioeconômico revelou uma relação estatisticamente significativa ($P < 0,05$) entre essas variáveis, ao contrário do que ocorreu quando a consulta aos rótulos foi correlacionada a variáveis como sexo, idade, estado civil, escolaridade e ocupação ($P > 0,05$).

Entre os 187 consumidores que consultavam os rótulos, somente 48 (25,7%) afirmaram que liam os rótulos de todos os alimentos e bebidas que compravam; 27 (14,4%) afirmaram que só liam os rótulos de alimentos desconhecidos; e 112 (59,9%) liam os rótulos de alimentos específicos (tabela 3). Não houve relação estatística direta ($P > 0,05$) entre o tipo de consulta ao rótulo e variáveis como sexo, idade, estado civil, escolaridade, ocupação e nível socioeconômico.

A tabela 4 mostra o objetivo da leitura do rótulo pelos consumidores que tinham esse hábito. Houve uma relação estatisticamente significativa entre a consulta às calorias como motivação para a leitura dos rótulos e a variável sexo ($P < 0,05$): 66,4% das mulheres consultavam os rótulos com esse objetivo, contra 46,5% dos homens.

É importante notar que foi baixa a freqüência de entrevistados cuja motivação foi comparar produtos similares a partir do rótulo (17,1%). Apesar

disso, houve uma relação estatisticamente significativa entre essa motivação e o sexo do entrevistado: 26,8% dos homens liam os rótulos para comparar produtos similares contra 11,2% das mulheres ($P < 0,05$).

Todos os consumidores entrevistados foram questionados sobre os motivos ou razões que os levariam a não consultar os rótulos dos alimentos. Grande parte dos entrevistados (49,2%) alegou já conhecer as informações nutricionais dos produtos que normalmente compra. Outros ainda consideraram que essas informações nem sempre estão presentes (26,4%).

Na fase qualitativa, os relatos foram organizados em duas categorias temáticas: “importância atribuída à presença da informação nutricional nos rótulos de alimentos” e “utilização das informações nutricionais”.

Dos 25 consumidores que responderam a entrevista individual, dois não consideraram importante a presença da informação nutricional, alegando que “simplesmente ninguém lê” ou ainda que não entendiam a informação. Nos discursos de outros entrevistados, revelou-se que, para muitos deles, apesar de considerarem importante a presença da informação nutricional nos rótulos, essa motivação não era forte o suficiente para fazer com que os rótulos fossem lidos. Isso sugere a existência de outros fatores que motivam o uso da informação, além de sua mera presença.

Um entrevistado mencionou o uso da informação nutricional devido ao seu estado patológico específico: “Eu sou diabético, eu preciso disso”. Nesse caso, a doença foi um fator motivador para o uso da informação nutricional. Outro discurso demonstrou a relação entre a importância da rotulagem nutricional e a saúde: “Eu acho que é uma era onde todo mundo tá se preocupando muito mais aí com a saúde, com bem-estar, né...” Pode-se afirmar que a relação entre a saúde e a alimentação já está bem estabelecida, mas que a relação entre a informação nutricional e a alimentação saudável ainda não é muito explorada.

Foi possível, ainda, perceber em uma fala a noção da alimentação saudável como promotora da cura ou para fins de controle de patologias, depois dessas já estabelecidas, uma noção que reflete a ênfase na medicina curativa (13):

TABELA 2. Distribuição dos freqüentadores de supermercados que lêem ou não os rótulos de alimentos e bebidas segundo nível socioeconômico, Plano Piloto (DF), Brasil, 2001

Nível socioeconômico	Lêem os rótulos			
	Sim		Não	
	No.	%	No.	%
A	75	82,4	16	17,6
B	90	74,6	29	24,4
C	22	55,0	18	45,0
Total ^a	187	74,8	63	23,2

^a $P = 0,01364474$.

TABELA 3. Tipos de alimentos cujos rótulos eram consultados por consumidores que possuem o hábito de consultar apenas alguns rótulos, Plano Piloto (DF), Brasil, 2001^a

Tipo de alimento	No.	%
Leites, queijos e iogurtes	73	65,2
Enlatados e embutidos	57	50,9
Produtos <i>diet</i> e <i>light</i>	50	44,6
Pratos prontos	45	40,2
Óleos e gorduras	44	39,3
Açúcares, balas, chocolates, salgadinhos	43	38,4
Pães e biscoitos	43	38,4
Sucos de frutas	31	27,7
Cereais	24	21,4
Carnes	14	12,5
Ovos	07	6,3
Leguminosas	04	3,6

^a n = 112 consumidores.

TABELA 4. Objetivo da leitura dos rótulos de alimentos e bebidas pelos consumidores que freqüentavam supermercados no Plano Piloto (DF), Brasil, 2001^a

Objetivo	No.	%
Saber o número de calorias do produto	110	58,8
Saber a quantidade de gordura e sódio	98	52,4
Saber a quantidade de vitaminas, minerais e fibras	77	41,2
Comparar produtos similares a partir do rótulo	32	17,1
Ler todas as informações	31	16,6
Nenhum especial	7	3,7

^a n = 187 respostas.

Olha, eu acho assim, que eu mesma, pra te falar a verdade, sou uma pessoa magra, então não me preocupo com isso. Sinceramente pra dizer a verdade pra você, eu não sei o que é que vai fazer bem pra mim, o que não vai fazer. Nunca me preocupei com isso. Então eu acho que a maioria das pessoas, a não ser gente que faz controle alimentar, que tem assim um controle alimentar, aí pode até ser . . .

DISCUSSÃO

Houve uma homogeneidade nas características socioeconômicas da amostra que possibilitou a maximização das análises, reduzindo os fatores de confusão que poderiam incidir

eventualmente sobre os resultados, como, por exemplo, baixa escolaridade e falta de acesso à informação. Por outro lado, isso limita a extrapolação dos dados para populações com características diferentes das apresentadas pela amostra deste estudo.

A atenção às características nutricionais dos alimentos tem aumentado entre consumidores, indústrias de alimentos, políticas governamentais e mídia em geral (2). Entre os fatores que mais influenciam o destaque a esse tema estão a busca de hábitos mais saudáveis visando a melhoria da qualidade de vida e a relação estabelecida entre as doenças crônicas não-transmissíveis, a obesidade e a alimentação (14).

A partir dos dados obtidos na etapa quantitativa do presente estudo,

observa-se que a leitura dos rótulos de alimentos foi comum nesta amostra de freqüentadores dos supermercados do Plano Piloto do DF (74,8%). Apesar disso, quando analisadas as representações dos discursos dos entrevistados durante a fase qualitativa, nota-se uma diversificação e uma incoerência nos relatos e nos argumentos relacionados à importância e ao uso da informação nutricional presente nos rótulos. Isso permite afirmar que a simples presença das informações não é o que determina o uso das mesmas na prática alimentar, já que muitos consumidores, mesmo considerando importante essa informação, não a utilizam. A informação nutricional veiculada pelos rótulos de alimentos e bebidas embalados, assim como a escolha do alimento *in natura*, faz parte do referencial que diz respeito à alimentação (experiências, preferências, valores, entre outros) e que rege as escolhas e o comportamento alimentar, sendo que, em determinadas situações, pode predominar um ou outro aspecto desse comportamento (14). Assim, ainda é necessário aprofundar o conhecimento dos motivos da não utilização das informações nutricionais por parte dos indivíduos, já que, como mostra o discurso de muitos consumidores neste trabalho, considerar importante a presença da informação nutricional não é fator suficiente para o uso desta.

A rotulagem nutricional, como qualquer outra fonte de informação, faz parte de um processo educativo, não sendo um fim em si mesma, devendo ser trabalhada de modo a servir como instrumento para a educação em saúde. Por sua vez, a intenção da educação é a mudança da condição humana do indivíduo que adquire o conhecimento (15). Para isso, é importante que o saber faça sentido na realidade do indivíduo, e que o conhecimento possa ser adaptado à sua bagagem sociocultural, visando à melhoria das condições de vida e de saúde do mesmo.

Neste estudo, a leitura dos rótulos era geralmente realizada em alimentos específicos. Os alimentos normalmente consultados —leites e derivados, enlatados, embutidos e produtos *diet* e *light*— revelam a preocupação

dos consumidores com alimentos fontes importantes de calorias, gordura e sódio, preocupação essa também evidente nos motivos que levavam os indivíduos a consultar os rótulos de alimentos: o interesse em saber o número de calorias e a quantidade de gordura e sódio. A preocupação predominantemente feminina com o número de calorias dos alimentos foi observada também em um estudo canadense (5). Esse achado está relacionado à preocupação crescente com a aparência corporal e à insatisfação generalizada com o corpo, veiculada principalmente pelas revistas femininas (2).

A comparação de produtos similares a partir de seus rótulos não foi muito citada pelos entrevistados como sendo uma motivação importante. No entanto, esse é um dos objetivos de se estabelecer a rotulagem nutricional obrigatória. A comparação entre produtos similares propiciaria a oportuni-

dade de escolher os alimentos mais saudáveis e mais adequados às necessidades nutricionais e físicas do consumidor, devendo ser este um fator a ser destacado no momento da elaboração de programas educativos sobre a rotulagem nutricional obrigatória.

A educação nutricional, tanto no plano das políticas de saúde como no plano individual, enquanto parte da educação em saúde, deve ser trabalhada levando-se em conta a série de simbolismos e relações complexas que envolvem o comportamento alimentar. O indivíduo normalmente faz ajustes em seus hábitos alimentares de modo a manter práticas alimentares incompatíveis com as recomendações nutricionais que lhes são apresentadas, pressupondo que as intervenções nutricionais são reformuladas para se adaptar à alimentação habitual do indivíduo. Essa flexibilização permite a preservação de elementos importantes

do cotidiano do indivíduo, principalmente aqueles ligados às tradições, aos costumes, ao gosto e às experiências. Ao acrescentar novos elementos, como informações e orientações, isso deve ser feito de tal modo que qualquer implementação, novidade ou imposição possa fazer parte da bagagem de recursos à disposição do sujeito para ser utilizada em função de situações específicas, tendo-se em vista os interesses culturais e pessoais que estarão em jogo em diferentes circunstâncias (14).

A rotulagem nutricional, nesse contexto diversificado que envolve a formação do comportamento alimentar, permite a introdução e a adaptação de alternativas alimentares. É, assim, um instrumento mais eficiente do que as orientações restritivas, uma vez que estas, sendo impostas aos indivíduos, podem interditar alimentos que fazem parte do acervo cultural e simbólico do comportamento alimentar de cada um.

REFERÊNCIAS

1. Bleil S. O padrão alimentar ocidental: considerações sobre a mudança dos hábitos no Brasil. *Cad Debate*. 1998;VI:1–25.
2. Cassoti L, Ribeiro A, Santos C, Ribeiro P. Consumo de alimentos e nutrição: dificuldades práticas e teóricas. *Cad Debate*. 1998;VI:26–39.
3. Galeazzi MAM, Domene SMA, Sichieri R. Estudo multicêntrico sobre consumo alimentar. *Cad Debate*. 1997;volume especial.
4. Lima A, Guerra NB, Lira BF. Evolução da legislação brasileira sobre rotulagem de alimentos e bebidas embalados, e sua função educativa para promoção da saúde. *Rev Hig Alim*. 2003;17(110):12–7.
5. Canadá, National Institute of Nutrition. Nutrition labelling: perceptions and preferences of Canadians. Ottawa, ON: NIN; 1999.
6. Brasil. Resolução—RDC nº 39, de 21 de março de 2001. Tabela de valores de referência para porções de alimentos e bebidas embalados para fins de Rotulagem Nutricional. *Diário Oficial da União* 2001. Março 22: seção 1, pt 1.
7. Brasil. Resolução—RDC nº 40, de 21 de março de 2001. Regulamento técnico para Rotulagem Nutricional Obrigatória de alimentos e bebidas embalados. *Diário Oficial da União* 2001. Março 22: seção 1, pt 1.
8. Monteiro RA. Propostas de estratégias de consumo saudável para o Brasil [relatório]. Brasília: Departamento de Políticas de Alimentação e Nutrição do Ministério da Saúde; 2001.
9. Anuário estatístico do Distrito Federal, 2000 [CD-ROM]. Brasília: Secretaria do Estado de Desenvolvimento Urbano e Habitação; 2002.
10. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Base de informações por setor censitário: censo demográfico 2000: resultados do universo. São Paulo: IBGE; 2002.
11. Almeida PM, Wickerhauser H. O critério ABA/ABIPEME: em busca de uma atualização. São Paulo: Associação Brasileira de Anunciantes (ABA)/Associação Brasileira dos Institutos de Pesquisa de Mercado (ABIPEME); 1991.
12. Minayo MCS. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 6ª ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec/Abrasco; 2000.
13. Mendes EV. A evolução histórica da prática médica suas implicações no ensino, na pesquisa e na tecnologia médicas. Belo Horizonte: PUC-MG/FINEP; 1985.
14. Garcia RWD. Representações sociais da alimentação e saúde e suas repercussões no comportamento alimentar. *Physis: Rev Saude Coletiva*. 1997;7(2):51–68.
15. Pinto AV. Sete lições sobre educação de adultos: coleção educação contemporânea. 7ª ed. São Paulo: Cortez/Autores Associados; 1991.

Manuscrito recebido em 3 de março de 2004. Aceito em versão revisada em 18 de maio de 2005.

Usage of food and beverage labels by supermarket shoppers in Brasilia, Brazil

ABSTRACT

Objective. To investigate whether adults who shop in supermarkets in one part of Brasilia, the capital city of Brazil, use the information contained in food and beverage labels, as well as to characterize this usage.

Methods. This study was done in five supermarkets in the *Plano Piloto* (Pilot Plan) central core area of Brasilia. The research was carried out in two stages: (1) a quantitative stage, based on a cross-sectional study, during which 250 individuals were randomly selected and surveyed in the supermarkets; and (2) a qualitative stage, in which 25 individuals who had participated in the first stage underwent more extensive individual interviews.

Results. Of the 250 persons surveyed, 187 of them (74.8%) reported that they usually read food and beverage labels. However, only 25.7% of the consumers who consulted the labels did so for all foods and beverages. Of the persons who read the labels, the majority (59.9%) only read the labels for specific foods, including milk, dairy products, canned foods, sausages, and diet products. The information that shoppers most often wanted to know from the labels was the number of calories and the fat and sodium content.

Conclusions. Our study shows the need to utilize our findings in improving the existing educational strategies for promoting healthy eating. We suggest that consumers, food producers, and food distributors all be involved in developing strategies for nutrition education.

Key words Information dissemination, nutrition policy, food labeling.

World Congress of Public Health Nutrition

Dates: 28–30 September 2006

Location: Centro de Convenciones Internacional de Barcelona
Barcelona, Spain

The 1st World Congress of Public Health Nutrition/VII Congress of the Spanish Community Nutrition Society is expected to attract more than 1 000 people. Sessions at the Congress will cover such topics as advancing international public-private partnerships for health, nutrition, and well-being; epidemiology and obesity prevention; diet, nutrition, and cancer; new technologies and nutrition education; communicating scientific information; how to reach minority and other special target groups; food, nutrition, and culture; the Mediterranean diet and quality of life; the metabolic syndrome and cardiovascular disease; and food-based dietary guidelines.

There will also be three special three-day workshops before the Congress, on 25–27 September, to be held in cities outside Barcelona. The workshops will analyze in depth the topics of nutritional epidemiology; functional foods; and migration, minority groups, and overcoming cultural barriers.

Information:

Technical Secretariat: Reunions i Ciència, S.L.

Calabria, 273-275 entlo. 1^a

08029-Barcelona, Spain

Telephone: 34 934 108 646

Fax: 34 934 303 263

E-mail: nutrition2006@reunionsciencia.es

Web site: <http://www.nutrition2006.com>