

“CLEAN LABEL” UM NOVO CONCEITO PARA ROTULAGEM DE ALIMENTOS

RENATA BITENCOURT DA SILVA¹; LUANA SOUZA RODRIGUES²; CAROLINE PEIXOTO BASTOS⁴; FRANCINE NOVACK VICTORIA⁵

¹Graduanda do curso Tecnologia em Alimentos, Grupo de pesquisa em Fitoquímicos, UFPel – renatabittencourt45@gmail.com

²Graduanda do curso Tecnologia em Alimentos, Grupo de pesquisa em Fitoquímicos, UFPel – lsr.souzarodrigues@gmail.com

⁴UFPel – carolpebastos@yahoo.com.br

⁵CCQFA, UFPel – francinevictoria@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O cenário atual do mercado consumidor envolve clientes cada vez mais exigentes, empresas buscando se manter no mercado e mudanças mercadológicas muito rápidas. De acordo com Venâncio (2020) as práticas de inovação, sustentabilidade e garantia de qualidade, aplicáveis ao setor de produção de alimentos, são uma forma fidelizar os clientes.

Neste sentido, o conceito de *clean label* tornou-se uma tendência atual. O conceito *clean label*, ou em uma tradução direta “rótulo limpo”, vem da ideia de fornecer um alimento saudável com uma rotulagem clara e enxuta. Em alguns países, existem diversas empresas que já desenvolvem produtos com ingredientes naturais, com apelo saudável e um rótulo de fácil entendimento. Em grandes redes de supermercados já se têm a presença de alimentos com maiores teores nutritivos e com ingredientes naturais.

2. METODOLOGIA

Esta revisão da literatura irá abordar trabalhos publicados na área de alimentos com o tema *clean label*, foram realizadas buscas com o cruzamento das palavras-chave *clean label*, rotulagem nutricional, aditivos alimentícios e alimentos industrializados. As buscas foram realizadas nas bases de dados Periódicos da Capes, Science Direct e Scopus.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 O conceito de *Clean Label*

Hoje em dia, o perfil dos consumidores de alimentos abrange um público mais bem informado e mais interessado no que consome, com maior consciência ambiental, preocupado com as questões de sustentabilidade e de saúde.

De acordo com uma pesquisa realizada em 2020, foram identificados cinco grupos de tendências dos consumidores mundiais de alimentos: sensorialidade e prazer; saudabilidade e bem-estar; conveniência e praticidade; confiabilidade e qualidade; e sustentabilidade e ética (Brazil Food Trends, 2020).

Neste sentido, a crescente busca do consumidor moderno por alimentos mais naturais, livres de conservantes, acidulantes,

corantes e outros aditivos alimentícios artificiais, aliada às tendências citadas anteriormente, especialmente aquelas relacionadas à saudabilidade e bem-estar e confiabilidade e qualidade, que contemplam o crescente interesse dos consumidores em alimentos percebidos como mais saudáveis e com informações de rotulagem mais simples, transparentes e compreensíveis, contribuíram para o surgimento do movimento denominado *Clean Label*, no âmbito do setor produtivo de alimentos (FOOD NAVIGATOR, 2012; INGREDION, 2014).

A tendência *clean label* surgiu simultaneamente na Europa e nos Estados Unidos há pouco mais de 10 anos e o número de lançamentos dessa categoria está em constante crescimento. Estes alimentos são formulados apenas com ingredientes naturais, além disso, são livres de aditivos artificiais e possuem uma lista de ingredientes curta, de fácil compreensão e livre de alergênicos.

Outro aspecto que aumenta o interesse dos consumidores por estes produtos é a crescente rejeição de ingredientes com algum tipo de suspeita quanto à eficácia e segurança por parte dos consumidores, mesmo que estes mantenham a aprovação dos órgãos regulatórios, diante de muitas outras evidências em sentido contrário, isto é, mesmo diante de garantias das autoridades governamentais e da comunidade científica. Baseados neste comportamento dos consumidores, muitas empresas estão desenvolvendo produtos com rótulos que destacam a retirada de determinados ingredientes ou aditivos das formulações, muito provavelmente pressionadas para atender à forte demanda por alimentos naturais e *clean label*. Com isso, acabam alimentando a crença de que eles são realmente ruins.

O conceito de *clean label* ainda é um pouco amplo e vago, pois não existe um consenso sobre o mesmo, porém, é fato que o objetivo deste movimento é a produção de alimentos com uma nova perspectiva, como a substituição de ingredientes pouco familiares aos consumidores, denominados por termos técnicos de difícil compreensão e que, de maneira geral, transmitem a percepção de artificialidade, de menor segurança e saudabilidade, por ingredientes mais naturais, os quais possuem denominações mais comuns ao consumidor e que sejam ou pareçam mais naturais e saudáveis (INSTITUTE OF FOOD TECHNOLOGISTS, 2020). Assim, os alimentos que seguem essa tendência têm uma lista de ingredientes mais curta, com menos ingredientes designados por nomes químicos, como aditivos alimentares e compostos fontes de nutrientes (CALDEIRA, 2017).

Um aspecto que deve ser observado é que o desconhecimento por parte dos consumidores sobre os aditivos utilizados na indústria de alimentos, pode levar a uma confusão. Muitas vezes, ingredientes de nomes conhecidos são considerados naturais, apenas por não serem identificados por nomenclaturas ou códigos desconhecidos, ou menos comuns. Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos da América exemplifica este fato: 65% dos entrevistados identificaram o sal como um ingrediente natural, porém apenas 32% consideram que seu equivalente químico, o cloreto de sódio, também o seja (PIVARO, 2020).

Apesar da falta de um consenso em relação ao conceito de *clean label*, pode-se afirmar que este baseia-se no desejo dos consumidores por produtos cada vez mais simples, com rótulos que eles são capazes de compreender.

3.2 Aditivos, Ingredientes e *Clean Label*

De acordo com a legislação brasileira, os ingredientes alimentícios são toda substância, incluídos os aditivos alimentares, que se emprega na fabricação ou preparo de alimentos, e que está presente no produto em sua forma original ou modificada. Enquanto, um aditivo alimentar é qualquer ingrediente adicionado intencionalmente aos alimentos, sem propósito de nutrir, com o objetivo de modificar as características físicas, químicas, biológicas ou sensoriais, durante a

fabricação, processamento, preparação, tratamento, embalagem, acondicionamento, armazenagem, transporte ou manipulação de um alimento e (BRASIL, 2002).

Um dos elementos chave de um produto *clean label* é a utilização de ingredientes de fácil reconhecimento pelo público geral, naturais ou minimamente processados, que não contenham aditivos ou conservantes artificiais. Essa “limpeza” das formulações é impulsionada pela busca dos consumidores por produtos mais naturais, como discutido anteriormente, que valorizam produtos com formulações com alegações da presença de ingredientes “autênticos”, “reais” e “integrais”, com formulações “simples”, de produtos “minimamente processados” ou “artesaniais” com formulações ou receitas tradicionais, por exemplo (BRASIL FOOD TRENDS, 2020).

É importante destacar que tanto os aditivos, como os ingredientes, possuem um papel chave na produção de alimentos e que a utilização destes possui uma relação direta com a qualidade sensorial, tecnológica, biológica e nutricional dos produtos alimentícios. Neste sentido, fica evidente que a substituição de aditivos artificiais por naturais é um grande desafio para o setor de alimentos (DAVID, et al, 2019).

Existem determinadas classes de aditivos que já apresentam opções às versões sintéticas, como aromas, corantes e amidos, por exemplo, os quais apresentam eficiência na substituição de aditivos sintéticos. No entanto, outros tipos de aditivos, como os emulsificantes, não apresentam resultados promissores, pois ainda não foram identificados ingredientes naturais com as mesmas propriedades tecnológicas. Desta forma, alguns alimentos industrializados são mais fáceis de serem produzidos dentro da concepção do alimento *clean label*, enquanto, outros necessitam de maiores estudos durante o seu desenvolvimento.

Além disso, o custo da obtenção de aditivos naturais na indústria de alimentos é superior ao custo dos sintéticos, logo a substituição de um sintético por um natural, irá impactar no preço final do produto. Esse aumento do valor agregado é evidenciado na comunicação do produto, pois o consumidor deve estar ciente desta “vantagem” (PIVARO, 2020).

4. CONCLUSÕES

O presente estudo expôs um panorama teórico sobre a tendência de *clean label*, a qual cresce exponencialmente dentro do mercado de alimentos ao redor do mundo. Apesar do grande interesse dos consumidores por estes produtos, justificado pelas mudanças nos padrões de escolhas alimentares, é importante que as empresas continuem seguindo todas as legislações pertinentes à produção e à rotulagem de alimentos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. RDC nº259, de 20 de setembro de 2002. Discorre “rotulagem dos alimentos embalados e a necessidade do constante aperfeiçoamento das ações de controle sanitário, na área de alimentos visando à saúde da população.” Órgão emissor: ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0259_20_09_2002.htm>

CALDEIRA, I. R. D. Projeto “Clean label” em produtos à base de carnes e preparados de carne picada. 2017. Dissertação (Mestrado em Engenharia Alimentar) Universidade de Lisboa.

CARMO, L. M. Análise das novas tendências alimentares com ênfase em clean label. 2020. Proposta de Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em engenharia de alimentos. Curso de graduação em Engenharia de Alimentos, Universidade Federal de Santa Catarina.

Clean label becomes Europe-wide trend . Food Navigator, 2012. Disponível em:<
<https://www.foodnavigator.com/Article/2012/08/07/Clean-label-becomes-Europe-wide-trend>>

Clearing Up Clean Label Confusion. Institute of Food Technologists. Food Technology Magazine, 74 (2), 2020.

DAVID, M. L.; GUIVANT, J. S. Os padrões de identidade e qualidade dos alimentos: uma análise de suas transformações no Brasil. 2019.

JOPPEN, L. (2006). Taking out the chemistry. Food Engineering & Ingredients, 31(2),38.

KATZ, B., & WILLIAMS, L. A. (2011). Cleaning up processed foods. Food Technology, 65(12), 33.

MADDEN, John. O Mercado mundial de ingredientes. Aditivos e ingredientes. Revista nº133, 2016.

PIVARO, J. Revista Tendências, p. 31-35, 2020.

The Clean Label Guide to Europ. Ingredion, 2014.

VENÂNCIO, D. P.; PANDOLFI, M. A. C. Clean Label na comercialização de produtos. Interface tecnológica, v.17 n.2, São Paulo, 2020.