Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Medicina-Departamento de Medicina Social
Especialização em Saúde Pública

Alimentação na mídia impressa: Uma análise de conteúdo da revista Boa Forma

Autora: Claudimar Freire
Orientador: Prof[a]. Dra. Jacqueline Oliveira Silva

Porto Alegre – RS
2011

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Medicina-Departamento de Medicina Social
Especialização em Saúde Pública

Alimentação na mídia impressa: Uma análise de conteúdo da revista Boa Forma

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do Certificado de Especialização em Saúde Pública.

Orientador: Prof[a]. Dra. Jacqueline Oliveira Silva

Porto Alegre – RS
2011

Dedico este trabalho ao meu marido Anderson, por todo o amor, carinho e paciência durante todo o tempo desse processo.

AGRADECIMENTOS

Compartilhando a alegria pela finalização deste trabalho, agradeço as pessoas que foram responsáveis pelo êxito desta trajetória:

Primeiramente a Deus.

Aos meus amores, Miró e Francisca.

Thanks to my friends Jim and Karen, for your friendship and prayers

As minhas amigas queridas: Greice, Mariana e Natália que com humor e carinho deixaram tudo mais leve.

A minha mãe, mesmo longe, sempre perto.

E em especial, a minha orientadora Jacqueline: amiga, professora, mestre e doutora, que me guiou até aqui.

"A massa mantém a marca, a marca mantém a mídia e a mídia controla a massa"

George Orwell

RESUMO

Alimentação na mídia impressa: Uma análise de conteúdo da revista Boa Forma

A formação de uma opinião no âmbito da alimentação necessita ser estudada através de observações culturais, econômicas e comportamentais. Atualmente, a mídia surge como ferramenta de veiculação de informações e fundamenta a formação de senso comum sobre a alimentação. Este estudo apresenta a análise do conteúdo da Revista Boa Forma, veículo do nicho de publicações com foco saúde, estética, fitness e nutrição, dirigida ao público feminino.

A pesquisa realizada teve por objetivos: Identificar os campos de significados da alimentação na revista; Caracterizar os tipos de fontes de pesquisa e informações utilizadas nas matérias; Discutir a abordagem dada aos temas de alimentação para a saúde, a estética e comportamento alimentar.

O estudo, de caráter qualitativo, debruçou-se sobre a totalidade dos exemplares da revista Boa Forma publicada em 2010. Alguns dos resultados observados foram a sofisticação alimentar através da indicação e releitura de alimentos, a rapidez na alimentação e a forte presença da alimentação industrializada. A identificação das fontes mostrou grande referencia a estudos internacionais de pouca ou nenhuma rastreabilidade para averiguação. Como fonte profissional, o nutricionista teve maior menção.

No caso dos volumes analisados concluímos que elas apresentam em sua totalidade uma abordagem de caráter prescritivo, isto é, a indicação explicita de ações, consumo de produtos e alimentos para emagrecimento com vistas na obtenção de um pseudo status, representado nas formas de apresentação dos alimentos. Os sentidos que permeiam estes conteúdos são a sofisticação da alimentação, a valorização do alimento industrializado e consumo do light e diet.

Unitermos: Meios de comunicação, Alimentação, Saúde coletiva, Consumo alimentar, Alimentos Industrializados

SUMÁRIO

1. ALIMENTAÇÃO E MÍDIA 8

2. INVESTIGANDO O ALIMENTO NA MÍDIA 12
2.1. Percurso Metodológico..... 13

3. O ALIMENTO NO BOX 1: DA SOFISTICAÇÃO À RAPIDEZ 16
3.1. A Sofisticação da comida 16
3.2. O Álcool..... 16
3.3. Alimentação étnica 16
3.4. A Rapidez..... 17
3.5. A tradição revisitada..... 17

4. AS COLUNAS EMAGRECEM 19
4.1. O “Milagre” do emagrecimento..... 19

5. O BOX 2 RECOMENDA 25
5.1. A indústria do emagrecimento..... 25

6. AS FONTES DE INFORMAÇÃO 28

7. CONCLUSÕES/CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 30

8. REFERÊNCIAS..... 33

9. ANEXOS 37

1. ALIMENTAÇÃO E MÍDIA

O acesso a informação têm sido facilitado pela inclusão de diversas mídias em nosso cotidiano, figurando entre as mais populares estão as mídias impressas. As revistas, que fazem parte deste segmento, possuem conteúdo variado, e entre eles estão constantemente presentes os temas relacionados a saúde e alimentação.

No Brasil, as publicações comerciais inseridas no mercado editorial têm sua temática baseada em um público alvo, e a variedade de assuntos buscam atingir e fidelizar o maior número de leitores possíveis para garantir o sucesso comercial. Este acesso ao consumo cultural, em um primeiro momento restrito a pequenas parcelas da população, generaliza-se rapidamente, incorporando até mesmo classes de baixa renda (LOPES, 2001), como é o caso das revistas de R$1,99 e das comercializadas em sebos cujo valor original é bastante reduzido.

Sobre a revista como mídia, Castro (2001) apresentou os seguintes dados: o hábito de leitura é maior no sexo feminino (91,7%), sendo as revistas, as preferidas (80%). O crescimento deste mercado, seja em mídia impressa ou virtual,aumenta a importância do *marketing* nestes meios de comunicação.

Silva e Gadea (2009), em estudo sobre saúde em mídia, identificam a presença dos veículos de comunicação preenchendo um grande espaço na vida cotidiana dos indivíduos, de forma massiva e individual. A mídia ocupante desses espaços constitui-se com um agente importante no processo dialógico, que fundamenta as relações de sociabilidade e formação de identidade.

Os temas de saúde e alimentação comumente abordados necessitam tornarem-se atrativos para a comercialização dos veículos de mídia e do mercado de anunciantes. Este grande interesse em temas de saúde, alimentação e nutrição, observada na variedade das publicações, é esclarecido por Minayo (2007, p.17), ao discutir a representação social da saúde – que engloba a alimentação: “É um capital econômico e social, um dinamizador da economia pela sua capacidade de produção de bens e serviços. Além de a saúde representar contemporaneamente um ideal da

coletividade, que estabelece padrões para sua qualidade de vida, saúde é requisito e propulsor de desenvolvimento".

Gomes (2007), também menciona o viés comercial que impulsiona a frequência do tema abordado. Indica que os avanços nas áreas de tecnologia e saúde são usados como suporte para atrair um público formado essencialmente por mulheres. Sob o rótulo de informação científica, são esclarecidas dúvidas sobre cirurgias plásticas, exercícios físicos, dietas, e assim por diante.

Na área da nutrição, temas sobre alimentos e comportamento alimentar estão frequentemente presentes nos meios de comunicação e com o volume de informações expressas nas mais diversas formas, sejam elas escritas, visuais ou orais. Para o profissional de nutrição voltada à saúde pública e coletividade, surge o desafio de procurar entender como estes conteúdos reverberam na população que acessa estas mídias em busca de informações de saúde e identificar se estes conteúdos estabelecem uma relação com o conceito de educação alimentar e nutricional preconizado por organizações mundiais e nacionais como a WHO/OMS, FAO e Ministério da Saúde, voltadas ao desenvolvimento de regulações e pesquisa em saúde pública com foco em alimentação e nutrição.

Um dos fundamentos da Política Nacional de Alimentação e Nutrição (Ministério da Saúde, 2008) é que, para além do direito humano à alimentação adequada, é necessário olhar para a segurança alimentar e nutricional, com os propósitos de garantia de qualidade dos produtos alimentícios e da promoção de práticas alimentares e estilo de vida saudáveis. Para que se efetive o compromisso com a promoção de práticas alimentares e hábitos de vida saudáveis é necessário que se investigue os acessos da população as informações concernentes a estes aspectos.

Para Bulmer (BULMER, 1978 apud MINAYO, 2007, p.16), a execução de investigações que associam o desenvolvimento de conceitos básicos, com estratégias interdisciplinares e de aplicação tanto na formulação de políticas públicas como para criação de instrumentos de inovação tecnológica, tem-se a ciência assumindo uma atividade de intervenção na dinâmica social, definindo suas prioridades de forma coletiva e pública.

No campo da comunicação, toda a mensagem de fala ou escrita carrega em si tendências e intenções daquele que o produz. Na mídia escrita, não há fuga de padrão, por isto, quando o assunto em pauta é saúde e alimentação é necessário que se analise com maior profundidade o que se obtém de um texto. Para Habermas, (1987, p.20) “A linguagem é intransparente como a vida real, sendo ela um meio de controle e domínio. Por isso, precisa ser objeto de reflexão, desvendada, desmistificada, tanto a que é comunicada pelos informantes como a que é utilizada pelos investigadores”.

Acreditamos que para as ciências nutricionais, a qualidade da informação sobre educação alimentar e nutricional deve ter primazia, levando em conta que erros intencionais para atender um propósito comercial ou mesmo equívocos de informações podem expor uma população a um risco real, seja ele, físico e/ou emocional.

Uma das considerações que também emerge da perspectiva da indicação de comportamentos alimentares nos meios de comunicação, diz respeito à interpretação dos hábitos alimentares. Os fatores que exercem influências na alimentação são: geográficos (produção e processamento, comercialização, distribuição e disponibilidade de alimentos), poder aquisitivo (políticas econômicas - fator de suma importância para o acesso ao alimento); econômico-ambientais (políticas agrícolas e ambientais) e sócio-religiosos (grande influência no comportamento alimentar pelo desejo de formação social). Verifica-se ainda, diversidade, quanto aos costumes relacionados ao momento das refeições, como rituais religiosos ou regras de conduta à mesa (orações alimentar-se em silêncio, conversando, lendo ou até mesmo assistindo televisão). A influência psicológica se faz presente na escolha da alimentação, pois as emoções implicam em afetividade, segurança, auto-afirmação e status. (PHILIPPI, 1992).

A formação de uma opinião no âmbito da alimentação necessita ser estudada através de observações culturais, econômicas e comportamentais. A posse deste conhecimento possibilita a capacidade crítica de discernir o que é mais adequado em termos de alimentação e comportamento saudável.

A necessidade da interpretação do que se conhece através da leitura deve estar presente para que uma educação alimentar e nutricional com qualidade sejam alcançadas mesmo em mídias que tenham seu foco em informações de cunho coletivo, para que os interesses comerciais não prevaleçam em detrimento ao que é preconizado para a saúde pública. Sobre informações de pesquisa científica e propósitos comerciais Minayo (2007, p.17) considera que:

> "As investidas das empresas privadas em ciência e tecnologia se tornaram o fator de produção mais cobiçado, usando a "mercantilização" das atividades de pesquisa sobre temas cujas descobertas são potencialmente muito lucrativas. "

A análise dos conteúdos presentes em revistas de grande circulação nacional permite perceber o que se oferece de informação sobre alimentação para um expressivo segmento da população, mudando o olhar estritamente pessoal do leitor colocando-o sob um ponto de vista mais coletivo e abrangente.

Para exaltar a importância do conhecimento sobre a percepção e compreensão do que se obtém na leitura de conteúdos sobre alimentação e saúde, podemos ressaltar uma consideração da sociologia compreensiva em García (1983). Segundo o autor, os indivíduos devem assumir sua responsabilidade inalienável diante das questões de saúde, e o sistema de saúde deve ser orientado para tratar das causas ambientais, comportamentais e sociais que provocam as doenças. Mas, para tomar posse dessa responsabilidade é necessário conhecimento e discernimento quanto as questões alimentares abordadas, em qualquer veículo de comunicação, incluindo as informações midiáticas veiculadas por revistas.

A análise dos conteúdos sobre alimentação e seus sentidos tem a intenção de incentivar discussões sobre comunicação, saúde e alimentação, contribuindo para uma maior compreensão das informações e valores expostos para a população.

2. INVESTIGANDO O ALIMENTO NA MÍDIA

A necessidade do desenvolvimento desta pesquisa justificou-se pelos seguintes aspectos:

Os estudos na área de nutrição e análise de comunicação ainda são incipientes, bem como a regulamentação da propaganda de alimentos que apenas recentemente começa a ser discutida no Brasil. Há também a importância de estudos que discutam a significação dos conteúdos presentes nas mídias impressas, voltados para a população geral, com o intuito de orientar a elaboração de legislações específicas da promoção da saúde no campo da alimentação.

No consenso da II Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (2004) ficou evidenciado o incentivo para a regulamentação da propaganda e a comercialização dos alimentos e produtos que contribuem para o desequilíbrio alimentar, tais como alimentos com excesso de açúcar, gordura, sódio entre outros. Promover práticas e estilos de vida saudáveis em espaços estratégicos para a Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) contemplando todos os grupos populacionais é uma das metas anunciadas.

As diretrizes globais da Organização Mundial da Saúde (OMS, 2004) apontam como norteamento para a alimentação o incentivo à educação alimentar e nutricional visando promover práticas alimentares saudáveis na comunidade, na atenção básica à saúde, nas escolas de ensino fundamental e ensino médio.

As mídias são destacadas quanto à necessidade de regulamentação na veiculação de propagandas de alimentos com excesso de gordura, açúcar, aditivos, etc., em especial aquelas direcionadas às crianças.

Como responsabilidade do Setor Privado indica-se limitar o nível de gorduras saturadas, ácidos graxos trans, açúcares simples e sal dos produtos existentes; indica ainda a continuidade do desenvolvimento e a fornecimento de escolhas saudáveis aos consumidores, considerando a comercialização de produtos de

melhor valor nutricional e fornecendo aos consumidores informações sobre os produtos adequados à sua percepção. Também são destacadas, informações sobre as alegações de saúde presentes na mídia necessitam ser observadas, pois existe legislação específica vigente para este fim. (COUTINHO; RACINE, 2007)

Outra justificativa reside na necessidade da busca subsídios teóricos para as práticas educativas em saúde pública voltadas para alimentação. Para isto podemos citar um dos consensos da Conferência Mundial de Budapeste para os novos compromissos da ciência do século XXI (UNESCO, 1999): “A ciência deve contribuir para o conhecimento mais profundo da natureza e da sociedade, deve contribuir para a qualidade de vida e para criar um ambiente saudável para as gerações presentes e futuras.”

Considerando estes argumentos, apresentamos como **problema de pesquisa: *Quais as abordagens dadas à alimentação em uma revista feminina com foco em saúde, estética, fitness e nutrição?***

Nosso objetivo geral concentrou-se em analisar os conteúdos sobre alimentação presentes em textos e imagens de revistas de veiculação pública.

Mais especificamente, pretendemos:
- Identificar os campos de significados da alimentação nas revistas
- Caracterizar os tipos de fontes de pesquisa e informações utilizadas nas matérias.
- Discutir a abordagem dada aos temas de alimentação para a saúde, a estética e comportamento alimentar.

2.1. PERCURSO METODOLÓGICO

O presente estudo é exploratório de abordagem qualitativa, que para Minayo (2007), propicia a construção de novas abordagens, revisão e criação de novos conceitos e categorias durante a investigação. Caracterizando-se pela empiria e pela sistematização progressiva de conhecimento até a compreensão da lógica interna do grupo ou do processo em estudo. A pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que

corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos, que não podem ser reduzidos à operacionalização de variável.

Quanto à escolha do método, análise de conteúdo, Bardin (1977), o método procura trabalhar com o que há de material do meio lingüístico através do que transparece no texto, estabelecendo categorias para esta interpretação objetivando com isto compreender o pensamento do veiculador da mensagem.

Ainda sobre o método**,** Rocha e Deusdará (2005, p.310), mencionam quanto à utilização de análise de conteúdo:

> "Se um olhar imediato, espontâneo, já é fecundo, não poderá uma leitura atenta aumentar a produtividade e a pertinência? Pela descoberta de conteúdos e de estruturas que confirmam (ou infirmam) o que se procura demonstrar a propósito das mensagens, ou pelo esclarecimento de elementos de significações susceptíveis de conduzir a uma descrição de mecanismos de que a priori não detínhamos a compreensão".

Após a definição teórica do processo metodológico, seguiu-se para a realização da pesquisa e seleção da mídia impressa a ser analisada. Souza (2005) defende a escolha de revistas para campo de pesquisa, pois são veículos que expõe o que é considerado próprio do mundo feminino pelos seus contemporâneos e as representações dominantes das relações homem-mulher. Também são formadoras de opinião, gostos, padrões de consumo e de conduta. O discurso das revistas tenta corresponder à demanda, aos interesses e aspirações do público leitor.

Dentre as publicações femininas a revista Boa Forma da Editora Abril S.A. foi escolhida por ser de circulação nacional e de maior tiragem e comercialização dentre as revistas do mesmo segmento de mercado com foco em saúde, estética, fitness e nutrição, de acordo com Instituto Verificador de Circulação (IVC) do ano de 2010. A revista Boa Forma é publicada há mais de 20 anos, possui aproximadamente 130 páginas,variando entre as edições, possui em sua composição sete seções principais e 21 subseções.

Em seu website a revista é assim definida: *"Boa Forma é a revista que mostra como mulheres comuns e famosas se cuidam, trazem opiniões, informações úteis e*

comparativas, testes, soluções e muito mais. A mulher que quer conquistar um corpo mais bonito e uma vida mais saudável lê Boa Forma.” (28/05/2011)

A amostra da pesquisa constou de doze exemplares, correspondentes ao ano de 2010, de janeiro a dezembro, justificando esta seleção por critérios de atualidade e viabilidade.

O estudo foi divido nas seguintes etapas: Pré análise (primeira etapa), que se configurou no período em que foi realizada a leitura flutuante do material, a caracterização da revista, a descrição em seções, subseções, número de páginas, edição, entre outras características.

Neste mesmo período houve a delimitação do corpus da análise. A seção fixa “Abaixo calorias/menos calorias” foi escolhida como recorte por estar presente em todas as edições, ter concentração de conteúdo sobre alimentos e nutrição. Foram excluídas as seções de perguntas e respostas, propaganda publicitária e dicas editoriais entre as colunas. Restando para a análise dois boxes e colunas.

A segunda etapa consistiu na sistematização dos dados, com a descrição dos conteúdos dos boxes e das colunas selecionadas, em categorias: Foi realizada concomitantemente a discriminação das fontes referenciadas.

Na terceira etapa, foram realizadas as inferências e interpretações das categorias que emergiram do material, sob a ótica da abordagem qualitativa. Foi anexado ao trabalho um exemplar da seção analisada visando ilustrar o formato do material estudado.

Para apresentação dos resultados e discussão dos conteúdos analisados, foram classificadas as divisões em boxes e colunas. Os boxes são caixas editoriais que apresentam em destaque imagens de produtos com legendas e indicações. As colunas são pequenos textos que podem estar ou não associados a imagens ilustrativas.

3. O ALIMENTO NO BOX 1: DA SOFISTICAÇÃO À RAPIDEZ

Como característica geral do primeiro Box, os alimentos são comparados entre si com a intenção de orientar o leitor a fazer escolhas baseadas na exclusiva relação ao valor calórico total dos produtos.

3.1. A SOFISTICAÇÃO DA COMIDA

A revista de janeiro/2010 apresenta a comparação de produtos de uma empresa de chocolataria de alto custo comercial, encontrado em grandes centros urbanos, com influencia de culinária internacional, inclusive na nomenclatura do produto (Frozen). Como não há variedade quanto a marca do produto, o contraponto de comparação com alimentos de outra linha fica inviável, já que o box se propõe indicar opções de trocas alimentares de mesmo valor calórico.
O mesmo se aplica a Julho e Novembro/2010 onde são sugeridos produtos de cafeterias especializadas, de designação estrangeira, apresentação gastronômica sugerindo um consumo não domiciliar.

3.2. O ÁLCOOL

As revistas de fevereiro e maio de 2010 incluem bebidas alcoólicas (cerveja e caipirinha), com acompanhamentos de alta gastronomia “carpaccio” (Fev/2010), pastas com ervas finas e tremoço (Maio/2010)”, sugerindo uma sofisticação de consumo. Além da sugestão inadequada de consumo álcool no contexto de prática alimentar (Ministério da Saúde, 2007), os alimentos sugeridos seguem uma proposta de refinamento no preparo não usuais na culinária nacional e de difícil adaptação alimentar cotidiana.

3.3. ALIMENTAÇÃO ÉTNICA

A culinária estrangeira encontra-se presente nas edições de Março e Junho/2010 sugerem respectivamente, pratos de culinária japonesa e árabe, apresentam gastronomia especializada presente nos centros urbanos, de difícil acesso para a

maioria da população, além dos nomes dos preparos não fazerem parte do vocabulário da população brasileira (IBGE/POFs,2004). Tanto a apresentação, quanto a associação a estes alimentos sugerem um nível intelectual e financeiro elevado que possa apreciar e consumir tais preparos.

3.4. A RAPIDEZ

Em outro segmento do Box, surgem os lanches rápidos, mais conhecidos como *fast foods*, que também aparecem nas sugestões.

Nas edições de Abril e setembro/2010 são comparadas e sugeridas pizzas em fatias. Entretanto, os sabores comparados não são os usualmente conhecidos e de fácil obtenção. As pizzas sugeridas possuem ingredientes requintados como: pizza queijo cottage; mussarela de búfala, tomate caqui e manjericão. Além dos sabores não serem comuns, há diferença considerável entre os preços destes alimentos e os mais usuais (mussarela, calabresa, etc.) propostas na seção.

Outra linha de *fast food* que está presente (setembro/2010) são os lanches com sanduiches de marcas especializadas (sanduiches, hambúrgueres, batata frita, etc.) que se caracterizam como uma refeição rápida e de forte apelo visual estimulando a frequência do consumo nas redes de *fast food*.

3.5. A TRADIÇÃO REVISITADA

Alimentos mais tradicionais surgem revisitados nas revistas de agosto, outubro e dezembro/2010. Os boxes mostram alimentos de base comum tais como arroz e sopa em releituras para um consumo mais sofisticado, com a adição de ingredientes refinados e preparo com técnicas especializadas. O panetone, por exemplo, é apresentado em uma versão mais requintada e com acompanhamento de produtos industrializados de linha especifica (diet e light), sendo de custo mais elevado e de difícil comparação com produtos de outras linhas.

Concluindo a análise dos conteúdos do box1 se observa a forte presença da sofisticação como um sentido que emergiu sob esta categorização. A designação de sofisticação pode ser expressa como o que tem sutileza ou utilidade sofística; que não é natural; postiço, artificial, afetado; falsamente intelectual ou rebuscado.

O dicionário Bueno Silveira (2007, p.723), refere-se ao termo como o que é requintado, fino, refinado.

Nas seções analisadas notamos a exclusiva presença de alimentos e marcas de alto custo, com apresentação gastronômica e produções especializadas. Também há indicação de alimentos exóticos: curry, homus e tremoço são alguns dos citados. Aparece também comidas internacionais não usuais ao consumo para a grande parte da população, como *carpaccio*, *kebad* e *missoshiro*. São apresentados alimentos produzidos em grandes centros urbanos, em sua maioria industrializada e de acesso regionalizado e socialmente limitado.

Serra (2001) utilizou essa premissa em relação à sofisticação alimentar afirmando que o padrão estético corporal contemporâneo impõe uma alimentação leve, *light*, dita inteligente e direcionada às pessoas inteligentes e bem-sucedidas, ao passo que ao trabalhador braçal associam-se práticas alimentares que incluem arroz, feijão, massas e pães.

A presença de bebidas alcoólicas e de alimentos cotidianos também surge em formato elaborado levando em conta a maneira de consumo e não a qualidade nutricional do que é sugerido. Nesta mesma alusão encaixa-se o *fast food* que, por conceituação da literatura, virou sinônimo de um estilo de vida estressante. Falta de tempo, rapidez de compra e consumo são justificadores desta prática alimentar.
A difusão generalizada desses lanches rápidos se torna o âmago da vida comercial das grandes conurbações urbanas, centros comerciais de alimentação com toda espécie de fórmulas rápidas de alimentação (FLANDRIN e MONTANARI, 1996). Para o Ministério da Saúde o consumo frequente de alimentos “fast food” (alta densidade energética, ricos em gordura e carboidratos e pobres em vitaminas, minerais e fibras) contribui para uma dieta inadequada quantitativa e qualitativamente.

4. AS COLUNAS EMAGRECEM

Outro objeto de avaliação foram as colunas, que se caracterizam por apresentarem textos curtos acompanhados de imagem e títulos sugestivos buscando estimular o leitor quanto ao teor das matérias propostas. A disposição numérica (coluna 1, coluna 2 e coluna 3) foi criada de acordo com a ordem de aparição das páginas da seção, embora nem todas as edições possuissem a terceira coluna.
Sobre a temática editorial do conteúdo, em linhas gerais, as colunas seguem a mesma proposta, apresentando informações sobre alimentos e dicas para emagrecimento.

4.1. O “MILAGRE" DO EMAGRECIMENTO

A coluna 1 de **Jan/2010**, título: **“Quando beliscar emagrece”**, prescreve o consumo de determinados alimentos previamente as refeições, como meio de reduzir o consumo calórico. A coluna 2 traz o título: **“Viaje sem engordar”** o texto trata da apresentação de uma seqüência alimentar para o desjejum voltado para a leitora que viaja em férias e hospeda-se em hotéis.

Na coluna 1 da **Fev/2010**, temos a seguinte título: **“Emagreça comendo a ração humana”**, atribuindo ao mix de cereais (que atualmente tem sua regulação questionada pela ANVISA e o uso de seu nome comercial proibido) características de resultados medicamentosos: “ *(...) Resultado: disposição, pele lisa e gordurinhas a menos.”*. Também é prescrita dosagem de consumo e a indicação de substituição do produto por uma refeição. Não há nenhuma indicação de restrição ao uso ou avaliação profissional tendo em vista que suplementos alimentares devem ser prescritos em âmbito profissional.
Coluna 2: **“Comer rápido engorda”** afirma através de um estudo não especificado que comer depressa engorda, manifestando o uso de uma questão comportamental e de caráter metabólico individualizado, como fator preponderante à perda de peso.

A coluna1 da **Mar/2010** tem o título: **“Caloria negativa existe sim!”** elenca uma lista de alimentos que “roubam” calorias no lugar de acrescentá-las *“(...) A digestão desses alimentos queimam mais energia do que as contidas neles!”.* Não há

nenhuma menção científica presente na coluna sobre este fato, além de culpabilizar determinados alimentos que possuem suas qualidades se colocados dentro de um plano alimentar equilibrado.

A coluna 2 traz em seu título: **“Sorvete que emagrece”**, um produto industrializado, de custo elevado que é apresentado como: *“(...) um sorvete que a gente tomasse a vontade “(...) Imagine se ainda tivesse o poder de emagrecer. (...) essa maravilha acabou de ser inventada!”“.* Além de ser uma informação inverossímil do ponto de vista nutricional, existe a atribuição que o alimento, pelo fato de apresentar uma base de chá é um composto para emagrecimento.

Presente na coluna 1 da **Abr/2010** encontra-se o título: “**Eba! Aveia emagrece!”**, Apesar das características fitoterápicas deste alimento, o discurso do texto prescreve a aveia como emagrecedor.

A coluna 2, “**sem título”**, fala sobre a adição de açúcares nos sucos industrializados e indica o uso dos concentrados. Priorizando mais uma vez o uso de alimentos industrializados.

Em **Maio/2010**, o uso da água é estimulado com o seguinte título: **“Mais água para perder peso”**, porém na utilização da frase: “(...) Se beber água, você emagrece.” Precedido pela menção de um estudo sem fonte definida o texto referencia ao uso da água como emagrecedor, mesmo a água possuindo funções indispensáveis à saúde e nutrição, a utilização sob a informação de ser um emagrecedor é uma atribuição equivocada da real finalidade do consumo adequado de água.

A associação do alimento a um medicamento se faz presente na coluna 2 onde consta o título: **“Xenical natural”**, notoriamente fazendo alusão ao medicamento homônimo que é comercializado como emagrecedor. O texto prescreve o consumo de algas marinhas em cápsulas que possuem o poder de reduzir a absorção de gorduras: “(...) elas tem o poder de reduzir a absorção de gorduras (...)”.

Na mesma edição está presente a coluna 3, com o título: **“Suco+Vinagre= corpo enxuto”**, em que é prescrito o uso suco com vinagre, atribuindo a este função emagrecedora: (...) o poder de queimar os estoques de gordura (“...)”. Não existem ressalvas sobre a possibilidade de irritação de mucosas em caso de aftas, hipersensibilidade e desconforto gastrointestinal provocado pelo vinagre em alguns casos. (LEÃO e GOMES , 2003, p.116)

De caráter prescritivo na coluna 1, **Jun/2010** : **“ Proteína demais engorda”** faz a seguinte prescrição: “(...) só os primeiros 30 g ingeridos na refeição constroem músculos, essenciais para a queima de calorias.” No mesmo texto apresenta de uma outra fonte, uma base de cálculo para o consumo da proteína, uma tabela com alguns alimentos e a dose do nutriente, sem explicitação sobre tipo de proteína, ou indicação de avaliação profissional para casos específicos.

Para a coluna 2, o título: **“Pílula derrete-gordura”**, já demonstra o uso medicalizado de um alimento chamado figo da índia, em cápsulas ou em goma. Ressaltado pela própria apresentação de consumo como medicamento, é colocado como: “(...) è a novidade que ajuda a perder 2 kg por mês”. É mencionado não haver contra indicações nem efeitos adversos, contraditoriamente, o mesmo texto afirma que só um médico ou nutricionista pode prescrever a substância. Apesar da qualidade nutricional da fruta *figo da índia* em momento algum é incentivado seu consumo *in natura*.

A coluna 3, título: **“Fibras para emagrecer”**, segue o mesmo caráter prescritivo para perda de peso, utilizando a característica probiótica das fibras como um elemento nutricional utilizado exclusivamente para o emagrecimento.

Uma indicação de alimento medicalizado, associado a prescrição também é mostrada na **Jul/2010**, com o título **“ Mais um aliado da balança”** a coluna apresenta um composto alimentar emagrecedor a base de uma planta coreana, informa ser comercializado em farmácias de manipulação, acentuando o caráter de medicamento anorexígeno com a seguinte alegação:“(...) promete reduzir a fome (...)”, não há indicação científica mencionada, nem sobre suas condições de regulação nos órgãos de vigilância sanitária por tratar-se de um produto importado com alegação de nutracêutico.

Coluna 2, O título: “**Fobia por gordura=peso extra”**, Após todo o discurso da própria revista sobre a ideal da magreza, o texto fala sobre o corte excessivo de gordura da alimentação sob o risco de ganhar peso. Em momento algum se faz alusão sobre práticas alimentares equilibradas e saudáveis.

A **Ago/2010** traz o título: **“Azeite no café da manhã emagrece”**, prescrevendo o uso do azeite de oliva como emagrecedor.

A coluna 2 **“De olho na cintura”** dá uma dica sobre a circunferência da cintura e o surgimento de doenças, colocando uma relação alarmante, com dados de pesquisa não explicitados, sobre a relação de cintura com o desenvolvimento de câncer.
Já a coluna 3, com o título: **“Dieta fácil”**, realiza o *merchandising* de um livro através da prescrição de nutrientes “melhoradores” da dieta.

Na coluna 1 da **Set/2010**, **“Coma certo, durma bem e emagreça”** o tom prescritivo se apresenta na indicação de alimentos que evitam a insônia, são indicados alimentos isolados que evitariam a insônia, como sugere a frase: “(...) a noite, aposte em alimentos que chamam o sono (...)”. Não há indicações sobre quantidades ou orientação profissional especializada.
Coluna 2 **“Ritmo para perder peso”** informa que a culpa por não se perder peso pode ser do metabolismo, pois é necessário não ter um ritmo lento para perda de peso. Não há referências sobre indicação de avaliação profissional, podendo até ser subentendido um incentivo para o consumo dos “aceleradores de dieta” que aparecem indicados em outras matérias.
A coluna 3 prescreve o uso de fibras **“ Fibras contra as bactérias que engordam”**, segundo o texto: “(...) há inimigas. Elas (as bactérias) (...) contribuem pesado para os quilos extras(...)”. Prescreve além das fibras, alimentos probióticos.

A coluna 1 **Out/2010**, “**Frozen, a moda do verão”** apresenta a indicação comercial de uma sobremesa doce, pois é vendido em lojas especializadas, com a premissa de ser uma alternativa de manter a dieta: (...)promete ser a estrela da próxima estação(...); É um produto industrializado, que contraria o incentivo a uma alimentação que privilegie o consumo de frutas e alimentos *in natura* indicada a quem deseja perder peso.
A coluna 2, **“Emagreça com vitamina A”**, prescreve o uso de vitamina A com a função de estimulador hormonal para emagrecimento, sem qualquer especificação sobre dose máxima de uso e possíveis efeitos adversos, já que a administração excessiva, principalmente em concentrados e associados a outras vitaminas, pode causar hipervitaminose A e apresentar sintomas agudos, subagudos e crônicos
(MAHAN e STUMP, 2003)

Na coluna 2, sob o título sugere: **“Soja preta: aliada da dieta”,** a soja preta é colocada como “(...)Um poderoso antioxidante(...)”, sem definição de quantidade, ou informações nutricionais é indicada para o consumo e aquisição em lojas especializadas de produtos naturais.

A coluna1 da **Nov/2010** é o único texto que menciona a escolha do consumo de frutas como alternativa para emagrecimento em detrimento ao consumo de outras sobremesas açucaradas. Com o título: “**A melhor sobremesa para afinar”**, a coluna apresenta um resultado estatístico sem informações definidas sobre insatisfação corporal de indivíduos que optam por sobremesas açucaradas.
Contraditoriamente, na mesma seção, na coluna2 há o seguinte texto: **“ Guloseimas que emagrecem”**, que indica o consumo de alimentos industrializados (shakes e sorvetes) de extratos de plantas.
A coluna 3 propõe os alimentos azeite e linhaça como antiinflamatórios e emagrecedores, sob o título: **“ Azeite e linhaça contra as gordurinhas”.**

Finalizando, a coluna 1, na **Dez/2010**, com o título: **“ Espuma na bebida sacia sem engordar”**, indica que aumentar o volume das bebidas com incorporação de ar, sacia a fome: “ Quer enganar a fome?(...)A bebida dobra de volume com as mesmas calorias(...)”. A matéria indica um livro sobre emagrecimento e prescreve maneiras de as bebidas crescerem no copo. Não há informações sobre quantidade de consumo.
A coluna 2 traz mais um exemplo de associação medicamentosa de um “inibidor de apetite” com a seguinte prescrição/título: **Nova pílula natural para emagrecer.** “(...) Pholia negra, substancia natural extraída de uma planta brasileira (...)”, menciona estudos clínicos não especificados e prescrição através da apresentação em cápsulas. Não considera reações adversas e contra indicações, além de não haver registros ou estudos apontando eficácia ou segurança no consumo.

Em síntese, o caráter prescritivo para os alimentos, comportamentos e produtos para consumo é a tônica da revista.

Sobre a prescrição alimentar através de revistas, Sato & Castanheira (2003) em estudo sobre dietas em revistas femininas, avaliaram que há falta de informação em

relação à quantidade de alimento que deveria ser consumido para que o indivíduo obtenha seus benefícios. Constataram ainda a publicação de dietas e informações elaboradas por pessoas desprovidas do conhecimento técnico necessário e publicação de resultados de estudos que merecem maiores comprovações. Indicaram a falta de alertas quanto aos possíveis efeitos indesejáveis de certas condutas e a não publicação das fontes que foram utilizadas nas reportagens. Segundo eles, os títulos das reportagens levam os indivíduos a terem uma idéia errada acerca do seu conteúdo (indução). A análise destas colunas se aproxima dos achados destes autores. Entretanto, neste estudo também pode-se destacar outros achados, como o caso da referencia do alimento como medicamento, a valorização da suplementação alimentar em detrimento a uma alimentação equilibrada e uso de alimentos como “simpatias emagrecedoras”.

Reforçando o caráter medicalizante da alimentação, Teo (2010), em seu estudo sobre o discurso da alimentação em uma revista feminina, enfocou um achado semelhante sobre a medicalização da alimentação, com o uso recorrente de suplementos, característica do paradigma biomédico, este viés apresenta um não dito de exclusão ao reforçar a idéia que se destina apenas as leitoras bem sucedidas que tem acesso a gama de profissionais e recursos de compra destes produtos.

5. O BOX 2 RECOMENDA

O outro Box avaliado, Box 2, pertence à coluna de título único: “Testados e Aprovados”. Os alimentos são apresentados com explicitação das marcas, dosagem de uso e modo de preparação.

5.1. A INDÚSTRIA DO EMAGRECIMENTO

Os alimentos apresentado no Box 2 são, em geral, parte do segmento indústria do emagrecimento com predomínio de produtos *Light* que por definição da ANVISA (1998) são os que apresentam 25 % de calorias a menos, quando comparados aos originais, não exigindo a ausência de açúcar, gordura ou outro nutriente na sua composição. Apenas possui menor quantidade calórica ou de nutriente específico de que na sua forma original. Os produtos *diets* também são vinculados aos alimentos emagrecedores, apesar da sua conceituação ser de alimentos especialmente formulados para grupos da população que apresentam condições fisiológicas específicas, onde são feitas modificações no conteúdo de nutrientes, adequando-os a dietas de indivíduos que pertençam a esses grupos. Apresentam na sua composição quantidades insignificantes ou são totalmente isentos de algum nutriente.

Os alimentos encontrados estão descritos no quadro 1.

QUADRO 1. Box 2: "Alimentos Sugeridos'

Mês	Tipo/Apresentação	Mês	Tipo/Apresentação
Janeiro	Shake Emagrecedor (pó) Refeição Salgada (pó)	Julho	Barra de Cereal Salgada Bolo Pronto Diet Macarrão Instantâneo Light
Fevereiro	Chá em Pastilha (efervescente) Bala Diet Geléia (vidro)	Agosto	Bala de Colágeno Caldo de Legumes (tablete) Capuccino Magro (pó)
Março	Adoçante (xarope) Colágeno Saborizado (pó) Shake (pó)	Setembro	Bebida Diet (caixa) Salgadinhos (pacote) Iogurte Líquido (frasco)
Abril	Maçã Desidratada Sobremesa (pote) Pão de Queijo (pacote)	Outubro	Requeijão (vidro) Barra de Cereal Caixa de Bombons de Frutas
Maio	Molho de Tomate Zero Cookies de Cereais (pacote) Bebida Proteica Colágeno e Chá (pó)	Novembro	Creme de Ricota (pacote) Bebida Suplemento Nutricional Barra de Cereal
Junho	Capuccino Light (pó) Biscoito Salgado (pacote) Ração Humana (pó)	Dezembro	Mix Emagrecedor (pó) Biscoito Doce (pacote) Sorvete de Iogurte

Nesta análise, verificou-se o predomínio da indicação de alimentos industrializados, sendo observada uma tendência para o consumo de alimentos em pó, como misturas para preparos de alimentos. Por definição da RDC 273/2005 são produtos obtidos pela mistura de ingredientes, destinados ao preparo de alimentos pelo consumidor com a adição de um ou mais ingrediente. Com esta característica são citados no Box: pó para shakes, sopas, suplementos e bebidas (preparados líquidos) obtido a partir de da adição de água.

Também há presença de alimentos semi-prontos e prontos para o consumo que são por definição da mesma resolução, alimentos preparados, pré-cozidos ou cozidos, que para o seu consumo não necessitam da adição de outros ingredientes, como

por exemplo, a geléia, molho, sorvete, pão de queijo entre outros presentes na seção.

Como conceituação de alimento industrializado, podemos utilizar uma denominação genérica que indica o "produto obtido de processamento de um ou mais tipos de alimentos, adicionado ou não de outras substâncias permitidas, por meio de processos tecnológicos adequados". (AQUINO e PHILIPPI, 2002, p.656).

Ainda sobre o incentivo da alimentação industrializada, os dados do ENDEF (Estudo nacional de despesa familiar) e POFs (pesquisa do orçamento familiar), indicam uma tendência de consumo de produtos industrializados e deve motivar uma preocupação com a diminuição da qualidade da alimentação, fortemente motivada pelo aumento do consumo de alimentos de preparo rápido e de baixo valor nutricional. Estes dados são coerentes com um perfil epidemiológico em que se observa o crescimento da morbi-mortalidade por doenças cardiovasculares. (DOMENE, 2005)

Os conteúdos também apresentam a indicação de lanches, tais como biscoitos, barras de cereais, iogurtes para porções individuais. Vale ressaltar sobre este aspecto uma consideração realizada no estudo de Teo (2010) sobre os discursos da alimentação em revista feminina, a autora levanta que o padrão atual de beleza e saúde dado pela magreza é alcançado, em parte, pela restrição alimentar. Mas ,a busca por satisfação pessoal/individual que caracteriza essa época, associada ao ritmo acelerado de vida ,leva os sujeitos à busca de praticidade e de uma alimentação rápida e saborosa.Essa demanda é fartamente atendida pelo setor de produção de alimentos e disseminada nas mídias

Os suplementos alimentares também se fazem presentes, genericamente prescritos, sem menção da existência de contra-indicações ao consumo e a indicação de consulta profissional para adequação do uso. Deve-se ressaltar que em conformidade com Resolução CFN 390/2006 e 334/2004, a prescrição de fitoterápico ou suplementação nutricional mal fundamentada poderá causar prejuízos à saúde do paciente em vez de contribuir com a mesma, além da necessidade de prescrever tratamento nutricional ou outros procedimentos somente após proceder à

avaliação pessoal e efetiva do indivíduo sob responsabilidade profissional (Código de Ética, art. 6º, inciso I).

6. AS FONTES DE INFORMAÇÃO

As fontes encontradas nos textos foram sistematizadas na tabela 1:

QUADRO 2. FONTES RELACIONADAS ÀS COLUNAS ANALISADAS* - de 01/2010 a 12/2010			
Fonte	**Instituição/Tipo**	**Freqüência**	**Mês da Edição**
Internacional	Universidade da Pensilvânia - EUA	2	jan,dez/2010
	Estudo feito na Grécia (sic)	1	fev-10
	Estudo feito na Carolina do Norte (sic) - EUA	1	mai-10
	Universidade de New Castle - GB	1	mai-10
	Universidade do Estado do Arizona-EUA	1	mai-10
	Dep. Medico da Universidade do Texas-EUA	1	jun-10
	Estudo Dinamarquês - J. Clinical Nutrition	1	jul-10
	Universidade da Pensilvânia - EUA	1	set-10
	Universidade da Flórida - EUA	1	set-10
	Universidade Hayang- Coreia	1	out-10
	Total	11	
Nacional			
	IPUP - Consultoria de Nutrocosméticos	1	mar-10
	Pesquisadores - USP	1	abr-10
	Pesquisadores - Unicamp	1	nov-10
	Unversidade Federal Rio Janeiro	1	out-10
	Total	4	
Profissionais de Saúde			
	Nutricionista**	8	jan,fev,jun,ago,set/2010
	Médicos	3	jul,nov,dez/2010
	Terapeuta natural	1	fev-10
	Sanitarista	1	abr-10
	Total	13	
Outros			
	Fonte não especificada	1	out-10
	Assoc. Brasileira Nutrologia	1	nov-10
	Total	2	

** Mais de uma citação da fonte na mesma edição
* 30 colunas analisadas

Nos textos de comunicação social em que haja informações de saúde e/ou alimentação, estética, comportamento e os demais temas do gênero usualmente são atribuídas fontes de informação com o intuito de credibilizar o conteúdo expresso.

Para a compreensão do processo de comunicação é importante ressaltar alguns agentes que estão presentes no texto, são eles: quem fala; o que fala e quem é o intermediário. Segundo Teo (2010), dependendo da fonte, **quem fala,** na matéria estes sujeitos autores conferem ao discurso uma força de interação com o público estabelecendo ou não a fidelidade e credibilidade do leitor. O **que fala** pode dar a significância dos discursos. O **intermediário,** (repórteres, editores e entrevistados) segue uma filosofia de transmissão das mensagens nas mídias e é quem possui o papel de legitimar quem fala e o que e falado

O estudo mostrou que os profissionais mais citados como fonte são os nutricionistas. Eles são citados tanto como fontes primárias (quem fala) da informação quando corroboradores (legitimadores) de outras fontes. Médicos endocrinologistas e nutrólogos são também citados como fontes de informação e prescrições sobre alimentação, porém em menor volume.
Além dos citados, um terapeuta natural e um sanitarista aparecem nos textos sobre alimentação como fonte profissional.

7. CONCLUSÕES/CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nossa sociedade vivenciamos um momento de grande valorização da imagem e de uma nova ética em relação ao corpo: o culto narcisista, dietético, higiênico e terapêutico (TONIAL, 2001), construiu-se uma sociedade moderna definida como “lipófoba”, discriminando o corpo sem controle do que se considera o estabelecido. Nesta mesma sociedade de consumo, os comerciantes e profissionais dos cuidados do corpo vêm contribuindo para difundir novos hábitos propondo produtos e soluções para vender e ampliar as vendas (Fischler, 1995 e LINS, 1999 apud Caderno de Atenção Básica/MS, 2006).

Os meios de comunicação possuem caráter formador de opinião e o discurso midiático produz sentidos a partir de uma rede de relações que envolvem o discurso científico e o discurso socioestético, criando e reforçando padrões estéticos e práticas alimentares para sustentarem neste movimento o estímulo ao consumo de idéias e produtos nesta área. (TEO, 2010)

A questão alimentar está presente na mídia com viés informativo, mas também é utilizada como ferramenta comercial apresentada como uma forma de obtenção dos padrões em voga de magreza e “bem estar” físico e social.

No tocante a revista analisada, elas apresentam em sua totalidade um caráter prescritivo, isto é, a indicação explicita de ações, tipo de consumo de produtos e alimentos para o emagrecimento e para a obtenção de um pseudo status, representado nas formas de apresentação dos alimentos. Os sentidos que permeiam estes conteúdos são a sofisticação da alimentação, a valorização do alimento industrializado e consumo do light e diet.

Os conteúdos apresentam um padrão social a ser alcançado, quando procuram indicar maneiras mais fáceis e diretas para conquista do corpo e da vida idealizada pelas mesmas mídias. A sofisticação na apresentação dos alimentos faz transparecer que uma alimentação saudável e eficiente para o emagrecimento é cara, preferencialmente industrializada e restrita ao meio urbano.

A prescrição dos industrializados é privilegiada em detrimento da utilização de alimentos *in natura*. Esta tendência se apresenta como uma consequência do estilo de vida atual e urbano, associado à idéia de não se perder tempo, comer o que dá prazer e obter um corpo esbelto. Estas sugestões contrariam os parâmetros brasileiros orientados para uma alimentação saudável, onde deve se privilegiar o consumo de alimentos pouco processados, preferencialmente *in natura*, regionalizados, com baixos teores de sal e gordura a fim de serem adequados para prevenção e manutenção da saúde de acordo com Política Nacional de Alimentação e Nutrição (2008) e Guia alimentar da população brasileira (2005).

Identificamos a medicalização do alimento como abordagem dada para a manutenção da saúde e do padrão estético, tendo na indicação de alimentos milagrosos para o emagrecimento e dos suplementos alimentares um reforço da idéia de impossibilidade de emagrecimento saudável e preservação da saúde através de uma alimentação equilibrada

Em relação à identificação das fontes referenciadas, observou-se a fortemente a presença do crédito a fontes internacionais que se caracterizaram na menção de estudos de pouca ou nenhuma informação para rastreamento e verificação. Em trabalho anterior (SOUZA, 2005), notou-se um parecer semelhante, em relação à publicação inadequada de fontes de referencia presente em resultados de estudos que merecem maiores comprovações. O profissional que mais aparece neste quesito é o nutricionista, seguido por médicos e demais profissionais.

Por não tratar-se de literatura especializada das áreas de saúde, alimentação e nutrição, e ter como um dos objetivos a captação de investimentos publicitários, não existe a exigência de aprofundamento e discussões científicas pertinentes aos textos. Porém, com o poder de alcance e influência exercida pela mídia é necessário averiguar a propagação dos ideais de beleza e magreza associada a práticas alimentares por vezes equivocadas legitimadas por um caráter pseudocientífico.

Concluindo, o profissional nutricionista precisa estar atendo ao mercado midiático e de consumo como chave para o desempenho de ações educativas na área da

nutrição em saúde pública. Neste caso em específico, voltada principalmente ao público feminino, ainda o maior alvo da influencia dos ditames de padrões corporais e de consumo de alimentos da indústria do emagrecimento. A discussão deve ser incentivada como forma de obter uma identidade mais autônoma de escolha de uma alimentação saudável voltada para a preservação global da saúde.

8. REFERÊNCIAS

AQUINO, R; PHILIPPI, ST. Consumo infantil de alimentos industrializados e renda familiar na cidade de São Paulo. Rev. Saúde Pública. 2002; 36(6): 655-660.

ANVISA- Alimentos "Light" Portaria SVS/MS 27, de 13 de janeiro de 1998 [online] disponível na internet via WWW. URL: http://www.anvisa.gov.br/alimentos/legis/especifica/regutec.htm. Acesso: 15 de março de 2011

ANVISA- Alimentos "Diet" Portaria SVS/MS 29, de 13 de janeiro de 1998 (Alimentos Para Fins Especiais) (Versão Republicada - 30.03.1998) [online] disponível na internet via WWW. URL: http://www.anvisa.gov.br/alimentos/legis/especifica/regutec.htm.Acesso: 15 de março de 2011

ANVISA. Resolução RDC nº 273. Regulamento técnico para misturas para o preparo de alimentos prontos para o consumo. 22 de setembro de 2005.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2002. 279p.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Manual de Monitoramento de Propaganda de Produtos Sujeitos à Vigilância Sanitária. Série A. Normas e Manuais Técnicos. Ministério da Saúde. Brasília, 2005b, 136 p. Brasil. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Esclarecimento sobre o Controle da Propaganda em Prol da Saúde Pública. ANVISA 2005. [online] disponível na internet via WWW. URL: http://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/2005/261205_1.htm Acesso: 14 de março 2011.

BRASIL. Conselho Federal de Nutricionistas. Resolução CFN nº 334/04. Código de Ética do Nutricionista. Art.6, Inciso I. 10 de maio de 2004.

BUENO, SILVEIRA. Minidicionário da lingual portuguesa. 2ª edição. São Paulo:FTD, 2007. p. 723

BULMER, M.Social Policy Research. Londres: Macmillan, 1978. MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde – 10ª edição- São Paulo: Hucitec, 2007. p.16

CASTRO, M.P.S. Hábitos alimentares de estudantes brasileiros das zonas urbanas e rurais: um estudo de Garça – São Paulo. Tese mestrado. USP, 2001.

CONSELHO NACIONAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL - II Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (2004) [online] disponível na internet via WWW. URL: http://www.planalto.gov.br/consea/static/documentos/Outros/IIConferencia.pdf. Acesso: 14 de março de 2011.

COUTINHO, J. G.; RECINE, E. Experiências internacionais de regulação das alegações de saúde em rótulos de alimentos. Revista Panamericana de Salud Publica, 2007. [online] disponível na internet via WWW. URL: http://journal.paho.org/uploads/1200341097.pdf. Acesso: 14 de março de 2011.

DOMENE, S.M.A. Tendencias de consumo de alimentos industrializados pela população brasileira. Artigo. Rede Brasileira de Alimentação e Nutrição Escolar. [online] disponível na internet via WWW. URL: http://www.rebrae.com.br/artigo/tendencia_consumo.pdf. Acesso: 15 de março de 2011

FLANDRIN,J.L;MONTANARI,M. História da Alimentação. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Cap.47. p. 841

GARCÍA, J. Medicina e sociedade: as correntes do pensamento no campo da saúde. In: E.D.Nunes (org.). Medicina Social: aspectos históricos e teóricos. São Paulo: Global, 1983.

GOMES, Isaltina Maria de Azevedo Mello. A busca da saúde e da beleza nas revistas Corpo a Corpo, Boa Forma e Plástica & Beleza – o ponto de vista da leitora. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXX Santos.2007. [online] disponível na internet via WWW. URL: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0622-1.pdf. Acesso: 14 de março de 2011.

GUIA ALIMENTAR PARA A POPULAÇÃO BRASILEIRA: promovendo a alimentação saudável /Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição. – Brasília: Ministério da Saúde, 2005

HABERMAS, J. Conhecimento e interesse: com um novo posfácio. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987. 367p.

HISTÓRIAS E RANKINGS. Ranking de jornais e revistas do Brasil (por circulação). [online] disponível na internet via WWW. URL: http://historiaserankings.blogspot.com/2008/12/ranking-de-jornais-e-revistas-de-brasil.html. Acesso: 07 julho de 2011.

IBGE. Pesquisa de orçamentos familiares 2002-2003 : primeiros resultados : Brasil e grandes regiões / IBGE, Coordenação de Índices de Preços. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.

IBGE (Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Estudo nacional de despesa familiar, ENDEF. Rio de Janeiro, 1976.

LEÃO, L.S.C.S;GOMES, M.C.R. Manual de nutrição clinica. 6 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 176

LOPES, M.I.V. Pesquisa em Comunicação. 9ª. ed. São Paulo: Loyola, 2005. 171 p.

MAHAN,LK; STUMP.E.S. Vitaminas. In: Krause. Alimentos, nutrição e dietoterapia. São Paulo: Roca, 2003 p. 77-122

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde – 10ª edição- São Paulo: Hucitec, 2007. 406p.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Política nacional de alimentação e nutrição / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. – 2. ed. rev. – Brasília: Ministério da Saúde, 2008.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. I Levantamento Nacional sobre os padrões de consumo de álcool na população brasileira / Elaboração, redação e organização: Ronaldo Laranjeira. [et al.] ; Revisão técnica científica: Paulina do Carmo Arruda Vieira Duarte. Brasília : Secretaria Nacional Antidrogas, 2007. p. 76

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. World Health Organization. Global strategy on diet, physical activity and health: fifty-seventh World Health Assembly Wha 57.17; 2004. [online] disponível na internet via WWW. URL: www.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA57/A57_R17-en.pdf. Acesso: 15 de março de 2011.

PHILLIPI S.T. Hábitos alimentares. Alimentação e Serviços. São Paulo, 1992. Apud Souza, Daniella Moreira: Revistas Femininas: História, Comunicação e Nutrição – Uma Análise Quantitativa e Qualitativa. São Paulo, 2005.

ROCHA, D; DEUSDARÁ, B. Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: proximações e afastamentos na (re) construção de uma trajetória. ALEA Volume 7 Número 2 Julho – Dezembro 2005 p. 305-322

SATO K. M., CASTANHEIRA MM. Revistas Femininas: Análise Quantitativa e Qualitativa das Dietas e Informações Nutricionais. Santos, 2003. Apud Souza, Daniella Moreira: Revistas Femininas: História, Comunicação e Nutrição – Uma Análise Quantitativa e Qualitativa. São Paulo, 2005. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP

SERRA, Giane Moliari Amaral; SANTOS, Elizabeth Moreira dos. Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito. Ciênc. saúde coletiva, São Paulo, v. 8, n. 3, 2003. p. 691-701.

SILVA, J.O; GADEA, C.A. Quando o sanitário é estético: a questão da saúde nas mídias. Saúde em Debate, Rio de Janeiro, v.33, n. 82, p. 234-239, maio/ago.2009.

SOUZA, Daniella Moreira: Revistas Femininas: História, Comunicação e Nutrição – Uma Análise Quantitativa e Qualitativa / Daniella Moreira de Souza - São Paulo, 2005. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP.

TEO, Carla Rosane Paz Arruda. Discursos e a construção do senso comum sobre alimentação a partir de uma revista feminina. Saúde Soc. São Paulo, v.19, n.2, p.333-346,2010.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. A ciência para o século XXI: uma nova visão e uma base de ação - Brasília: UNESCO. 2003. [online] disponível na internet via WWW. URL: http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001315/131550por.pdf. Acesso: 15 de março de 2011.

ANEXOS

menoscalorias

Por Eliane Contreras

P&R Em que refeição o pão engorda menos?

No café da manhã, quando o organismo precisa repor o estoque de energia.

O risco de o pão engordar também é menor quando consumido 30 minutos antes da ginástica – as calorias são queimadas na aula. Mas evite o excesso. "O ideal é ingerir apenas uma fatia por dia, sobrando espaço na dieta para outras fontes interessantes de carboidratos, caso dos grãos e dos tubérculos, como inhame, batata-doce, mandioca", fala a nutricionista Rosana Farah, professora do Centro Universitário São Camilo, em São Paulo. E sempre dê preferência ao pão integral. "Rico em fibras, libera energia para o organismo aos poucos, prolongando a sensação de saciedade." Outra recomendação: evite consumi-lo à noite.

xenical natural

As algas marinhas em cápsulas são antigas aliadas na perda de peso. Mas só agora a ciência comprovou: elas têm o poder de reduzir a absorção da gordura pelo organismo em até 75% (mais que o dobro dos medicamentos específicos para essa finalidade), segundo estudo da Universidade de Newcastle, na Grã-Bretanha. No momento, os pesquisadores estão empenhados em testar as fibras das algas em pães e outros produtores industrializados. Enquanto isso, a nutricionista Jaqueline Migon, da Clínica Soul Nutrition, no Rio de Janeiro, sugere fazer como os japoneses: misturar as algas (a nori é a mais usada) nos legumes refogados, no feijão ou enrolada no sushi (*foto*). Caso você não goste, aposte nas cápsulas.

COMPARE E ESCOLHA

Kebab de cordeiro (carne de cordeiro, alface, tomate, cebola, homus e alho no pão folha)

468 cal

=

❶ Mini-kebab de kafta (carne bovina, alface, tomate, cebola, homus e alho no pão folha) **161 cal**
❷ Salada fatuche (alface, pepino, tomate, cebola, pão sírio torrado, molho de iogurte com hortelã e uva) **162 cal**
❸ Limonada com hortelã (300 ml) **85 cal**
❹ Sorvete de tangerina (60 g) **60 cal**

Use o guia de calorias em **www.boaforma.com.br**

Calorias e kebabs fornecidos pelo restaurante Al Kebab, em São Paulo.

ANEXO A

suco + vinagre = corpo enxuto

Por essa ninguém esperava: vinagre no suco fica gostoso e emagrece. O poder de queimar os estoques de gordura, segundo estudo feito na Universidade do Estado do Arizona, nos Estados Unidos, tem a ver com o ácido acético – principal componente desse tempero, que, até então, costumava ser usado apenas na salada. Mas para que a diferença apareça na balança, é preciso aumentar a dose diária. "São recomendadas quatro colheres de sopa de vinagre por dia", diz Kelly Fu, nutricionista do Emex Centro de Nutrição Orientada, em São Paulo, que ensina a usar o tempero no suco.

Foto: Pedro Rubens.

TESTADOS E APROVADOS

MOLHO LEVE

Livre de gordura e açúcar, o Molho de Tomate Zero, da Fugini, é magrinho: tem 9 calorias em uma colher de sopa (32% menos que o molho tradicional). E ainda é prático. Basta tirar do sachê (340 g, 0,99 centavo) e aquecer.

COOKIE COM FIBRAS

Feito de aveia, milho, trigo, arroz e frutas vermelhas, o Mini Disco Pop Light, da Newfoods, é uma opção de lanchinho saudável. E como vem em embalagem individual (45 g, 207 calorias, 2,30 reais), você não exagera.

CHÁ PROTEICO

O Vitamagris Tea, da Vitalab, combina colágeno e chá de oliveira. Diluído em água, o pó (58 calorias a colher de sopa) rende uma bebida proteica e capaz de acelerar o metabolismo. No sabor limão (29 reais o pote com 200 g).

fale com a Lucilia Diniz

Quero emagrecer, mas tenho obsessão por comida. Não sei o que fazer para mudar isso.

Já parou para pensar que essa relação que você estabeleceu com a comida é para compensar algum tipo de frustração? Algumas pessoas comem em excesso porque sentem falta de algo, por tristeza ou medo da solidão. Esse comportamento só serve para deixá-la ainda mais frustrada. Para sair do ciclo vicioso e parar de engordar, tente comer apenas quando tem fome de verdade. Como saber? É só prestar atenção: o estômago vazio reclama! Eu sei que esse primeiro passo é difícil. Mas procure entender o que a deixa descontente. Sugestão: faça uma avaliação de todos os aspectos da vida. Pense o que você gosta ou não no trabalho, na relação com a família e, principalmente, consigo mesma. Alimente a alma e descubra outra fonte de prazer que não seja comida. Quando se envolver de fato com algo que a faça feliz e completa, com certeza seus pensamentos deixarão de ter tanto espaço para pão, massa e guloseimas. A partir disso, sua compulsão será outra: aproveitar a vida!

Lucilia emagreceu 61 quilos sem cirurgia e ajuda você a perder peso

Deixe a sua pergunta no site **www.boaforma.com.br**, canal Colunistas

ANEXO B

fale com a Lucilia Diniz

Sempre saio da linha no fim do ano. Que estratégia devo usar para evitar essa armadilha?

É realmente difícil resistir aos pratos tradicionais, gostosos e calóricos da mesa de Natal e Ano Novo. Mas não é impossível. Lembre-se de que, mais importante que comer e comer, esse é um momento do ano para reunir a família e curtir os amigos. Agora, se estiver em dia com a dieta, aproveite a oportunidade para degustar pratos que você não costuma consumir ao longo do ano. Mas faça escolhas e monte um prato harmonioso.
A história de comer de tudo um pouco empanturra, deixa você mal e engorda! Para escapar dessa armadilha, coma um lanche à tarde para não chegar à ceia com muita fome. Se você costuma contribuir com algum prato, prepare uma receita tradicional em versão light – sempre faz sucesso! Outra estratégia que funciona: depois da ceia e do almoço de Natal, siga um cardápio de desintoxicação de um dia. E beba bastante água!

Lucilia emagreceu 61 quilos sem cirurgia e ajuda você a perder peso

Deixe a sua pergunta no site **www.boaforma.com.br**, canal Colunistas

TESTADOS E APROVADOS

PÓ ANTIGORDURINHAS

O Thermo Ripped, da Sanavita, tem quatro substâncias que ajudam a queimar gordura: casca de laranja, guaraná e chás verde e vermelho. Uma colher de sopa do pó (66 reais, 300 gramas), nos sabores abacaxi, limão e maracujá, rende um refresco de 33 calorias.

LANCHE ECONÔMICO

O Belvita não é diet, mas você pode comer o pacotinho todo sem medo de engordar. O de leite com aveia tem 135 calorias (30 gramas, 90 centavos) e o de mel com cacau 137. Outras vantagens desse biscoito da Kraft Food: tem cereais integrais e é livre de conservantes.

SORVETE DE IOGURTE

À base de iogurte, o sorvete Molico Yogo, da Nestlé, tem só 37 calorias em uma bola de 60 gramas. O segredo? Não tem açúcar nem gordura. Nos sabores iogurte e iogurte com frutas vermelhas (14 reais o pote de 700 mililitros).

O sol vai embora, o bronzeado fica.

NOVO
SOLAR EXPERTISE
PÓS SOL

- Bronzeado prolongado
- Pele hidratada 24h

Porque você vale muito
L'ORÉAL
PARIS

ANEXO C

menoscalorias Por Eliane Contreras

nova pílula natural para emagrecer

Se você não consegue fazer dieta porque é comilona, aqui vai uma boa notícia: a PholiaNegra – marca registrada de uma substância natural extraída da planta brasileira de nome científico *ILex p.* – aumenta a saciedade, deixando-a feliz com menos comida. Esse fitoterápico faz mais: "Diminui a leptina circulante (hormônio da fome) e retarda o esvaziamento gástrico. São ações que fazem com que a necessidade de comer demore mais a voltar, ajudando na economia de calorias", explica o médico ortomolecular Amilton Macedo, de São Paulo. Estudos clínicos ainda revelam que reduz a gordura visceral. O ideal é consumir duas cápsulas da substância por dia – 15 minutos antes do almoço e do jantar. Aviso importante: apesar de ser um fitoterápico comercializado sem prescrição médica por autorização da Anvisa, o sucesso depende da dosagem correta para cada caso. Por isso, consulte seu médico.

"Depois da balada você tem fome? Coma um misto ou queijo quente. É melhor que chegar em casa e beliscar bolo, biscoito, brigadeiro..." **Dica da editora**

COMPARE E ESCOLHA

1

499 cal

1. Panetone trufado (1 fatia de 100 g) com sorvete de creme (1 bola de 60 g) 499 cal

=

2. Mix de castanhas e frutas secas (20 g) 120 cal
3. Espumante (150 ml) 80 cal
4. Sorbet La Frutta Nestlé de morango (60 g) com calda de chocolate diet (1 col./sopa) 56 cal
5. Panetone de frutas light (80 g) com morango, pêssego e pera em calda (50 g) 243 cal

2

3

4

499 cal

Use o guia de calorias em **www.boaforma.com.br**

ANEXO D

abaixoascalorias

por Eliane Contreras

emagreça com a ração humana

O nome é esquisito e não se trata de uma novidade. Mas a ração humana virou mania entre as mulheres preocupadas em perder peso. Criada pela terapeuta natural Lica Takagui, de Curitiba, esse mix de cereais, sementes e colágeno sacia, estimula o metabolismo e acaba com o intestino preguiçoso. Resultado: disposição, pele lisa e gordurinhas a menos. O ideal é consumi-lo no café da manhã (duas colheres de sopa) – na fruta, no suco, iogurte, leite desnatado ou de soja. Se quiser acelerar o processo na balança, use-o para substituir o jantar. "À noite, a ração pode ser acrescentada numa sopa leve", orienta Lica. A receita original é produzida há quatro anos pela Takinutri – empresa detentora do nome Ração Humana (40 reais o pote de 500 gramas). Mas outras marcas já lançaram suas versões. E, se quiser, você pode fazer a ração caseira sugerida pela própria Lica. É só triturar e guardar na geladeira, num vidro bem fechado, estes ingredientes:

- 1 xíc. (chá) de semente de linhaça
- 1/2 xíc. (chá) de farelo de aveia
- 1 xíc. (chá) de extrato de soja (sem açúcar)
- 1 xíc. (chá) de quinua em flocos
- 2 xíc. (chá) de fibra de trigo
- 1/2 xíc. (chá) de gergelim
- 4 col. (sopa) de farinha de maracujá
- 4 envelopes (56 g) de gelatina incolor e sem sabor
- 2 col. (sopa) de levedo de cerveja

Rende: 50 porções (2 colheres cada uma)
Calorias por porção: 80

COMER PARA CRER

Use o quiz de calorias em www.boaforma.com.br

As calorias foram calculadas pela Equilíbrium Consultoria em Nutrição e Bem-Estar, em São Paulo.

ANEXO E

fale com a Lucilia Diniz

Sempre fui magra e comia tudo o que queria. Mas, depois dos 30 anos, engordei e não consigo emagrecer. O que devo fazer?

Vou contar uma historinha muito comum. Era uma vez uma moça que comia qualquer coisa que tinha vontade e engolia tudo rapidamente. Consumia todo tipo de alimento duvidoso, mesmo que ele fornecesse pouco ou nenhum nutriente. Procurava apenas satisfazer seus desejos. Repetiu esse hábito durante anos. Mas um dia seu corpo cansou de ser tão maltratado e decidiu que era hora de dar o troco. É assim mesmo: cedo ou tarde, sempre pagamos pelos nossos erros. No caso da alimentação, os sintomas podem surgir aos poucos, na forma de indigestão, sono perturbado sem motivo aparente, problemas de pele e excesso de peso.

O que fazer quando deixamos chegar a esse ponto? Reeducar os hábitos à mesa, procurando respeitar o corpo como a um templo sagrado. Ou seja, pare de comer qualquer coisa. Selecione melhor os alimentos que vão nutrir seu organismo. Com certeza ele vai reconhecer esse cuidado e retribuir naturalmente com o emagrecimento que você está procurando.

Lucilia emagreceu 61 quilos sem cirurgia e vai ajudar você a perder peso

Deixe a sua pergunta no site www.boaforma.com.br, canal **Colunistas**

comer rápido engorda

Sempre que você come depressa acaba partindo para o segundo prato. Um estudo feito na Grécia mostrou o motivo do repeteco: a pressa em engolir os alimentos suspende a liberação de PYY e GLP-1, hormônios da saciedade, produzidos no intestino. Isso também vale para as guloseimas. Os voluntários que participaram da pesquisa consumiram 300 miligramas de sorvete, e os que demoraram mais tempo para chegar ao final do pote apresentaram maior concentração no sangue de PYY e GLP-1. E, assim, ficaram mais satisfeitos que os participantes apressadinhos.

"Quer perder peso? Escolha alimentos saudáveis. Sem eles, nenhum programa de emagrecimento funciona"
dica da editora

testados e aprovados

Chá em pastilha Inédito no mercado, o Bioslim Chá Verde & Chá Branco em tablete efervescente, da Herbarium, é muito prático: dissolve rapidinho na água gelada, rendendo uma bebida refrescante e com apenas 11 calorias. A embalagem traz 20 unidades (27 reais) e pode ser levada na bolsa.

Mentos diet A goma de mascar Mentos Aqua Kiss, nos sabores Alaskan (menta refrescante) e Hawaiian (mix de frutas tropicais), não tem açúcar. A fórmula traz substâncias que dão água na boca, literalmente, deixando o hálito mais fresco (embalagem com 18 unidades, 3,50 reais).

Geleia natural Novidade da Queensberry, a linha 100% traz geleias sem adição de açúcar ou aditivos químicos. Nos sabores amora, damasco, framboesa, mirtilo, frutas vermelhas e morango (10 reais, pote com 250 gramas), elas são adoçadas com o suco da própria fruta, garantindo 40% menos calorias que a tradicional.

Fotos: divulgação, Fábio Mangabeira, Alfredo Franco.

ANEXO F