



Saúde e Sociedade

ISSN: 0104-1290

saudesoc@usp.br

Universidade de São Paulo

Brasil

Paz Arruda Teo, Carla Rosane
Discursos e a Construção do Senso Comum sobre Alimentação a Partir de uma Revista
Feminina
Saúde e Sociedade, vol. 19, núm. 2, junio, 2010, pp. 333-346
Universidade de São Paulo
São Paulo, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=406263682015>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc



Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Discursos e a Construção do Senso Comum sobre Alimentação a Partir de uma Revista Feminina¹

Discourses and the Construction of Common Sense about Food Based on a Women's Magazine

Carla Rosane Paz Arruda Teo

Doutor em Ciência de Alimentos. Docente do Curso de Nutrição. Área de Ciências da Saúde da Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó).

Endereço: Avenida Attilio Fontana, 591E, Bairro Efapi, CEP 89990-000, Chapecó, SC, Brasil.

E-mail: carlateo@unochapeco.edu.br

¹ Pesquisa financiada pela Unochapecó como incentivo à produção científica e pelo Sindicato dos Professores do Oeste de Santa Catarina (Sinproeste) como bolsa de apoio à pós-graduação.

Resumo

Diversos elementos contribuem para a construção do senso comum sobre alimentação com impacto na saúde das populações. Nesse estudo, parte-se da hipótese de que o discurso midiático desempenha um papel estruturador relevante no processo de construção e consolidação de padrões de estética corporal e de alimentação, produzindo sentidos coletivos que interferem nas escolhas feitas pelos sujeitos. Este trabalho objetivou reconhecer as estratégias discursivas adotadas por um veículo midiático direcionado ao público feminino quanto à alimentação saudável e sua contribuição para a formação do senso comum sobre o tema. Foram analisadas as matérias de capa dos doze números de uma revista feminina publicados no ano de 2007, segundo o referencial teórico da análise do discurso. Foi observado um discurso carregado de ambiguidade entre beleza e saúde, com forte apelo à sensualidade e ao culto do corpo perfeito, predominantemente divergente do saber científico na área da nutrição, legitimado por dois outros discursos transversais, o socioestético e o especializado. Concluiu-se que as estratégias discursivas adotadas pelo veículo midiático analisado contribuem para a formação de um saber comum sobre práticas alimentares que é frágil e não habilita os sujeitos para escolhas autônomas e saudáveis.

Palavras-chave: Alimentação e Nutrição; Análise de Discurso; Mídia; Promoção da Saúde; Representações Sociais; Saúde Pública.

Abstract

Several factors contribute to the construction of common sense on food with impact on public health. In this study, our hypothesis was that media discourse plays an important structuring role in the process of body aesthetics and food patterns construction and consolidation, producing collective senses that interfere in the choices made by people. The study aimed to recognize the discursive strategies adopted by a media vehicle targeted at women about healthy eating, and their contribution to the formation of common sense on the subject. We analyzed the twelve cover reports of a women's magazine published in 2007, according to the theoretical framework of discourse analysis. A discourse full of ambiguity between beauty and health was observed, with a strong appeal to sensuality and to the cult of the perfect body, predominantly divergent from scientific knowledge in the nutrition area, legitimized by two other cross discourses, the socioaesthetic and the specialized ones. We conclude that the discursive strategies adopted by the media vehicle that was examined contribute to the formation of a common knowledge about eating habits that is fragile and does not enable people to make independent and healthy choices.

Keywords: Food and Nutrition; Discourse Analysis; Media; Health Promotion; Social Representations; Public Health.

Introdução

Os padrões de beleza, assim como os alimentares, são construtos históricos e, como tais, mudam ao longo do tempo. No século XIX, não por acaso, o padrão estético feminino exaltava formas arredondadas em uma época em que a culinária se caracterizava por preparações altamente calóricas e em um momento em que a ciência não conhecia ou se não ocupava das consequências desses modelos - alimentar e corporal - para a saúde. Com o avançar das décadas e séculos, o conhecimento científico produzido sobre essas questões, juntamente com as mudanças nos cenários político, socioeconômico e cultural, certamente contribuiu para um deslizamento do padrão estético corporal feminino desde as formas arredondadas mencionadas até a magreza idealizada na atualidade (Garcia, 1994, 1997; Ornellas, 2000; Andrade, 2003).

O paradigma atual de beleza, centrado no corpo esguio e esbelto, determina práticas alimentares que lhe são correspondentes. Nesse sentido, Serra (2001) afirma 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.

Na construção e consolidação desses padrões de estética corporal e de alimentação, o discurso midiático assume uma função geradora de representações sociais e, pelo seu alcance, de produtora de sentidos coletivos que interferem nas escolhas feitas pelos sujeitos (Santos e Silva, 2008). Entendendo as representações sociais como um sistema de recepção de novas informações sociais, elas constituem a forma pela qual o senso comum transforma os conteúdos de saberes formais em explicações práticas sobre a realidade, num processo mediado pela afetividade e pelas diferentes visões de mundo, concepções ideológicas e culturais que estão presentes na vida cotidiana (Alexandre, 2000).

Nesse contexto, os meios de comunicação, atualmente, representam a principal forma de propagação de ideologias, compreendidas como os conjuntos de significados e sentidos que atuam como corpos de ideias orientadas para a ação e através das quais

as pessoas percebem-se e posicionam-se no mundo (Santos e Silva, 2008). Ao veicularem matérias sobre alimentação, saúde e estética, entre outras, todas carregadas de ideologias, os meios de comunicação determinam, em diferentes medidas, o comportamento dos sujeitos (Bydlowski e col., 2004), oferecendo-lhes receitas de estilo de vida que acabam por compor o senso comum sobre essas questões. Com relação a isso, Lefèvre (1999) afirma que a saúde coletiva está de alguma forma associada às informações sobre saúde que a mídia difunde em dada formação social e em dado momento histórico.

Contudo, há que se considerar que os sujeitos leitores não são receptores passivos, mas atores sociais que produzem sentidos diversos a partir dos conteúdos midiáticos, segundo sua estrutura socio-cultural, econômica e cognitiva de recepção (Mól e Pires, 2006). O senso comum não pode, portanto, ser reduzido a uma concepção de saber como reprodução, mas precisa ser compreendido como uma forma de conhecimento efetivamente prático, socialmente elaborado e compartilhado, constituído a partir das experiências cotidianas, por acomodação, reprodução e contradição, na interação dos sujeitos entre si e com o meio (Guareschi, 2000).

Caracterizado pela informalidade, o senso comum reelabora e cria imagens úteis para a vida cotidiana, por meio do pensamento representativo, transformando saberes produzidos em campos simbólicos específicos, como o científico, em saberes geradores de ações sociais (Alexandre, 2000). Nessa lógica, Berger e Luckmann (1987) afirmam que o conhecimento do senso comum é a principal fonte de ação humana na sociedade, orientando as práticas dos sujeitos no mundo. Nesse cenário, o saber científico formal e estruturado tem como característica a produção de verdades provisórias que pretendem embasar o certo e o errado, o saudável e o não saudável, subsidiando os comportamentos humanos por meio de um discurso específico que encerra poder e controle social (Serra, 2001). O discurso midiático sobre saúde, ao mediar a reelaboração do saber científico em senso comum, abarca vários outros discursos, dados pelas peculiaridades da linguagem da mídia e também pelas condições de poder e pelas ideologias que permeiam as relações sociais (Ferraretto, 2005).

Na perspectiva de que a mídia se apresenta como a semantizadora central da sociedade (Berger e Luckmann, 1987), o discurso midiático sobre alimentação assume um papel essencial na construção social do que seja saúde (Fausto Neto, 1999) e pode contribuir de forma relevante para definir no imaginário coletivo padrões homogeneizadores de saúde e beleza que reforçam a competição, a rejeição e a exclusão (Ferraretto, 2005).

Assim, neste estudo, assume-se como pressuposto teórico que alimentação e discurso são práticas sociais historicamente construídas e socioculturalmente determinadas (Garcia, 1997), num espaço em que a mídia desempenha uma função importante de geradora de sentidos coletivos, mediando a reelaboração do conhecimento científico pelos sujeitos, com consequências sobre sua vida cotidiana. Nessa concepção, este trabalho se propõe a reconhecer as estratégias discursivas adotadas por um veículo midiático quanto à alimentação saudável e sua contribuição para a formação do senso comum sobre o tema, com impacto sobre as práticas alimentares dos sujeitos leitores e, por consequência, sobre a saúde coletiva.

Metodologia

Este estudo, de natureza qualitativa, descritiva e exploratória, foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Unochapecó (ofício nº 030/09). O objeto de análise foi a revista *Boa Forma*, de periodicidade mensal e destinada ao público feminino adulto. A revista é publicada há 23 anos e tem, atualmente, cerca de 130 páginas distribuídas em sete seções principais e 21 seções menores, como a de interação com o público leitor através de correspondências, por exemplo. Embora a maior parte das seções da revista aborde o tema alimentação, foi escolhida a seção Garota da Capa para esta análise, em função de ser uma das principais seções da revista e por apresentar entrevistas com celebridades reconhecidas por sua beleza e destaque no meio artístico, características que conferem *a priori* certa legitimidade às suas falas. As matérias dessa seção se caracterizam, no escopo da revista, pela abordagem das estratégias alimentares e de atividade física que essas personalidades utilizam para manter a boa forma.

Foram analisados os doze números da revista publicados no ano de 2007, justificando-se esse recorte temporal pela atualidade e, portanto, pertinência para a consecução dos objetivos propostos.

A abordagem é a da Análise do Discurso, instrumental teórico-metodológico, que permite compreender os sentidos produzidos a partir da incompletude das elaborações, que, implícitos ou explícitos, expressam um momento histórico (Macedo e col., 2008). Nessa perspectiva, não se separam forma e conteúdo, procurando-se compreender a língua não só como estrutura, mas, sobretudo, como acontecimento (Orlandi, 2005).

Para a coleta de dados, segundo procedimentos adaptados de Serra e Santos (2003), foi construída uma grade analítica contendo: o título da matéria, quem fala, quem é o intermediário, quem legitima a fala, o que é dito e os sentidos/significados do que é dito, as convergências e divergências entre o discurso midiático e o discurso científico da área.

A escolha de cada elemento da grade analítica justifica-se a seguir: os *títulos* das matérias representam, por si só, textos impregnados já dos sentidos que se pretende produzir; *quem fala* é um elemento associado à credibilidade do que é dito e à capacidade de produzir sentidos para um público específico a partir de um discurso socioestético²; *o intermediário* refere-se ao repórter, que estabelece a mediação entre quem fala, o que é dito e para quem é dito; *quem legitima a fala* é aquele que dá legitimidade ao que é dito; *o que é dito* é o substrato da análise, é a textualidade, com sua incompletude, que permite ressignificar o que foi dito; *os sentidos/significados do que é dito* trata das categorias de sentidos/significados do que é dito; *as convergências/divergências* entre os discursos midiático e científico permitem fazer um balanço da disputa de poder entre o conteúdo técnico-científico e o conteúdo socioestético na construção do senso comum.

Resultados e Discussão

Títulos

Os títulos das matérias analisadas, em conformidade com a linha editorial da revista, evidenciam um forte

apelo ao corpo, reforçado pelas imagens da capa, que apresentam invariavelmente celebridades femininas seminuas em excelente forma física segundo o padrão de beleza atual. Dessa forma, forte também é o apelo à sensualidade, desde os próprios títulos até as fotos que ilustram capas e matérias. Nessa direção, embora não seja objetivo deste trabalho se deter na análise das imagens, convém mencionar que Serra (2001), ao avaliar o discurso sobre saúde e nutrição na revista *Capricho*, já mencionava a força que o discurso imagético confere a matérias sobre práticas alimentares, sobretudo quando o sujeito-autor do discurso é uma celebridade. Outra pesquisa, realizada na perspectiva dos estudos de gênero a partir da revista *Nova*, também sinalizou a presença de mulheres seminuas nas capas, no emprego de uma estratégia discursiva carregada de sexualidade e sedução, na qual a centralidade do corpo o coloca na posição de integrador dos demais elementos da rede discursiva (Swain, 2001).

Também Mól e Pires (2006), ao pesquisarem o discurso sobre saúde e estética na revista *Veja*, relataram um apelo mal disfarçado à sensualidade, indicando que a beleza e a sensualidade apresentadas pelas imagens atestam o sucesso daqueles que aderiram às recomendações do discurso midiático sobre saúde. Esse apelo à sensualidade no discurso midiático tem se construído sob a ótica da heterossexualidade e, segundo Swain (2001), evidencia um não dito de reafirmação da supremacia masculina, figura em torno da qual se concentram as demandas femininas pelo corpo perfeito (para a sedução). Para a autora, esse corpo se desenha, se esculpe biologicamente, sob o olhar masculino (a ser seduzido) que lhe confere significação social.

Neste estudo, na edição de janeiro, o título “Karina Bacchi entrega seus segredos de cama e mesa” apresenta propositalmente uma relação entre os prazeres sexuais e gastronômicos, o que não se confirma na matéria, já que a entrevistada fala apenas de sua alimentação. Nesse caso, é empregada como estratégia discursiva a intersecção simbólica notadamente existente entre alimentação e sexo (Queiroz, 1988). A esse propósito, inclusive, Lévi-Strauss (1970) afirmou que todas as sociedades apresentam

2 Discurso que tem sua força na imagem e nas representações do corpo ideal (Serra e Santos, 2003).

alguma analogia semântica construída entre esses dois instintos.

Nas edições de julho, agosto, novembro e dezembro, os títulos são, respectivamente, “Xuxa 10 kg mais magra, 44 anos e corpinho de 20”, “Dani Suzuki na virada dos 30: sopa no jantar”, “Luíza Brunet – menos 7 kg: a dieta ortomolecular e outros segredos para chegar assim aos 45 anos”, “Letícia Spiller – os segredos de dieta e exercícios para manter este corpão aos 34 anos”. Todos esses títulos trazem em comum um discurso utópico de que essas mulheres, apesar da passagem dos anos, encontraram estratégias alimentares e de atividade física capazes de mantê-las eternamente belas e atraentes. Inclusive, metade das edições desse ano traz na capa, e na seção **Garota da Capa**, mulheres com mais de 30 anos, o que significa dizer que essas mulheres se mantiveram como garotas apesar da passagem dos anos. Esse é o discurso do corpo tecnológico, conquistado por uma mulher bem-sucedida, capaz de driblar o envelhecimento e de renovar continuamente o dispositivo da sexualidade e da sedução, à custa do consumo de tecnologias médico-cirúrgicas, farmacêuticas e cosméticas, entre outras (Swain, 2001).

Além disso, o emagrecimento é fortemente apresentado como um requisito para a beleza mesmo entre mulheres de peso saudável, como as entrevistadas, e uma alimentação leve, como a sopa, é um recurso para atingi-lo. Na edição de outubro, mais uma vez o emagrecimento aparece como condição para a beleza e a boa forma: *Paola Oliveira: 6 kg mais magra e supersarada – cardápio + treino*. Essas observações condizem com o relato de Andrade (2003) que, ao discutir as representações de corpo feminino veiculadas pela mídia sob a perspectiva dos estudos de gênero, afirmou que a magreza, na condição de matéria-prima da nova identidade corporal, impôs-se gradativamente como norma no decorrer do século XX, e a gordura precisou ser literalmente derretida, devido à necessidade de reajustar o corpo a essa nova identidade que se construiu.

Nota-se, ainda, que a seleção lexical serve a propósitos bem definidos: quando a entrevistada é uma mulher de mais de 40 anos, como no caso de Xuxa, usa-se a expressão *corpinho de 20*, para salientar sua aparente juventude; já para o caso de Letícia

Spiller, 10 anos mais jovem, opta-se pela palavra *corpão*, para reforçar o apelo sensual. Além disso, o emprego recorrente da palavra *segredo(s)* nos títulos sugere uma intimidade com a leitora que a atrai para a leitura.

Os demais títulos apresentados nas matérias de capa do ano de 2007 foram: “Alinne Moraes ainda mais feminina depois de se apaixonar pelo balé” (fevereiro), “Isis Valverde: essa gata vai arrasar na novela das 8” (março), “Casar engorda? Camila Rodrigues prova que não” (abril), “Grazi, agora em versão Boa Forma” (maio), “Íris e Alemão: ela se transformou para conquistar a fama e o coração deste gato” (junho) e “Claudia Raia, 40 anos, músculos desenhados, energia sem fim” (setembro). Vê-se que todos os títulos, associados à imagem da capa, e a exemplo dos anteriormente mencionados, trazem as mesmas mensagens: sensualidade, emagrecimento ou manutenção de um peso idealizado, a eterna e fantasiosa boa forma associada à beleza, à magreza e ao sucesso. Assim, reafirma-se a centralidade do corpo (jovem, magro, sensual, belo, saudável) na rede discursiva tecida pelo veículo avaliado, o que, segundo Swain (2001), aparece como uma característica recorrente das assim chamadas revistas femininas, no delineamento de um perfil de mulher reduzido ao consumo de produtos e serviços ligados a características consideradas naturais, entre elas a sedução.

Nesse cenário, o conceito de boa forma está, portanto, vinculado muito mais à beleza física, segundo os padrões estéticos atuais, do que propriamente à saúde conquistada com alimentação e prática de atividade física adequadas. No dizer de Mól e Pires (2006), essa posição lida com certa ambiguidade entre saúde e estética e propõe que corpos esteticamente adequados (belos) estão em boa forma e são, consequentemente, saudáveis. Na mesma lógica, Andrade (2003) refere que, ao longo do século XX, saúde e beleza passaram a confundir-se, ou mesclar-se, não havendo na contemporaneidade um limite que possa ser estabelecido para determinar onde termina um conceito e onde começa o outro.

Quem fala

As matérias analisadas foram todas publicadas em uma mesma seção da revista e, por isso, os sujeitos

que falam formam um grupo homogêneo, cumprindo à função da seção. São mulheres, atrizes ou modelos famosas, reconhecidas por sua beleza física e pelo excelente momento profissional que atravessavam por ocasião da entrevista. Esses sujeitos autores conferem ao discurso uma força de interação com o público, dada pela própria imagem corporal, que se constitui um discurso à parte, e pela evocação de seu sucesso. Esse é o discurso denominado por Serra e Santos (2003) como socioestético e que surge autorizando e corroborando a receita de estilo de vida fornecida por quem fala, na pretensão de ditar aos sujeitos leitores uma forma de viver a própria alimentação e o próprio corpo. É a mídia operando na construção da realidade social ao recortar e selecionar discursos de atores sociais legitimados que reforçam valores e práticas da sociedade atual, promovendo, assim, o encontro da autoridade de quem fala com a memória discursiva de quem lê (Swain, 2001; Rangel, 2003).

O intermediário

O intermediário, no discurso midiático, é o repórter, que se apropria do que é dito pelo entrevistado e por especialistas da área, construindo outro discurso, que perpassa e é perpassado pelo dito de outros e que tem uma intencionalidade determinada pela formação discursiva desse sujeito intermediário. É o repórter que faz, nesse caso, a seleção de recursos lexicais e gramaticais, a escolha do sujeito que fala, daquele que legitima o que é dito e, mesmo, daquilo que é dito, em função do apelo (ou não) ao público (Cunha, 2008).

Nesse trabalho, percebe-se que uma reincidente estratégia adotada pela repórter na busca pela identificação com o público, e consequentemente pela aceitação do discurso, é tornar evidente que a celebridade entrevistada, apesar de rica, bela, bem-sucedida, admirada, tem a mesma dificuldade que qualquer outra mulher (como a leitora) para manter seu peso ou emagrecer, mantendo-se em boa forma. Alguns trechos exemplificam o uso desse recurso:

Mais do que legal, ela [Karina Bacchi] é normal: tem preguiça de ir à academia, acha difícil resistir aos doces da geladeira, come pizza toda semana e fica mal-humorada quando engorda (edição de janeiro).

Como todas as mortais, Alinne adora comer e se segura para não exagerar (edição de fevereiro).

É, a disputa de Xuxa com a balança é igual à de todas nós (edição de julho).

Ela [Paola Oliveira] também já foi assim, igual a tantas de nós. Sofreu por anos com o vai-vem de três ou quatro quilos (edição de outubro).

Nas duas últimas falas, o uso da primeira pessoa do plural permite, inequivocamente, estabelecer uma relação de sintonia, de compartilhamento, de identificação entre a repórter e a leitora, na medida em que a própria repórter se coloca em comunhão de objetivos e de dificuldades com a leitora. Essa estratégia discursiva atende às demandas sociais de busca por identidade e pertencimento, reforçando para a leitora a conveniência de adotar as receitas apresentadas pelas celebridades, o que reafirma a mídia como uma forma de poder simbólico que pode ser tão relevante quanto outras formas de poder, tais como o econômico, o político e o coercitivo (Santos e Silva, 2008).

É assim que a mídia, a publicidade, o mercado de consumo, etc., vêm contribuindo para a produção de identidades sociais e culturais, delegando-se o poder de representar e de falar pelo outro (Andrade, 2003), controlando, assim, as formas de dizer desse outro (Silva, 1999). Dessa forma, o discurso midiático sobre saúde assume o papel de instrumento de representação, constituindo nichos onde a realidade se estrutura como referência. O poder da mídia reside justamente nisso, na sua capacidade de construir, via discurso, conceitos e referências que vão se tornando o próprio cotidiano dos sujeitos (Fausto Neto, 1999).

Quem legitima

O que dá legitimidade a um discurso é o reconhecimento daquele que diz como autoridade para dizê-lo, ou, em outras palavras, conforme Chauí (2003, p. 7), “não é qualquer um que pode dizer a qualquer outro qualquer coisa em qualquer lugar e em qualquer circunstância”. Assim, a legitimidade nas matérias analisadas ancora-se em dois pontos: a força da imagem de quem fala (discurso socioestético) e a credibilidade do discurso do especialista, tido como competente e verdadeiro (discurso científico), embora indireto, nesse caso.

Nesse estudo, a legitimidade é dada, primeiramente, pelo discurso socioestético, conforme já abordado. Não só a imagem constitui esse discurso como também o que é dito pelo sujeito-autor, como no caso da edição de setembro, quando Claudia Raia, após descrever suas práticas alimentares, anuncia: “Apenas como da maneira certa”. Na mesma lógica, Karina Bacchi, na edição de janeiro, dizia “Procuro me alimentar bem”. Note-se que essas falas, associadas à imagem física das celebridades e ao fato de que todas se dizem orientadas por especialistas da área da saúde, de fato produzem um sentido de práticas alimentares adequadas, indutoras de boa forma.

Além dessa contribuição, vê-se, nos trechos a seguir, a legitimidade conferida, indiretamente, por especialistas:

Para complementar o cardápio, Karina come proteína de soja diariamente, bebe shake de proteína e seu médico receita suplementos (edição de janeiro).

A nutricionista diz que Alinne está certa (edição de fevereiro).

Resolvi procurar uma nutricionista (edição de março).

Xuxa perdeu 10 kg em três meses, seguindo as orientações de endocrinologista e nutricionista (edição de julho).

A alimentação foi proposta por endocrinologista que já cuidou de outras três atrizes famosas (edição de outubro).

Fez dieta ortomolecular orientada por médico (edição de novembro).

Seque dieta ortomolecular com médico francês (edição de dezembro).

Restam dessas falas algumas questões importantes. Se, conforme a edição de outubro, o endocrinologista mencionado já cuidou de outras três atrizes famosas, pode-se ler um não dito de que esse profissional é de inegável competência, o que reforça a legitimidade do discurso. Além disso, fica também não explícita uma pergunta: quem tem acesso a esse tipo de profissional? Não seria exagero, então, compreender que esse é um discurso de reafirmação da alimentação *light*, leve e inteligente para (poucas) pessoas bem-sucedidas. Essa aborda-

gem, ao associar beleza e saúde, apresentando-as como verdades incontestes para a felicidade e para o sucesso, carrega um componente de discriminação social, inferiorizando quem não cabe nos padrões, que são reproduzidos justamente pela percepção de marginalidade gerada por estar fora deles. Essa discriminação tanto se dá pelo viés econômico quanto pelo da disciplina, como capacidade de esforço pessoal na direção de conquistar o corpo idealizado, e representa um desrespeito consentido, compartilhado e, portanto, incorporado ao saber comum, num processo referido como alienação estética (Pompeu, 1998; Andrade, 2003).

A legitimidade do discurso também aparece vinculada à fala do intermediário. Nesse aspecto, Serra (2001) afirma que a mídia se apropria do discurso de diversas áreas do conhecimento, dando-lhes visibilidade e garantindo uma legitimidade ao seu próprio discurso que é transversal a esse conjunto de saberes e que, segundo Zamboni (1997), constitui em si outra formulação discursiva. Os trechos apresentados na sequência exemplificam a transversalidade do discurso midiático, quando o intermediário, ao se apropriar de conceitos pretensamente científicos, os emprega para conferir legitimidade aos seus próprios dizeres e aos de outros, colocando-se na condição de especialista no assunto:

O cardápio da atriz é um mix de reeducação alimentar, dieta da pirâmide, cálculo personalizado de calorias e dieta do grupo sanguíneo (edição de março).

Seu cardápio é quase uma enciclopédia de nutrição (edição de março).

Por ter cursado quase toda a faculdade de enfermagem, Íris sabe a importância de uma alimentação equilibrada (edição de junho).

Faz sentido: esses alimentos são calóricos para a última refeição do dia porque o metabolismo diminui e a queima de energia é pequena.

A legitimidade conferida pelo discurso do especialista – o discurso científico – está embasada no seu ilusório caráter de verdade absoluta, levando o intermediário a buscar nele o crédito para os seus próprios dizeres. Cabe considerar que os sujeitos leitores assumem e repetem como verdadeiro o discurso científico pelo fato de ele estar ancorado

em um conhecimento considerado *a priori* legítimo, fazendo com que esse discurso se torne hegemônico e representativo das formas de pensar e de agir dos coletivos (Andrade, 2003), aspecto no qual reside o poder e o controle social dessa formulação discursiva (Serra, 2001).

O que é dito e os sentidos/significados do que é dito

Da leitura das matérias, os efeitos de sentidos produzidos podem ser apresentados em termos de algumas categorias principais: a) responsabilização do sujeito, b) relação entre beleza, alimentação e saúde, e c) conceito de dieta como sacrifício.

A boa forma, entendida como beleza, é apresentada como uma conquista das mulheres bem-sucedidas que têm determinação, que tomam decisões, que seguram as rédeas da própria vida e da própria saúde. Esse discurso é altamente apropriado ao veículo, já que seu público leitor é formado por mulheres adultas, economicamente ativas em sua maioria e em constante processo de afirmação/conquista no mercado de trabalho, espaço onde o poder/capacidade de tomar decisões rápidas e pró-ativas é altamente valorizado como comportamento que conduz ao sucesso. A seguir, alguns exemplos:

Mas ela [Xuxa] decidiu que estava na hora de encarar uma dieta (edição de julho).

Empenho e força de vontade ela [Claudia Raia] tem quando o assunto é alimentação (edição de setembro).

Depois de muitas tentativas e erros, ela [Paola Oliveira] decidiu virar o jogo. E agora vai ensinar como você pode chegar lá (edição de outubro).

O tempo até tentou virar o jogo, mas ela [Luíza Brunet] reagiu, decidiu que era hora (edição de novembro).

Percebe-se, dessa forma, a responsabilização do sujeito pelo seu sucesso (boa forma) ou fracasso, conforme definido por Garcia (1997). Dito de outra maneira, é uma culpabilização do sujeito às avessas. O que o texto diz é: se a leitora não se mexer, não tomar a decisão de trabalhar pela sua boa forma, a responsabilidade pelo próprio fracasso (estético, econômico, afetivo) será apenas dela mesma. Esse discurso reforça ao mesmo tempo em que se apoia na

cultura individualista, característica da sociedade contemporânea (Santos e Silva, 2008).

Outra categoria de sentidos que emerge fortemente das elaborações analisadas é a relação entre alimentação e beleza, restando uma ambígua associação destas com a saúde, o que aponta indubitavelmente a concepção de boa forma como beleza física e não como saúde. A ambiguidade que permeia esse discurso evidencia-se especialmente em alguns exemplos:

Karina aboliu outro item das refeições, desta vez em nome da beleza: o refrigerante (edição de janeiro).

[...] mas fiquei com anemia, meu cabelo começou a cair (edição de março).

E passou a usar os alimentos para garantir saúde, energia e, claro, boa forma (edição de março).

O casamento mexeu com seus hábitos alimentares e com seu jeito de cuidar do corpo. As calorias diminuíram e a palavra saúde entrou de vez para o seu dicionário (edição de abril).

Sempre comi o que quis. Mas a idade vai chegando, o corpo se modificando, a gente começa a engordar (edição de agosto).

Com uma dieta saudável e apenas três meses de malhação, conseguiu secar o corpo, definir os músculos e dar adeus à celulite! (edição de outubro).

Estava com 75 centímetros de cintura. Socorro, precisava emagrecer! (edição de junho).

Para não abrir mão desses prazeres e manter cada curva em seu lugar [...] (edição de março).

Uma relação mais direta entre alimentação e saúde pôde ser observada apenas em dois trechos das matérias analisadas: “Meu intestino passou a funcionar melhor, minha pele ficou mais bonita e minha transpiração mais suave (edição de janeiro)”;

“[...] mesmo magra, ela (Grazi Massafera) começou a sentir os efeitos da má alimentação: seu colesterol disparou (edição de maio)”.

Também muito presente nesse trabalho foi a associação entre dieta e sacrifício, bem como a ideia de compensação/recompensa pelo sacrifício. Isso fica claro em trechos como:

Não gosto de água, só bebo porque sei que é preciso (edição de janeiro).

Por isso eu abro a geladeira de olhos fechados e pego logo minha gelatina diet, assim, não passo vontade (edição de janeiro).

A nutricionista instituiu o Dia do Lixo, em que se pode comer de tudo e pecar à vontade, e o Dia do Presente, onde dá para enfiar o pé na jaca em uma refeição (edição de março).

Mas no fim de semana ela relaxa e abre espaço para massa, chocolate e até feijoada, sem exagerar (edição de abril).

Para compensar, como pão integral a semana inteira e no fim de semana ataco o francês, sem miolo (edição de setembro).

Ela não gosta de malhar, nem de fazer dieta (edição de outubro).

Embora tenha feito reeducação alimentar e não uma dieta restritiva, o açúcar ficou fora do cardápio (edição de outubro).

Ainda me permito algumas coisinhas, como sorvete com panetone, mas agora só de vez em quando (edição de maio).

Essas falas, ao contrário do que está expresso na superfície dos textos, representam uma negação da tão exaltada e alardeada reeducação alimentar, com uma explicitação de preconceitos e mitos alimentares, como evidenciado nestes trechos:

Procuró me alimentar bem, não me venha com panachê de legumes, com chuchu ou cenoura aguados (edição de janeiro).

Para comer verduras e legumes, apelo para a sopa: se vier tudo batido, como numa boa. Não gosto de salada nem de folhas, alface, rúcula e agrião (edição de agosto).

Ela [Alinne Moraes] evita misturar carne vermelha com branca para não dificultar a digestão (edição de fevereiro).

Isis costuma dizer que só come o que a terra dá [...] evita tudo o que leva farinha branca (edição de março).

Estou evitando pão, macarrão e arroz à noite porque dá barriga (edição de agosto).

Quando quero emagrecer, não como alimentos sólidos depois das 8 da noite: só líquidos (edição de julho).

Tem-se, portanto, uma apresentação de preconceitos/mitos alimentares e equívocos conceituais básicos que contribuem negativamente para a formação de um senso comum que habilite os sujeitos leitores à adoção de cuidados mais adequados com a própria saúde.

Nesse sentido, embora presente em apenas uma das matérias, vale salientar a ideia de castigo/auto-punição trazida pela fala de Karina Bacchi, na edição de janeiro: “Se passo dos 55 kg, fico tão chateada que não saio para programa nenhum. Fico internada em casa até perder os excessos”. A construção coletiva de sentido que essa fala possibilita é assustadora, pois se uma mulher jovem e bem-sucedida, ao atingir esse peso – absolutamente normal para seu porte físico – se sente compelida ao confinamento, o que resta fazer às leitoras da revista, presumivelmente mulheres preocupadas com a boa forma (na concepção proposta pela revista), talvez até com dificuldades para mantê-la, com repercussões sobre a sua autoestima?

Além desses efeitos de sentido, as matérias propõem constantemente um conceito de alimentação para a boa forma como sinônimo de uma alimentação pobre ou isenta de carboidratos, principais nutrientes responsáveis pelo aporte de energia em uma alimentação saudável. Destacam-se os exemplos:

Corto os carboidratos e no jantar só tomo um shake de proteínas (edição de janeiro).

[...] põe no prato só um tipo de carboidrato por refeição [...] (edição de fevereiro).

Isis não come arroz, pão ou massa no jantar (nem integrais!) (edição de março).

Durante a semana, Camila tem uma alimentação bem regrada. Quando malha pesado ou grava muito tempo seguido, se permite uma porção de arroz, macarrão ou batata no almoço (edição de abril).

Não tomo café da manhã, cortei o pão (edição de maio).

Não misturo mais dois carboidratos (edição de novembro).

[...] optou por economizar carboidratos à noite (edição de junho).

Saliente-se que, especialmente na edição de abril, essa ideia de alimentação isenta de um nutriente tão importante como o carboidrato aparece precedida da expressão alimentação bem regrada, significando uma alimentação saudável.

Convergências e divergências entre o discurso midiático e o discurso científico da área

Embora o discurso científico não possa ser tomado como verdade absoluta e perene, assume-se neste trabalho que alguns princípios fundamentais de uma alimentação saudável estão, atualmente, bem estabelecidos e reconhecidos. Toma-se também, como pressuposto, que a incorporação crítica desses princípios ao senso comum, via pensamento representativo, pode ser muito benéfica para a saúde pública, como vem acontecendo nas últimas décadas com as práticas de aleitamento natural, apenas para citar um exemplo clássico. É nesse sentido que se propõe a avaliação das aproximações e dos afastamentos, por assim dizer, entre os discursos midiático e científico sobre alimentação.

Muitas são as divergências entre essas duas formulações discursivas detectadas nas matérias objeto desse estudo. Alguns recortes são trazidos na sequência, somente com o intuito de subsidiar a discussão sobre o papel da mídia na formação do senso comum sobre alimentação.

Na edição de fevereiro vê-se que “O pão e a batata são carboidratos, mas têm moléculas diferentes, que são digeridas por enzimas diferentes e, consumidos na mesma refeição, deixam o metabolismo mais lento e isso acaba engordando”. Na edição de agosto, apesar de apresentar um índice de massa corporal absolutamente normal, conforme peso e altura mencionados na matéria, “a atriz Dani gostaria de perder uns três quilinhos”. Na edição de outubro, a atriz Paola Oliveira recomenda: “Mergulhe nos *light* e *diet*. Sempre há lançamentos”. Já Xuxa, na edição de julho, revela que segue “uma dieta com restrição proteica”. Antes, na edição de abril, a repórter referia-se a Camila Rodrigues afirmando que “Quando malha pesado ou grava muito tempo seguido, ela se permite uma porção de arroz, macarrão ou batata no almoço,

pois esse tipo de carboidrato – refinado e de absorção rápida – está proibido a partir das 20 horas”.

Poucas são as convergências entre os discursos midiático e científico, estando limitadas às seguintes: as entrevistadas afirmam ter adotado o hábito de realizar refeições a intervalos menores, bem como referem restrição ao consumo de frituras, refrigerante, açúcar, álcool e sal, em associação a um aumento no consumo de frutas, legumes, verduras, grãos integrais e líquidos.

Ainda nesse tópico, merecem destaque as inúmeras contradições observadas no discurso das celebridades. Por exemplo, a atriz Ísis Valverde diz não consumir alimentos industrializados e açúcar, mas afirma consumir requeijão e adorar fritura e achocolatado (edição de março). No mesmo sentido, Claudia Raia exalta sua alimentação saudável em um parágrafo para, no seguinte, dizer “Batata frita é um luxo. [...] amo a pele do frango” (edição de setembro). Da mesma forma, sobre a atriz Camila Rodrigues, que assume uma dieta praticamente isenta de carboidratos na edição de abril, diz-se que “sabe muito bem que beleza não combina com radicalismo: é uma questão de equilíbrio”. Entretanto, equilíbrio é o que não há na alimentação da atriz, conforme a entrevista apresentada.

Também chama atenção, na edição de outubro, uma fala da atriz Paola Oliveira sobre a necessidade de eliminar o chocolate de sua alimentação: “Para evitar cair em tentação, descobri todo o prazer do olfato. Pegava um chocolate e cheirava profundamente. Não comia, mas me satisfazia com o aroma”. Note-se aí, a negação do que seja a reeducação alimentar, além de um não dito sobre o sacrifício que representa uma alimentação saudável, colocada como, obrigatoriamente, um abandono do prazer de comer.

A propósito, nesse ponto vale uma reflexão sobre uma das contradições vividas na atualidade: o padrão de beleza/sensualidade e saúde é dado pela magreza, e alcançado, em parte, pela restrição alimentar; a gastronomia se desenvolve e ganha importância crescente, talvez em nome da busca desenfreada por satisfação pessoal/individual que caracteriza essa época; o ritmo acelerado de vida leva os sujeitos à busca de praticidade e, conseqüentemente, de uma

alimentação rápida e saborosa, demanda fartamente atendida pelo setor de produção de alimentos. Tudo isso a um só tempo e paradoxalmente. Nesse movimento, o prazer de comer está submetido ao prazer de estar em boa forma, de ser desejável ou admirado esteticamente (Garcia, 1997). Logo, conquistar esse padrão de beleza e saúde (já que ambos parecem tão associados) passa a ser resultado de muita disciplina, esforço pessoal e poder econômico, o que reafirma o componente discriminatório desses construtos e os alça à condição de estereótipos (Baptista, 2004).

Para finalizar, emerge do material analisado também um sentido de alimentação medicalizada, na medida em que as celebridades, ao falarem de suas dietas saudáveis, as associam de forma recorrente ao uso de suplementos minerais (edições de janeiro, novembro e dezembro), sempre sob orientação médica. Essa medicalização da alimentação e da saúde, característica do paradigma biomédico, apresenta um não dito de exclusão ao reforçar a ideia de que se destina apenas às leitoras bem-sucedidas (Bydlowski e col., 2004), ao mesmo tempo em que coloca em descrédito a possibilidade de uma alimentação saudável não medicalizada.

Além disso, a própria apresentação, feita pela revista, de receitas legitimadas de estilo de vida para atingir a boa forma confere um caráter terapêutico às práticas alimentares (Garcia, 1997) e de atividade física, contribuindo para a insatisfação com o próprio corpo quando a expectativa de boa forma não é atendida, pois sendo idealizada, muitas vezes, não chega a ser percebida como conquistada. Nesse aspecto, mesmo que apenas tangencialmente, é preciso pontuar a contribuição dessa insatisfação na gênese de transtornos alimentares, como a anorexia e a bulimia, e de transtornos obsessivos e/ou compulsivos da atividade física (Pompeu, 1998).

Percebe-se, portanto, que os discursos sobre alimentação e saúde apresentados pelo veículo em questão não favorecem a construção de um saber comum promotor de saúde, de forma compatível com o que foi observado anteriormente por outros autores (Penteado e col., 2002; Rangel, 2003), além de contribuírem para a manutenção da hegemonia da cultura do consumismo e do individualismo (Blydowski e col., 2004).

Aproximando diferentes perspectivas

Poucas temáticas oferecem tamanha diversidade de perspectivas a partir das quais podem ser discutidas como as práticas alimentares, dada a sua complexidade. Além disso, essas práticas constituem um dos mais importantes componentes da saúde, e ambas - alimentação e saúde - em sua concepção ampliada são assumidas como multideterminadas. Dessa forma, reconhece-se que as condições socioeconômicas, territoriais e culturais estão entre os principais determinantes dos padrões alimentares das populações (Garcia, 1994). Ao mesmo tempo, adotando-se a perspectiva da teoria das representações sociais de Moscovici, também se reconhece que essas representações se constroem a partir de elementos da ciência, dos eixos culturais e ideológicos, das experiências e das comunicações cotidianas (Baptista, 2004).

Analisando as práticas alimentares a partir dessa perspectiva, torna-se evidente que as representações sociais sobre alimentação se conformam não somente pelo saber científico incorporado às práticas por meio da transformação em senso comum, sendo elas significativamente adensadas pelas condições concretas disponíveis (como as socioeconômicas e territoriais), pela origem étnico-cultural, pela mídia, pelos aspectos subjetivos da alimentação e pela própria experiência física provocada pelos diferentes sabores, odores, texturas e cores dos alimentos. No conjunto, todos esses componentes configuram uma teia de significantes que se imprime nas representações sociais sobre alimentação (Garcia, 1994).

Nesse trabalho, o recorte do discurso midiático e, mais especificamente, em uma revista feminina, fez emergir outras perspectivas, algumas mais exploradas e outras apenas buriladas, numa sinalização para o desenvolvimento de novos estudos. Assim, sob a ótica dos estudos culturais e de gênero, perpassados pela abordagem dos estudos da corporeidade, foi apresentada a provocação sobre o perfil de mulher delineado pela mídia, nitidamente assujeitado a características ainda tidas como naturais e esperadas da figura feminina, como a sedução e a heterossexualidade, num movimento gravitacional em torno da figura masculina. Para se encaixar dentro desse perfil, a mulher busca, e o discurso midiático reforça essa demanda, o corpo tecnológico, mani-

pulado intensamente pelo consumo (incentivado) de produtos e serviços farmacêuticos, médicos, de atividade física, entre outros tantos (Pompeu, 1998; Swain, 2001; Andrade, 2003).

Na aproximação com a perspectiva biológica, a alimentação surge desse estudo basicamente como medicalizada, altamente restritiva e, por vezes, equivocada, apontando para a necessidade de submeter o prazer de comer ao de ter um corpo perfeito. Essa premissa de disciplinar e modelar/manipular o corpo para a boa forma sugere a busca de prazer em outras práticas, como as de atividade física, quase como obrigatória (Andrade, 2003).

Considerando que a alimentação é uma prática que embute em si a condição psicossocial e cultural dos sujeitos num ato primariamente biológico de sobrevivência, essa matriz de medicalização (da saúde, da beleza, da alimentação, etc.) e de centralidade do corpo, acaba por reorganizar hegemonicamente o universo que circunda a questão (Garcia, 1997). A partir dessa matriz, as mesmas nuances discriminatórias, impositivas e prescritivas impregnam tanto o discurso midiático quanto o científico sobre alimentação e saúde. Nessa direção, Ferraretto (2005) afirma que, se de um lado a atuação da mídia tem efeitos positivos ao estimular os sujeitos ao cuidado de si próprios, por outro, ao definir no imaginário coletivo um padrão homogêneo do que seja belo e saudável, contribui para a rejeição e a exclusão do diferente.

Nessa aproximação de diferentes perspectivas, talvez nem tão diferentes quanto complementares, surge como pertinente a afirmação de Andrade (2003), ao estudar as representações de corpo veiculadas por revistas femininas. Segundo a autora, o corpo pode ser percebido como lugar da história, como um construto social e cultural fabricado no cotidiano, o que equivale a dizer que ele não tem um significado intrínseco, mas é um conjunto de signos, produto de representações que, por meio de múltiplas estratégias, buscam fixar uma identidade sobre ele. Nessa lógica, a própria saúde, e a alimentação como um de seus componentes, pode e deve ser discutida como um construto histórico, social e cultural.

Da avaliação realizada nesse estudo resta, em síntese, a identificação de uma trama discursiva cuja

tessitura se organiza a partir da boa forma do corpo, mas não na perspectiva de um conceito ampliado de saúde e, sim, de uma saúde percebida como beleza, que deve estar revestida de sensualidade e que pode ser conquistada por meio do consumo de tecnologias. As práticas alimentares, obviamente, são apresentadas de forma coerente com essa concepção, na condição de objetos sócio-históricos socialmente elaborados a partir de significados pré-construídos e, também, produtores das representações sobre outros objetos (Swain, 2001).

Considerações Finais

Hábitos alimentares são historicamente construídos e socioculturalmente determinados. Nesse processo, a mídia, através de estratégias e veículos direcionados a segmentos populacionais específicos, desempenha um papel estruturador relevante, contribuindo tanto para a construção quanto para a ruptura de paradigmas em termos de alimentação e saúde. O discurso midiático produz sentidos a partir de uma rede de relações que envolve o discurso científico e o discurso socioestético, criando e reforçando padrões estéticos e práticas alimentares.

Nesse estudo, percebe-se uma exaltação da boa forma, numa relação ambígua entre beleza e saúde, associada a práticas alimentares por vezes equivocadas legitimadas por um discurso indireto pretensamente científico e por um discurso socioestético que tem suas bases no padrão de beleza contemporâneo, resultante de um momento sócio-histórico de valorização das tecnologias da estética e de apologia ao individualismo e à competitividade. A própria linha editorial da revista se vincula a esse momento, caracterizado por uma desvalorização do coletivo e do humano, por um avanço veloz da produção de conhecimento que alimenta a utopia da juventude eternizada e reafirma constantemente a cultura do novo e do efêmero.

Ao mesmo tempo, a exposição do corpo e da sensualidade na mídia cada vez mais suscita o desejo do ter e, nesse aspecto, a produção de novas tecnologias dá a sensação de poder alcançar a (quase) perfeição estética que representa passaporte para o sucesso, incitando um consumismo excludente.

Nesse contexto, as estratégias discursivas

adotadas pelo veículo analisado contribuem para a formação de um saber comum sobre práticas alimentares saudáveis que é frágil e predominantemente divergente do saber científico da área. Um saber comum que produz e que é produzido a partir de representações sobre uma figura feminina assujeitada à sexualidade e à beleza.

Aponta-se, portanto, a importância desse debate entre os profissionais de saúde, especialmente os nutricionistas, de forma a qualificar a sua prática e a formação das próximas gerações de profissionais, em direção da construção de um senso comum sobre alimentação e saúde que habilite os sujeitos à reflexão sobre a própria saúde e a escolhas mais autônomas e mais saudáveis.

Referências

- ALEXANDRE, M. O saber popular e sua influência na construção das representações sociais. *Comum*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 15, p. 161-171, 2000.
- ANDRADE, S. S. Saúde e beleza do corpo feminino: algumas representações no Brasil do século XX. *Movimento*, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 119-143, 2003.
- BAPTISTA, M. M. Estereotipia e representação social: uma abordagem psico-sociológica. In: BARKER, A. *A persistência dos estereótipos*. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2004. p.103-116.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- BYDLOWSKI, C. R.; WESTPHAL, M. F.; PEREIRA, I. M. T. B. Promoção da saúde: porque sim e porque ainda não! *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 14-24, 2004.
- CHAUÍ, M. *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. 10. ed. São Paulo: Cortez, 2003.
- CUNHA, R. B. Do científico ao jornalístico: análise comparativa de discursos sobre saúde. *Interface - Comunicação, Saúde e Educação*, Botucatu, v. 12, n. 24, p. 195-203, 2008.
- FAUSTO NETO, A. *Comunicação & mídia impressa: estudos sobre a AIDS*. São Paulo: Hacker, 1999.
- FERRARETTO, E. K. Os vários discursos do discurso jornalístico sobre saúde. *Comunicação & Saúde*, São Paulo, v. 2, n. 2, 2005. Disponível em <<http://www.comunicasaude.com.br/rev.artigos2ElisaFerraretto.htm>>. Acesso em: 30 jun. 2009.
- GARCIA, R. W. D. Representações sociais da comida no meio urbano: algumas considerações para o estudo dos aspectos simbólicos da alimentação. *Cadernos de Debate*, Campinas, v. 2, p. 12-40, 1994.
- GARCIA, R. W. D. Representações sociais da alimentação e saúde e repercussões no comportamento alimentar. *Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 51-58, 1997.
- GUARESCHI, P. A. *Os construtores de informação: meios de comunicação, ideologia e ética*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.
- LEFÈVRE, F. A saúde como fato coletivo. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 83-91, 1999.
- LÉVI-STRAUSS, C. *O pensamento selvagem*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1970.
- MACEDO, L. C. et al. Análise do discurso: uma reflexão para pesquisar em saúde. *Interface - Comunicação, Saúde e Educação*, Botucatu, v. 12, n. 26, p. 649-657, 2008.
- MÓL, M. C.; PIRES, G. L. Feliz na contemporaneidade: saúde e estética no discurso de Veja. *Corpoconsciência*, Santo André, v. 10, n. 1, p. 23-38, 2006.
- ORLANDI, E. P. *Análise de discurso*. 6. ed. Campinas: Pontes, 2005.
- ORNELLAS, L. H. *A alimentação através dos tempos*. 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2000.
- PENTEADO, R. Z.; GIANNINI, S. P. P.; COSTA, B. C. G. A campanha da voz em dois jornais brasileiros de grande circulação. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 49-64, 2002.
- POMPEU, T. G. *Corpo humano: alienação e suas consequências na identidade*. 1998. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1998.

QUEIRÓZ, M. J. *A comida e a cozinha: iniciação à arte de comer*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1988.

RANGEL, M. L. Epidemia e mídia: sentidos construídos em narrativas jornalísticas. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 5-17, 2003.

SANTOS, D. B.; SILVA, R. C. Sexualidade e normas de gênero em revistas para adolescentes brasileiros. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 22-34, 2008.

SERRA, G. M. A. *Saúde nutrição na adolescência: o discurso sobre dietas na revista Capricho*. 2001. Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) - Escola Nacional de Saúde Pública da Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2001.

SERRA, G. M. A.; SANTOS, E. M. Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito. *Ciência e Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 691-701, 2003.

SILVA, T. T. *O currículo como fetiche: a poética e a política do texto curricular*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

SWAIN, T. N. Feminismo e recortes do tempo presente: mulheres em revistas “femininas”. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 67-81, 2001.

ZAMBONI, L. M. S. *Heterogeneidade e subjetividade no discurso da divulgação científica*. 1997. Tese (Doutorado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.

Recebido em: 03/08/2009

Reapresentado em: 22/12/2009

Aprovado em: 03/02/2010