

Alimentos rotulados: o que há por trás das aparências

*Jéssica Christina Rosalino, Beatriz dos Santos Paulo,
Patrícia Ribeiro Corado, Bernardo Alberto Marcussi, Adriana Paula Slongo Marcussi*

Vive-se em uma era em que o tempo é uma riqueza escassa diante das inúmeras tarefas a serem cumpridas. Dentro dessa perspectiva, a praticidade se tornou supervalorizada. Eis que surgiram hábitos como consumo de alimentos industrializados que facilmente se difundiram entre as famílias brasileiras. Para sua comercialização, esses alimentos encontram-se revestidos por imagens que transmitem felicidade e bem-estar. Entretanto, a ideia construída pelo *marketing* pode não ser condizente com o real significado do alimento para a saúde. O objetivo da presente pesquisa é analisar, do ponto de vista semiolinguístico as características de propagação contidas nas embalagens e rótulos de produtos de grande consumo pela população e confronta-las com observações feitas acerca do real valor nutricional dos mesmos. Foram selecionados para análise: *Nescau, Nutella, Margarina Soya lanche, Confeti, biscoito Equilibri e leite Itambé desnatado*. Analisaram-se, com base, fundamentalmente, nos pressupostos teóricos da análise semiolinguística do discurso, as composições discursivas das embalagens, evidenciando as imbricações ideológicas que a eles se agregam por meio das imagens simbólicas associadas. Os resultados obtidos foram confrontados com informações acerca do real impacto dos produtos sobre a saúde. Para elaboração dessas observações, levou-se em conta a composição nutricional declarada nos rótulos e literaturas sobre os efeitos de determinados nutrientes na saúde humana. Pode-se revelar as eventuais congruências e incongruências entre as imagens vendidas e o real valor nutricional dos alimentos. Dentre os alimentos analisados, constatou-se que a qualidade e a quantidade de certos compostos, adicionados intencionalmente ou oriundos do processo de industrialização, podem estar contribuindo para o desenvolvimento de quadros de subnutrição e distúrbios metabólicos diversos, que estão associados ao atual índice elevado de obesidade, pressão alta e diabetes que acomete de maneira ampla a população brasileira.

Palavras-chave: Alimentos, *Marketing*, Nutrição.

Instituição de fomento: IFFluminense