



ALIMENTOS ROTULADOS: O QUE HÁ POR TRÁS DAS APARÊNCIAS?

Jéssica Christina Rosalino, Amanda Berbert Rodrigues de Barros, Mariana Campos Baptista da Silva, Patrícia Ribeiro Corado, Adriana Paula Slongo Marcussi

Na atualidade, o tempo se tornou uma riqueza escassa diante das inúmeras tarefas a serem cumpridas. Dentro dessa realidade, a praticidade passou a ser supervalorizada. Eis que surgem, então, hábitos como o consumo de alimentos industrializados, que comparados aos alimentos *in natura* requerem menor tempo de preparo. Para sua comercialização, esses alimentos são acondicionados em embalagens utilizadas como espaço de *merchandising*, trazendo informações implícitas e explícitas que os associam à felicidade e ao 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 alimentos industrializados e confrontá-las com observações feitas acerca do seu real valor nutricional. Foram selecionados para pesquisa os produtos: Sucrilhos[®] Kellogg's, Corn Flakes[®] Kellogg's, Nuggets[®] Sadia tradicional, Miojo Nissin Lámen[®] Galinha Caipira e Luminus Life[®] Manga. Analisaram-se, com base fundamentalmente nos pressupostos teóricos da análise semiolinguística do discurso, as composições discursivas das embalagens, evidenciando as imbricações ideológicas que a elas se agregam por meio das imagens simbólicas associadas. Os resultados obtidos foram confrontados com dados acerca do real impacto dos produtos sobre a saúde, obtidos através de observação das informações nutricionais declaradas nos rótulos e pesquisa de literatura sobre os nutrientes e demais compostos declarados. Pôde-se revelar incongruências entre as imagens vendidas e o real significado nutricional dos alimentos para saúde. 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 do atual índice elevado de obesidade, pressão alta e diabetes, dentre outros problemas de saúde.

Palavras-chave: Alimentos, Marketing, Nutrição.

Instituição de fomento: IFFluminense, CNPq.