

* Artigo Original

Comer com os olhos: discursos televisivos e produção de sentidos na promoção da saúde nutricional de adolescentes

Giane Moliari Amaral Serra

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Doutora (2008) e Mestre (2001) em Saúde Pública pela Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca (ENSP/FIOCRUZ). Professora do Departamento de Nutrição em Saúde Pública da Escola de Nutrição da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) desde 1994. Atualmente Coordenadora de Educação a Distância e Coordenadora da Universidade Aberta do Brasil.
giane.moliari@gmail.com

Inesita Soares de Araujo

Fundação Oswaldo Cruz. Mestre e Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ). Pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde do ICICT/Fundação Oswaldo Cruz. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (2008-2012). Coordenadora do GT Comunicación y Salud da ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação e Saúde (diretório CNPq).
inesita@icict.fiocruz.br

Elizabeth Moreira dos Santos

Fundação Oswaldo Cruz. Pesquisadora titular da FIOCRUZ e professora Adjunta da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Mestre em Saúde Pública pela FIOCRUZ (1985), Doutora em Community Health pela University of Illinois (1993) e Pós-Doutora pela Western Michigan University (1997). Coordenadora do Programa de Cooperação entre a ENSP a Universidade de Tulane (New Orleans –EUA) e Universidade de Jimma (Etiópia).
bmoreira@ensp.fiocruz.br

DOI: 10.3395/reciis.v6i4.682pt

Resumo

O artigo objetiva apresentar a metodologia e alguns resultados de uma tese de doutorado que buscou compreender os processos vividos pelos jovens no que concerne à saúde. A pesquisa envolveu dois grupos de jovens de configuração sócio-econômica contrastante, um com 10 moradores do bairro Rocinha e outro com alunos do ensino médio do Colégio Andrews, instituição particular da zona sul do Rio de Janeiro. Dimensionou-se a participação dos discursos midiáticos na formação dos sentidos sobre saúde entre os jovens, tomando o caso particular da novela *Malhação* e enfocando os temas práticas alimentares e corpo. A análise foi conduzida em dois eixos, contrapostos e interrelacionados: um contemplou os episódios de *Malhação*, analisando os discursos dos protagonistas; outro buscou identificar sentidos atribuídos pelos jovens às práticas alimentares e às concepções de estética corporal. Presidida pela perspectiva da produção social dos sentidos, teve como principais conceitos teórico-metodológicos polifonia (Bahktin), poder simbólico (Bourdieu), mercado simbólico, comunidade discursiva e contexto (Araújo). A principal conclusão aponta para uma participação dos

discursos midiáticos nos sentidos formados entre os jovens, independentemente dos seus contextos de vida, com circularidade entre as comunidades discursivas relevante em suas vidas.

Palavras chaves: comunicação e saúde, saúde e mídia, práticas alimentares, corpo e adolescente

Introdução

Este artigo tem origem na tese de doutorado homônima defendida na Escola de Saúde Pública Sérgio Arouca da Fundação Oswaldo Cruz, em junho de 2008 que, sendo um estudo sobre o processo comunicativo no campo das políticas de saúde, focou a produção dos discursos televisivos sobre saúde nutricional de adolescentes, como circulam e são apropriados.

A televisão está presente na maioria dos lares, independentemente da classe social e gênero. Constitui instrumento importante na produção cultural, além de permitir a construção de uma rede complexa de sentidos sociais. Elegemos como universo de estudo programas televisivos para adolescentes, especificamente a novela *Malhação*.

A escolha do público adolescente deveu-se a ser um grupo contemplado pelos programas televisivos que buscam estimular determinados estilos de vida, difundindo modelos de alimentação e de estéticas corporais. Por outro lado, a escolha foi motivada pela necessidade de continuação de estudos anteriores realizados no âmbito do mestrado (SERRA, 2001), que exploraram a produção dos discursos midiáticos nas práticas alimentares de emagrecimento divulgadas em uma revista para adolescentes, sem incluir os processos de apropriação.

Acrescente-se que, do ponto de vista das políticas públicas de saúde, são escassas as iniciativas de atendimento das necessidades desse segmento e, no âmbito acadêmico, escassos os estudos que associam os universos midiáticos e juvenis tendo como referência os temas da saúde. Os estudos existentes analisam o âmbito da produção discursiva, deixando sem respostas as questões sobre os modos como os jovens se apropriam desses discursos e os colocam em prática em seu cotidiano. Nosso intento foi colaborar para compreender melhor esse universo, buscando identificar redes de sentido que se formam em torno do tema "alimentação" e o papel da mídia nesse processo.

No âmbito teórico, os principais eixos de sustentação da tese foram formados pelo conceito de Mercado Simbólico (BOURDIEU, 1998; ARAÚJO, 2002) e pelas teorias da produção social dos sentidos e das mediações (GÓMEZ, 1991). A metodologia utilizada incluiu um aprofundamento sobre a novela *Malhação*, particularmente sobre os discursos de seus personagens e diversos encontros com dois grupos de adolescentes com características socioeconômicas contrastantes: um grupo de jovens moradores da Rocinha, maior favela do Rio de Janeiro e outro de alunos de um colégio freqüentado por jovens das classes abastadas. Nestes encontros foram utilizados diversos procedimentos, culminando com o desenho, pelos jovens, do que seria seu mercado simbólico sobre o tema alimentação e corpo.

A análise relacionou os resultados que emergiram da articulação entre os discursos dos personagens dos episódios da novela *Malhação* com os dos jovens nos grupos de discussão, à

luz dos pressupostos teóricos. Neste artigo, privilegiaremos a metodologia utilizada e os principais resultados obtidos, passando por uma breve problematização do tema.

De Comunicação e de Saúde: questões que nos mobilizaram

A adolescência é o período de maior velocidade do crescimento do indivíduo, caracterizando-se pelo "estirão" da altura, que implica na necessidade de maior aporte calórico e de nutrientes. Portanto, a boa condição de saúde e nutrição é de fundamental importância nesta etapa da vida.

Nas últimas décadas, a prevalência da obesidade na população brasileira tem-se elevado nos diferentes grupos etários e sociais. Essas mudanças vêm ocorrendo em paralelo à modificação expressiva no padrão alimentar da população urbana brasileira, particularmente no que se refere à redução no consumo de cereais, leguminosas, raízes e tubérculos e aumento do consumo de ovos, de leite e derivados (ANDRADE; PEREIRA; SCHIERI, 2003). No Brasil, 15 a 20% dos adolescentes apresentam índices de obesidade (PARISI; TASSARA, 2002).

Uma das possíveis causas do aumento da obesidade, principalmente entre os adolescentes, é a incorporação da prática alimentar dos lanches rápidos, conhecidos como *fast food*, que muitas vezes substituem o almoço e jantar, ou constituem um complemento excessivo dessas refeições.

A publicidade e o *marketing* estimulam esse tipo de prática alimentar, afirmando que se come mais "rápido" e mais "barato", que é mais "prático" e "moderno", moldando e esculpindo a nova face do espaço e do tempo (SILVA, 1994). Aliados a essa prática alimentar, estudos epidemiológicos (MATSUDO, 1998) evidenciam uma prevalência de 70% de sedentarismo. É neste cenário que a obesidade aliada ao sedentarismo ganha *status* de problema de saúde pública.

Porém, a questão da saúde e nutrição dos jovens não se encerra nos agravos ligados ao sobrepeso/obesidade. O baixo peso advindo de transtornos psicológicos ligados à alimentação também constituem sério problema de saúde pública, principalmente em adolescentes.

Assiste-se a uma exacerbação crescente do "culto ao corpo", resultado do novo padrão estético corporal, do indivíduo esguio, esbelto, com muitos músculos, alto, enfim, um modelo das passarelas da moda. Em função disso, surgem diversos mecanismos para alcançar o padrão ideal de corpo.

Propagandas e telenovelas que divulgam estereótipos de atores e atrizes famosos podem levar o adolescente a querer ter "um corpo" como o desses modelos, criando nele, desse modo, o desejo de ser e de consumir tal estilo, incitando-o, muitas vezes, a experimentar diversas práticas que não são recomendáveis do ponto de vista nutricional.

Portanto, os jovens estão expostos a discursos contraditórios divulgados pela mídia, um que estimula o consumo de alimentos que os identifica como pessoas modernas, descontraídas, práticas, como no caso dos lanches rápidos, e outro que os estimula a se manterem magros e esteticamente "adequados" segundo padrões de beleza estabelecidos. Em ambos os casos, a saúde pode estar sendo comprometida. Em contrapartida, há escassez de programas de assistência ao adolescente que ofereçam informações corretas e desmistifiquem idéias sobre

como emagrecer e conquistar o corpo saudável. Em conseqüência, os adolescentes buscam informações nos meios de comunicação.

De modo geral, os jovens têm a televisão como parte indissociável de seu cotidiano. É lazer, companhia, fonte de informação, lugar de formação de opinião, muitas vezes crítica, inclusive sobre a própria televisão. Mas é, sobretudo, lugar a partir do qual se fala em acolhida (FISCHER, 2005). Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), a televisão está presente em 96,0% dos lares brasileiros. Este dado ganha relevância quando percebemos que crianças e adolescentes vêm utilizando boa parte de seu tempo assistindo a televisão. A pesquisa *A Voz dos Adolescentes*, do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF, 2002), mostrou que o tempo médio diário dedicado pelos adolescentes à TV é de quase quatro horas; pode-se concluir que, muitas vezes, eles ficam mais tempo na frente da TV do que com os pais ou na escola. A quantidade de conteúdo que crianças e adolescentes absorvem via TV, rádio e *internet* aumenta a cada dia.

No caso dos adolescentes, o processo de socialização mais intenso faz com que estes dediquem menos tempo à TV, embora este dado esteja sujeito à variável das condições socioeconômicas do adolescente. Quanto maior o poder aquisitivo, maiores as possibilidades de lazer e de acesso a outros meios de comunicação e produtos culturais. Já os adolescentes com menor poder aquisitivo têm na televisão um meio preferencial de entretenimento (COGO; SILVA; SOUZA, 1998).

A televisão é um veículo polifônico, que exacerba a propriedade dos meios de comunicação de tecer uma rede semiótica infinita (MACHADO, 2005). Por sua vez, Lopes, Borelli e Resende (2000) argumentam que o repertório compartilhado na TV está na base das representações de uma comunidade nacional imaginada que esta capta, expressa e constantemente atualiza.

A televisão não promove interpretações consensuais, mas (re) produz lutas pela interpretação de sentidos. Segundo Barbero (2003), a relação entre produtores, produtos e receptores se dá por meio de um permanente processo de negociação simbólica. Ou seja, os receptores relacionam-se com os meios de comunicação através de um conjunto de mediações, que permitem a atribuição de sentidos particulares e apropriação.

Um dos produtos midiáticos televisivos de maior penetração no cotidiano dos indivíduos é a novela. Com seu potencial de penetração tanto no espaço urbano como no espaço rural, fornece um repertório comum por meio do qual, pessoas de classes sociais, gerações, gênero e regiões diferentes se posicionam entre si e interpretam o mundo ao seu redor. Esse repertório adquire, assim, estatuto de verdade e medeia a compreensão que temos de nós mesmos e da sociedade a que pertencemos. Lopes (2004) chega a afirmar que a novela talvez seja o único exemplo de como um sistema de mídia televisivo pode ser responsável pela emergência de um espaço público peculiar, que nos anos atuais se diversificou e se apresenta como alternativa principal de realização pessoal, inclusão social e de poder, isto é, como uma nova forma de cidadania.

A novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamentos, produtos e não a outros, assim, o que ela pauta regula, em alguma medida, as interseções entre vida pública e a vida privada. Eventos e temáticas sociais e políticas remetem ao caráter crítico das novelas e as referências explícitas à nação. Porém, essas temáticas não se separam das temáticas do romance, da

família, do amor, do casamento, da separação. A narrativa dos problemas sociais é presidida pela lógica das relações pessoais (ANDRADE, 2003).

De acordo com Lopes, Borelli e Resende (2000), a força e a repercussão da novela mobilizam cotidianamente uma verdadeira rede de comunicação, através da qual se dá a circulação dos seus sentidos, provocando polêmicas e debates no nível local e nacional (inclusive e fortemente pelo mecanismo das emissoras de transformar os temas abordados em pauta de noticiário de programas especiais). Devemos considerar, porém, o movimento que as novelas desencadeiam de mobilização de sentidos que são articulados com outros advindos de inúmeros circuitos discursivos, articulação que produz a ressemantização dos assuntos pautados nos episódios e não raramente retornam às novelas.

Conhecendo a novela *Malhação*

Malhação é campo de experimentação da Rede Globo, com uma narrativa diferente das novelas tradicionais brasileiras, calcada na *soap opera* americana, em que a narrativa se estende no tempo sem fim previsto, um misto de série e novela, com implicações no modo de construir e resolver as tramas (MIDIATIVA, 2005). Os enredos não têm profundidade, desenvolvendo-se pequenas tramas a cada semana, que dão suporte à caracterização dos personagens e base para suas ações. Na maioria das vezes as tramas se resolvem em pequenas tensões, que vão se repetindo, dada a pouca profundidade e importância que se dispensa às questões vivenciadas pelos personagens.

Lançada em 1995, *Malhação* mudou seu cenário do final da década, uma academia de ginástica, para uma escola de ensino médio, alterando também o tratamento das temáticas. Começou a dar espaço ao *merchandising social*, inserindo temas de relevância social em alguns episódios. Nesta ótica, discute assuntos do momento, abrindo espaço para o tratamento dos temas relacionados com o processo de formação de seu público, como drogas, saúde, gravidez na adolescência, violência, homossexualidade, uso de anabolizantes, preocupação com a estética corporal etc.

A novela *Malhação* procura construir uma imagem e um estilo de vida adolescente como se todos pertencessem às classes sociais média e alta e fossem moradores da zona sul da cidade do Rio de Janeiro, apesar de ser veiculada para todo o país e com audiência em todos os estratos sociais.

Metodologia

A produção de sentidos, enquanto resultante de uma prática comunicativa nos conduziu ao modelo de comunicação denominado Mercado Simbólico (ARAÚJO, 2002). O modelo é caracterizado pela multilinearidade (a comunicação se dá em rede); multipolaridade (vários interlocutores que ocupam o espaço comunicativo se movimentam nesse espaço, tecendo a rede de produção de sentidos); multidimensionalidade (diz respeito à abrangência dos elementos da comunicação, não é somente conteudística); reconhece as diversas vozes presentes na comunicação e a concorrência entre elas, ou seja, os discursos são espaços de lutas e de negociações. Teoricamente o modelo foi estruturado a partir de alguns conceitos, entre eles polifonia (BAKHTIN, 1992), poder simbólico (BOURDIEU, 1998), comunidades

discursivas (MAINGUENEAU, 1993) e concorrência discursiva (VERÓN, 1980; BORDIEU, 1998) que, assim como para a autora do modelo, adquiriram para nós valor metodológico.

A metodologia abrangeu três momentos: a análise dos discursos dos protagonistas da novela *Malhação*, o desvelamento dos sentidos atribuídos a práticas alimentares e concepção de estética corporal pelos adolescentes e a cartografia das fontes e fluxo de informação sobre esses temas (construção dos mapas do mercado simbólico).

O *corpus* de análise foi formado por 16 episódios de *Malhação* veiculados em junho e julho de 2005 e 2006. Sistematizamos os episódios segundo uma matriz descritiva que contemplou personagens, cenários, propagandas nos intervalos, temáticas abordadas, questões e discursos sobre práticas alimentares e referentes ao corpo. Examinamos em profundidade dois episódios de cada mês, para cada ano. Estes cumpriram metodologicamente o papel de desencadeadores dos debates nos grupos, a partir de sua gravação em fitas VHS.

Participaram dois grupos de condições socioeconômicas contrastantes: 1) dez adolescentes (seis mulheres e quatro homens), entre 17 a 21 anos, moradores do bairro periférico Rocinha, multiplicadores em formação do curso de Promotores de Saúde de um Centro de Atenção à Saúde do Adolescente (Adolescentro Paulo Freire). Os jovens têm acesso à educação, a maioria cursa o ensino médio em instituições públicas de ensino; 2) dez jovens (cinco mulheres e cinco homens), entre 15 e 16 anos, moradores de bairros da zona sul da cidade, cursando a primeira série do ensino médio do Colégio Andrews, instituição privada de ensino frequentada por jovens de classes alta e média/alta, localizada na zona sul do Rio de Janeiro.

Na pesquisa de campo, foram realizados três encontros com os jovens em cada um dos locais e obtidos os elementos que nos interessavam através de diversos procedimentos, geralmente a partir da exibição de um episódio de *Malhação*, que permitiram a expressão da percepção e problematização dos temas abordados.

As dinâmicas, sempre com um forte componente de debate, incluíram caracterização sociocultural e de contexto do grupo; procedimentos de recall (assuntos, cenas marcantes etc.) verificando a familiaridade com a novela; identificação de opiniões/sugestões sobre o programa (pessoais e de terceiros) e de sentidos atribuídos aos temas abordados (levantamento de intertexto); lanches com escolha de alimentos preferidos e cartazes com imagens de alimentos (visando identificar preferências e práticas alimentares); aclaramento dos sentimentos de (des) identidade com os personagens.

Além disto, foram solicitados a assistirem um episódio de *Malhação* em casa, com amigos, vizinhos, parentes ou namorados (as), reproduzindo as questões e debates que estavam vivenciando na pesquisa, tarefa que só foi desempenhada por alguns participantes.

A principal atividade foi o desenho coletivo dos mapas do mercado simbólico da alimentação de cada um dos grupos, cujo objetivo precípua era ajudar a compreender a rede de sentidos daqueles jovens sobre alimentação e cuidados com o corpo. O ponto de partida para sua elaboração foram as perguntas "de onde vem a informação que vocês têm sobre alimentação e cuidados com o corpo? Onde vocês aprendem o que sabem sobre esses assuntos?" Operando como uma "chuva de ideias", o desenho foi se formando, surgindo assim as "comunidades discursivas" que fazem circular discursos relativos aqueles temas, no universo simbólico daqueles jovens.

Em seguida, essas comunidades, então dispersas no quadro branco, foram agrupadas – sempre através de um disputado debate – em núcleos discursivos, de forma a facilitar a visualização. Algumas puderam ser agrupadas e outras ficaram sozinhas. O passo seguinte foi estabelecer as interações entre eles e as comunidades ou núcleos discursivos (e estes entre si), caracterizando a maior ou menor proximidade em termos de interlocução. Mais adiante, neste trabalho, poder-se-á observar o mapa desenhado no Adolescente Paulo Freire, caracterizando não só a rede de sentidos particular daquele grupo, mas também nos mostrando a concorrência discursiva nesse universo. Esses resultados permitem, a quem tem a responsabilidade pelo delineamento de ações voltados a esse e outros grupos semelhantes, uma maior aproximação da realidade discursiva em que eles vivem.

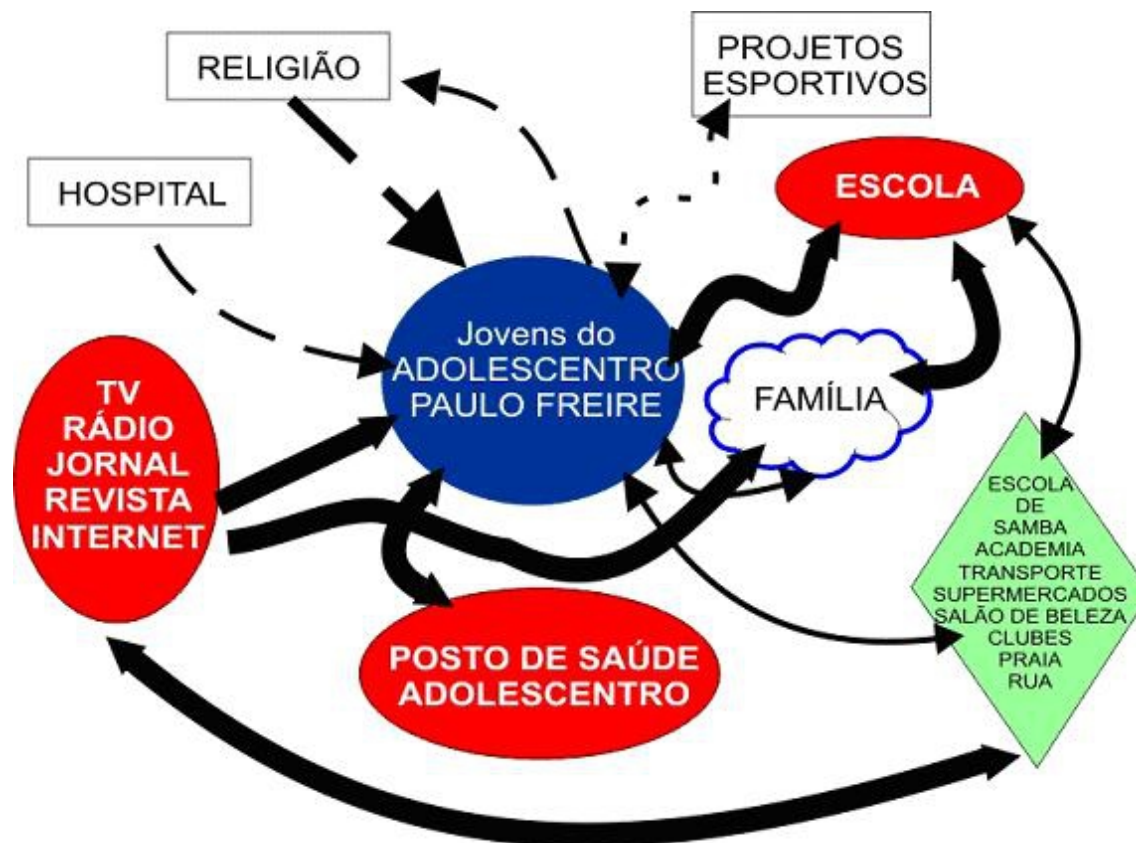







Figura 1: Mapa do mercado simbólico sobre alimentação e cuidados com o corpo dos jovens do Adolescente Paulo Freire – Rocinha – Rio de Janeiro – RJ.

Fonte: Jovens do Adolescente Paulo Freire – Rocinha – Rio de Janeiro

Legenda:

-  um único sentido- não há interação entre jovens e as comunidades discursivas
-  duplo sentido- interação entre jovens e as comunidades discursivas
-  fraca interlocução da comunidade discursiva com os jovens
-  média interlocução da comunidade discursiva com os jovens
-  forte interlocução da comunidade discursiva com os jovens

Quais foram os nossos achados?

Tanto os sentidos dos discursos dos personagens de *Malhação* sobre práticas alimentares e cuidados com o corpo quanto as falas dos jovens participantes da pesquisa foram analisados dentro de uma perspectiva discursiva, tendo o discurso como um conjunto de textos articulados numa prática, a prática discursiva. Essa prática é regida por “um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço que definiram, em uma dada época e para uma determinada era social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa” (FOUCAULT, 1986, p.136).

Nossa análise buscou identificar a polifonia presente nos discursos, seguindo a perspectiva bakhtiniana (BAKHTIN, 1993) de que discursos são práticas sociais e que a língua é uma arena de lutas, disputas e negociações, corroborada pela ênfase de Pinto (1999) na necessidade de considerar os contextos em qualquer análise discursiva. A análise conferiu destaque aos contextos existenciais e situacionais dos jovens participantes, buscando entender o quanto eles contribuíam para moldar os sentidos sobre práticas alimentares e cuidados com o corpo que emergiram de suas falas.

Assim, identificamos os discursos específicos de cada grupo acerca dos temas em pauta, com suas regularidades, comparando os achados com os sentidos identificados nos discursos da novela.

Os resultados da análise da novela apontaram que realmente *Malhação* é um programa televisivo direcionado aos jovens. Dos 49 personagens descritos e caracterizados nos episódios de 2005 e 2006, 30 são jovens.

O fato de os atores e atrizes serem aprendizes intensifica a identificação com os jovens, ou seja, os modelos de beleza, corpo, padrões de consumo são subliminarmente apresentados por outros jovens ainda não consagrados, o que pode sugerir a possibilidade para aqueles que assistem de estar naquela posição, criando ainda um naturalismo extremamente sedutor.

Os atores adultos de uma forma geral representam os personagens que conformam os núcleos familiares fundamentais que alicerçam a narrativa da novela no que se refere à lógica das relações pessoais e familiares. Os personagens jovens nem sempre estão ligados a núcleos familiares. E os que não estão identificados desta forma são os que apresentam características negativas, principalmente as ligadas ao caráter e ao comportamento. Parece estar aí embutido o reforço da idéia do papel social da família para a classe média.

Os personagens principais compunham um quadrilátero amoroso, ou seja, as histórias em *Malhação* sempre envolveram um casal romântico que teve um final feliz, mas que antes do desfecho sofreu todas as adversidades ocasionadas por outro casal apaixonado pelos protagonistas. Esta análise se confirmou nas falas dos jovens de ambos os grupos, o que demarca o enredo em que se desenvolve a narrativa.

Os sentidos sobre práticas alimentares e corpo são reforçados pelos estereótipos dos personagens e suas histórias servem para introdução dos temas a serem explorados na novela. Os temas abordados na novela *Malhação* são “caros” aos jovens. Vão desde os ligados aos sentimentos, como dúvidas, conquistas, separações, reconciliações, ciúmes, disputas pelo mesmo amor, transição para maioridade, conflitos de toda ordem etc., até os temas sociais,

que antes eram debatidos em outras esferas e passaram a ser levados para dentro das histórias da novela, de certa forma favorecendo a participação dos jovens no debate nacional.

Mas, a despeito da introdução dos temas sociais, observamos uma preponderância dos temas presididos pela lógica pessoal e familiar. Há uma regularidade/ repetição dos temas ao longo da novela, o que podemos confirmar com a análise dos episódios dos anos de 2005 e 2006. Os temas ressaltados pelos jovens do Adolescentro Paulo Freire e do Colégio Andrews reforçam e confirmam a convivência de temas sociais com os pessoais, comprovando que uma das funções do discurso midiático é oferecer temáticas. Por outro lado, pode-se considerar que há várias formas de se apropriar dos assuntos, além disso, o público da novela sempre se renova.

Normalmente os cenários mais explorados são as residências dos personagens diretamente ligados aos núcleos familiares e os espaços freqüentados pelos personagens, como o colégio Múltipla Escolha (salas de aula, quadra de esportes, banheiros, pátio, entrada, sala de professores e cantina), o bar Giga Byte e o Clube. Os cenários das residências reforçam a idéia de distinção entre classes sociais. Mas, aqueles que caracterizam um lar de pessoas menos privilegiadas economicamente não correspondem à realidade. As cenas nestas residências normalmente se referem às refeições.

O cenário do colégio pressupõe uma instituição de ensino particular com alto valor da mensalidade. Observamos que o nome do colégio traz consigo um sentido de representação da juventude. Nome sugestivo por se tratar de um cursinho de ensino médio, onde os jovens estão no momento de definir qual a profissão irão seguir. Este nome não sugere somente a escolha profissional, mas também associa a juventude a um período de indefinições. Múltipla Escolha lembra teste, os jovens estão testando/experimentando a vida.

Nas cenas passadas no bar Giga Byte, os jovens estão sempre comendo ou bebendo. As comidas são variadas e próprias de lanchonete, como: sanduíches, batatas fritas, *nuggets*, refrigerantes e sucos. O bar parece uma extensão da escola, pois qualquer assunto ou conflito lá é resolvido, sendo também um dos espaços mais importantes de lazer para os jovens da novela. É um cenário que associa jovem e comida, é moderno, descontraído. Frequentar uma lanchonete confere *status* ao indivíduo.

A caracterização dos personagens da novela *Malhação* e dos cenários, bem como as histórias vividas pelos personagens, nos confirmam a hipótese de que a novela constrói uma imagem e um estilo de vida adolescente, como se todos fossem pertencentes às classes sociais média/alta e alta, e fossem moradores da zona sul da cidade do Rio de Janeiro, apesar de ser veiculada para todo o país e com audiência em todos os estratos sociais. Os jovens dos grupos focais, principalmente os do Adolescentro Paulo Freire, em suas falas corroboram esta afirmação.

Em relação à novela, os jovens de ambos os grupos foram unânimes em afirmar que preferiam *Malhação* quando se passava em uma academia, chegaram a lembrar nomes de personagens dessa primeira fase. Disseram que à época tinham menos idade se identificavam muito mais com a novela. Assistiam para ter o que falar sobre ela com os amigos na escola. Ao mesmo tempo em que consideram a novela incoerente com a realidade, apontam que ela aborda assuntos importantes e que a televisão muitas vezes se constitui como único veículo de informação.

Tivemos várias evidências de que a novela apresenta temas novos e marcantes aos jovens. Exemplificando, no primeiro encontro, quando perguntados sobre os temas e cenas que mais os marcaram, um dos jovens do Adolescentro Paulo Freire, indicou as cenas que abordaram a questão da dislexia, pois ele nunca havia escutado falar desse problema, que considerou importante.

Quanto ao nome da novela, os jovens dos dois grupos concordam que hoje *Malhação* não tem mais a ver com a novela, como tinha na fase inicial. Mas também são consensuais na opinião de que o nome virou uma marca, uma identidade.

Tanto um grupo quanto o outro tiveram opiniões críticas em relação a novela. O que os diferiu foram as condições de produção dessa crítica. Os jovens do Adolescentro perceberam e destacaram questões direcionadas ao contexto de vida deles. Observaram que os personagens de *Malhação* na maioria são de cor branca, bonitos, moram bem, se vestem bem. Existem poucos negros e pobres e quando presentes sempre têm oportunidades que normalmente inexistem para jovens como eles. Já as críticas dos jovens do Colégio Andrews são relacionadas ao comportamento e caráter dos personagens, ou que os personagens são muito bons ou são muito maléficos, não há um meio termo. Consideram a novela um “faz de conta engraçado”.

A principal diferença entre os contextos existenciais dos jovens dos dois grupos está localizada nas condições de obtenção dos bens e serviços. Por exemplo, enquanto os jovens do Colégio Andrews pagam academia para se exercitar, os jovens do Adolescentro praticam esportes através dos projetos esportivos sociais oferecidos no próprio centro. Mas de qualquer forma todos têm acesso aos bens e serviços. É certo que esta afirmação só pode ser aplicada ao grupo específico com que trabalhamos, uma vez que o bairro não é um todo homogêneo.

Em relação aos sentidos propostos na novela sobre as práticas alimentares, estes associam o alimento a higiene, saúde, corpo, trabalho, esporte, compensação, comemoração, reconciliação, sedução, conquista, decepção, distinção social, *status* e, no caso dos lanches rápidos, são associados a rapidez, praticidade e direito do consumidor. Estão presentes aqui vários discursos, por vezes sinérgicos, por vezes concorrentes.

Isso reforça o postulado básico do modelo de Araújo (2002), de que a comunicação é o processo de produzir, fazer circular e consumir os sentidos sociais (bens simbólicos), caracterizando-se um mercado simbólico, no qual o circuito produtivo é mediado por uma permanente negociação. Porém, tudo que se negocia nesse mercado, habitado por muitas vozes, pressupõe embate, luta, concorrência discursiva. Observa-se, por exemplo, uma concorrência entre os discursos higienista e o da promoção da saúde, com outros próprios do capitalismo e dos interesses de mercado.

Quando comparamos os sentidos sobre práticas alimentares propostos pela novela aos sentidos atribuídos a esta pelos jovens, observamos uma similaridade, tanto para os jovens do Adolescentro que associam o alimento ao corpo, a lanches rápidos, afetividade, distinção social e saúde, como para os alunos do Colégio Andrews, que associam o alimento a saúde, corpo, praticidade, lanches rápidos, facilidade e à festividade. Dessa forma, em que pesem algumas diferenças relacionadas aos contextos dos dois grupos, confirmamos uma certa regularidade de sentidos sobre práticas alimentares nos discursos dos jovens, que nos permite atribuir, nessa produção semiológica, um papel relevante à mídia. Tal constatação nos remete a uma

das nossas hipóteses iniciais, no sentido de sua confirmação, de que regularidades discursivas ente grupos de contextos muito distintos corresponderiam a efeitos discursivos midiáticos.

A polifonia de vozes que se articulam e constroem os sentidos sobre práticas alimentares nos leva a compreender a forte relação da cultura com a comida. A rede de sentidos sobre as práticas alimentares as confirma como práticas sociais. Portanto, o ato de se alimentar não é simples, é um ato complexo. Envolve muito mais do que a simples satisfação das necessidades calóricas e nutricionais.

Um dos procedimentos de pesquisa que nos permitiu potencializar a cartografia da rede de sentidos sobre práticas alimentares foi a dinâmica de preferências alimentares. Tanto os jovens do Adolcentro como os do Colégio Andrews gostam de comidas variadas e comem alimentos saudáveis e os ditos não-saudáveis. Mas, a preferência foi pelos alimentos classificados por eles como "alimentos próprios para a juventude", como refrigerantes, hambúrguer, pizza, batatas fritas, achocolatados, *nuggets* etc. Relatam gostar dos alimentos semiprontos e prontos que são de fácil preparo. Mas, a despeito de gostarem desses alimentos e os consumirem, suas falas deixam transparecer uma consciência dos possíveis malefícios de uma alimentação rica em gorduras e o reconhecimento da importância de se equilibrar o consumo e o gasto energético.

A mídia, ao mesmo tempo em que divulga estas práticas alimentares (cumprindo a função de tornar permeável o discurso do mercado capitalista), divulga também em programas sobre saúde e alimentação os riscos da adoção destas mesmas práticas alimentares para a saúde (cumprindo a função de tornar permeável os discursos da Saúde Pública e da Promoção da Saúde). Nossa observação de que na mídia são pautados os dois lados da problemática alimentar, junto com a dinâmica das preferências alimentares e com o que observamos na fala dos jovens, reforçam a idéia de que há dentro da própria mídia uma concorrência discursiva a qual pressupõe que uns sentidos se legitimam mais que outros.

Também há uma multiplicidade de sentidos sobre o corpo, na novela. A idéia de corpo está associada à mesma lógica da sociedade de consumo. Associa-se corpo ao alimento, saúde física, atividade física, beleza, boa forma, forma física, perfeição, músculos, corpo malhado, sarado, sacrifício, sucesso, sedução, conquista, mercadoria, pertencimento, aceitação, rejeição ao corpo obeso. Este arsenal semiológico comprova que o corpo adquire cada vez mais centralidade na vida das pessoas.

Da mesma forma que os sentidos sobre alimento, observamos quanto ao corpo uma similaridade entre os jovens do Adolcentro que associam o corpo a beleza, sedução, aceitação, pertencimento, saúde física, corpo sarado e identificam rejeição com corpo gordo, e os alunos do Colégio Andrews, que associam o corpo a perfeição, beleza, forma física e atividade física. Da mesma maneira que há uma regularidade dos sentidos para as práticas alimentares, há também uma regularidade dos sentidos sobre corpo nos discursos dos jovens, o que também nos remete aos discursos propostos pela mídia como fortes elementos construtores de sentidos. Estão presentes também nestes sentidos os discursos da Saúde Pública e o da Promoção da Saúde que associam o corpo à atividade física e ao alimento, em contraposição aos discursos ligados à lógica de mercado, na qual o corpo vira mercadoria.

Ao lado das demais dinâmicas, a construção dos mapas dos mercados simbólicos contribuiu para potencializar a compreensão da rede de sentidos sobre práticas alimentares e cuidados

com o corpo. De um modo geral, as comunidades discursivas de ambos os grupos são as mesmas, guardando algumas especificidades, como a referente à religião, no caso dos jovens do Adolescentro e a restaurante e a *shopping*, no caso dos jovens do Colégio Andrews. A mídia, através dos meios de comunicação, se fez presente nos mapas dos dois grupos. Para os participantes do Adolescentro as instituições mais próximas discursivamente foram a escola e o próprio Adolescentro. Os jovens do Colégio Andrews também privilegiaram a escola, mas a seu lado incluíram a família. A pesquisa também permitiu verificar que as idéias que compõem os vários discursos dessas comunidades discursivas são as mesmas, ou muito próximas, provavelmente porque todas têm, em sua ambiência simbólica a mídia, co-determinando e por vezes pautando inteiramente seus discursos.

O exercício do mapeamento das fontes e fluxos de informações sobre alimentação e cuidados com o corpo foi importante para os jovens. Eles identificaram as várias comunidades discursivas que repassam e/ou trocam informações com eles sobre estes e outros assuntos no dia-a-dia. Porém, uma das limitações deste estudo foi não poder dar continuidade ao exame desses mapas, junto com os jovens, buscando aprofundar, através da análise dos discursos das comunidades discursivas, aquelas que realmente forneciam informações que contribuíssem para a promoção da saúde nutricional deles. Mas, de qualquer forma, esta não foi a intenção do estudo. O mapa foi utilizado como instrumento de pesquisa e não como instrumento de intervenção.

Algumas conclusões possíveis

A rede de sentidos sobre práticas alimentares e corpo nos remete à conclusão de que tanto a prática alimentar como o corpo são uma resultante histórica e têm um modelo analítico e intelectual que os justifica e os inscreve numa lógica na qual o discurso constrói uma realidade simbólica e relacional.

Os procedimentos dinâmicos realizados com os jovens dos grupos participantes se apresentaram (e no caso dos mapas, se confirmaram) como prática metodológica importante na compreensão da rede de sentidos sobre práticas alimentares e cuidados com o corpo.

O resultado da cartografia do mercado simbólico mostrou que este é um excelente instrumento para os profissionais de saúde que tradicionalmente centram sua atuação na transferência de informações. Os mapas nos revelam que não somos os únicos a informar e orientar sobre alimentação e nutrição. Contribuem para a identificação dos discursos que são sinérgicos e dos que são antagônicos aos da Saúde Pública, possibilitando, assim, intervenções mais estratégicas, mais coerentes com o cenário e mais abrangentes.

Além disto, sua aplicação permitiu a expressão, a ampliação e a circulação de sentidos sobre alimentação e corpo elaborados pelos jovens, cuja fala, muitas vezes, em situação de pesquisa ou atendimento, a eles não é facultada. Ou seja, o ato de desenhar o mapa se revela um instrumento que permite uma efetiva interlocução. Os jovens saíram da condição de meros ouvintes para a condição de construtores de sua rede de sentidos.

Considerando o cenário de saúde dos jovens, seu contexto de vida e a presença contundente da mídia na formação para eles dos sentidos sobre saúde, podemos afirmar que o profissional de nutrição não pode estar alheio ao que se passa no mercado midiático, particularmente em se tratando de adolescentes, sob o risco de incorrer numa alienação e num afastamento do

segmento a que atende. De nada adianta prescrever dietas, divulgar práticas alimentares saudáveis descontextualizadas da forte influência da mídia.

Informar e orientar adolescentes em relação aos seus hábitos alimentares e aos cuidados com o corpo é um desafio, haja vista às diversas comunidades discursivas que concorrem nesse cenário. Portanto, o profissional de saúde, em especial o nutricionista, deve romper com uma prática comunicativa que pressupõe o mero repasse de informações, desconsiderando o contexto de vida do jovem e a concorrência discursiva existente no campo da alimentação e dos cuidados com o corpo, principalmente no que tange ao ideário de alimentação e estética corporal divulgado pela mídia.

Referências bibliográficas

ANDRADE, R. M. B. A sexualidade, o adolescente e o mundo teleficcional: malhação em destaque. *UNIrevista*, v. 1, n. 3, p. 1-11, jul. 2006.

ANDRADE, R. G.; PEREIRA, R. A.; SICHIERI, R. Food intake in overweight and normal-weight adolescents in the city of Rio de Janeiro. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 19, n. 5, p. 1485-1495, set./out. 2003.

ARAÚJO, I. S. Mercado Simbólico: interlocução, luta, poder – um modelo de comunicação para políticas públicas, 2002. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2002.

ARAÚJO, I. S. Cartografia da comunicação. In: LEFÉVRE, F.; LEFÉVRE, A. M. C., IGNARRA, R. M. (Org.). O conhecimento de intersecção: uma nova proposta para as relações entre a academia e a sociedade. São Paulo: USP/Instituto de Pesquisa do discurso do sujeito coletivo, 2007.

BAKHTIN, M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 6 ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1992. p.196.

BARBERO, J. M. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. p. 396.

BOURDIEU, P. *O Poder Simbólico*. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. p. 322.

BOURDIEU, P. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papius, 1997. p. 223.

COGO, D. M; SILVA, D. T; SOUZA, C.C; KIPPER, C. A pesquisa em Sapucaia do Sul. In: COGO, D. M, GOMES, P. G., (Org.) Porto Alegre: Editora Unisinos, 1998. p. 63-145.

FISCHER, R. M. B. *Mídia e educação: em cena, modos de existência jovem*. Educar, 2005. p.17-38.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1996. p. 39.

GOMÉZ, O. G. La audiência frente a la pantalla. *Dialogos de la comunicacion*, n. 30, 1991.

IBGE. comunicação social. Disponível em:
<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1708>.
Acesso em: 8 set. 2010.

LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. R. Recepção de telenovela: uma exploração metodológica. São Paulo: FAPESP, 2002. (Relatório de Pesquisa).

LOPES, M. I. V. Narrativas televisivas y comunidades nacionales: el caso de la telenovela brasileña. *Comunicación y Sociedad*, p. 71-97. 2004.

MACHADO, A. A televisão levada a sério. São Paulo: Editora SENAC, 2005. p. 245.

MAINGUENEAU, D. Novas tendências em análise do discurso. 2.a ed. Campinas: Pontes/Unicamp, 1993. p. 198.

MATSUDO, S. M. M. Atividade Física, saúde e nutrição. *Revista Saúde em Foco*, n.18, p. 68-72. 1998.

MIDIATIVA – CENTRO BRASILEIRO DE MÍDIA PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES. Organização não- governamental. Identidades cruzadas e juventude de Marlucio Luna. Disponível em:
<<http://www.midiativa.org.br/index.php/educadores/content/view/full/1100><http://www.midiativa.org.br/index.php/educadores/content/view/full/1100>> Acesso em: 8 set. 2005.

PARIZI, M. R.; TASSARA, V. Obesidade e outros distúrbios alimentares. In: ENCICLOPÉDIA da Saúde. São Paulo: MEDSI, 2002. n. 2, p. 279- 293.

PINTO, M. J. Comunicação e Discurso. São Paulo: Hacker Editores, 1999. p. 123.

SERRA, G. M. A. Saúde e nutrição na adolescência: o discurso sobre dietas na revista capricho. 2001. Dissertação (Mestrado)- Fundação Oswaldo Cruz, Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca, Rio de Janeiro, 2001.

SILVA, L. M. A Globalização dos *fast food* e economia do tempo. *Revista Sociedade e Estado*, n.9, p. 1-12. 1994.

UNICEF – FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA. A voz dos adolescentes. Washington,DC, 2002.

VERÓN, E. A produção de sentido. São Paulo: Cultrix/Edusp, 1980. p. 240.

Recebido em: 31/10/2012

Aceito em: 28/11/2012