

***Fake News* na Prescrição Online de Dietas Alimentares: Curandeirismo Digital, Negócios e Riscos¹**

Antonio Hélio JUNQUEIRA²

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Grupo de Pesquisa em Comunicação, Consumo e Educação.

RESUMO

O artigo discute a produção, circulação e consumo de propostas e prescrições de dietas alimentares para emagrecimento e cura de doenças no ambiente digital brasileiro contemporâneo, sob a perspectiva da disseminação generalizada das chamadas *fake news*. A partir de coleta e análise crítica de textos jornalísticos relevantes sobre o tema, o estudo visa mapear e discutir os dilemas e desafios não apenas da normatização e controle social da veracidade dos discursos dietéticos presentes e compartilhados por internautas brasileiros em redes sociais online, mas preocupa-se, também, com a identificação e denúncia dos interesses mercadológicos envolvidos e dos riscos à saúde individual e coletiva por eles engendrados. As análises dos excertos textuais selecionados foram conduzidas sob os preceitos teórico-metodológicos da Análise do Discurso.

PALAVRAS CHAVE: comunicação; consumo; educação midiática; dietética; saúde.

Introdução

A produção, circulação e consumo das chamadas *fake news* decorrem não apenas da imensa capacidade de compartilhamento instantâneo de dados e informações, especialmente na capilaridade mundial das redes sociais e aplicativos de mensagens, mas também de outros fatores como: i) dificuldades ou inexistência de mecanismos de controle da qualidade e de verificação da autenticidade dos conteúdos distribuídos online; ii) alto desenvolvimento e aperfeiçoamento tecnológico das ferramentas de produção e edição audiovisual, e iii) baixo índice de educação midiática de parcelas expressivas dos frequentadores do espaço virtual (BUCKINGHAM, 2019; BUCCI, 2019).

As *fake news* não se constituem em fenômeno isolado. Pelo contrário, representam um dos sintomas das novas tendências gerais dos sistemas midiáticos e

¹ Trabalho apresentado no GT 7 Comunicação e Mercado, do PENSACOM BRASIL 2019.

² Doutor em Ciências da Comunicação (ECA/USP), com pós-doutorado e mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM ESPM). Professor e pesquisador nas áreas de *Consumer Insights*, Comportamento do Consumidor, Marketing, Gestão de Alimentos e Bebidas, Estudo e Interpretação de Tendências e Inteligência de Mercado, e-mail: helio@hortica.com.br.

políticos contemporâneos, que se consubstanciam na chamada era da “pós-verdade”, em que os fatos se tornam menos importantes ou influentes para a opinião pública do que os apelos à emoção e às crenças pessoais (BUCKINGHAM, 2019; ROQUE; BRUNO, 2019). A expansão do fenômeno do compartilhamento de notícias falsas na sociedade contemporânea aponta para a perda de credibilidade e de confiança dos indivíduos nas esferas e instituições sociais tradicionais, como a escola, a ciência, a política e a imprensa, as quais, ao longo do tempo, têm constituído o alicerce das democracias (ROQUE; BRUNO, 2019). Para Noam Chomsky (2018, p.4), de fato, atualmente “as pessoas se sentem menos representadas e levam uma existência precária [...] a desilusão com as estruturas institucionais levou a um ponto em que as pessoas já não acreditam nos fatos”.

Nesse contexto, o presente artigo se concentra em abordagens afetas à midiaticização da alimentação, nutrição e dietas de emagrecimento e de cura, considerando tais temas entre os mais afetados pela produção, circulação e consumo de *fake news* no ambiente midiático brasileiro contemporâneo. Tal fenômeno ocorre, de modo especial, nas dimensões socioculturais em que a existência online, compartilhada em redes digitais de interação, têm imposto ao sujeito contemporâneo diferentes demandas, entre as quais as buscas pelo corpo magro e perfeito (LIPOVESTKY, 2016; PESTAÑA, 2016; SANT’ANA, 2016), pelo rápido sucesso profissional e material e pela popularidade social. Juntos, tais apelos vêm impondo altos e crescentes níveis de custos e de riscos aos indivíduos.

O fato é emblemático, ainda, da crescente busca de alternativas sociais às práticas da clínica médica tradicional tanto no tocante ao emagrecimento, quanto no tratamento de doenças não transmissíveis associadas a práticas e rotinas alimentares (câncer, diabetes, pressão alta e cardiopatias, entre outras), muitas das quais diagnosticadas como tratáveis, porém incuráveis.

Articulada a essa nova realidade social – da qual é ativa construtora – a indústria internacional das dietas de emagrecimento ou cura, como produtora e promotora de fórmulas e de alimentos ditos “milagrosos”, passa a movimentar somas incomensuráveis de dinheiro em todo o mundo, sustentando sofisticadas cadeias de produção não apenas de novos lançamentos, mas também de toda um aparato publicitário e midiático ativo na construção e valoração de estilos de vida e consumo pautados pela farta ingestão de alimentos e bebidas de baixa qualidade nutricional,

muitas vezes de reconhecido efeito nocivo sobre a saúde (BARUTTI, 2013; CASTRO, 2017; ESTEVE, 2017, NESTLE, 2019).

O fenômeno das *fake news* no campo dietético revela-se, assim, um objeto complexo da comunicação social que amalgama, em seu interior, e a um só tempo, dimensões das esferas do social (cultura, valores materiais e simbólicos, imaginário, representações e instituições), da linguagem (signos e sentidos) e da técnica (modos e meios de produção e de circulação dos discursos da verdade), apontando para a necessidade de seu controle, especialmente a partir de ações conscientizadoras e mobilizadoras, que possam representar alternativas potentes para a adoção proativa de atitudes efetivamente saudáveis.

O artigo se inicia com a introdução da discussão do fenômeno das *fake news*, de seu significado e de suas dinâmicas de operacionalidade e funcionamento na sociedade contemporânea, a partir de textos de autores que vêm focando suas pesquisas recentes sobre esse tema. Em seguida, expõe evidências empíricas das práticas discursivas que tratam da exploração de notícias falaciosas ou distorcidas no campo dietético, problematizando dilemas e desafios afetos à normatização e controle da sua disseminação social e à minimização dos riscos à saúde, tanto na esfera da vida individual, quanto coletiva.

Paralela e complementarmente às recomendações de controle e fiscalização da produção, circulação e consumo de *fake news* no campo alimentar e dietético, o texto finaliza apontando para a relevância da elaboração, implantação e gestão de políticas sociais de educação midiática, enquanto ações de conscientização e de promoção da recepção crítica e consciente dos conteúdos temáticos socialmente circulantes.

O fenômeno das *fake news* na contemporaneidade: dinâmicas e sentidos

O termo *fake news*, apesar dos grandes espaços e destaques ocupados em publicações e encontros científicos recentes, bem como na mídia em geral, ainda carece de mais claras e objetivas definições e conceituações. A persistência desse quadro de lacunas e confusões muito pouco tem contribuído para a diferenciação e o entendimento das modalidades e possibilidades das desordens informacionais na sociedade contemporânea.

Mais recentemente, autores como Wardle e Derakhshan (2017), passaram a se preocupar com o tema, sugerindo uma taxonomia para o fenômeno, que passaria a

incluir: i) a desinformação (*dis-information*); ii) a má informação (*mal-information*), e iii) a informação enganosa (*mis-information*).

Para esses autores, a desinformação (*dis-information*) corresponde à produção, circulação e consumo de notícias falsas e deliberadamente criadas para prejudicar pessoas, grupos sociais, organizações, produtos, regiões ou países. Acrescentamos às proposições de Wardle e Derakhshan (2017), que, em contrapartida, a desinformação serve, idêntica e simultaneamente para promover, beneficiar ou privilegiar pessoas, grupos, produtos, organizações, regiões ou países que possuam interesses contraditórios, competitivos ou conflitantes com os seus alvos visados.

A má informação (*mal-information*), por sua vez, é baseada na realidade, porém contém elementos e estratégias de distorção e de manipulação focadas nos propósitos de gerar danos ou prejuízos a pessoas, organizações ou países. São os casos, por exemplo, dos vazamentos de dados e informações, de assédios e da promoção de discursos de ódio. Acrescentamos, de nossa parte, que a más informações podem, ainda, ser portadoras de favorabilidades aos indivíduos, grupos ou organizações que as promovem, criando ilusões ou falsos valores de sua superioridade frente à oposição ou concorrência.

Por fim, a informação enganosa (*mis-information*) corresponde à criação e veiculação de informações falsas, que não foram, porém, criadas com intenção específica de produzir danos ou prejuízos a outrem ou a qualquer instituição. Entre suas características estão as falsas conexões entre fatos e a disseminação, ainda que não intencional, de interpretações e conteúdos equivocados, em boa parte decorrentes da interpretação da realidade pelo senso comum.

Delineamento do *corpus* da pesquisa

Com o objetivo de identificar e coletar textos discursivos sobre a ocorrência, significado e importância das *fake news* no campo dietético circulantes nas redes sociais online brasileiras, o *corpus* da pesquisa foi construído a partir do mapeamento de *blogs*, portais e páginas digitais de grandes veículos da mídia que dedicam ou já dedicaram espaços relevantes ao tratamento do tema, no período compreendido entre os meses de janeiro de 2018 a janeiro de 2020. Tal recorte delineou-se pela busca de evidenciar a

perspectiva de leitura e interpretação do fenômeno das *fake news* por parte de agentes do campo jornalístico profissional.

Com o uso de diferentes combinações das palavras *fake news*, alimento, alimentação, dietas alimentares, nutrição, cura e saúde em aplicativos de busca de conteúdo na internet, foi possível obter um conjunto de empresas jornalísticas que demonstram, ou demonstraram em algum momento recente, preocupações relevantes com a discussão e o enquadramento do tema. Sobre o coletivo de empresas assim identificado, foi feita uma seleção, eliminando aquelas que se concentraram apenas, ou principalmente, na reprodução de conteúdos produzidos por outros órgãos públicos ou privados da área, ou cujos comentários evidenciaram baixo ou nenhum nível de problematização da questão, limitando-se ao simples registro do fenômeno.

Após esses procedimentos, foram eleitos três portais para coleta de textos analíticos, críticos e/ou documentais sobre as *fake news* dietéticas no cenário brasileiro, conforme consta no Quadro 1.

Fonte	Citação no texto	Textos escolhidos
Revista Saúde, Editora Abril https://saude.abril.com.br	TERRA, 2018.	<i>Fake news</i> e ativismo comprometem informação sobre nutrição.
	PINHEIRO, 2019.	9 dicas para detectar <i>fake news</i> na área da nutrição.
	SANTOS, 2019.	Cartilha contra as <i>fake news</i> na infância.
	CORTEZ, 2020.	Chás para emagrecer: as bebidas que prometem combater o inchaço.
Portal UOL (Universo On Line) https://www.uol.com.br/	OLIVEIRA, 2019.	Não tem mágica: tome cuidado com a <i>fake news</i> de alimentação.
Portal GQ, da Editora Globo. https://gq.globo.com/	LEÃO, 2018.	<i>Fake news</i> das dietas. Você sabe o que é lenda quando o assunto é emagrecer?

Quadro 1. Textos escolhidos para composição do *corpus* da pesquisa, segundo fontes da mídia jornalística digital brasileira, 2018-2020.

***Fake news* na dietética para emagrecimento e cura: biopolítica e seus dispositivos**

Pensar a generalização dos atos de produzir, distribuir e consumir informações sobre comida, alimentos, dietas e curas no ambiente digital requer um posicionamento

analítico mais complexo e profundo do que meramente considerá-los como ações pouco sérias, inócuas ou descompromissadas. Em realidade, exige o pensar e a crítica sobre as novas e múltiplas formas assumidas pela midiaticização da biopolítica alimentar contemporânea e cotidiana e de seus dispositivos, especialmente no ciberespaço.

No sentido foucaultiano do termo, o dispositivo deve ser entendido como um conjunto complexo, interligado e amalgamado de relações e articulações entre poder, sujeito, discurso, práticas, instituições, ideias, fenômenos, ações, atitudes e comportamentos (FOUCAULT, 1979). Dele participam os saberes e os enunciados científicos, sempre sujeitos à provisoriedade da verdade construída e sustentada nos e pelos discursos da hegemonia sócio-histórica da ciência. Assim, o dispositivo comporta a manipulação estratégica das relações de força “sustentando tipos de saber e sendo sustentadas por eles” (FOUCAULT, 1979, p. 246).

Para a compreensão dos fenômenos comunicacionais afetos às *fake news*, a apropriação do conceito e das abordagens do dispositivo foucaultiano deve contemplar a sua multidimensionalidade constituinte, ou seja, o conjunto das operações técnicas, linguísticas e sociais que acoplam contexto, enunciado, suporte e forma de inscrição para produzir e fazer circular sentidos sociais (FERREIRA, 2006; KLEIN, 2007).

Nesse contexto, a midiaticização da biopolítica alimentar, na qual se inscreve o fenômeno das *fake news* dietéticas, incorporam diferentes dimensões, conforme já sinalizadas por autores como Rabinow e Rose (2006) e Goodman, Johnston e Cairns (2017), a saber: i) a produção, a circulação e o consumo de discursos da verdade; ii) as estratégias de intervenção, e iii) os modos de subjetivação.

Nos itens seguintes, a partir de excertos textuais selecionados para o *corpus*, tais dimensões serão exploradas e discutidas, tendo como eixo organizador da abordagem a taxonomia das *fake news* conforme proposta por Wardle e Derakhshan (2017), já exposta anteriormente.

A desordem informacional no campo das prescrições online de dietas alimentares

Embora as *fake news* associadas às dietas alimentares para emagrecimento ou cura de doenças possuam ampla veiculação midiática, incorporando os mais diferentes meios (jornais, revistas e programas de televisão e rádio, entre outros), as redes sociais vêm se constituindo na principal fonte de compartilhamento e consumo de informações

alimentares falsas, incompletas, equivocadas, distorcidas ou parciais. Para além disso, as fontes tradicionais da informação confiável, portadoras do discurso competente (CHAUÍ, 1997) vêm sendo, também, substituídas por outras categorias de agentes atuantes no campo comunicacional, como os chamados *food celebrities*, *chefs* e *coachings* alimentares, entre outros, os quais têm encontrado no espaço digital um local cada vez mais atraente e promissor para a promoção de seus discurso. A crítica jornalística analisada não é indiferente ao fato, como mostra o excerto:

Foi-se o tempo em que as fontes [de informação confiável] eram profissionais referências em suas áreas de atuação e os canais de comunicação, os jornais, as revistas e as emissoras de TV e rádio. Hoje as mídias são as mais diversas e as fontes do saber não se restringem a especialistas e estudiosos (TERRA, 2018).

No domínio das redes sociais digitais, todas as diferentes modalidades de desordem informacional, conforme apontadas, podem ser observadas no que diz respeito à apropriação popular da orientação nutricional e do exercício da prescrição dietética. Seguramente, todas elas representam riscos de comprometimento da saúde tanto individual, quanto coletiva, como denuncia o excerto: “no mundo das preparações milagrosas, tudo é possível. Desde o emagrecimento rápido e definitivo até a cura de doenças graves [...]. O perigo dessas receitas é ainda outro: encorajar pessoas doentes a abandonarem o tratamento médico” (OLIVEIRA, 2019).

A representação midiática das *fake news* dietéticas no *corpus* analisado é revelador do caráter perverso e demonizado a elas atribuído, como descrito no excerto: “trata-se da mais devastadora praga da nova era da informação. E, como toda praga, ela se espalha com uma facilidade e rapidez que fica quase impossível combatê-la” (TERRA, 2018). Nesse contexto, a adjetivação aderida às notícias falaciosas, inverídicas ou distorcidas não deixa espaço para equívocos. Nas falas recortadas do *corpus*, as *fake news* dietéticas são descritas como: “boatarias e opiniões apaixonadas na internet”, “pegadinhas das redes sociais” e portadoras de “equívocos e atitudes de risco, prometendo dietas milagrosas sem nenhuma comprovação científica, prescritas por pessoas sem formação acadêmica” (PINHEIRO, 2019). Entre os textos analisados, um deles recupera, inclusive, a figura do ‘palpitolho’, personagem criado pela Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) para representar a pessoa que espalha notícias suspeitas e achismos. (SANTOS, 2019).

Nas críticas feitas nos textos jornalísticos destacados, as desinformações (*disinformation*) – entendidas como portadoras de falsidades intencionais, focadas tanto na promoção do dano ou prejuízo a alguns agentes, lugares, procedências ou instituições, quanto no favorecimento simultâneo de seus opositores – podem ser observadas, por exemplo, em casos comprovados de produção e circulação de conteúdos falsos veiculados com o propósito da promoção de vendas de determinadas mercadorias ou categorias de produtos, quase sempre em detrimento ou substituição de outros similares, equivalentes ou substitutos. Às vezes, costumam ser seguidas de indicação de fabricantes, lojas ou revendedores físicos ou virtuais específicos para a sua comercialização.

Entre os principais itens discutidos nessa categoria, os chás e as infusões dietéticas são os mais frequentes. Vale observar, por exemplo, o seguinte excerto:

Nos últimos anos, os chás e infusões têm atraído um número crescente de pessoas pelo seu potencial emagrecedor. Vira e mexe uma erva rouba a cena. Já foi o chá-verde. Depois o hibisco. Agora é a vez de uma mistura: uma combinação de folhas de chá-verde, mate verde, hortelã, sálvia, carqueja e alecrim, além do pó da raiz desidratada do gengibre e da semente de guaraná. A fórmula é comercializada por marcas como Desinchá e Herbal Nutrition e também pela rede de produtos naturais Mundo Verde. A proposta? Acabar com a retenção de líquidos e, claro, viabilizar o emagrecimento. Para ter ideia do sucesso, a Desinchá, primeira a lançar a receita, cresceu 2 740% nos primeiros seis meses de atuação, e está em mais de 7 mil pontos de vendas pelo país (CORTEZ, 2020).

A seguir, na mesma matéria, a jornalista busca relativizar quaisquer potenciais efeitos emagrecedores, diuréticos, termogênicos e anti-inflamatórios atribuídos e sustentados por nutricionista associada às marcas, contrapondo pareceres de uma outra profissional, da Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica (Abeso). Esta, por sua vez e em contrapartida, defende como saída efetiva para o emagrecimento a adoção de “uma alimentação balanceada, a prática de exercícios físicos regularmente e o sono de boa qualidade” (CORTEZ, 2020).

No *corpus* analisado também emerge a preocupação em denunciar práticas fraudulentas ou charlatanismo. É o caso, por exemplo, do questionamento da chamada medicina ortomolecular, especialidade que “não é reconhecida pelo Conselho Federal de Nutrição, e geralmente quem a defende vende uma longa lista de exames e suplementos para supostamente balancear os nutrientes do corpo e, assim, promover o

emagrecimento e prevenir doenças” (PINHEIRO, 2019). O mesmo artigo afirma, ainda, que tais práticas já foram condenadas tanto pelo Conselho Federal de Medicina (CFM), quanto pela Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica (Abeso).

Essa luta discursiva em que os textos analisados se inscrevem, evidencia e confirma as teses foucaultianas das provisoriiedades das verdades, ou das “vontades de verdades” (GREGOLIN, 2007, p. 17) construídas nos e pelos discursos científicos, repletos de resistências, negações e controvérsias. Os discursos da saúde, tanto quanto os da sua medicalização, são produzidos, controlados, selecionados e redistribuídos socialmente, em conformidade com o que em determinado momento sócio-histórico pode ser dito e pode constituir, delimitar e confrontar, pela sua repetição, tanto os próprios campos da saúde e da medicina, quanto o agenciamento e a conformação das subjetividades (GREGOLIN, 2007).

Por sua vez, a má informação (*mal-information*) pode ser constatada na maior parte dos casos tanto em relação à promoção dos chamados “superalimentos” e das dietas baseadas na alta concentração do seu consumo, quanto nas restrições de determinados nutrientes e elementos isolados e específicos, aos quais se atribuem efeitos nocivos sobre o organismo humano (carboidratos, gorduras, glúten, açúcar etc.).

São considerados “superalimentos” aqueles produtos aos quais se atribuem propriedades específicas, às vezes miraculosas, tanto na nutrição, quanto no emagrecimento ou cura de distúrbios e doenças. Tais atributos são normalmente decorrentes do elevado grau de concentração que possuem de determinados nutrientes ou elementos bioquímicos (vitaminas, sais minerais e fibras, entre outros), considerados favoráveis ao bom funcionamento do metabolismo humano ou à correção de anomalias corporais e mentais. Alimentos *in natura* ou industrializados portadores de elevados teores de vitamina C (cítricos, acerola etc.), ferro (hortaliças de coloração verde escuro), cálcio (produtos lácteos), flavonoides, entre outros nutrientes, podem ser enquadrados nessa categoria, uma vez que comportam muitas distorções e incompletudes informacionais, ainda que sustentadas por fatos reais.

Em realidade e com muita frequência, tais fatos ou evidências são parciais e insuficientes para sustentar sua prescrição em detrimento de outros produtos similares, com propriedades, valores e potencial para produção de resultados equivalentes. Outras vezes, a quantidade que deveria ser ingerida de um determinado alimento para atingir o

volume de nutrientes capazes de gerar o efeito desejável se tornaria inexecutável ou absurda. Essa supervalorização dos alimentos é um tema recorrente nas *fake news* dietéticas e pode ser observada no seguinte excerto:

Vamos dar um exemplo: o da canela. Ela é um alimento termogênico, pois acelera o gasto de energia do organismo. Só que esse efeito é discreto, ou seja, seria preciso comer porções cavalares para que o corpo perdesse peso por causa dessa queima (PINHEIRO, 2019).

Marion Nestle (2019) sustenta que parte relevante das informações nesse campo são geradas por financiamento direto de pesquisas e de pesquisadores, a partir de associações de produtores, corporações de promoção e defesa de determinados alimentos, indústrias setoriais ou *think tanks*³. Por conta disso, as propriedades potenciais de alguns alimentos costumam ser supervalorizadas em relação a outros produtos plenamente equivalentes, para os quais são substitutos satisfatórios e suficientes. Além disso, aspectos como a possível perda das propriedades alimentares e nutricionais pela manipulação do alimento ou quantidades de ingestão insuficientes acabam sendo apagados na sua comunicação mercadológica.

Do ponto de vista das dietas, Marion Nestle (2019) discute, também, que o foco concentrado em apenas um nutriente é insuficiente e inadequado para a produção de resultados satisfatórios, estáveis e duráveis, tanto no emagrecimento, quanto na produção de efeitos buscados na obtenção de energia, tonificação e bem-estar, na efetivação de efeitos antienvhecimento ou ainda outras metas.

Informações dessa natureza ganharam notável impulso a partir da consolidação da chamada nutracêutica, que pode ser definida como um conjunto de conhecimentos mais afeto ao marketing do que à ciência, onde ainda não é reconhecida como disciplina. Originada no Japão, durante a década de 80, como resultado da busca de soluções para os elevados custos da seguridade social, a nutracêutica fundamenta-se na constatação de que os alimentos possuem princípios bioativos, capazes de funcionar, na

³ *Think tanks* é a denominação que se dá a grupos de estudos, reflexões e proposições de políticas e estratégias nos mais diferentes campos da atividade humana (economia, tecnologia, marketing, cultura, política, ciência, ações e intervenções militares etc.). Podem constituir organizações com ou sem fins lucrativos, contando ou não com suporte e incentivos governamentais, de empresas privadas, ou pessoais, inclusive universidades, partidos políticos e grupos de interesse entre outros. Compõem um conjunto amplo e complexo de possibilidades, o que dificulta a sua satisfatória conceituação e classificação. Para Medvetz (2008), devido a essas características, os *think tanks* devem ser estudados e compreendidos não por sua taxonomia, mas essencialmente por suas vinculações e posições na estrutura social e por suas relações identitárias com os diferentes agentes dos campos nos quais atuam.

prática, como verdadeiros remédios. Reafirma, ainda, o fato de que esses princípios são natural e abundantemente disponíveis em frutas, hortaliças, cereais, peixes, leite fermentado, iogurtes entre outros produtos (JUNQUEIRA; PEETZ, 2001).

Finalmente, as informações enganosas (*mis-information*) – que não possuem propósitos específicos de geração de danos a nenhuma pessoa ou instituição e que, também, não promovem produtos ou empresas – são as mais comuns e frequentes nas redes sociais. Muitas vezes, são alimentadas pela interpretação equivocada ou parcial dos fenômenos da realidade pelo senso comum. Entre essas, as mais frequentes são aquelas que: i) associam alimentos a doenças ou curas sem nenhum embasamento ou evidência científica; ii) indicam alterações das propriedades dos alimentos segundo o estado de preparação para consumo ou momento da sua ingestão (cenoura cozida engorda, mas a crua não; pão torrado ou integral tem menos calorias que o produto fresco, certos produtos engordam se ingeridos à noite etc.). É importante ressaltar, contudo, que mesmo que de maneira não intencional, a incorreção ou incompletude da informação enganosa é capaz de gerar danos e, portanto, deve igualmente ser denunciada e combatida. Vale observar o conteúdo do excerto seguinte:

Quem nunca se deparou com receitas que prometem resolver todos os problemas de um jeito fácil, sem gastar dinheiro com remédios ou sofrer com cirurgias? No mundo das preparações milagrosas, tudo é possível. Desde o emagrecimento rápido e definitivo até a cura de doenças graves. [...] A lista é infinita. Água e limão em jejum para emagrecer. Chá de alho para substituir antibióticos. Chá de erva-doce para curar gripes. Água com quiabo para curar diabetes. Chá de limão e gengibre para combater a pneumonia. Suco de melancia, aipo e laranja para eliminar pedras nos rins. Folha de goiaba para acabar com a queda de cabelo. Inhamé para curar o câncer. E por aí vai” (OLIVEIRA, 2019).

No *corpus* analisado, as análises críticas encetadas pelos jornalistas confluem para tentativas da desmistificação da eficácia de dietas alimentares no emagrecimento e cura de doenças e, nesse sentido, se alicerçam nos seguintes pontos principais:

- i. Instauração do descrédito nos alimentos ou dietas como portadores, *per se*, de efeitos medicamentosos milagrosos e imediatos, especialmente no que se refere a doenças consideradas pela medicina como incuráveis, como nos excertos: “duvide sempre de receitas milagrosas, principalmente as que prometem resultados rápidos e precisam ser repetidas todos os dias, sempre em jejum”

- (OLIVEIRA, 2019); “há muitas promessas de eliminar a aids e outras doenças crônicas com um alimento ou planta. Se a condição é considerada incurável, não dá para acreditar em uma alegação do tipo” (PINHEIRO, 2019); “não existe fórmula mágica para o emagrecimento. Então, caso alguém receba mensagens com receitas milagrosas, desconfie, procure um especialista e não repasse para outras pessoas”. (LEÃO, 2018).
- ii. Combate à demonização de certos componentes alimentares e adoção de dietas restritivas em relação a eles, sem necessidade médica reconhecida, como nas falas extraídas dos textos considerados para análise: “não acredite na 'demonização' de determinados alimentos, como os que contêm glúten e lactose” (OLIVEIRA, 2019); “esses alimentos só devem ser retirados da dieta de quem é alérgico ou intolerante a eles. Riscar qualquer item do cardápio sem necessidade pode levar a deficiências nutricionais e problemas de saúde” (PINHEIRO, 2019).
- iii. Negação do efeito desintoxicante de determinados alimentos ou dietas, como nos casos dos trechos textuais: “não confie cegamente no termo 'detox’” (OLIVEIRA, 2019); “não há qualquer indício confiável de que as dietas, chás e receitas detox tenham algum efeito extra na remoção de toxinas do organismo (PINHEIRO, 2019).
- iv. Desconstrução do conceito do “superalimento”, que ignora a visão holística da alimentação diversificada e balanceada na construção e preservação da saúde, bem como da necessidade da adoção de hábitos saudáveis como exercícios físicos e combate ao tabagismo e alcoolismo: “não supervalorize o poder de nenhum alimento” (OLIVEIRA, 2019); “vale a máxima: nenhum alimento ou nutriente sozinho melhora a imunidade, emagrece ou cura doenças” (PINHEIRO, 2019); “em geral, o efeito dos chás no emagrecimento é discreto. Quem busca esse objetivo precisa adotar uma alimentação balanceada, praticar exercícios físicos regularmente e ter um sono de boa qualidade” (CORTEZ, 2020).

- v. Condenação incondicional das chamadas “dietas da moda”, como nos excertos: “fique com o pé atrás com as dietas da moda”. (OLIVEIRA, 2019); “dietas da moda então..., como a dieta sem glúten, dieta escandinava (teoricamente, a mais fácil do mundo), Whole 30 ou dieta do crossfit e até dieta da hipnose são os maiores caça clique” (LEÃO, 2018).

Nesse contexto, nos próprios artigos analisados emergem proposições de soluções que apontam tanto para a necessidade do aconselhamento médico competente, quanto para a esfera da educação dos consumidores. O apelo é para a conscientização de que “a alimentação deve ser individualizada, porque seu sucesso e segurança dependem de muitos fatores pessoais (peso, idade, estilo de vida, histórico de saúde, condição socioeconômica...) ” (PINHEIRO, 2019). Assim, as recomendações são para que o público busque orientação personalizada de profissionais de saúde e tome suas próprias decisões, baseadas em seu próprio histórico de saúde, hábitos, condições de vida e cotidianidade; “a solução é a educação: ensinar as pessoas a lerem e interpretarem rótulos a fim de fazer escolhas conscientes e condizentes com a gestão da própria alimentação” (TERRA, 2018).

Considerações finais

Considerando as dimensões do fenômeno e os riscos potenciais à saúde individual e coletiva, a produção, a distribuição e o consumo das *fake news* dietéticas, nutricionais e medicamentosas, devem ser combatidos com perseverança e urgência pelas instituições e agências públicas e privadas de socialização dos indivíduos, entre as quais se incluem a escola, o governo, as associações médicas e a mídia.

As *fake news* não são dependentes apenas de suas fontes geradoras. É igualmente necessário que existam e atuem outros agentes nas esferas da distribuição e consumo desses conteúdos inverídicos, incompletos, parciais ou distorcidos. Por isso, a denúncia e o combate às *fake news* demandam ações coordenadas, sinérgicas e convergentes tanto em direção aos produtores de conteúdo falso, quanto em relação aos veículos de sua distribuição e disseminação, especialmente sites e plataformas digitais de grande penetração social.

O público consumidor, por sua vez, deve ser alvo de políticas não apenas de distribuição de informações oficiais, comprovadas e provenientes de fontes fidedignas,

mas também de profundos e significativos programas de educação midiática, como recurso potente para a conformação de sujeitos críticos, ativos e conscientes na promoção, construção e preservação tanto de sua própria saúde, quanto da de suas comunidades.

REFERÊNCIAS

- BARRUTI, S. **Mal comidos**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Planeta, 2013.
- BUCCI, E. **Existe democracia sem verdade factual?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.
- BUCKINGHAM, D. Teaching media in a ‘post-truth’ age: fake news, media bias and the challenge for media literacy education. **Cultura y Educación**, v. 31, n. 2. p. 213-231, 2019.
- CASTRO, N. **La dictadura de los supermercados**. Cómo los grandes distribuidores deciden lo que consumimos. Madrid: Ediciones Akal, 2017.
- CHAUÍ, M. **Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas**. São Paulo: Cortez, 1997.
- CHOMSKY, N. As pessoas já não acreditam nos fatos. Entrevista concedida a Jan Martínez Ahrens, **El País**, Brasil, 3 de junho de 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/06/cultura/1520352987_936609.html. Acesso em 03 de junho de 2018.
- CORTEZ, D. **Chás para emagrecer: as bebidas que prometem combater o inchaço**. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/alimentacao/chas-para-emagrecer-conheca-as-bebidas-que-prometem-combater-o-inchaco/>. Acesso em 9 de janeiro de 2020.
- ESTEVE, E. V. **O negócio da comida: quem controla nossa alimentação?** São Paulo: Expressão Popular, 2017.
- FERREIRA, J. Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos, **Líbero**, ano IX, n.º 17, p. 137-145, jun. 2006.
- FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- GOODMAN, M.K.; JOHNSTON, J.; CAIRNS, K. Food, media and space: the mediated biopolitics of eating. **Geoforum**, 2017. Disponível em: https://www.academia.edu/33363217/Food_Media_and_Space_The_Mediated_Biopolitics_of_Eating. Acesso em: 30 de agosto de 2018.
- GREGOLIN, M. R. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v.4, n.11, p. 11-25, nov. 2007.
- JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. S. Fome oculta: um novo quadro se sobrepõe à subnutrição. Os brasileiros estão comendo mais, mas se alimentando pior. **Agroanalysis**, v.21, n.8, p. 8-12, agosto de 2001.

KLEIN, O. J. A gênese do conceito de dispositivo e sua utilização nos estudos midiáticos, **Estudos de Comunicação**, n.1, p. 215-231, abr./2007.

LEÃO, N. **Fake news das dietas**. Você sabe o que é lenda quando o assunto é emagrecer? Disponível em: <https://gq.globo.com/Corpo/Saude/noticia/2018/09/fake-news-das-dietas-voce-sabe-o-que-e-lenda-quando-o-assunto-e-emagrecer.html>. Acesso em: 15 de setembro de 2018.

LIPOVETSKY, G. **Da leveza**: rumo a uma civilização sem peso. Barueri, SP: Manole, 2016.

MEDVETZ, Tom. **Think tanks as an emergent field**. New York: Social Science Research Council, 2008.

NESTLE, M. **Uma verdade indigesta**: como a indústria alimentícia manipula a ciência do que comemos. São Paulo: Editora Elefante, 2019.

OLIVEIRA, S. **Não tem mágica**: tome cuidado com a fake news de alimentação. Disponível em: <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2019/10/29/nao-tem-magica-tome-cuidado-com-as-fake-news-da-alimentacao.htm>. Acesso em 29 de outubro de 2019.

ORLANDI, E.P. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2003.

PESTAÑA, J.L.M. **La cara oscura del capital erótico**. Capitalización del cuerpo y trastornos alimentarios. Madrid: Akal Ediciones, 2016.

PINHEIRO, C. **9 dicas para detectar fake news na área da nutrição**. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/alimentacao/9-dicas-para-detectar-fake-news-na-area-da-nutricao/>. Acesso em 20 de junho de 2019.

RABINOW, P.; ROSE, N. Biopower today. **BioSocieties**, v. 1. N. 1, p. 195-217, 2006.

ROQUE, T.; BRUNO, F. A ponta de um iceberg de desconfiança. In: BARBOSA, Mariana (Org.). **Pós-verdade e fake news** – reflexões sobre a guerra de narrativas. São Paulo: Cobogó, 2019.

SANT'ANA, D. B. **Gordos, magros e obesos**: uma história do peso no Brasil. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.

SANTOS, M. T. **Cartilha contra as fake news na infância**. Disponível em: Disponível em: <https://saude.abril.com.br/familia/cartilha-contras-fake-news-na-infancia/> Acesso em 4 de agosto de 2019.

TERRA, M. **Fake news e ativismo comprometem informação sobre nutrição**. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/blog/alimente-se-com-ciencia/fake-news-e-ativismo-comprometem-informacao-sobre-nutricao/>. Acesso em 20 de outubro de 2018.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Strasbourg: Council of Europe, 2017.