

Ministério da Saúde

FIOCRUZ
Fundação Oswaldo Cruz



Luiz Eduardo Rodrigues de Carvalho

Como fazer coisas com as “laranjas” (e com as palavras):

atos de fala, hiper-realidades e liquefações identitárias
em Bromatologia e Saúde Pública

Rio de Janeiro

2017

Luiz Eduardo Rodrigues de Carvalho

Como fazer coisas com as “laranjas” (e com as palavras):

atos de fala, hiper-realidades e liquefações identitárias
em Bromatologia e Saúde Pública

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Saúde Pública, da Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, na Fundação Oswaldo Cruz, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Saúde Pública.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Javier Uribe Rivera

Rio de Janeiro

2017

Catálogo na fonte

Fundação Oswaldo Cruz

Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde

Biblioteca de Saúde Pública

C331f Carvalho, Luiz Eduardo Rodrigues de
Como fazer coisas com as “laranjas” (e com as palavras): atos
de fala, hiper-realidades e liquefações identitárias em
Bromatologia e Saúde Pública / Luiz Eduardo Rodrigues de
Carvalho. -- 2017.

321f. : il. color. ; tab.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Javier Uribe Rivera
Tese (Doutorado) – Fundação Oswaldo Cruz, Escola
Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, Rio de Janeiro, 2017.

1. Rotulagem de Alimentos. 2. Identidade. 3. Política
Nutricional. 4. Legislação. 5. Sucos. 6. Hiperrealidade. I. Título.

CDD – 23.ed. - 363.192

Luiz Eduardo Rodrigues de Carvalho

Como fazer coisas com as “laranjas” (e com as palavras):

Atos de fala, hiper-realidades e liquefações identitárias
em Bromatologia e Saúde Pública

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Saúde Pública, da Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca, na Fundação Oswaldo Cruz, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Saúde Pública.

Aprovada em 01 de dezembro de 2017

Banca Examinadora

Prof. Dr. Jamacy Costa Souza
Universidade Federal da Bahia

Prof. Dr. Leandro Nogueira Salgado Filho
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Profa. Dra. Patrícia Fernandes da Silva
Fundação Oswaldo Cruz – INCQS

Prof. Dr. Carlos Otávio Fiuza Moreira
Fundação Oswaldo Cruz – Escola Nacional de Saúde Pública

Prof. Dr. William Waissmann
Fundação Oswaldo Cruz - CESTEH

Prof. Dr. Francisco Javier Uribe Rivera – Orientador
Fundação Oswaldo Cruz – Escola Nacional de Saúde Pública

Rio de Janeiro

2017

Nada disto com minha mão teria ousado
sem antes a ascensão
da mão de minha mãe se dar
e o eito e as mãos de amigos do peito
do amor de mãos amadas,
a arte..

Nada disto, confesso, teria lavrado sem
- hostium munera –
as mãos vis, toscas,
que com acadêmicas tiranias,
esta seara oprimem calar
(o bico).

Cada você, de um certo jeito,
todos muito fizeram parte.
A cada um, *in pectore*,
agradeço
e dedico.

*Para afins, gatins, alfa-luz, sexonhei la guerra-paz
Ouraxé, palávoras, driz, okê, crisexpacial
Projeitinho, imanso, ciuortevida, vidavid
Lambetelho, frútuero, orgasmaravalha-me Logun
Homenina nel parais de felicidadania
Você diz que diz em silêncio o que eu não desejo ouvir
Tem me feito muito infeliz, mas agora minha filha
Outras palavras, outras palavras*

VELOSO, 1981, *in* Outras Palavras, Poligram discos

RESUMO

Políticas públicas e medidas governamentais, nos campos da Alimentação e Nutrição, da Promoção da Saúde e da Vigilância Sanitária têm focado na regulamentação da propaganda e da rotulagem de alimentos. Identidades - e então rotulagem - é o tema desta pesquisa que toma, como recorte, o universo dos sucos e bebidas e, como sub-recorte, bebidas associadas com laranja. De um lado, se descreve coisas que vêm sendo feitas com essas laranjas e, de outro lado, as coisas que vêm sendo feitas com as palavras nos rótulos, na propagandas e nos atos regulatórios oficiais sobre bebidas de laranjas. Para a indagação “As coisas que fazemos com as palavras têm acaso obtido algum sucesso para descrever ou regular as coisas que temos feito com as laranjas e com as palavras sobre laranjas?”, assume-se como hipótese que “Há um excesso, uma saturação, de palavras, números e imagens nos rótulos exacerbando o clima de hiper-realidades que ocultam a realidade, de tal forma que não apenas as bebidas são simulacros, mas também simulacros terminam sendo as narrativas e os atos regulatórios sobre elas, muito também para isso contribuindo a liquefação de identidades, obstando a formulação e o sucesso de políticas públicas de saúde, se não temos uma delimitação, uma designação e uma descrição nítida do fenômeno e do objeto.”. Um aprofundador Estudo de Caso, sobre uma tradicional marca de suco concentrado congelado, com um segundo e alargado Estudo de Caso descrevendo como os mesmos fenômenos se apresentam em dezenas de outras marcas de bebidas, apontam, detalhadamente, documentadamente, a ocorrência da liquefação das identidades e as hiper-realidades que dificultam ou inviabilizam, na modernidade, as ações voltadas para regulamentar ou exigir rotulagens minimamente razoáveis. Expondo dezenas de exemplos de falácias e pós-verdades nos rótulos dessas bebidas, os “achados” desconstroem algumas explicações simplórias, da maniqueísta matriz do “nós contra eles” - onde bastariam pequenas ajustes na legislação, com maior intensidade e rigor na fiscalização, que então a população já passaria, automaticamente, a ter acesso a suco de laranja puro e de alta qualidade - como se o fator determinante não fosse a baixa renda dos consumidores, que bebem néctar e refrigerantes enquanto o Brasil é o maior exportador mundial de suco. Os “achados” da pesquisa, essas evidências empíricas, são analisados à luz das contribuições teóricas de Jean Baudrillard e Zygmunt Bauman para oferecer, como conclusão, o caminho do Agir Comunicativo de Habermas onde, com base nos saberes e na razão das ciências de alimentos e com base na ética, os rótulos poderiam se meio de entendimento entre quem fabrica e quem consome.

Palavras-chave: Rotulagem de Alimentos; Sucos de Frutas e Vegetais; Identidade de Alimentos; Legislação sobre Alimentos; Política Nutricional.

ABSTRACT

Public policies and government measures in the fields of Food and Nutrition, Health Promotion and Health Surveillance have focused on the regulation of food advertising and labeling. This research adopted, as a cut-off of this object, the universe of juices and beverages in the Brazilian market and, as a sub-clipping, those of orange. On the one hand, one describes things that have been done with these oranges, and on the other hand the things that have been done with the words on the labels, in the advertisements and in the official regulatory acts on oranges. For the question "Do we do with words have some success in describing or regulating the things we have done with oranges?", it is hypothesized that "There is an excess, a saturation, of information, exacerbating the hyper-realities that conceal or assassinate the real, in such a way that not only the drinks are simulacra, but also simulacra ends up being the narratives and the regulatory acts on them, much also for this contributing to the liquefaction of identities, hindering the formulation and the success of public health policies, if we do not have a delimitation and a clear description of the phenomenon and the object.". A broad and in-depth Case Study on a traditional brand of frozen concentrate orange juice - based mainly on the techniques formulated by Robert Yin - and, in addition, describes how the same phenomena appear in dozens of other brands of beverages, pointing out, in detail, such as modernity, with the occurrence of the liquefaction of identities and hyper-realities, hinder or prevent actions aimed at regulating or requiring minimally reasonable labeling. Infinite examples of fallacies and lies on the labels, of the most varied and unimaginable types. But it purposely escapes from simplistic explanations, from the "us against them" matrix, where the researcher should have a side, or that of the consumer or the manufacturers, believing that more stringent legislation would be more biased, more intensely corrupt enforcement, That then the population would automatically have access to pure, high-quality orange juice as if the determining factor were not the low income of domestic consumers who drink nectar while being the world's largest exporter of juice. The "findings" of the research, these empirical evidences, are analyzed in the light of the theoretical contributions of Baudrillard, Bauman, Austin and Searle to then offer, in conclusion, the path of Habermas' Communicative Action, where, based on the Food science and ethics, labels can be the means of understanding between who manufactures and who consumes.

Keywords: Food Labeling; Fruit and Vegetable Juices; Food Identity; Food Legislation; Nutrition Policy.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIA - Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação

ABIAD - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos Dietéticos e Para Fins Especiais

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas

ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

ASSERJ Associação de Supermercadistas do Estado do Rio de Janeiro

CANOLA – Canadian Oil Low Erucic Acid (Colza)

CAPES - Coordenação de aperfeiçoamento de pessoal de nível superior

CCAB - Comissão Codex Alimentarius do Brasil

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CGPAN-MS - Coordenação Geral de Políticas de Alimentação e Nutrição/MS

CNI – Confederação Nacional da Indústria

CNNPA – Comissão Nacional de Normas e Padrões para Alimentos

CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

CNS – Conselho Nacional de Saúde

CONAR - Conselho de Autoregulamentação Publicitária

CONMETRO - Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

CONSEA – Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

CPI – Comissão Particular de Inquérito

CTA – Câmara Técnica de Alimentos do Conselho Nacional de Saúde

DCDNT - Doenças Crônicas Degenerativas Não Transmissíveis

DF – Distrito Federal

DFAs - Delegacias Federais da Agricultura

DINAL – Divisão Nacional de Alimentos da SNVS

DIPOA - Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal

DIPOV - Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal

DPDC/SDE/MJ - Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - MJ

DPNA - Departamento de Produtos Naturais e Alimentos da FF/UFRJ

EEUU – Estados Unidos da América

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

FAO – Food and Agriculture Organization (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação)

FDA - Food and Drug Administration
FF/UFRJ - Faculdade de Farmácia da UFRJ
GAPB – Guia Alimentar para a População Brasileira
IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
INAN – Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição
INCQS - Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde
INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
IUFoST – International Union of Food Science & Technology
LabConsS – Laboratório de Vida Urbana, Consumo & Saúde do DPNA-FF/UFRJ
LCCDMA – Laboratório Central de Controle de Drogas, Medicamentos e Alimentos
MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDS - Ministério do Desenvolvimento Social
MEC - Ministério da Educação e Cultura
MERCOSUL - Mercado Comum do Sul
MJ - Ministério da Justiça
MS - Ministério da Saúde
OGM – Organismo geneticamente modificado
OMS – Organização Mundial de Saúde
OPAS - Organização Pan-Americana de Saúde
PAAS – Promoção da Alimentação Adequada e Saudável
PNAN – Política Nacional de Alimentação e Nutrição
PNS – Programa Nacional de Nutrição e Saúde
PROCON/SP - Programa de Orientação e Proteção do Consumidor
PRONAN – Programa Nacional de Alimentação e Nutrição
RDC - Resolução de Diretoria Colegiada
SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor (ou ao Cliente)
SBCTA – Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos
SNFMM – Serviço Nacional de Fiscalização de Medicina
SNVS/MS – Secretaria Nacional de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde
WHO – World Health Organization
SIF - Serviço de Inspeção Federal
SISVAN - Sistema de Informação em Vigilância Alimentar e Nutricional
SNFMM – Serviço Nacional de Fiscalização de Medicina e Farmácia
SNVS – Secretaria Nacional de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde

UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro

UnB – Universidade de Brasília

UNICAMP - Universidade de Campinas

UPIS – União Pioneira de Integração Social (Centro Universitário no DF)

USDA – United States Department of Agriculture (Ministério da Agricultura dos EEUU)

USP - Universidade de São Paulo VD Valor Diário

VET - Valor Energético Total

WHO – World Health Organization (ver OMS)

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	12
Com Durkheim, definir o “objeto”	17
Porque identidades & rotulagem	21
Não é um tema novo	25
Tampouco o autor é novo	37
A indagação sim é nova	44
Método novo e referencial novo	48
Porque suco, porque laranja, porque <i>Lanjál</i>	50
Apresentação das partes da Tese	51
1 INTRODUÇÃO	55
1.1 As formas elementares do “objeto bromatológico”	55
1.2 Definições, identidades e linguagem: limitações e manipulações	58
1.3 Definição de alimento, definição de rótulo	61
1.4 Rótulo como identificação	64
1.5 Rótulo como informação regulada	66
1.6 Rótulo como objeto	67
1.7 Rótulo como Direito (e rotulagem obrigatória)	69
1.8 Embalagem como rótulo (e rótulo fora da embalagem)	70
1.9 Efêmero, estetização, liquefação e hiper-realidade	71
1.10 De nomes e marcas: de palavras e imagens	74
1.11 Objeto e Objetivo desta investigação	74
2 OBJETIVOS DA PESQUISA: GERAL E ESPECÍFICOS	77
3 METODOLOGIA QUALITATIVA VIA ESTUDO DE CASOS	80
3.1 Da decisão por Estudo de Caso	80
3.2 Fundamentos operacionais do método “Estudo de Casos”	83
3.3 Da escolha dos casos	85
3.4 Do protocolo	87
3.5 Da coleta dos dados	88
3.6 Análise dos Dados	89
4 REFERENCIAIS TEÓRICOS	91
4.1 Modernidade líquida e a liquefação das identidades, com Bauman	92
4.1.1 - <i>A obra de Zygmunt Bauman</i>	93
4.1.2 - <i>Identidade como Mercadoria e como Referencial</i>	96
4.2 Os simulacros e o assassinato do real, com Baudrillard	97
4.2.1 <i>As contribuições teóricas da obra de Baudrillard</i>	98
4.2.2 <i>Simulacro e Simulação</i>	101
4.2.3 <i>Hiper-realidade e o crime perfeito</i>	103
4.2.4 <i>Hiper-realidade como referencial explicativo em rotulagem</i>	105
4.3 Campos científicos em conflito, com Bourdieu	106
4.4 A taxonomia e a natureza dos Atos de Fala, com Searle	107
4.5 Identidade e rotulagem comunicativa, com Habermas	109

5 RESULTADOS

5.1 ESTUDO DE CASO 01 - Identidade e rotulagem de suco marca <i>Lanjál</i>	112
5.1.1 <i>A gênese do suco concentrado congelado nos EEUU e no Brasil</i>	115
5.1.2 <i>Tipologias tecnológicas teóricas de bebidas de laranja</i>	123
5.1.3 <i>O complexo da citricultura e a indústria de suco de laranja</i>	126
5.1.4 <i>Fundamentos do processamento industrial de suco de laranja</i>	134
5.1.5 <i>Evolução da identidade do “Lanjál” e seus ingredientes (1982-2017)</i>	139
5.1.6 <i>Evolução cronológica da lista de ingredientes e respectivas declarações</i>	143
5.1.7 <i>Evolução cronológica do emprego de aditivos e respectiva rotulagem</i>	145
5.1.8 <i>Evolução da composição química e nutricional de bebidas de laranja</i>	146
5.1.9 <i>Evolução de denominações na diluição recomendada para o “Lanjál”</i>	156
5.1.10 <i>Evolução da legislação sobre sucos e néctares (1923-2016)</i>	163
5.2 ESTUDO DE CASO 02 - Liquefações identitárias e hiper-realidades no cenário das bebidas de frutas	183
5.2.1 <i>“From concentrate” versus Integral, Pasteurizado e Refrigerado</i>	185
5.2.2 <i>“Gominhos”, “Caseiro”, vovós, simulacros e simulacros de simulacros</i>	192
5.2.3 <i>Orgânico, Bio, da Fazenda, da Toca, Ecológico: identidades “vintage”</i>	208
5.2.4 <i>Autenticidades, falsidades ideológicas e o conceito de “Premium”</i>	213
5.2.5 <i>Sucos em pó e pós para refresco: imagens e autenticidade</i>	223
5.2.6 <i>Simulacros frutíferos, regulações infrutíferas e o fetiche do número</i>	237
5.2.7 <i>Palavras e terminologias na liquefação das identidades</i>	254
5.2.8 <i>“Story telling” e personagens de ficção</i>	259
5.2.9 <i>Sucos e bebidas no mundo do saudável e das calorias reduzidas</i>	265
5.2.10 <i>Sucos funcionais enriquecidos com nutracêuticos e minerais</i>	273
5.2.11 <i>Uma legislaçãozinha para “suquinhos infantis” (sic)</i>	281
5.2.12 <i>Sucos com leite e sucos com cálcio como leite</i>	285
6 DISCUSSÃO	289
7 CONCLUSÃO	308
REFERÊNCIAS	311

APRESENTAÇÃO

Como fazer coisas com as laranjas (e com as palavras) é um título que referencia e reverencia John Austin¹, nesta pesquisa observatória, descritiva e analítica sobre o objeto “bebidas de laranja e palavras sobre bebidas de laranja”.

Há bebidas, coisas de beber, que são sucos feitos só com laranjas. E há bebidas onde palavras tentam, até com relativo sucesso, fazer às vezes das laranjas.

Quanto menos laranjas são usadas para fazer bebidas de laranjas, mais palavras (e imagens) são semeadas, lavradas, irrigadas, cultivadas, colhidas, fumigadas, aspergidas, lavadas, escovadas, espremidas, peneiradas, filtradas, evaporadas, concentradas, congeladas, rediluídas, homogeneizadas, adoçadas, edulcoradas, aromatizadas, coloridas, refrigeradas e embaladas para mimeticamente ocupar, nos rótulos e na legislação, o espaço das “reais” laranjas.

Já não são, essas bebidas, apenas suco de laranja e laranjada, mas uma infinidade de artefatos e simulacros industrializados e expostos ao consumo, como se de laranjas, como se sucos, fossem. Para essa infinidade de constructos alaranjados para beber, coisas que podemos fazer, coisas feitas, coisas que fazemos com ou sem laranjas, dentro das leis que com palavras fizemos, há uma também infinidade de outras coisas que, sobre elas, palavras e bebidas, podemos ousar fazer com mais palavras. E essa ousadia tem se materializado nos rótulos, anúncios publicitários, reportagens, entrevistas, nos atos regulatórios, panfletos denunciastas, postagens ativistas nas redes sociais, políticas públicas de promoção da saúde, conferências, poemas, vídeos, fotos e inclusive muitas dissertações, teses e *papers* acadêmicos.

Se dezenas são as observáveis identidades das bebidas de laranja, que já não são estrita e naturalmente suco ou laranjada, também a legislação já não é agora apenas um decreto básico, universal, generalizador, mas uma coleção saturada de sucessivos regulamentos, regimentos, normas técnicas, padrões de qualidade, instruções normativas, portarias, etc.

Por sua vez, o rótulo, como espaço de apresentação do produto, já não é mais “qualquer identificação impressa ou litografada, dizeres pintados ou gravados a fogo, por pressão ou decalcação, nos recipientes, vasilhames ou continentes”². O que a legislação - ela

¹ John Austin (1911-60) é autor do livro “How to do Things with the words”, um clássico da Filosofia da Linguagem.

² Os termos definidores foram aqui extraídos do Decreto-Lei 986, de 1969, onde rótulo é definido como produto industrial, pelo campo da engenharia, e não definido como mídia carreadora de informações nutricionais ou toxicológicas, pelo campo da Comunicação, da Bromatologia e da Saúde Pública.

mesma uma saturação de números e palavras geradores de hiper-realidades³ - define como rótulo, agora tornou-se um painel de hiper-realidades, onde vastas frações do espaço físico são ocupadas com anúncios publicitários, até mesmo anunciando e informando, com imagens, acerca de produtos outros, diferentes daquele contido naquela embalagem.

Na modernidade líquida, afirma Bauman (2001), as identidades estão liquefeitas e os “objetos” - ao invés de uma identidade própria, estável e permanente – têm a identidade do formato do frasco que os contém.

No caso dos rótulos, se estes forem compreendidos como um espaço informativo sobre produtos contidos nas respectivas embalagens, o fato então é que os rótulos não estão mais fixados, imobilizados, nas respectivas embalagens, mas espalham-se por todo lugar, inclusive na “nuvem” cibernética, uma vez que com o recurso da tecnologia “*QR Code*”, um *smartphone* escaneia a embalagem e nos conduz, de imediato, à “nuvem”, onde anexos virtuais do rótulo esperam pelo consumidor, maximizando o acesso de material informativo, o que inclui vídeos, fotos, arquivos de texto, diálogo com o SAC⁴, *blogs*, *websites* etc.

Temos um tema: identidades e rotulagem de alimentos. Temos um recorte desse tema: bebidas de laranja. E temos, então, um sub-recorte daquele recorte, uma tipologia bem específica de suco de laranja, o suco concentrado e congelado, recortado do conjunto de sucos e bebidas de laranja, que é um recorte do conjunto de todos os sucos e bebidas de frutas. Em verdade, o sub-recorte do sub-recorte do recorte sofre um recorte complementar e final quando, dentre os sucos de laranja concentrados e congelados opta-se por investigar a identidade e a rotulagem de uma única marca, o *Lanjol*. E é acerca deste exato e específico produto que se desenvolveu um primeiro Estudo de Caso. Por focar em um particular “elemento”, por investigar a identidade e a rotulagem desse único produto ao longo de um período que abrange três décadas, por eleger múltiplas categorias de informação rotulada (não apenas ingredientes e aditivos, mas também a composição nutricional, as orientações para diluição e preparo e, principalmente, as terminologias, as designações, as nomenclaturas adotadas e cronologicamente modificadas para múltiplos aspectos identitários), este primeiro Estudo de Caso propicia um mergulho em camadas profundas do “objeto”.

Um segundo Estudo de Caso foi delineado para tratar o primeiro recorte do “objeto” - o panorama geral da rotulagem de sucos e bebidas associados com laranja - onde são identificados, descritos e analisados, em dezenas de outros produtos ofertados no mercado brasileiro e internacional, os fenômenos linguísticos-bromatológicos,.

³ Hiper-realidade, no caso, é um conceito de autoria de Jean Baudrillard, expressando a saturação de informações que conduz ao ocultamento ou, nas palavras daquele filósofo, ao “assassinato do real”.

⁴ Sigla adotada para os departamentos empresariais responsáveis pela execução de “Serviços de Atendimento ao Consumidor”.

Tratando-se de uma investigação ancorada em metodologia qualitativa, não se pretende - com este segundo Estudo de Caso, o qual amplia o universo de produtos – aspirar conclusões generalizáveis, sobre ocorrências de impropriedades na rotulagem de alimentos, ou mesmo na rotulagem de sucos e bebidas, mas sim evidenciar a generalização da diversidade de práticas comunicacionais.

Temos, então, uma indagação: As coisas que têm sido feitas, com palavras, sobre e contra essas bebidas todas, pelo Estado e pela Academia, têm acaso obtido algum sucesso para descrever ou regular as coisas que continuam sendo feitas com essas laranjas ou em nome delas?

Toda indagação, que pretenda obter resposta que possa ser considerada conhecimento científico, deve delinear uma hipótese correspondente. E temos aqui, repita-se, uma hipótese: Há um excesso, uma saturação, de palavras e números, nos rótulos mas, também nos atos regulatórios, que instaura um ambiente de hiper-realidades, as quais ocultam ou assassina o real, de tal forma que não apenas as bebidas são simulacros, mas também simulacros tornam-se as narrativas e os atos regulatórios sobre elas, muito também para isso contribuindo o contemporâneo fenômeno da liquefação de identidades⁵, numa sociedade não de cidadãos, mas de consumidores.

Antes, porém, por oportunismo ou se vergando às opressões do senso comum vigente, se poderia aquiescer e combinar que: suco de laranja é um exemplar e paradigmático alimento saudável; as cantinas escolares deveriam ser proibidas de vender *Fanta* e outros refrigerantes porque, contendo elevados teores de açúcar, são estes que estão provocando uma obesidade epidêmica entre as crianças; tais crianças, mas também os adultos, devem ser orientados, ensinados, forçados a consumir mais frutas e sucos, para que a alimentação seja saudável; *Coca-Cola*, pós para refresco sabor laranja, néctares de laranja, nem pensar; e néctares devem ser reprimidos, com uma fiscalização intensa e severa, deixando bem claro, ao consumidor, que são alimentos *ultraprocessados*, com muito açúcar adicionado e subtraídos da vitamina C que se espera das laranjas. Entretanto, nada disto tem ou teria comprovação científica, quando e se resultam de simplórias *precrastinações*⁶ ao largo dos rigores do “Método”.

Fosse, contudo, realizada uma investigação científica, indagando sobre o senso comum acerca de bebidas de laranja, incluindo aí o *senso comum douto*, uma boa hipótese

⁵ Liquefação das identidades é um conceito desenvolvido por Zygmunt Bauman, detalhado e referenciado mais a frente, em “Metodologia”.

⁶ O termo, cunhado por pesquisadores norte-americanos, designa o indivíduo que realiza diversas pequenas tarefas enquanto evita suas entregas mais complexas.

seria que aquela é a narrativa que dele emana e que melhor o traduz e expressa. Um desdobramento é que é também senso comum que essas percepções e convicções não são senso comum, mas sim saberes tradicionais que, dada a consonância com a Ciência, devem então ser reconhecidos, afirmados e tratados como vetores a reger as ações e medidas governamentais de promoção da saúde e da alimentação saudável. Só que não.

Veremos que esta é uma pesquisa científica, e não mais uma recorrente reportagem de capa de alguma revista semanal, algum guia ufológico da alimentação saudável, uma minissérie fantástica que entrega ao público leitor a notícia, a informação, que ele como consumidor compra, paga e então exige que seja como ele aprecia ou crê, a narrativa que ele próprio escreveria se oportunidade lhe fosse concedida.

Uma descrição científica, muitas das vezes, contraria os interesses, as convicções ou mesmo os sentimentos de seus leitores. Uma análise científica sobre a cientificidade daquela narrativa, que brota do senso comum, trará desconforto e problemas, já que suco de laranja, na verdade, tem mais açúcar que uma açucarada *Coca-Cola*; e um copo de suco de laranja tem quase cinco vezes mais calorias que um copo de *Tang*.

Néctares também, em diversas marcas comerciais, contém mais vitamina C que o suco de laranja. E se *Fanta* contém muitos aditivos químicos, há de se convir que todos eles foram considerados seguros, sem risco toxicológico, pelo próprio e mesmíssimo Ministério da Saúde. Mas o mesmo não pode ser dito do suco de laranja, onde têm sido detectados altos níveis residuais de carbemazina, um agrotóxico proibido nos Estados Unidos.

Sobre as ditas “calorias vazias”⁷ dos refrigerantes de sabor laranja – que é outro argumento do *senso comum douto* - convenha-se que bastaria obrigar a adição de vitamina C fabricada pelas indústrias farmacêuticas, assim como se obriga na margarina incluir as vitaminas “D” e “E” da manteiga, alimento que mimetiza e substitui, para que tais calorias vazias, se este é o problema, então não mais vazias sejam.

Restaria, naquela narrativa, talvez como derradeira falácia, argumentar que o açúcar de laranja é um açúcar saudável, bem diferente do açúcar branco e refinado usado no refrigerante. Mas tampouco isso é verdadeiro. O principal açúcar da laranja é exatamente a sacarose e a outra metade dos açúcares da laranja é frutose e glicose. Essa mesma mistura de açúcares é o que, utilizado para adoçar muitas bebidas, caso do próprio *Lanjal*, é rotulado como “açúcar invertido líquido”, oriundo da cana-de-açúcar, ente vegetal tão inquestionavelmente natural quanto as laranjas.

⁷ O termo “calorias vazias” é usado por alguns autores para apontar alimentos que contém apenas açúcar e/ou gordura, sem teores relevantes de nutrientes como vitaminas ou minerais.

Da interpretação preliminar dos dados da pesquisa, surgiu a previsão de, nas recomendações da Tese - se estas acaso viessem no final a existir – considerar o Agir Comunicativo *habermasiano* como oportuna doutrina nas relações entre fabricantes e consumidores, no espaço mediado pelos rótulos. No entanto, em meio da pesquisa, percebe-se, surpreendentemente, que é o Ministério da Saúde quem precisa, antes e urgentemente, adotar o Agir Comunicativo nas conversações do Ministério com ele mesmo, pois se de um lado o Guia Alimentar, publicado pelo Ministério, alerta para que não se beba refrigerantes, por conterem aditivos químicos nocivos à saúde, já de outro lado, o mesmo Ministério publica, no Diário Oficial da União, a liberação para uso generalizado desses mesmos aditivos, atestando o Ministério da Saúde como seguros, aquilo que esse mesmo Ministério da Saúde acusa de alto risco toxicológico.

Aquele Guia recomenda, aos brasileiros, a leitura de uma série de livros sobre cultura alimentar, aparentemente a caminho de prescrever a universalização de uma dieta que entende, como saudável, exotismos próximos ao *stroganoff* de casca de abacaxi e churrasco de casca de melancia, acompanhados de salsicha de linhaça.

Atores empenhados no processo de formulação de tais políticas públicas, eles próprios, parecem carecer também de algumas recomendáveis leituras. Por exemplo, Zygmunt Bauman, para entender a liquefação das identidades que serão, então, em vão, rotuladas. E ler Jean Baudrillard, para perceber que bandeiras do tipo “põe no rótulo” poderão, enquanto limitadamente voluntariosas, agravar a situação, acentuando o ambiente de hiper-realidades, onde já transcorre uma saturação de informações ocasionadoras do “assassinato da realidade”. Ou Pierre Bourdieu, que tornará mais visíveis as dissonâncias regulatórias, originadas pelo “*habitus*” dos agentes formuladores dos atos normativos, bem como originadas pelas tensões e tiranias observadas do “campo científico”. Gilles Lipovetsky igualmente poderia ser muito útil, com sua análise do império do efêmero, uma ocorrência marcante nas prateleiras dos supermercados, onde rótulos, mas também ingredientes, alternam-se como fenômenos fugazes, com instabilidade e temporalidade efêmera, forçando o conjunto de atos regulatórios a igualmente assumirem efêmeras identidades.

A primeira leitura, porém, deveria ser Durkheim, porque não é razoável prosseguir uma campanha sobre o “saudável” sem, antes, definir bem definido o que é que se entende por “saudável”. Impossível não indagar: será mesmo que saudável é tudo aquilo que não engorde? E será que os indivíduos deveriam mesmo se autopunir, abdicando do prazer de tomar um bom copo de suco de laranja, para cortar a ingestão de cem míseras quilocalorias, que poderiam ser cortadas no arroz, no pão ou no feijão?

Beiraria as franjas do absurdo uma defesa, aqui, anunciando qualidades positivas em refrigerantes, a partir do posto de observação da Saúde Coletiva. Mas igualmente inconcebível, inaceitável, intolerável, a iniciativa legiferante que demonizando essas bebidas - como se fossem elas, comprovadamente, a causa central da epidemia da obesidade infanto-juvenil - pretenda impor, inútil e inocuamente, a proibição dessa venda nas cantinas escolares. Esse tipo de equívoco, de falácia, de diagnóstico açodado, fantasioso, simplório, passional, *precrastinado*, autoritário, repressivo, bruto, termina por obstar a premente busca e afirmação de entendimentos mais lúcidos, que possam orientar e sustentar políticas públicas minimamente racionais e promissoras para a prevenção e combate da obesidade.

Narrativas com factoides, “*fake news*”, “realidade paralelas”, pós-verdades, sempre são atrativas e vigorosas. O que as atrapalha é a Ciência, a lógica, os números, as palavras. Esta Tese busca trazer duas contribuições. A primeira, evidenciando que a realidade alimentar é muito mais complexa, e que o senso comum está com narrativas alimentares polarizadas, estruturadas na linha do “nós contra eles”, odientas contra a ciência, contra a tecnologia, contra determinados alimentos e, como é comum nesses casos, gritantemente equivocada. Muitos são os simulacros que mimetizam sucos. Mas a narrativa científica não pode se deixar contaminar, se tornando, na mesma linha, ela mesma, uma narrativa que seja simulacro da realidade.

A Tese traz os rigores do método para estudar o mundo dos sucos. E essa é a primeira contribuição pretendida, trazer a realidade de volta para o espaço inundado de simulacros. Então, uma vez contribuído para os esforços de restauração da realidade, a segunda contribuição pretendida pela Tese é perscrutar alternativas de transformação dessa realidade, encontrando meios cientificamente referenciados para ajudar a estancar a trajetória daquela narrativa cujo itinerário inclui, com palavras e números, empurrar contraditoriamente os sucos para o rodapé do “ranking” das bebidas, onde refrescos artificiais mais saudáveis que suco fresco e natural seriam.

Em suma, provar que sim, que o suco de laranja é muitíssimo mais saudável que *Fanta*, *Tang*, néctares, águas minerais aromatizadas e vitaminadas, bem como refrescos artificiais, pode parecer desnecessário, pode aparentar um objetivo desproposital, mas provar esta suposição que parece tão óbvia, pode constituir um desafio oceânico, um oceano de sucos e de palavras (e, claro, de números e imagens).

COM DURKHEIM, DEFINIR O OBJETO

A Tese, como a seguir se observará, se ocupa na desconstrução da aparente lógica

nas narrativas assumidas ou expressas nos rótulos, nas propagandas, nos atos regulatórios, nas definições antes construídas e, por outro lado, então na reconstrução reformulada das narrativas que sobre isso têm aparecido na mídia, nas exposições de motivos das políticas públicas e mesmo na bibliografia acadêmica.

Pretende-se, aqui, apontar e analisar aqueles simulacros que ocupam o lugar da realidade assassinada, conforme conceituado por Baudrillard (1996). Trata-se, e isto tem de ser acentuado, de um resgate da identidade da “Bromatologia”, historicamente uma sub-área da Saúde Pública, e que foi sendo atraída ou arrastada para dentro da grande área Ciências Agrárias, gerando um vácuo que, conforme também aqui veremos, causa pesados prejuízos ao pensamento, à compreensão e, então, à formulação e avaliação de políticas públicas relacionadas com Alimentação, Nutrição e Saúde.⁸

Começamos, porém, não pelo final, mas ortodoxamente pelo início. Ou seja, iniciemos por Durkheim. E então começamos, esforçada e disciplinadamente, como Durkheim iniciava. Para, por exemplo, pesquisar suicídio, Durkheim (2011) já balizando o percurso que percorreria na investigação ponderou que:

Como a palavra suicídio ressurgente constantemente no decorrer das conversas, poder-se-ia acreditar que todos conhecessem seu sentido e que fosse supérfluo defini-lo. Mas, na realidade, as palavras da língua usual, tal como os conceitos que elas exprimem, são sempre ambíguas, e o cientista que as empregasse tal qual as receber do uso e sem as submeter a maior elaboração estaria exposto às mais graves confusões. Não só sua compreensão é tão pouco circunscrita que varia de um caso para outro, conforme as necessidades do discurso, como também, uma vez que a classificação de que são produto não procede de uma análise metódica, mas apenas traduz as impressões confusas das pessoas, constantemente acontece que categorias de fatos muito disputados sejam reunidas indistintamente sob uma mesma rubrica, ou que realidades de mesma natureza recebam nomes diferentes. Se, portanto, nos deixarmos guiar pela aceção geralmente aceita, correremos o risco de distinguir o que deve ser confundido ou de confundir o que deve ser distinguido, de ignorar assim o verdadeiro parentesco das coisas e, conseqüentemente, de nos enganarmos sobre sua natureza. Só se explica comparando. Uma investigação científica, portanto, só poderá chegar a seu fim se se referir a fatos comparáveis, e terá tanto maior possibilidade de êxito quanto maior for a certeza de que reuniu todos os que pudessem ser eficazmente comparados. Mas essas afinidades naturais dos seres não poderão ser alcançadas com alguma segurança por um exame superficial como aquele de que resultou a terminologia vulgar; por conseguinte, o cientista não pode tomar como objetos de suas pesquisas os grupos de fatos já constituídos aos quais correspondem as palavras da língua corrente. É obrigado a constituir os grupos que deseja estudar, a fim de lhes dar a homogeneidade e a especificidade que lhes são necessárias para poderem ser tratados cientificamente. É assim que o botânico, quando fala de flores

⁸ O "campo" das Ciências de Alimentos trava uma luta para se tornar - junto à CAPES e ao CNPq - uma subárea autônoma, não mais subordinada às Ciências Agrárias. Sem entrar nesse mérito, cabe observar se, ao se tornar independente, reassumiria suas relações com as demandas da Saúde Pública, ou meramente aprofundaria e consolidaria seus liames com as demandas tecnológicas das indústrias processadoras de alimentos. A princípio, parece mais prudente, apesar de alguma intersecção, manter Bromatologia como subárea das Ciências da Saúde e, de outra parte, a subárea Ciências de Alimentos - talvez com a denominação Tecnologias de Alimentos - no interior das Ciências Agrárias.

e frutos, o zoólogo, quando fala de peixes ou insetos, tomam esses diversos termos em sentidos que tiveram de estabelecer previamente (Durkheim, 2011, p.9).

Não foi diferente na também seminal pesquisa sobre “As formas elementares de vida religiosa”, onde Durkheim (2008), para determinar o nascimento do fenômeno religioso escolhe, como objeto, a mais primitiva das religiões, o totemismo, terminando por mergulhar na indagação: “mas, de onde elas (as religiões) se originam?”. Dezenas de páginas são trabalhadas em busca da construção de uma definição para religião, ao mesmo tempo em que reafirma que, no fundo, a classificação das coisas meramente reproduz a classificação para homens.

De certa forma, então, talvez devêssemos pensar os alimentos não como “especiais” em si, não como para “fins dietéticos especiais”, mas como alimentos para coletividades (ou grupos) com demandas, expectativas ou valores, estes sim, especiais. Ou seja, não é bem o alimento, mas sim o grupo-alvo de consumidores, os humanos - até por que assim se auto definem - quem conforma grupos identitários *diet, light, orgânicos, energy*, não transgênicos, *vegans, halal, kosher* etc.

Tangenciando, porém, já de saída e enquanto é tempo, essa polêmica e retornando para dentro do circunscrito e demarcado terreno da “identidade dos alimentos para fins de rotulagem”, cunhamos em pedra que o propósito desta Tese não é contribuir para a ampliação, substituição ou simples, mas desafiante, *aggiornamento* de glossários de termos bromatológicos ou com a Bromatologia relacionados.

Ainda que *Dietético, Orgânico, Natural, Integral, Energético, Detox, Low Carb* não pareçam ser conceitos que, como *suicídio* ou *religião*, “poder-se-ia acreditar que todos conhecessem seu sentido e que fosse supérfluo defini-lo”, não iremos ao detalhe de glossariar nada disso, até porque não são de ordem técnicas ou científicas, mas de natureza política - frutos de negociação e (viciada e ilegítima)⁹ votação - as definições que terminam, para tais alimentos, impostas pelas legislações.

Se o núcleo de nosso objeto de pesquisa, em outras palavras, é “identidades de alimentos segundo os rótulos”, seria natural que devêssemos tratar de assumir, de esculpir, de arqueologicamente escavar, antes de tudo, e para além das fronteiras do sítio do senso comum, particularmente do senso comum douto, algumas elementares definições -

⁹ Considera-se, aqui, viciado e ilegítimo um processo decisório que não coloca na mesa de negociação, com iguais direitos e poderes, as duas partes interessadas: fabricantes e consumidores. Se o rótulo é a mídia onde uma das partes fala e a outra escuta, então, no mínimo, esse ato, essa fala, deveria se dar em um idioma comum às partes, de tal forma que, se e quando o fabricante falar “açúcar”, a definição, a identidade, o significado de açúcar para o fabricante, seja a mesma definição que o consumidor entende e assume para “açúcar”. Não pode, por exemplo, o fabricante entender que xarope de frutose é açúcar, enquanto para o consumidor o açúcar é a sacarose. Ou que carne desossada mecanicamente, para o consumidor de salsichas, seja peito de peru desossado por máquinas, enquanto para o fabricante carne desossada seja pescoço de peru, sendo por isso a desossa feita mecanicamente.

redefinições, melhor dizendo - para alimento, para suco, para néctar, para rótulo, para fins dietéticos especiais e - por que não? - se não uma definição para definição, ao menos alguma definição também para “identidade”.

A tarefa não é construir definições perfeitas. Nem mesmo construir definições um pouco melhores que aquelas já afirmadas nos vigentes atos regulatórios. A proposta é descrever e comprovar que as identidades legais não correspondem aos objetos, como caras que não correspondem aos crachás, e os atos regulatórios, eles próprios, *precrastinados*, cometem grosseiros e primitivos crimes de falsidade ideológica.

Assim como os botânicos fazem com flores e frutos, assim como os zoólogos fazem com peixes e insetos, esses “alimentos” tiveram profissionais, instituições e interesses compondo e orquestrando as definições estabelecidas previamente, ali no âmbito das agências instituidoras dos atos regulatórios, os quais agora regem, sob críticas e denúncias, os procedimentos de fabricação, de comercialização e, em particular, de rotulagem.¹⁰

Em suma, o objeto aqui pesquisado não são alimentos que precisemos então, antes, bem definir. Partindo, em sentido inverso, das definições que já foram estabelecidas legalmente, o objeto aqui pesquisado são as contradições que brotam entre as denominações, as identidades e as definições que constam nos rótulos e nos atos regulatórios, buscando também, subjacentemente, se e quando possível, compreender porque as coisas são assim, buscando identificar os óbices vigentes para eliminar contradições e desvios, que impedem uma bem arrazoada formulação - e decorrente sucesso - de políticas públicas e legislações relacionadas, se não temos uma delimitação e uma descrição nítidas, cristalinas, do fenômeno e suas nuances tecnológicas e semânticas.

A proposta, enfatize-se, é estudar as identidades, as definições e os rótulos como estes se apresentam, sem necessariamente delinear, esboçar ou propor alternativas de definições substitutivas. Uma alternativa de explicação seria a de que as definições vigentes são equivocadas, não correspondem às identidades declaradas ou pressupostas e, menos ainda, equivalem ao que se declara estar dentro das embalagens, mas que o equívoco é o resultado de algo mais equivocado e anterior, que opõe resistências a qualquer mudança, quais sejam as forças que estabelecem e operam os vigentes métodos para estabelecimento dessas definições, os quais obstam o sucesso no exercício de proferir identidades e, então, colocar rótulos menos inapropriados em alimentos.

¹⁰ Neste ponto há que se questionar sobre a identidade dos agentes que elaboram tais definições. São eles Bromatologistas, que operam sob os valores da Saúde Coletiva (o que naturalmente inclui Promoção da Saúde, Vigilância Sanitária, Informação e Comunicação em Saúde, Direito Sanitário etc.), ou seriam eles Tecnólogos de Alimentos, que operam sob os ditames dos saberes da Química em alimentos processados? O mais provável é que, com a identidade destes, operem oscilantes, nos dois universos, utilizando crachás com a identidade daqueles outros. Ou seja, agentes com identidade líquida, conforme o conceito de Zygmunt Bauman.

PORQUE IDENTIDADES & ROTULAGEM

Obesidade, hipertensão arterial, diabetes, alergias alimentares e respeito a hábitos pressupostos como de “vida saudável” - mas também aspectos culturais como veganismo, *kosher*, *halal*, sustentabilidade ambiental etc. - são situações que levam consumidores a clamar por informações sobre como, onde, quando, por quem e de que são produzidos os alimentos industrializados, o que acaba exigindo e ocasionando demandas, ações e intervenções variadas dos setores público e privado.

A presença ou o simples risco de presença, mesmo que em quantidades “traço”, de produtos e substâncias potencialmente alergênicos - como o glúten, leite, tartrazina, amendoim etc. - e, mais, a preocupação com o consumo elevado de gorduras saturadas, colesterol, sódio e açúcar têm fundamentado a criação de legislações, no Brasil e no Exterior, que tornam obrigatórias a inserção dessas informações nos rótulos.

Se, de um lado, a rotulagem e sua regulação vêm sendo, como aqui reveremos, severamente criticadas pela academia, pela mídia e pelos consumidores, por outro lado são, mesmo assim, tomadas como instrumentos confiáveis de políticas públicas orientadas para a promoção da saúde, como é o caso da Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN), instituída pelo Ministério da Saúde, com base na premissa que:

A população brasileira, nas últimas décadas, experimentou grandes transformações sociais que resultaram em mudanças no seu padrão de saúde e consumo alimentar. Essas transformações acarretaram impacto na diminuição da pobreza e exclusão social e, conseqüentemente, da fome e desnutrição. Por outro lado, observa-se aumento vertiginoso do excesso de peso em todas as camadas da população, apontando para um novo cenário de problemas relacionados à alimentação e nutrição (BRASIL, 2013).

Uma das diretrizes da PNAN, por exemplo, é a Promoção da Alimentação Adequada e Saudável (PAAS), que envolve a regulação de alimentos, incluindo a publicidade, a melhoria do perfil nutricional dos produtos e, então, os aspectos relacionados com informação e rotulagem (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2001).

A hipótese desta presente investigação, como antes declarado, é que há equívocos nessas medidas até aqui formuladas e implementadas, a partir também dessa “Política de Alimentação Saudável”, os quais, ao menos em parte, explicam o resultado de insucessos em alcançar esses objetivos de prevenir e combater a obesidade.

Uma das prováveis explicações é que, como se trata de rotulagem de “alimentos”, o fenômeno venha sendo pensado, pelas agências reguladoras, por um viés reducionista, a partir apenas das ciências dos “alimentos” e não a partir daquelas ciências da “rotulagem”, a semiologia, a linguística, a filosofia da linguagem, a comunicação em saúde etc.

Como agravante, o setor “alimentos” parece enxergar “rótulo” como enxerga “exames laboratoriais de Química, Bioquímica ou Microbiologia” e, ademais, enxergar “elaboração de normas de identidade” como enxerga elaboração de roteiros para essas análises laboratoriais. Estas são, porém, questões aqui tratadas com menor destaque, reservando-se tais indagações para outro espaço ou oportunidade, já que aqui a indagação central busca saber como é o “X” do problema e não por que o X não é Y.

O objetivo desta Pesquisa, repita-se, é contribuir para uma mais ampla e mais aprofundada compreensão do fenômeno, identificando óbices e limitações do ato de rotular, cujas técnicas perpassam segmentos tão díspares quanto a percepção pública, a leal concorrência, os direitos do consumidor, a saúde pública, as patentes, o acesso aos mercados internacionais, os estudos culturais, a linguística, a semiótica, as ciências de alimentos e, claro, o campo dos atos regulatórios e da vigilância sanitária.

Poderia ser dito que rotular é - antes de tudo, antes de informações de conteúdo, de origem, de risco da presença de traços de alergênicos e de vida de prateleira - o anunciar de uma identidade. E aqueles que, concomitantemente aos trabalhos com rótulos, escrevem ou fazem uso de manuais e roteiros laboratoriais, deveriam ter isso muito claro, já que em seus laboratórios, desde tempos imemoriais, rotulam toda a vidraria, onde água destilada é rotulada como água destilada, fenolftaleína é rotulada como fenolftaleína, lugol é rotulado como lugol e nenhum ácido sulfúrico acaso aguado, açucarado, colorido e aromatizado será jamais rotulado como néctar de ácido sulfúrico.

Mais que isso, os rótulos dessas vidrarias serão sempre muito claros e exatos sobre os graus de diluição ocorridos. E os padrões sempre serão também claros, rigorosos, transparentes e explícitos quanto ao grau de pureza de cada substância envidrada nas prateleiras desses laboratórios.

Por outro lado, se estamos tratando de alimentos com identidades liquefeitas por legislações liquefeitas, elaboradas por servidores públicos liquefeitos, em agências governamentais liquefeitas, em tempos de liquefação generalizada, então torna-se impossível, exceto se também liquefeitamente, rotular os alimentos; e será sempre imprudente assumir que legislação é padronização, que agências são entes institucionais, que alimentos dentro das embalagens terão mesmo identidades que correspondam às identidades anunciadas nos rótulos.

Ao contrário das identidades do ácido ascórbico e da sucralose¹¹, que ortodoxamente seriam descrições da fórmula química e de classificações por tipologia, as identidades de alimentos vêm se transformando em decisões não mais de natureza química ou biológica, mas de ordem cultural e também política.

Se não se sabe definir “morte”, se não temos uma definição para “vida”, parece razoável que enfrentemos dificuldades para definirmos o que é orgânico, ou transgênico, ou *diet*. Isto, no entanto, não pode ser generalizado. É que até pode ser imprecisa uma definição classificatória para caju¹² - botanicamente classificado como pseudofruto, sendo que a sua castanha, esta sim, é que é classificada como fruto - mas não é possível que não saibamos descrever o que é que é um suco de caju.

O que escapa aos sentidos é o gesto de se inventar uma denominação, fazer uso enviesado de uma palavra como “néctar”, que já existe para outras significações, e passar a classificar como néctar qualquer nova derivação culinária insólita, que se fizer com algum suco, inclusive, no limite, sequer utilizando o suco correspondente.

Vejamos, por exemplo, a definição para milho transgênico e milho não transgênico, ou para salmão transgênico e para salmão não transgênico, e a partir desses exemplos ilustrativos, tudo certamente se quedará bem menos nebuloso.

Salmão transgênico não é o salmão cujo genoma, mediante aplicação da técnica da biobalística, agora contenha um gene de outra espécie. É que o gene inserido pode ter sido extraído do genoma do próprio salmão. Outro caso, igualmente ilustrativo, é que um saco de milho não transgênico não é, pelas definições vigentes, exatamente um saco de milho sem nenhum grão cujo genoma tenha sofrido transgenia, com inserção de um gene de bactéria.

Como a definição é política - ou constructo não da filosofia da linguagem, mas de uma negociação de possibilidades econômicas, da acomodação de interesses em conflito e de rituais de comércio - a definição é que saco de milho não transgênico é o saco de milho que contém até 1% de milho transgênico. E, portanto, de cada cem sacos de pipoca ingeridos, um deles poderá ter sido inteiramente composto de pipocas transgênicas, enquanto não noventa e

¹¹ Anuncio na TV, do produto Zero Cal Sucralose, com a atriz Tata Werneck, que diz: "Açúcar ou *Zero-Cal Sucralose*? Revoltado já postou, né? Que diabos é sucralose? É um adoçante, de origem natural e sabor doce como açúcar, que é pra você, revoltado, não ficar *hashtag* azedinho. Novo *Zero-Cal sucralose*: o adoçante para quem adora açúcar.". Ou seja, a sucralose não é definida, pelo "nutricionismo", que deveria informar tratar-se de uma molécula natural de sacarose, o açúcar da cana, onde foi industrialmente inserido um átomo de cloro, de tal forma que a antes natural sacarose, agora, transformou-se numa molécula organoclorada. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MqcR5vbHsuA>. Acessado em: 27 de Abril de 2017.

¹² Caju - assim como maçã, abacaxi e morango - não é botanicamente classificado como fruto, mas sim como pseudofruto, uma estrutura suculenta que não se desenvolve a partir do ovário das plantas, como ocorre com os frutos verdadeiros. Na maçã, a parte comestível popularmente conhecida como “fruta” é formada a partir do receptáculo da flor; e, na verdade, fruto é a casca que protege a semente da maçã. Já no caju, a parte suculenta é originada do pedúnculo floral e a castanha, sim, é que, botanicamente, é o fruto propriamente dito. Disponível em: <http://diariodebiologia.com/2013/08/fique-sabendo-maca-morango-abacaxi-e-caju-nao-sao-frutos/> Acessado em 23 Abril 2017.

nove, mas todos os cem sacos estarão anunciados, promovidos, rotulados e acreditados como pipoca totalmente não transgênica (ainda que, repita-se, para efeito de raciocínio, todos os grãos de um saco, em cada cem, sejam todos eles totalmente transgênicos).

É disso que se trata: rotulagem de alimentos é um fenômeno para ser estudado mais pelo mundo da comunicação, do que pelo mundo dos alimentos. Demanda-se não apenas outros saberes, mas também outras formas e métodos de pensar. E se é tão dificultoso rotular milho transgênico ou bacalhau¹³, muito mais desafiante é, na contemporaneidade, a rotulagem de alimentos que já não são um vegetal ou um animal, mas uma formulação com dezenas de ingredientes, com uma identidade denominada sem um prévio consenso - a partir da mercadologia e não a partir da filologia - como é o caso dos alimentos e substâncias para finalidades dietéticas especiais, muitos deles com denominações legalmente toleradas como "marcas de fantasia".¹⁴

Os alimentos para fins dietéticos especiais, ou para grupos dietéticos especiais, não deveriam ser jamais designados ou compreendidos, exceto em função das particularidades oriundas das suas respectivas e específicas classificações dietéticas. Ou seja, alimentos para diabéticos, para hipertensos, para fenilcetonúricos, para praticantes de atividade física, para atletas, não serão dessa maneira, sob tais enquadramentos, perceptíveis se rotulados genericamente como "diet".

Nessa miríade de tipologias "diet", no entanto, as identidades se liquefazem, se ajustam ao formato dos frascos que, transitória ou efemeramente, as contém, enquanto uma inundação de informações e imagens, inclusive nos rótulos alimentares trazidos na embalagem ou expostos na "nuvem", instaura, repita-se, o fenômeno da hiper-realidade, onde o real termina sempre assassinado.

O senso comum, inclusive aquele dito douto, apesar de toda esta bem visível complexidade, poderia crer que rotular um alimento é tarefa das mais simples. Bastaria

¹³ Nem todo "bacalhau" pode ser rotulado ou vendido como bacalhau, denominação reservada para o *Gadus morhua* (Cod), que é considerado como o legítimo bacalhau, também conhecido no Brasil como "PORTO" ou "PORTO MORHUA". É pescado no Atlântico Norte e considerado o mais nobre bacalhau, sendo normalmente o maior, o mais largo e com postas mais altas, que se desfazem, quando cozido, em lascas claras e tenras. Já o *Gadus macrocephalus*, conhecido como "PORTINHO", "CODINHO" ou Bacalhau do Pacífico, não se desmancha em lascas, é fibroso e não tem o mesmo sabor. Quanto aos aspectos morfológicos, não é fácil diferenciar um do outro; uma das formas é observando o rabo e as barbatanas: se tiver uma espécie de bordado branco nas extremidades, é *macrocephalus*. Outra forma é pela coloração: essa espécie é bem mais clara (quase branca) que o Legítimo Porto. Ao contrário do que frequentemente se observa no mercado, há peixes secos e salgados que não podem ser rotulados ou vendidos como bacalhau. Por exemplo, o *Ling*, que é bem claro e mais estreito; o Zarbo, bem popular, de menor tamanho; e o Saithe, com musculatura mais escura e sabor mais forte. Este último, muito mais barato que o bacalhau, é utilizado para bolinhos, saladas e ensopados, porque quando cozido sua carne desfia com facilidade. Apenas a espécie *Gadus Morhua* pode ser vendida como Bacalhau do Porto. A espécie *Gadus macrocephalus* pode ser comercializada como Bacalhau do Pacífico. Já o Saithe (espécie *Pollachius virens*), o *Ling* (espécie *Molva*) e o Zarbo (*Brosme brosme*) devem usar a denominação "peixe salgado tipo bacalhau". Não são considerados bacalhau e não devem ser rotulados ou vendidos como tal. Estas informações foram extraídas de "cartilha orientativa" da ANVISA, disponível em: http://www.anvisa.gov.br/alimentos/informes/cartilha_bacalhau.pdf. Acessado em 18 Abril 2017.

¹⁴ Qualy e Dorian são Qualy e Dorian, algo para passar no pão, antes de ser uma margarina. Igualmente Fanta, Yakult, *Nutren Senior*, *Sustain*, *Sustagen*, *Lanjol*, Gatorade, *Ades*, *Centrum*, todo um universo de mercadorias que não chamadas pela natureza, finalidade ou identidade alimentar - como goiabada, laranja, filet mignon, água, leite - mas pela identidade de "fantasia". Mas este segundo grupo pode em breve ser extinto. Maciças campanhas publicitárias, na TV, nas revistas, nos jornais, assegura que, agora, carne tem nome: Friboi. Que leite se chama Itambé. E que presunto é SADIA, não podendo se chamar José Augusto, como enfatizado no próprio anúncio televisivo.

informar o que é, quais os ingredientes, os aditivos, o valor nutricional, o prazo de validade e incluir alertas sobre eventuais riscos de presença de substâncias alergênicas.

Se, no mercado, os rótulos não são assim simples, nítidos, cristalinos e compreensíveis, a culpa seria da cobiça e da desonestidade dos fabricantes, que só pensam em aumentar os lucros e desprezam os direitos e a saúde dos consumidores. Consequentemente, também fácil seria acabar com isso, pois bastaria não mais que uma pequena conjunção de fatores, quais sejam, uma legislação severa, ao lado de uma intensa, honesta e permanente fiscalização, e consumidores participativos, que dediquem-se a ler os rótulos, enquanto representantes de uma sociedade civil organizada clamam, *lobisticamente*, um bordão do tipo “põe no rótulo”.

Essa, acima, de que isto é que representa o senso comum, é colocada aqui como uma suposição provocativa. Indiscutível, porém, que se trata de uma narrativa que se faz presente nas manifestações e discursos, faz décadas e, agora sim, cada vez com maior intensidade e frequência, nos jornais, nas revistas, na TV, em redes sociais, em *blogs* e *websites* e, de certa forma, também em ambientes e eventos acadêmicos ou mesmo publicações científicas nacionais e internacionais.

Ao senso comum, ao leigo, ao neófito, pode parecer uma narrativa óbvia e inquestionável. E quem dela em algum detalhe discordar, que seja, automática e impiedosamente, apontado como defensor dos interesses ilegítimos das indústrias ou, no melhor dos casos, um alienado que, ingenuamente, contribui para o enfraquecimento das bandeiras de luta da sociedade civil organizada.

Tais alheias narrativas serão consideradas como hipóteses alheias, e então como hipóteses serão *popperianamente* tratadas, mediante exercícios desconstrutivos que gerem dados, os quais sustentem ponderações que contribuam para o estabelecimento de uma renovada leitura do “problema”, para o estabelecimento de novas hipóteses, considerando camadas sempre mais profundas da realidade bromatológica.

NÃO É UM TEMA NOVO

A promoção da alimentação saudável é uma das diretrizes da PNAN e uma das prioridades para a segurança alimentar e nutricional dos brasileiros. Esta preocupação não estava suficientemente explicitada no corpo do – em 1975 lançado - Programa Nacional de Alimentação (PRONAN), a política nutricional anterior, e vigente ao longo do Regime Militar, tendo regido as ações do Ministério da Saúde por, pelo menos, uma década. De um lado, porque nisso já era doutrinário, o PRONAN, ao preconizar o emprego exclusivo de

alimentos básicos, da cesta popular, produzidos por agricultores de baixa renda, nos programas de combate à fome. E, segundo, porque em meados dos anos setenta ainda não era tão avassaladora a oferta, em variedade e preços, desses alimentos industrializados, de baixa qualidade nutricional, nem tão avassaladores eram, ainda, os oficiais indicadores antropométricos de obesidade.

Como parte da implementação da PNAN - e visando orientar para uma alimentação saudável, com escolhas alimentares mais adequadas - o Ministério da Saúde lançou um Guia Alimentar para a População Brasileira, no formato de “Dez Passos para uma Alimentação Saudável” (MINISTÉRIO DA SAÚDE, s.d.).

Em 2005, o Ministério da Saúde já havia também publicado um Guia Alimentar (BRASIL, 2005), com então três tópicos principais. O primeiro destes desenvolvia um conjunto de diretrizes visando a alimentação saudável e a promoção da saúde. O segundo apresentava sugestões práticas, às famílias, sobre como cumprir as diretrizes e planejar refeições saborosas, acessíveis e saudáveis. O terceiro tópico, aquele que aqui mais nos interessa, abordava *“a rotulagem de alimentos, valorizando as informações contidas nos rótulos como ferramenta essencial para a seleção de alimentos mais saudáveis, esclarecendo o seu conteúdo e orientando a sua adequada utilização para esse fim (...)”* e, de início, reconhecia e destacava, aquele Guia, o significado instrumental, ainda que como tema ou iniciativa, a implementação de medidas de rotulagem não seja uma novidade:

Informações como a lista de ingredientes, prazo de validade e modo de preparo, quando necessário, já são uma realidade nos rótulos dos alimentos há muitos anos, no Brasil. Em geral, os consumidores as utilizam cotidianamente para definir suas compras. Adicionalmente, muitos dos alimentos industrializados já possuem em seus rótulos a informação da sua composição nutricional. A partir de agosto de 2006, os produtos obrigatoriamente deverão conter esta informação. A informação nutricional é um instrumento fundamental de apoio à escolha de produtos mais saudáveis na hora da compra (BRASIL, 2005).

Se, de um lado, a PNAN traz um aparente *aggiornamento* em relação ao PRONAN - quando, por exemplo, se considera e se declara, agora explicitamente, enfaticamente, que o alimento tem funções transcendentais ao suprimento das necessidades biológicas, pois agrega significados culturais, comportamentais e afetivos singulares que não podem ser desprezados - é inegável que pratica, por outro lado, um inquietante retrocesso, quando resgata e estabelece como prioridade, a “Educação Alimentar”, despejando, no cidadão e na sua ignorante e negligência, a culpa pela sua própria má alimentação.

Se, em 1975, o “campo” da Nutrição também cobrava isso - de campanhas educativas para melhorar a alimentação dos mais pobres - o fato é que o Ministério da Saúde, em pleno regime militar, refutou essa conservadora leitura e decorrentes pressões, impondo,

até porque naqueles tempos sim, era bem coerente impor, que o problema nutricional tinha causalidades sociais e econômicas, que não poderiam ser revertidas ou atenuadas mediante ensinamentos e práticas “educativas”, que orientariam a aquisição e consumo (ou mesmo fabricação) de alimentos alternativos mais nutritivos e, como dizia o chavão da época, “de baixo custo”. Ou seja, o Regime Militar impunha uma leitura e uma ação progressistas, contra vastas e veementes frações acadêmicas.

Interessa a esta pesquisa, muitíssimo, o fato daquele Guia oficial¹⁵ recomendar que a população evite ou diminua “*o consumo de sucos industrializados, pois a maioria dessas bebidas contém corantes, aromatizantes, açúcar ou edulcorantes (adoçantes artificiais), que não são bons para a saúde (sic)*”¹⁴.

Não deixa de surpreender o fato do Ministério da Saúde, de um lado, reconhecer e acusar que há no mercado, segundo ele, um conjunto de alimentos que não fazem bem para a saúde, os quais contêm aditivos químicos nocivos, mas que isso está liberado, em vez de estar devidamente proibido ou ao menos – porém nem mesmo isso – “saudável e adequadamente” alertado na rotulagem. De outro lado, surpreende ainda aquele Ministério quando, além de reconhecer isso, de acusar isso, de confessar que não tomou nem vai tomar nenhuma providência, ainda termine jogando para a população a atribuição e a responsabilidade pelo eventual consumo de alimentos nocivos aos quais, esse mesmo Ministério, no Diário Oficial da União, concedeu registro e autorização para fabrico e venda, embora convicto que são nocivos.

Esse tipo de ocorrência sinaliza que alguma coisa está, mais que controverso, fora da ordem na formulação e implementação da Política Nutricional e, em particular, nas ações e atos regulatórios ministeriais sobre sucos e bebidas que, aliás, é do que trata esta Tese.

O fato é que essas aparentes mudanças tardias - que incorporam, à política oficial de nutrição, as questões da rotulagem e da “alimentação saudável”, contra a predominância de

¹⁵ Há uma coleção de guias, um para cada faixa etária, dentre outras classificações. O Ministério da Saúde vem publicando vários guias e cartilhas, determinando como o público deve se alimentar, o que deve ou não deve comer. Acusar alimentos de serem “não saudáveis” não é difícil. Menos fácil, porém, é listar o que deve ser, em troca, ingerido. Basta olhar uma única e qualquer dessas tantas publicações, para entender do que se trata. Por exemplo, o Manual das Cantinas Escolares Saudáveis. Depois de alertar contra a propaganda dos alimentos industrializados, que contém altos teores de açúcar, gordura e sal e, ainda, depois de ensinar como interpretar os rótulos desses alimentos, o Manual oferece uma lista alternativa de alimentos recomendados, mas em tudo análogos aos industrializados igualmente saturados de sal, gordura e açúcar, com a diferença que são produzidos na cantina escolar (como se as cantinas não terceirizassem essa produção). O cardápio saudável, para escolares, recomendado na cartilha oficial do Ministério da Saúde inclui basicamente composto de: enroladinho de queijo, biscoito de polvilho, esfiha de frango, pão de queijo, bolo simples, pizza de mozzarella, pipoca caseira, sanduíche natural, bolo de cenoura, água de coco, barra de cereais sem chocolate, suco de frutas. Trata-se de uma listagem típica de revistas femininas vulgares, com ilusionismos tipo bolo de cenoura (como se os principais ingredientes não fossem o açúcar, o amido e a gordura); com satanizações como barrinhas de cereais sim, mas com chocolate não; fetichismos como água de coco; sucos de frutas sem citar quais são essas frutas e ,se adoçar, o suco será tolerado. Ademais, sucos de frutas e refrigerantes, se olhados apenas pelo teor de açúcar presente, não apresentam grandes diferenças na quantidade de calorias fornecidas. O preço desse cardápio é inalcançável com as verbas disponibilizadas para a merenda oficial e, pior, são todos alimentos altamente calóricos, baseados em açúcar, gordura e sal. A diferença, com os alimentos industrializados, são apenas duas: são fabricados em padarias ou nas próprias escolas, sem a higiene e garantias das indústrias; e a definição de saudável, não declarada, é que saudável é a pizza em fatia pequena, o suco em meio copo, a pipoca quando feita no estilo caseiro (seja lá o que seja isso), o sanduíche em vez de uma refeição completa, desde que seja um sanduíche natural (de atum e maionese industrializada, talvez). O manual está disponível em: http://189.28.128.100/nutricao/docs/geral/manual_cantinas.pdf Acessado em: 17 Agosto 2016.

alimentos *chatarra*¹⁶ ou *junk food*¹⁷, em má hora e inapropriadamente convertidos, no Brasil, para “ultraprocessados”¹⁸ - já eram parte das políticas e ações formuladas e implementadas, pelo próprio Ministério da Saúde, através do seu Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição, desde meados dos anos setenta.

Esta afirmação - de que rotulagem não é um tema novo - contraria a narrativa hoje dominante, mas pode e será aqui documentalmente comprovada, a partir de notícias e artigos em jornais e revistas, mas também a partir da citação de publicações acadêmicas e produções governamentais. O fato incontroverso é que aquelas não são proposições exatamente novas; e que é importante reconhecermos isso, para melhor compreendermos - e esta é uma contribuição pretendida com esta Tese - porque nunca foram, antes ou agora, proposições implementadas com perceptíveis eficiência, efetividade ou eficácia.

Imagina-se que a causa não seja apenas falta de vontade ou força políticas, embora estas pareçam mesmo muito escassas. Mas que haja também escassez de capacitação técnica, no âmbito do Ministério da Saúde, assim como no próprio âmbito acadêmico brasileiro, para uma correta formulação de um conjunto de alternativas de intervenção.

Para melhor situar e observar tais ocorrências, vale retroagir no tempo e registrar que, com o surgimento da Nova República, em 1985, as mudanças decorrentes da redemocratização não modificaram os fundamentos da Política Nutricional, transcorrendo a manutenção das mesmas intervenções do II PRONAN¹⁹, apenas então que sob outras denominações.

Quando se esperava que com a “abertura democrática”, teríamos um desemboloramento de algumas políticas públicas, principalmente a Política Nutricional, o que se assistiu foi uma cínica mudança meramente semântica, de siglas e designações, para que tudo continuasse como sempre esteve, mas agora sob o comando e a serviço de interesses eleiçoeiros do “Centrão”²⁰, onde o então Ministro da Saúde, Carlos Sant’Anna, era uma das principais lideranças.

¹² *Chatarra* é uma denominação, em espanhol, para alimentos com altos níveis de gordura, açúcar e/ou sal, sem valor nutricional, que não aportam nutrientes e são nada saudáveis.

¹⁷ *Junk food* é o termo, em inglês, similar ao “alimento chatarra”, em espanhol, mas que é utilizado também em países de língua não inglesa, inclusive no Brasil

¹⁸ Ultraprocessado é uma denominação que vem sendo adotada, no Brasil, para alimentos contendo elevados teores de açúcar, gordura e aditivos químicos, que passam por elevado grau de processamento. Mas é preciso reconhecer que há alimentos tipo “junk food” com baixo grau de processamento, bem como existem alimentos com elevado grau de processamento que não podem ser enquadrados como “chatarra” ou “junk food”, o que demonstra um grave equívoco técnico e, pior, mais uma contribuição negativa para dificultar a compreensão dos consumidores.

¹⁹ No Brasil, a principal experiência na área de formulação e implementação de políticas públicas em alimentação e nutrição, até então, havia sido o II Programa Nacional de Alimentação e Nutrição -II PRONAN, lançado pelo Governo Federal em 1975, na vigência do regime militar.

²⁰ “Centrão” foi a denominação aplicada para designar um grupo suprapartidário, com perfil de centro e direita, criado no âmbito da Assembleia Nacional Constituinte de 1987-1988, e que emprestava apoio ao presidente da República José Sarney.

As mudanças novarreplicanas foram que o PNS virou PSA, a Rede Somar e o PROAB se tornaram PAP²¹ e, para que o Presidente da República, a exemplo de muitos Ministros, tivesse também o privilégio de dispor de uma intervenção nutricional para chamar de sua, foi instituído o Programa do Tiquete do Leite²², administrado diretamente do Palácio do Planalto.

Ampliou-se o foco em carências nutricionais específicas e no acompanhamento antropométrico dos eventuais desnutridos, fortalecendo-se o SISVAN²³, negando-se ali, então, o Governo Federal, junto com a Academia, a reconhecer que havia um já notório problema de obesidade, ao lado do emprego e consumo descontrolado de aditivos, agrotóxicos e contaminantes diversos atingindo principalmente os mais pobres.

Apenas quando o IBGE veio com novos dados antropométricos²⁴, é que emergiram as vozes acadêmicas alternando de SISVAN para Promoção da Saúde: observou-se que, das crianças desnutridas, 21,8% tinham mães com sobrepeso ou obesidade. Não podia ser promissor um esforço conduzido, a partir daí, por aqueles mesmos que, até então, não haviam tido sensibilidade ou compromisso para perceber ou, pelo menos, reconhecer a transição nutricional já em avançado curso.

Alimentação saudável e aditivos alimentares, ao lado de obesidade, eram questões que frequentavam a agenda do INAN. Ressalte-se que enquanto o MEC adquiria formulações alimentares avançadamente processadas e de alto custo, para distribuir na merenda, ou enquanto a Previdência comprava *milk shakes* desidratados para fazer assistência social em áreas metropolitanas, o INAN - resistindo a todo tipo de pressão, inclusive da comunidade acadêmica - só distribuía alimentos da cesta básica (arroz, feijão, leite em pó, fubá e açúcar) adquiridos, sempre que possível, de agricultores de baixa renda e suas cooperativas, semeando ali, na prática - e autoritariamente, registre-se e reconheça-se - a gênese do conceito de Soberania Alimentar.

Poucas, é certo, não foram as reações das indústrias com interesses contrariados. Em *telex* enviado ao Presidente do INAN, em setembro de 1980, a ABIA manifestou "o desagrado

²¹ PNS - Programa de Nutrição em Saúde era um programa de suplementação alimentar, que compunha o PRONAN e distribuía cestas básicas para o grupo materno- infantil de baixa renda, através da rede de postos de saúde. Seu nome foi trocado para PSA – Programa de Suplementação Alimentar e ficou interrompido durante quase todo o ano de 1985, para que o relançamento daquele novo “velho programa”, nos Estados, pudesse contar com a solene presença do então Ministro da Saúde, Carlos Sant’Anna (PMDB-BA), no relançamento em cada Estado.

²² O Tiquete do Leite, também conhecido como Tiquete do Sarney, foi um programa que distribuía tiquetes para famílias selecionadas por organizações da comunidade civil, a serem trocados por leite *in natura*, refrigerado, então denominado "tipo C".

²³ SISVAN é o sistema nacional de vigilância alimentar e nutricional, que trata da avaliação do estado nutricional da população atendida pela atenção básica em saúde. Os relatórios consolidados são públicos e podem ser acessados em: http://dabsistemas.saude.gov.br/sistemas/sisvan/relatorios_publicos/.

²⁴ Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição (PNSN), publicada em 1989. Disponível em: http://189.28.128.100/dab/docs/portaldab/documentos/boletimSisvan/doc_pnsn_04.pdf. Acessado em 12 Março 2017.

da entidade quanto à forma com que tem procedido técnicos do INAN (...) no que concerne à participação das indústrias alimentícias nos programas sociais do Governo"²⁵.

Contra a proposta da exclusão de alimentos formulados dos programas como a Merenda Escolar, executados por outros Ministérios, que acusou de "*argumento simplista e emocional, de que esta forma de atendimento não tem servido para outro propósito senão o do 'enriquecimento de um pequeno número de indústrias'*", a ABIA expressou, naquele Telex que:

Inconformada e indignada a ABIA não pode deixar de repudiar tais colocações (...), por entendê-las desprovidas de fundamentos técnicos, e cuja capciosidade e irreverência, além de denegrir o papel da indústria, confunde os mais desavisados e questiona a dignidade, a honorabilidade e as qualificações técnicas de entidades e de profissionais públicos e privados que inspiraram os programas sociais objeto das investidas (...) (ABIA, 1980).

Estudos e Pesquisas sobre a História das Instituições e Políticas Nutricionais deveriam exercer esforços para buscar dados em camadas mais profundas da chamada "literatura cinzenta"²⁶, ao invés de limitar-se aos relatórios oficiais, anuais, que focam estrita e burocraticamente na implementação do PRONAN. Como instituição central de Alimentação e Nutrição no Brasil, seria natural imaginar que o INAN se ocupava de outras tarefas, com uma agenda contendo múltiplas e variadas demandas do campo nutricional e não estritamente aquelas de coordenar as atividades básicas do PRONAN.

Sucos artificiais, sucos industrializados, aditivos em sucos, por exemplo, estavam no radar da equipe técnica do INAN. Demonstração disso é que, no início dos anos oitenta, três artigos sobre esse assunto, elaborados no INAN, foram publicados no Jornal de Brasília. Os três artigos cobriam, cada um, aspectos diferentes da questão. O primeiro, em dezembro de 1982, explicava que sucos concentrados congelados eram, em geral, produtos naturais e sem artificializações com conservantes.²⁷ O segundo, em janeiro de 1983, explicava que os sucos em garrafa - embora algumas marcas usassem substâncias antimicrobianas para garantir a conservação - eram de verdade elaborados a partir das frutas anunciadas²⁸. E, por fim, um terceiro artigo, em fevereiro do mesmo ano, traduzia a identidade e as características nutricionais e toxicológicas dos pós artificiais para refresco²⁹.

²⁵ Telex enviado, em 02 Setembro 1980, ao então Presidente do INAN, Bertholdo Kruze, pelo então Diretor Vice-Presidente Coordenador do Setor de Alimentos Desidratados da ABIA - Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação, repudiando manifestações oriundas do Ministério da Saúde contra ações nutricionais dos Ministérios da Educação (MEC) e da Previdência e Assistência Social (MPAS).

²⁶ Entende-se, por literatura cinzenta, relatórios técnicos, memorandos, estudos de mercado, atas de reuniões, normas técnicas, protocolos laboratoriais, pareceres-técnicos, ofícios, cartas, documentos de governo e de empresas, em forma impressa ou eletrônica, que não é controlado por editores científicos ou comerciais.

²⁷ CARVALHO, L. E.. CARVALHO, L. E.. Suco de Laranja quase Natural. Jornal de Brasília, Coluna Defesa do Consumidor, 25 dez. 1982. Disponível em: http://www.farmacia.ufrj.br/consumo/leituras/l_1ec_ArtJBrSucoQuaseNatural.pdf

²⁸ Suco em garrafa: natural ou artificial?. Jornal de Brasília, Brasília, 16 jan. 1983.

²⁹ CARVALHO, L. E.. Sucos Químicos no Pomar Tropical: FMI Neles!. Jornal de Brasília, Coluna Defesa do Consumidor, 13 fev. 1983.

O INAN exerceu papel relevante, registre-se, dentro da Comissão Nacional de Normas e Padrões para Alimentos (CNNPA), coordenando e sediando, por exemplo, os trabalhos que resultaram na legislação nacional que estabeleceu os Padrões Microbiológicos de Alimentos³⁰. Essas reuniões periódicas, do Grupo de Trabalho instituído pela CNNPA, no Rio de Janeiro, transcorreram no próprio edifício-sede do INAN, na Quadra 510 Norte, em Brasília.

Também a regulação de alimentos utilizados para desmame esteve o tempo todo sob comando do INAN, em especial os trabalhos relacionados com a posição brasileira junto à WHO e UNICEF, no que tangia ao Código Internacional sobre Promoção e Comercialização de Produtos Substitutivos do Leite Materno.

Na oportunidade, o posicionamento do Governo Brasileiro, na Assembleia Mundial de Saúde, sobre rotulagem de alimentos infantis (*Infant Formulas*), vinha sendo coordenado pelo INAN³¹, que sofreu ali também pesadas pressões, com a ABIA indo se queixar diretamente ao Presidente da República, mediante *Telex*³², para "*(...) apresentar sua indignação, protesto e repúdio face ao documento enviado pela Organização Mundial de Saúde denominado 'Código Internacional para Comercialização de Formulações para Lactentes e de outros Produtos Utilizados como Substitutivos do Leite Materno'*". E com veemência protestando contra um ali inexistente arbítrio, autoritarismo e entreguismo - em nome da Nestlé - a ABIA, ao General Figueiredo, escreveu:

Qualquer posição brasileira a ser levada pela representação brasileira chefiada por S.Excia Senhor Ministro da Saúde, foi tomada sem que houvesse um consenso dos vários setores que o assunto, por si só, envolve, gerando clima de profunda contrariedade no seio da indústria de alimentos (...). Pecou o INAN ao colher subsídios para tese brasileira, sem consultar os setores intimamente ligados à matéria, principalmente entidades e autoridades pediátricas do País. Pecou mais ainda ao concluir radicalmente e de forma incongruente ao repudiar a utilização de alimentos infantis utilizados no Brasil e, ao mesmo tempo, recomendá-los, desde que utilizado através de indicação precisa, parcimoniosa e crítica (...). São esses alguns dos posicionamentos lamentáveis - entre outros tantos expressados pelo INAN e totalmente nefastos a um contingente de inúmeras indústrias nacionais, que já anteveem, em decorrência, enormes prejuízos econômicos que chegarão ao conhecimento da opinião pública internacional. Outro sentido não se vislumbra senão o de denegrir o avanço da legislação alimentar brasileira, favorecendo ingerência internacional no nosso estágio de desenvolvimento (ABIA, 1980).

³⁰ Dos trabalhos desse GT resultou a Portaria CTA 12/78, que estabeleceu os limites microbiológicos para todas as principais classes de alimentos no Brasil.

³¹ Um "*International Code of Marketing of Breast-Milk Substitutes*" foi recomendado conjuntamente, pela OMS e UNICEF e endossado pela 33ª Assembleia Mundial de Saúde (WHA), em Maio de 1980, fazendo uma particular menção: "Deveria ser estabelecido um Código de Promoção de formulações para mamadeiras e outros produtos usados em substituição ao leite materno". Em Maio de 1981, uma nova WHA aprovou o Código por 118 votos a favor e um voto contra (Estados Unidos), além de três abstenções (Argentina, Japão e República da Coreia). O Brasil foi um dos dez primeiros países a adotá-lo como legislação nacional, a partir de 1988, como resultado do Programa Nacional de Incentivo ao Aleitamento Materno, consolidando os trabalhos iniciados e desenvolvidos no âmbito do INAN.

³² Telex NR. 8/5/80, enviado em 8 Maio 1980, ao então Presidente da República, General João Figueiredo, pelo então Presidente da ABIA, Hugo Crespi.

Para abastecer o PNS, as grandes compras de alimentos eram regidas por padrões de identidade e qualidade criados ou adaptados pelo INAN, o que também gerava experiências importantes para uma melhor elaboração da legislação nacional. Muito antes da legislação sobre “prazo de validade” em rótulos (a qual foi também uma iniciativa do INAN), estudos ali já eram realizados ou contratados sobre vida de prateleira dos alimentos básicos, pois de interesse para o processo de aquisição e estocagem, pela COBAL, dos alimentos que seriam distribuídos à população-alvo do PNS.

Outro exemplo, particularmente precioso para compreender as nuances do estabelecimento de “identidade” em normas alimentares, refere-se à farinha de mandioca. Ao adotar os padrões vigentes, para licitação e compra dessa farinha, para distribuição no Nordeste, cometeu-se um grave equívoco, pois o produto decepcionava os beneficiários sofrendo resistências no consumo. É que a farinha, naquela região, em vez de consumida como ingrediente na elaboração de farofas ou misturada ao feijão, era principalmente consumida pura. E, para isso, é desejável, que apresente um sabor próprio, decorrente do processo de fermentação natural. Ou seja, antes da secagem e torração, a massa é deixada úmida, fermentando, quando microrganismos produzem substâncias como, por exemplo, ácidos orgânicos. Se, na região Sudeste, o teor mais elevado de ácido orgânico, na farinha, é indicador de contaminação e indesejável desenvolvimento microbiano, essa mesma acidez, alhures proibida, apresenta-se no Nordeste Brasileiro como característica desejável, um indicador obrigatório de correta identidade e boa qualidade, uma exigência culinária e gastronômica. A legislação nacional estava também nisso equivocada; e o INAN foi obrigado a modificar os parâmetros bromatológicos praticados nas licitações para abastecer o PNS.

As relações estabelecidas nos procedimentos de compra de alimentos básicos, em associação com os projetos de desenvolvimento de agroindústrias comunitárias, propiciavam um precioso *feed back* para orientar as ações voltadas para as atividades de formulação de políticas nutricionais e atos regulatórios decorrentes. Encontrou-se, por exemplo, fraudes praticadas por pequenos produtores, em pleno sertão nordestino, que banhavam peneiras com solução de corantes, para que a farinha de mandioca, ao ser peneirada, se tornasse amarela – como se da variedade de raízes amarelas houvesse sido feita - tipologia que alcança maior valor comercial no mercado. E encontrou-se pescadores artesanais que, para evitar o desenvolvimento de larvas de mosquitos no pescado salgado, adquiriam o agrotóxico *Malathion* para adicionar no processo de salga dos peixes dos açudes, como se já não bastassem os resíduos de agrotóxicos das plantações de tomate nas encostas às margens.

Bromato de potássio no pão, botulismo em patês, todos os grandes escândalos e polêmicas sobre qualidade de alimentos - incluindo também o posicionamento do Ministro da Saúde quando convocado, em 1981, para depor na CPI dos Alimentos Contaminados³³ - tudo isso era operacionalizado no INAN, porque a SNVS (hoje ANVISA), para desespero de seus então dirigentes³⁴, frequentemente não era consultada.

Muitas são, certamente, as hipóteses para explicar tais ocorrências. A mais republicana delas poderia ser que o Ministro Waldir Arcoverde, ou o Secretário Geral Mozart de Abreu e Lima, entendiam que a SNVS deveria limitar-se às atividades de registro e inspeção, longe da formulação de políticas e atos regulatórios. Mas outras hipóteses são imagináveis e, isto sim, é indagação para outras teses, que vão ficando mais e mais dificultosas à medida que muitos daqueles personagens já não estão disponíveis e o documental é escasso, superficial e oficioso. As teorias de Pierre Bourdieu - com os conceitos de *habitus*, campo e capital cultural - certamente seriam um bom referencial teórico na busca por explicações para a gênese das mais recentes políticas nutricionais e de vigilância sanitária no Brasil.

Do depoimento do Ministro Arcoverde, naquela CPI, é oportuno destacar uma afirmativa sobre a ideologia que impera na Vigilância Sanitária, e que o Ministério da Saúde vinha trabalhando para modificar:

A contaminação microbiana é, muitas vezes, e de forma equivocada, definida como o principal problema de saúde pública relacionado aos alimentos, no Brasil. (...) Deve ser lembrado, porém, que a contaminação microbiana representa um risco menor à saúde, quando comparada às contaminações químicas, ou seja, aquelas provocadas por resíduos de pesticidas, metais tóxicos e aditivos empregados de forma imprópria ou excessiva. O problema da contaminação microbiana indesejável é passível de controle, merecendo destacada atenção nas ações de fiscalização, mas não pode deixar de ser associado a outros problemas, também importantes para a área de saúde, como a redução do teor de gordura de alimentos, o seu alto preço, a escassez da oferta durante a entressafra. (...) Estes comentários sobre o significado e a importância de contaminação microbiana de alimentos buscam demonstrar a forma como, por trás de uma bandeira sanitária, podem estar amparados os interesses das grandes indústrias, em detrimento dos interesses das indústrias de pequeno porte, que atuam em regiões menos desenvolvidas ou com tipos de produtos menos lucrativos, bem como os interesses dos exportadores de equipamentos e de know how. (ARCOVERDE, 1980).

Também sobre o emprego de aditivos químicos em alimentos, o Ministro Arcoverde, na oportunidade daquele depoimento na Câmara dos Deputados, expressou toda uma doutrina sanitária sintonizada com mecanismos de fomento econômico, ao lado de toda uma vontade

³³ “A Contaminação de Alimentos”. Depoimento realizado pelo Ministro da Saúde, Waldir Arcoverde, perante a Comissão de Inquérito destinada a apurar a contaminação de alimentos por excesso de aditivos e a eficácia dos controles atualmente existentes”, em atendimento à convocação a que se refere o Ofício nº 238/80, de 22 de abril de 1980.

³⁴ Trata-se de referência às reclamações feitas ao autor, pelo então Secretário Nacional de Vigilância Sanitária, Prof. Antonio Carlos Zanini.

política para colocar o conjunto de atos regulatórios a serviço de um desenvolvimento socialmente orientado. tomando como exemplo exatamente os pós para refrescos artificiais de frutas:

Os aditivos devem ainda especialmente os corantes e flavorizantes ser avaliados não apenas sob o enfoque de saúde, mas também sob os pontos de vista agrícola e econômico. Exemplo ilustrativo é o dos refrescos artificiais que, além de apresentarem propriedades sensoriais imitativas de sucos de frutas, apregoam, também, através de campanhas publicitárias, propriedades nutricionais similares à da fruta “in natura”. Na pior das hipóteses, tal conduta induz o consumidor a pensar que todos os sucos industrializados são tão nutritivos quanto os sucos naturais. Dessa forma, além dos aspectos de saúde envolvidos, também a agricultura e a economia são prejudicadas, pois a agroindústria de alimentos, agregando valor às matérias-primas agrícolas, gerando empregos e distribuindo renda no setor rural, tem uma função social muito mais ampla e significativa do que a indústria de produtos alimentares com base química ou farmacêutica (...). Com base nestas constatações, a contaminação de alimentos por resíduos de pesticidas, por poluentes ambientais, pela migração de substâncias tóxicas dos materiais de embalagens e pelo emprego inadequado de aditivos químicos é problema que deve ser visto com outro enfoque, e com maior prioridade, do que o problema da contaminação microbiana de alimentos (ARCOVERDE, 1980).

A legislação de alimentos, estabelecida pelo Ministério da Saúde, vinha sendo elaborada no âmbito da Comissão Nacional de Normas e Padrões para Alimentos (CNNPA), (que foi extinta e substituída pela Câmara Técnica de Alimentos, mantendo basicamente a mesma estrutura, *modus operandi* e membros). Situada no Rio de Janeiro, com reuniões no prédio do Ministério na Avenida Brasil - onde hoje está instalada a “Expansão da Fiocruz” - a CNNPA era presidida pelo Diretor da DINAL³⁵ e tinha, como membros, alguns representantes de instâncias do próprio Ministério (LCCDMA³⁶, CNFMF³⁷ e INAN), que somavam-se a um representante do Ministério de Minas e Energia (por conta de eventuais questões relacionadas com águas minerais), dois do Ministério da Agricultura (um por conta de questões sobre produtos animais, outro para vegetais e bebidas) e dois representantes do setor industrial. A ABIA³⁸ mantinha um Diretor da Nestlé e a CNI³⁹ um Diretor da Coca-Cola como membros efetivos da CNNPA.

Não era raro que, a exemplo do que transcorre em outras comissões, no INMETRO e no Ministério da Agricultura, as minutas de atos regulatórios viessem, à votação federal, em papel timbrado da ABIA, onde eram produzidos (com o pretexto que o Ministério tinha

³⁵ A extinta DINAL era uma das Divisões da SNVS, que além desta, de Alimentos, tinha também outras para Medicamentos (DIMED), para Cosméticos (DICOP), Produtos Domissanitários (DISAD) etc.

³⁶ O extinto Laboratório Central de Controle de Drogas, Medicamentos e Alimentos exercia papel que hoje é exercido pelo INCQS – Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde.

³⁷ O extinto Serviço Nacional de Fiscalização de Medicina e Farmácia era um órgão do Ministério da Saúde.

³⁸ A Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação ocupava uma das cadeiras na CNNPA, com direito a voto.

³⁹ A Confederação Nacional da Indústria ocupava uma das cadeiras na CNNPA, com direito a voto.

limitações para datilografar e fotocopiar). Igualmente os delegados do Governo Brasileiro, junto aos Comitês do Codex Alimentarius, no Exterior eram, em algumas ocasiões, não os funcionários públicos da área de Saúde, mas os dirigentes das multinacionais.

Pelo menos uma vez, o Diretor da Coca-Cola foi designado pelo Ministério da Saúde como delegado do Governo Brasileiro no “*Codex Committee on Food Additives*”, em Haia. E pelo menos uma vez o Diretor da Nestlé foi designado delegado do Governo Brasileiro no “*Milk and Milk Products Committee*”, do Codex, na Europa. Novamente o pretexto era que o Ministério não dispunha de recursos para custear as viagens, nem de funcionários com pleno domínio da língua inglesa.

Ao ser extinta, a CNNPA⁴⁰ tornou-se Câmara Técnica de Alimentos que, de alguma forma, ajustou-se ao modelo das outras Câmaras, como a Câmara Técnica de Medicamentos, todas no âmbito do Conselho Nacional de Saúde. As impropriedades e os desconfortos, agora somados, se tornaram, supõem-se, mais frequentes, visíveis e intensos, chegando então ao conhecimento do Gabinete do Ministro, que determinou ao INAN elaborar um relatório sobre os procedimentos rotineiros da Câmara de Alimentos. Com base nesse documento, foi tomada a decisão de desativar, temporariamente, todas as Câmaras Técnicas. Declarou-se, na época, que seria uma medida transitória, para reestruturação do sistema ministerial de produção de atos regulatórios.

Aquela extinção, no entanto, se mostraria permanente, com algumas poucas normas sendo aprovadas pela DINAL - ou diretamente do Gabinete do Ministro, em casos muito especiais, como o da liberação de fabrico e venda de refrigerantes dietéticos, em 1989 - até a criação da ANVISA, em 1999.

Algumas dessas atividades do INAN se desenvolveram em conjunto com o então incipiente PROCON-SP - e que tinha destacado papel na questão alimentar brasileira - em tempos em que IDEC e ANVISA ainda não existiam. Nessa conjuntura, quadros técnicos do INAN vieram ocupar missões na área regulatória, incluindo a coordenação de todas as atividades relativas ao *Codex Alimentarius Commission* no âmbito daquele Ministério. E o CNPq concedeu bolsas, de Iniciação Científica, para que estudantes de graduação coparticipassem dessas pesquisas, gerando trabalhos diversos em rotulagem sobre dietéticos e, pioneiramente, sobre prazo de validade.⁴¹

⁴⁰ CNNPA era a sigla da Comissão Nacional de Normas e Padrões para Alimentos, presidida pelo diretor da DINAL, Divisão Nacional de Alimentos, da então SNVS-Secretaria Nacional de Vigilância Sanitária de Alimentos e composta por cerca de dez membros, cada um representando uma instituição governamental, além de dois representantes do setor empresarial de alimentos.

⁴¹ CARVALHO, L. E.; RIBEIRO, V.R.T. . Prazo de Validade: Avaliação da Rotulagem de Perecíveis no Brasil. In: VI Congresso Brasileiro de Ciência e Tecnologia de Alimentos, Brasília. Livro de Resumos. Campinas: SBCTA, 1983.

Observações diretas, presenciais, co-participativas⁴², das ocorrências nos Comitês do *Codex Alimentarius*, ao longo da primeira metade dos anos oitenta - em vários temas e muitos países - ao lado das observações também testemunhais de práticas adotadas, dentro do Brasil, na preparação das manifestações brasileiras, explicam suficientemente muitas das contradições ainda hoje vividas na rotulagem de sucos e néctares. Em reunião do Comitê de Coordenação do *Codex Alimentarius* no Brasil, comandado pelo INMETRO, colocou-se para debates e votação, uma proposta do Ministério da Agricultura, cujo representante, Médico-Veterinário, pediu que fosse aprovada sem ser lida, uma vez que havia sido escrita por outros veterinários, e que existe um impedimento ético, de um veterinário refutar algo que tenha sido profissionalmente realizado por outro profissional Veterinário. Ocorre que a proposta, que estava em papel timbrado da ABIA, era assinada por veterinários de indústrias que haviam se reunido na sede da ABIA, em São Paulo. E a proposta foi ali aprovada na íntegra.

Outro caso, em reunião realizada em salão no subsolo do Palácio do Itamaraty em Brasília, refere-se à elaboração e aprovação das “instruções” para a Delegação Brasileira à reunião do Comitê de Aditivos do Codex, em Haia. As instruções eram para que o delegado brasileiro - no caso, funcionário do Ministério da Saúde - defendesse um incremento nos limites tolerados do contaminante “chumbo” em sucos de frutas industrializados.

Em resposta ao questionamento, acerca do estranhamento e impropriedade de que não poderia um funcionário do Ministério da Saúde, defender uma proposta desta natureza, notoriamente contrária aos interesses da Saúde Pública, foi colocado, com a concordância ou aquiescência de todos os demais presentes, que lá, em Haia, ele seria não um servidor do Ministério da Saúde, mas teria a identidade de delegado “brasileiro” encarregado de defender os “interesses brasileiros” e não outros eventuais interesses (e as instruções foram aprovadas e encaminhadas para a Embaixada Brasileira em Haia, que então, diplomaticamente, enviou um diplomata de carreira, para fazer em Plenário essa defesa – da proposta para elevar o nível de tolerância de resíduos de chumbo em sucos de frutas - enquanto o funcionário da Saúde permanecia calado).

Sempre há espaço para uma falácia do tipo “*vamos aprovar isto porque está inteiramente baseado no que foi aprovado pelo Codex Alimentarius, um organismo da Organização Mundial da Saúde e (...)*”. Mas para quem frequenta reuniões do Codex, e presta atenção no que transcorre nos intervalos, vai perceber facilmente as tensas e intensas negociações entre países, a troca de votos e apoios, para normas que tragam vantagens

⁴² O autor da Tese esteve presente em 14 reuniões dessa Comissão e seus Comitês, onze delas como delegado oficial do Governo Brasileiro (Aditivos/Haia, Rotulagem/Ottawa, Higiene/Washington etc.)

econômicas no comércio internacional, seja flexibilizando os padrões do que exporta, seja tornando mais rigorosos os padrões para exportadores concorrentes”.

Tornar mais severos, por exemplo, os limites de contaminantes metálicos em sucos de frutas, contrariava os interesses de quem produzia sucos enlatados, recravados com chumbo, mas era vantajoso e certamente incentivado por quem vende máquinas de embalagem longa-vida não metálicas.

Toda norma, inclusive as alimentares, tende a contrariar interesses de uns e favorecer direitos ou expectativas de outros. Permitir, por exemplo, que alimentos adoçados com frutose, sejam rotulados como apropriados para diabéticos, traria vantagens para o país proprietário dessa patente, sendo que contra isto se levantaram os países escandinavos proprietários das patentes de sorbitol ou xilitol, que podem ser empregados com a mesma finalidade. Idem para a liberação do bromato de potássio em panificação, que sofre pressão dos suíços onde está a *Roche*, fabricante do concorrential ácido ascórbico. E se os americanos tentavam forçar a criação de novas categorias de produtos dietéticos, como ocorreu em reunião do Comitê de *Foods for Special Dietary Uses*, em *Bad-Godesberg*, na Alemanha, em 1984, havia a resistência da delegação da França contrapondo ironicamente que: “*Em meu país, na França, temos vários alimentos dietéticos. Temos, por exemplo, a banana dietética. Lá, a banana dietética é definida como... uma boa meia banana*”.⁴³

Esse é o ambiente onde se dá a elaboração de atos regulatórios sobre alimentos. É daí que saíram e continuam saindo também as normas de identidade e qualidade sobre sucos e néctares. E é frequentando tal ambiente que surgiram ideias sobre “objetos” de pesquisa, como o assumido nesta Tese. Não é um tema novo. Mas novo é que se pesquise e se escreva sobre este tema, a partir deste ângulo, com base nestas observações.

TAMPOUCO O AUTOR É NOVO

Em meados de 1987, considerando a experiência desenvolvida no INAN, que incluía cinco anos como Coordenador do Programa de Nutrição Brasil/Banco Mundial - mas também os dez anos como professor de "Microbiologia Geral e de Alimentos", na UPIS⁴⁴, e de "Armazenagem e Comercialização Agrícola", na Agronomia na UnB - houve um convite da UFRJ para, como Professor Visitante nível A, atuar no Programa de Pós-Graduação em

⁴³ Esta ocorrência e outras aqui descritas, sem referenciar a fonte, são todas resultado de observação direta do Autor da Tese, seja como membro efetivo da CNNPA, como assessor do extinto INAN – Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição, como representante do IDEC junto ao Comitê do INMETRO ou Delegado oficial do Governo Brasileiro às reuniões do Codex Alimentarius Commission.

⁴⁴ União Pioneira de Integração Social - UPIS, instituição privada de Ensino Superior, um conjunto de faculdades integradas, fundada em 1971, e sediada em Brasília DF.

Nutrição Humana, assumindo de imediato a disciplina “Elaboração de Políticas e Projetos em Nutrição”.

Na UFRJ, foi dada continuidade às atividades de pesquisa e extensão até então desenvolvidas no âmbito do INAN. Artigo publicado na Revista VEJA⁴⁵, em 1987, tratava do desmonte do INAN e da então defasada e já obsoleta Política Nutricional Brasileira, alertando que:

Hormônio na carne, radioatividade no leite, cromo na gelatina e dióxido de enxofre nos sucos. Quatro escândalos alimentares nos jornais, somando-se a muitos outros, mais antigos (...): bromato no pão, coliformes no leite, pesticidas no tomate e botulismo no patê (...). O governo não tem uma política alimentar e nutricional, não tem instituições capacitadas e confiáveis para implementar essa política e carece, sobretudo, da vontade de ter qualquer dessas condições. O governo insiste em entender, na prática, política nutricional como distribuição de comida em véspera de eleição (CARVALHO, 1987).

Pesquisa correlacionando a rotulagem de alimentos praticada no Brasil, com aquela praticada na Europa e nos Estados Unidos, e publicada no Boletim Técnico da Sociedade Brasileira de C&T de Alimentos, acusava que produtos da mesma marca, do mesmo fabricante, com rótulos em tudo similares, não traziam nos rótulos, as informações que eram fornecidas quando fabricados e comercializados nos outros países (CARVALHO, 1990).

O despertar da relevância de uma formalização das ações em "qualidade de alimentos" onde, até então, se ações haviam, estas não estavam delineadas e compromissadas no interior das políticas nutricionais declaradas, foi sintetizada em frase cunhada por Fernando Gabeira⁴⁶: “*Estranho país é o Brasil onde, enquanto uns morrem porque não tem o que comer, outros morrem porque comeram alguma coisa*”.

Importante registrar que, em 1988, a disciplina “Nutrição em Saúde Pública, na Graduação em Nutrição da UFRJ, não incluía, em seu Programa, o tema “obesidade”. A inserção de um única aula, tratando do assunto, causou conflitos e polêmicas dramáticas, pois dirigentes e alunos entendiam que obesidade era um problema de gente rica, uma preocupação apenas de burgueses, não devendo ser objeto de estudos e ações da Saúde Pública. Entendiam - incluindo os que hoje militam, como ativistas, contra a obesidade e contra os alimentos que denominam como "ultraprocessados" - que não cabia nem mesmo como um tópico periférico da Ementa e Programa.

⁴⁵ “Muito aditivo e pouca ação”, artigo de opinião, de autoria de Luiz Eduardo Carvalho, foi publicado na Revista VEJA edição de 6 de maio de 1987. Pag. 146.

⁴⁶ A frase de Fernando Gabeira está citada no artigo “Aditivos, mentiras & videotape”, de autoria de Luiz Eduardo Carvalho, publicado no jornal O Globo, edição de 20 de outubro de 1990. Disponível em: http://www.farmacia.ufrj.br/consumo/leituras/li_og901015.htm. Acessado em 17 abril 2017.

Com a transferência, em agosto de 1989, para a Faculdade de Farmácia, foi criado o Laboratório de Vida Urbana, Consumo e Saúde (LabConsS), e como decorrência, foi criada a disciplina “Bromatologia em Saúde”, da qual se criaria um *blog* na *internet*, onde os alunos postam os resultados de suas pesquisas sobre identidade e rotulagem de alimentos, que hoje totalizam cerca de quinhentos trabalhos postados, com picos de até seis mil visitas diárias⁴⁷. Mais de uma centena de graduandos já atuaram no LabConsS, com bolsas de iniciação científica ou aperfeiçoamento, totalizando cerca de 40 trabalhos apresentados em seminários e congressos, tratando sempre de questões relacionadas com técnicas da rotulagem de alimentos, mas também, pontualmente, da rotulagem de cosméticos, medicamentos e produtos domissanitários.

Os trabalhos de rotulagem sobre transgênicos e sobre alimentos infantis tiveram reconhecimento internacional, resultando em atividades conjuntas com a *Consumers International*⁴⁸ e com a *Wemos Foundation*⁴⁹, além das atividades de apoio ao IDEC, ao *Greenpeace*, ao MST, sempre em rotulagem de alimentos, além das participações ministrando cursos sobre rotulagem no Chile, Uruguai, Argentina, México, Alemanha, Canadá, e Holanda.

Embora contratado pela UFRJ em função com *status*, tarefas e salário em nível de Doutor, foi feita matrícula no Curso de Doutorado da ENSP-Fiocruz, concluindo os créditos e sendo aprovado na Qualificação em 1992. O então orientador, Professor Mário Hamilton, muito insistiu para que a Tese fosse defendida, porque a considerava concluída. Tratava da formulação das políticas públicas em Nutrição e de como as variadas elites pressionavam e logravam vantagens e privilégios, em detrimento dos grupos populacionais classificados como população-alvo, que não tinham oportunidade para se expressar e menos ainda para defender seus interesses. As empresas lutavam por mercado para suas sopas desidratadas, seus *milk-shakes* em pó e seus mingaus proteicos; a comunidade científica, do campo epidemiológico, lutava por avaliações antropométricas e bioquímicas do pretendido impacto no estado nutricional dos desnutridos, enquanto os do campo tecnológico pressionavam por apoio à pesquisa e desenvolvimento de formulações proteicas vitaminadas, que seriam então processadas e vendidas, ao Governo, pelos empresários; e a tecnoburocracia, por sua vez,

⁴⁷ O Blog "Bromatologia em Saúde", com postagens de pesquisas realizadas pelos alunos dessa disciplina, pode ser visitado em: <http://bromatopesquisas-ufrrj.blogspot.com.br/>. Acessado em 17 abril 2017.

⁴⁸ Com a *Consumers International* - uma ONG que, sediada em Londres, articula mundialmente as associações voltadas para orientação e proteção de consumidores - foi desenvolvido trabalho e ações relacionadas com a elaboração de legislação internacional sobre rotulagem de alimentos transgênicos, incluindo participação na Delegação da C.I. que participou da reunião em Ottawa (1989) do *Food Labeling Committee, do Codex Alimentarius Commission*.

⁴⁹ Com a *Wemos Foundation* - uma organização holandesa que atua internacionalmente em políticas de saúde - foi desenvolvido trabalho sobre legislação internacional sobre alimentos usados como substitutivos do aleitamento materno, inclusive ministrando palestras, em Berlim e Leiden, para grupos de delegados de países em desenvolvimento (principalmente da África, Europa Central e Ásia), orientando-os para futuras participações em comitês do *Codex Alimentarius Commission*.

lutava pela institucionalização da máquina administrativa, planos de carreira, estabilidade no emprego e melhores salários, visando transformar em fundação, autarquias como o INAN.

Quando a Tese estava pronta, surgiu o fenômeno Collor prometendo a extinção dos programas de combate à fome, já que haveria desenvolvimento, emprego e salários para todos. Veio a extinção do INAN no segundo mandato de Fernando Henrique. Veio a Campanha do Betinho, no Governo Itamar. Veio o fetiche do número, anunciando que eram 32 milhões os famintos. E o cenário se transformou. A sociedade do espetáculo tomara conta da desnutrição, dos famintos e dos programas de combate à fome. Um novo referencial teórico, explicando que para famintos virtuais eram demandadas políticas virtuais (e entre um cigarro e outro, Mário Hamilton, rindo, propagava a provocativa hipótese). Cética e irônica, Sonia Fleury contrapunha que “essa Tese não vai ter título, mas manchete”. Mas, teimosa e equivocadamente, a matrícula foi trancada para aperfeiçoar e *aggiornar* os referenciais teóricos da Tese, contrariando o Orientador que recomendava defender como estava, deixando para depois o exercício de estudar as novas tendências da conjuntura. A matrícula foi trancada. O Orientador terminou falecendo. O tempo passou. E a titulação, que a UFRJ não havia exigido em 1987, hoje é indispensável para permanecer vivo e atuante mesmo em nível de ensino de Graduação, caducando qualquer hipótese de que, um dia, o currículo havia sido aprovado por Notório-Saber. Os mais de noventa orientados formais sucessivos, todos com bolsa, dos anos anteriores, foram substituídos pelo vácuo, pois o *website* da FAPERJ sequer permite o acesso para ler os Editais, a quem não digitar afirmando ter Doutorado completo. Em suma, foi necessário voltar à ENSP, cursar todas as disciplinas outra vez, submeter-se a novo Exame de Qualificação, propor um novo Projeto de Pesquisa.

O Projeto de Pesquisa submetido e aprovado não era novo. Era o mesmo de 25 anos antes, a mesma indagação, a mesma hipótese, apenas que o estudo do combate à fome agora teria, como referencial teórico, aquilo que parecia fazer falta em 1992: Baudrillard, Bauman, Debord e Jameson. Os tempos porém são outros e, no decorrer dos trabalhos, percebendo como o Projeto sofria resistências entre muitos colegas, em tempos de “nós contra eles” (também dentro de sala de aula) e de “pós-verdades” (modeladas por vozes acadêmicas), mas também considerando que o mundo dos “alimentos saudáveis”, da rotulagem, dos transgênicos, dos néctares, dos nutracêuticos, carecia mais desses estudos que as políticas contra a fome, outra vez aquela Tese foi colocada de lado, substituída por esta, recomeçando tudo do zero.

Essa mudança não foi recomendada pelo novo Orientador. Muito pelo contrário. Mas o fato é que a influência foi inteiramente daquele docente, quando propiciou e orientou

leituras e reflexões sobre “Atos de Fala” e “Agir Comunicativo”. É que foi dali que brotaram indagações sobre as “falas” atuantes nos rótulos. E sobre a necessidade das empresas assegurarem verdades – razão e ética - no diálogo que propõem via rótulo, com os consumidores, sem o que não parece que haja expectativa de solução, já que pela via da regulação, fiscalização, repressão e punição temos décadas de rótulos sob descrédito e fraudes.

O Ministério da Saúde - com representante do INAN presente na reunião do Comitê de Rotulagem do *Codex Alimentarius Commission* (Ottawa, 1983), bem como na reunião do Comitê de Nutrição e Alimentos para Fins Dietéticos Especiais (Bonn-Bad Godesberg, 1984) - já se preparava para deslançar ações que se frustraram, abatidas pela descontinuidade com o advento da Nova República. Foi porém possível, ainda em 1984 - como desfecho de atividades que tiveram publicação no Jornal de Brasília em Julho de 1983⁵⁰ - estabelecer regulamentação para rotulagem obrigatória do prazo de validade e data de fabricação em alimentos perecíveis.⁵¹

Em 1990, em “O Globo”, havia sido publicado, do mesmo autor⁵², enquanto no exercício da Presidência da Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos (SBCTA), artigo informando sobre lançamento, em conjunto com a UFRJ, de Programa de Informação Pública em ciência de alimentos, incluindo palestras, exposições de rótulos, distribuição gratuita de material informativo, bem como demonstrações públicas de experimentos laboratoriais como apoio pedagógico e comunicacional. Afirmava que: “*Nesta primeira fase, o enfoque está na questão ‘aditivos alimentares’, e está sendo distribuída uma tabela com os códigos de todos os aditivos, explicando suas finalidades (...). Em seguida, virão informações sobre os ‘dietéticos’ e sobre o uso abusivo do termo ‘natural’ em rótulos*”.

Ainda em 1990, questionava a ideia de que aditivos químicos eram expressão da modernidade tecnológica, evidenciando que conservantes químicos são utilizados para mascarar problemas de precariedade e falta de higiene nas instalações fabris, assim como de falta de capacitação tecnológica, representando o atraso, enquanto alimentos sem aditivos é que são expressão de qualidade e desenvolvimento⁵³.

⁵⁰ “A validade do prazo de validade” e “Prazo de Validade e indústria de alimentos” são dois artigos, de autoria de Luiz Eduardo Carvalho, publicados no Jornal de Brasília, respectivamente, em 03 e 10 de Julho de 1983. Disponíveis, o primeiro, em: https://drive.google.com/file/d/0B8x2WjTZOiDvYzhYwixN2EtZjk0OS00NWVjLWFkYWYtNjcxZGI1NDUxZjFl/view?ddrp=1&hl=en_US#. E o segundo em: https://drive.google.com/file/d/0B8x2WjTZOiDVM2I3NDE5NzktYjZkYy00OWQxLWFkYmEtMDQ3NDI2ZTN_hMTMy/view?ddrp=1&hl=en_US#. Acessado em 12 Janeiro 2017.

⁵¹ Normas interministeriais, Saúde e Agricultura (CISA 9 e 10), foram estabelecidas visando obrigatoriedade de informações sobre prazo de validade nos rótulos de alimentos perecíveis, como resposta à ocorrência de morte por botulismo, de criança que ingeriu patê em bisnaga preservados por refrigeração. Disponível em: http://www.anvisa.gov.br/anvisa/legis/resol/10_84.htm. Acessado em 12 Janeiro 2017.

⁵² “Aditivos, mentiras & videotape”, artigo de opinião de autoria de Luiz Eduardo Carvalho, publicado no jornal O Globo, edição de 20 de outubro de 1990. Disponível em: http://www.farmacia.uftj.br/consumo/leituras/li_og901015.htm. [Acessado em 14 dezembro 2016.](#)

⁵³ CARVALHO, L.E. “Aditivos: Modernidade e Desenvolvimento”. Revista Nacional da Carne, v. 164, p. 40-41, 1990.

Na linha da rotulagem de *Infant Formulas*⁵⁴, várias pesquisas foram orientadas, resultando em dois capítulos de livro, um sobre as identidades líquidas de alimentos para bebês⁵⁵, enquanto outro focava na semiologia dos rótulos desses alimentos infantis.⁵⁶

Do mesmo autor, em artigo publicado no jornal O Globo, em 1991, em meio a muitos escândalos sobre alimentos contaminados, que repercutiam intensamente na mídia, o objeto abordado foi então o rótulo de balas que eram acusadas de conter cocaína, e questionou:

Esse rótulo, contudo, é apenas tão ridículo e cretino quanto quase todos os demais aprovados pelo Ministério da Saúde. A grande questão volta-se para o conteúdo dessas caixinhas e, assim, pergunta-se: algum dia o setor Saúde se preocupou em inspecionar esta ou qualquer outra bala ou chiclete? Os aditivos utilizados são apenas os que está listado nos rótulos? Foram usados dentro dos limites toleráveis? Será que tais aditivos respeitam o grau de pureza necessário para consumo humano? A resposta é certamente não. Inclusive porque, mesmo agora, no auge dessa polêmica, quem está analisando as balas é, pasmemo-nos, o IML (...)(CARVALHO, 1991).⁵⁷

Como muitos jovens pesquisadores abordam a questão “rotulagem” sem vivência anterior no tema - e, pior, fazendo uso estritamente do referencial bibliográfico ofertado pelas bases de dados, priorizando publicações recentes - terminam assumindo narrativas históricas prenes de imprecisões ou mesmo inverdades, já que não consideram pesquisar livros, relatórios, pareceres-técnicos e outros materiais indispensáveis aos que se dispõem a publicar historiografias de políticas, programas e medidas no campo sanitário.

Outra hipótese, para explicar a amputação desses fatos nas pesquisas historiográficas publicadas, é que alguns segmentos da comunidade científica não queiram reconhecer que, durante anos, ignorou e desprezou a patologia da obesidade e os malefícios dos alimentos formulados de baixo custo - que agora denomina de ultraprocessados, como se fosse um fenômeno novo, como se ultraprocessamentos fossem problemas em vez de riqueza cultural e científica - ocupada que estava no discurso contra a fome e a desnutrição, confundindo e substituindo o “fazer científico” pelo “fazer eleitoreiro”. Ou, na menos pior das hipóteses, querendo tomar, como descoberta autoral, um fenômeno muito antigo e já exaustivamente tratado por outrem, no passado distante.

Este é um problema que ameaça a linha desenvolvida na pesquisa desta Tese, que se propõe a ser “vanguarda”, nascida para contrariar, como é e deve ser esperado da atividade

⁵⁴ Designação utilizada, internacionalmente, para produtos que visam ser utilizados em substituição ao leite materno.

⁵⁵ CARVALHO, L.E. & DIAS, M.S. Identidade e Legislação de Alimentos Infantis. In: Amamentação: bases científicas. CARVALHO, M.R. & TAMEZ, R.N. (org.). Edit. Guanabara-Koogan, 2ª Ed. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.aleitamento.com/amamentacao/conteudo.asp?cod=1531> Acessado em 25 Novembro 2016.

⁵⁶ DIAS, M.S. & CARVALHO, L. E. . INFANT FORMULA: ingredientes, mimetizações, signos e mercado. In: Marcus Renato Carvalho. (Org.). Aleitamento. Rio de Janeiro: Guanabara-Koogan, 2010, v. , p. -.

⁵⁷ CARVALHO, L.E. “Saúde Pública e Desgoverno”, artigo de opinião de autoria de Luiz Eduardo Carvalho, publicado no jornal O Globo, edição de 17 Outubro 1991. Disponível em: http://www.farmacia.ufrj.br/consumo/leituras/li_og911017.htm . Acessado em 14 Fevereiro 2017.

científica que traz inovações. Ou seja, esta Tese - em que pesem negativamente os exemplos bromatológicos que serão citados e analisados - não é um relatório denunciante de alguma organização dedicada à defesa de consumidores, não é uma peça para cobrar medidas da fiscalização sanitária, nem é uma relação de fraudes praticadas por multinacionais da nutrição, da *indústria da vida* e do *agribusiness*, e sim um estudo que se propõe a investigar as causas mais profundas dessa conjuntura que, ao longo das décadas, só se agrava, imune às denúncias e às políticas, programas e medidas governamentais. A criação de mais atos regulatórios, a criação de agência de vigilância sanitária, a publicação de um sem número de artigos científicos, a difusão de denúncias na mídia e nas redes sociais, nada disso tem logrado evitar uma acelerada piora daquele quadro epidemiológico.

Uma possível explicação é que existem causalidades fora do simplório “nós contra eles”, “consumidores contra indústrias”. No início dos anos setenta a Academia - aqui entendida como os grupos dominantes nos campos da Nutrição e da Tecnologia de Alimentos - em grande parte, persistia na ideia que a desnutrição era uma patologia biológica, uma moléstia cuja terapia demandava algum “remédio”. Ou seja, a cura seria alcançada mediante ingestão de alimentos vitaminados, de enriquecidos com minerais, de alimentos proteicos – incluindo nisso a introdução da soja como item alimentar da cesta básica e de formulações concentradas distribuídas gratuitamente pelo Governo, ou ainda a *tórula*⁵⁸ e a farinha de pescado.

Agora, na mesma matriz, a obesidade é uma patologia biológica que seria curada com frutas e sucos, vetando-se biscoitos recheados, refrigerantes, pão e refeições congeladas, novamente desprezando as causas sociais, culturais e, mais que tudo, econômicas. Nesse contexto é que a rotulagem vem sendo lembrada, ou defendida, como instrumento para implementação de intervenções orientadas para promover a Educação Nutricional.

Se propaganda da TV, nos anos setenta, não lograria sucesso para erradicar a fome através de modificações nos hábitos alimentares dos famintos e desnutridos, tampouco parece razoável que, agora, educação nutricional através dos rótulos possa erradicar a obesidade epidêmica que se observa. O escopo desta pesquisa, conforme já explicitado nas páginas anteriores, não inclui variáveis que permitam avaliar tais aspectos, mas considera que muitos atos regulatórios já foram impostos para controlar a rotulagem e, se não é objetivo avaliar os impactos das novas rotulagens, estudar e avaliar os rótulos, bem como avaliar o panorama

⁵⁸ Tórula é uma das denominações para produtos elaborados com levedo, ou seja, a massa de leveduras que sobra na fabricação de álcool, por exemplo.

atual, depois de tantas regulações terem sido acrescentadas ou aperfeiçoadas, é objetivo bem viável.

A INDAGAÇÃO SIM É NOVA

Se substituição transcorreu no tema da Tese - saindo de políticas de combate à fome para identidade, filosofia da linguagem e rotulagem alimentar - não deveria surpreender que, também já no investigar do novo tema, viesse uma substituição da indagação e, então, na hipótese.

Já no momento zero, a percepção sobre o tema fugia do senso comum ou da narrativa dominante, de que o problema se reduz à categoria de “estelionato”, de crime contra a economia popular, onde néctares açucarados são vendidos como se fossem suco, enganando consumidores, porque as indústrias só pensam no lucro, desprezando aspectos relacionados com a saúde.

Que os rótulos das bebidas de frutas induzem consumidores a erro, isso é inquestionável. Dezenas de exemplos, que materializam tal ideia, serão apontados e descritos nesta tese, mas a questão é muito mais complexa que isso. Já de início, um fato concreto chama atenção: o Brasil é o maior exportador mundial de suco de laranja, ocupando mercados exigentes, em face de sua altíssima qualidade e preço competitivo. Não parece razoável acreditar que, se no Brasil comercializam principalmente néctares, o fazem apenas por cobiça e perversidade, ou porque a fiscalização seja desatenta.

Desperta atenção especial o fato de que o suco reconstituído a partir do concentrado e congelado que, sem açúcar e aditivos, compõe as marcas *premium* no Brasil já não continua tão bem aceitos na Europa e nos Estados Unidos. Se antes exportava suco de laranja concentrado e congelado, para reconstituição lá no exterior, agora foi preciso mudar não só o processo de fabricação e preservação, mas readaptar toda a logística de transporte e armazenagem o que não é pouca coisa, dados os volumes e as distâncias - para produzir e transportar volumes multiplicados de suco integral, com toda a água original, um suco fresco, natural, apenas ligeiramente pasteurizado.

Da mudança de tema - que era a espetacularização das políticas públicas, particularmente daquelas associadas com o combate à miséria e à desnutrição - uma sequência de outras mudanças foi sendo realizada. Primeiro o tema era rótulo, mas ficou logo evidenciado que, só podemos rotular como X, aquilo que reconhecemos como X e que tem uma consensual identidade X. Ou seja, antes de pesquisar mais rótulos, precisamos pesquisar a ideia de identidades alimentares, em especial quando tratamos de alimentos “conceituais”,

como *dietéticos, orgânicos, transgênicos, detox* e também *néctares*. E pesquisar o uso de palavras para designar substâncias ou produtos, em atos que dão ideia de serem outras substâncias ou produtos. Por exemplo, o uso de palavras como *frutose*, ou *Zero Trans*, ou “leite de”. Ou até mesmo expressões como “à base de”.

As mudanças, porém, nunca se limitam ao tema, ao recorte, ao sub-recorte, mas terminam atingindo a indagação, que vai se reajustando infinitas vezes até que os ajustes passam a ocorrer na hipótese, até chegar aquele momento em que é preciso fixar uma hipótese e deixar as demais bem isoladas, para um outro projeto, outra pesquisa futura.

Parte dessas mudanças ocorre porque a realidade, mesmo se imune às liquefações apontadas por Bauman, ela é instável, mutante, evolutiva, e o objeto que estávamos pesquisando vai se modificando, algumas vezes em velocidade muito maior que aquela alcançada pelo pesquisador para acerca dela escrever. Outra parte das mudanças ocorre porque o pesquisador, que julgava estar com a “tese toda pronta na cabeça, só faltando escrever”, acaba por descobrir, parágrafo por parágrafo, à medida que vai materializando seus pensamentos em palavras no papel, que suas convicções iniciais não resistem à lógica, não correspondem fielmente aos fatos, mostram-se fora de ordem quando, descrevendo aqueles, são ordenadamente transcritas no papel. Certezas prévias não conversam bem com os “achados”, conduzindo a ligeiras, mas imperiosas, mudanças na discussão e, quando possível, reajustes na própria hipótese que desejávamos comprovar, desembarcando, com forçoso desapego, de nuances que lá na frente se mostrariam estrangeiras à realidade.

Embora superficialmente informado que suco de laranja vinha sofrendo acusações, no Exterior, de ser pouco recomendável, pouco saudável, em face de seu alto teor de açúcares naturais (mesmo quando nenhum açúcar a ele é adicionado), é forçoso reconhecer que não se tinha noção da dimensão que isso já tinha alcançado, o que só foi possível melhor detectar já no meio da pesquisa. Até então, se operava com a premissa que suco de laranja era um produto altamente saudável, ainda que não tenhamos para “saudável”, nem para “saúde” tenhamos, uma definição consensual, que não seja reconhecidamente controversa e problemática. A premissa original era que, se algo não era saudável, esse seria o néctar ou os refrigerantes, os pós artificiais para refrescos e outros artefatos ingeríveis que tentam mimetizar mais com palavras e imagens, que verdadeiramente com nutrientes, algumas particularidades das laranjas.

Nesse contexto, torna-se árduo e continuado o exercício de não deixar alargar o escopo da pesquisa, bem como o de não se perder no labirinto das narrativas paralelas que instigantemente se oferecem. Muito difícil, exige muita disciplina, por exemplo, não escrever

nada sobre as intervenções governamentais para colocar sucos, porque saudáveis, na merenda escolar. E tampouco escrever sobre como a iniciativa de incluir suco “orgânico” de laranja termina em grande escândalo de corrupção, na merenda escolar paulista.⁵⁹

A mudança seguinte, o que é também natural, ocorreu no próprio título da Tese, que passou a ser, numa referência à obra de John Austin⁶⁰, “Como fazer coisas com as laranjas (e com as palavras)”. Antes de várias outras mudanças, o título havia sido “Identidade de Alimentos: as regras elementares da vida bromatológica”. E, antes ainda, “Rotulagem e percepção pública sobre identidades de bebidas industrializadas de frutas”.

O sub-recorte inicial se movia em torno de observações sobre a narrativa crítica dominante na mídia, mas também na Academia, contrária ao consumo do néctar de laranja. E, para este sub-recorte, a indagação girava em torno de “É certo isso de que o público compra e paga por suco de laranja mas as indústrias são desonestas e, sem fiscalização governamental, entregam néctar, com mentiras na rotulagem, cabendo então políticas públicas, sobre regulação dos rótulos, com fiscalização mais presente e severa, visando a promoção da saúde via estímulos e garantias para uma alimentação saudável?”.

Para aquele tema e esta indagação, a hipótese então formulada era no sentido que: “O fenômeno é muito mais complexo do que parece para ativistas e opinadores leigos, e não terão sucesso medidas voluntaristas, pois se tivermos consumidores dispostos e com recursos para pagar o preço justo do suco, a indústria entregará suco, mas entregando suco ou néctar, tanto faz, ela sempre alguma inverdade imaginará pespegar no rótulo, inclusive porque, do ponto de vista dela, o concorrente quase sempre mentiu antes (ou mentirá mais a frente, senão no rótulo, na propaganda).”.

Existem também, o tempo todo, as tentações para - em vez de ajustar sub-recorte, indagação e hipótese - abandonar tudo e reiniciar com outro tema qualquer. E vale registrar que um tema em particular, inicialmente pensado para estar subjacentemente na Tese, esteve o tempo todo provocando essas tentações, qual seja o tema de, a partir de Durkheim, mas incorporando as contribuições de Yin (2009), Habermas, Bourdieu, Searle, Austin, Baudrillard e Bauman, fazer da Tese uma proposição metodológica, essencialmente de ordem

⁵⁹ Frutas e sucos têm sido recomendados para uma alimentação saudável. E a Merenda Escolar estadual, em São Paulo, incluiu suco de laranja e, mais que isso, orgânico adquirido de agricultores cooperativados. Reportagem datada de 02 Fevereiro de 2016, noticiou que Ministério Público e Polícia Civil apuraram superfaturamento, envolvendo deputados e servidores públicos como beneficiários da propina. De um lado, o suco vinha sendo adquirido de grandes indústrias, mais barato, e revendidos mais caro, ao Governo, como se fossem de pequenos agricultores, fraudando as Declarações de Aptidão ao PRONAF (DAP), do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. O suco era vendido pelo preço máximo permitido, R\$ 6,80 o litro, cujo custo girava em torno de R\$ 3,70. Com essa larga faixa de lucro, em torno de 90%, se viabilizava o pagamento de comissões de 5 a 25% dos contratos, acusou a investigação. Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/02/veja-como-funcionava-o-esquema-suspeito-de-fraude-na-merenda-em-sp.html> E em: <http://sao-paulo.estadao.com.br/blogs/por-dentro-da-metropole/apos-escandalo-da-merenda-alcmin-proibe-coaf-de-assinar-novos-contratos> Acessados em 21 Abril 2017.

teórica-filosófica, para ousadamente reposicionar a Bromatologia como Ciência do campo da Saúde Coletiva.

O título pretensioso, mas promissor, seria algo como “Contribuições às Novas Regras para o Método Bromatológico”, a partir da vivência, dos pensamentos e dos métodos de Emile Durkheim. Uma Tese propositiva, focada e restrita à formulação de nova “metodologia de pesquisa”, demandaria tempo e coragem que as circunstâncias não recomendam e os prazos oferecidos não permitem. Esta presente “Como fazer coisas com (...)” já é ousadia considerável, inclusive no que tange às questões metodológicas, se observada a partir do campo das *Food Sciences*, histórica e ortodoxamente usufrutuária de “achados laboratoriais”.

Poderia ser uma pesquisa sobre consumidores, indagando se eles leem ou não os rótulos; ou se eles compreendem o que leem ou não. Ou um *check list* observando se uma determinada categoria de produtos está cumprindo a lei ou não. E então concluir recomendando intensificar a legislação ou realizar campanhas de informação ao público. Mas isso foi tema e método de trabalhos faz mais de 40 anos. Parece ter muito sentido para quem está começando na temática. Mas é preciso ir mais longe e mais profundo. E esta é a pesquisa que aqui se apresenta.

Quando aqui se fala em indagação nova ou hipótese nova, isto não é no sentido de uma pretensiosa inovação, mesmo porque Estudos de Casos e o referencial adotado - Bauman e Baudrillard - estão presentes em centenas ou milhares de pesquisas e *papers*. O “nova”, aqui, é no sentido de fazer uso do que é já velho em outras áreas de conhecimento mas aqui, na Bromatologia, nas questões de ordem alimentar e nutricional, não tem sido ainda praticado. Ou seja, Estudo aprofundado de Casos, como metodologia de pesquisa sobre identidades e técnicas em sucos e bebidas, e de outra parte Bauman e Baudrillard como contribuições explicativas em rotulagem de alimentos, são exercícios que, mediante busca bibliográfica nas bases de dados, não resultaram na obtenção de referenciais sobre pesquisas anteriores.

Isto talvez decorra do fato do campo das *Food Sciences* ser intolerante com o método qualitativo, exigindo experimentos laboratoriais ou, então, no limite, tratamentos estatísticos que mimetizem cientificidade, ainda que inadequadamente, em dados sobre opinião de consumidores. E, ainda, porque decorra do fato de, até muito recentemente, serem bem escassos os estudos sobre fenômenos bromatológicos estarem amparados sob a cobertura dos espaços da Saúde Coletiva.

A “conquista” do objeto vem assim provocar, nesta pesquisa, inesperadamente, um rompimento com o próprio senso comum douto do autor, o que ganha significado e relevância, na medida em que poderia ser apontado que, mais que uma pesquisa, isto constitui

apenas, ou mormente, um registro da própria trajetória pessoal deste ou, no mínimo, se confunde bastante com ela. Ocorre que são muitos os possíveis “objetos” que trazem essa marca pessoal, quando um pesquisador já coleciona mais de quarenta anos transcorridos em atividades diversas, um partícipe, no bojo dos temas e fatos que, de fora, hoje prossegue investigando.

Como são os rótulos de alimentos e bebidas? Como o aprofundamento do olhar, no interior das camadas de um “caso” selecionado, ajuda a melhor compreender o universo dos rótulos alimentares em geral? Por que é assim? Quais os obstáculos para que essa realidade seja transformada para melhor, deixando de ser como tem sido? Alguma outra legislação, produto de procedimentos aperfeiçoados, imune às pressões indevidas e práticas não republicanas, uma legislação ideal, lograria alcançar uma rotulagem ideal ou, ao contrário, é impossível estabelecer identidades, definições, terminologias e formatos comunicativos que, de um lado, expressem com exatidão o conteúdo enquanto, de outro lado, são inteligíveis a todos os consumidores?

As Ciências de Alimentos têm muitas respostas para muitos desafios. Revolucionaram as prateleiras e os *business plans* dos varejistas de alimentos. Essas ciências mudaram os produtos, a nutrição, o consumo, a economia, a vida, os jeitos de viver, mudaram o mundo. Mas essas ciências, conforme se subentende da hipótese desta pesquisa, geram um vácuo epistemológico, ocupando espaços, capturando indagações, para as quais não teriam métodos e saberes que tragam respostas ao fenômeno da rotulagem, sua regulação e sua fiscalização.

É a Bromatologia, do campo da Saúde Coletiva, não a Química e a Bioquímica, não a Técnica Dietética, do campo das Ciências Agrárias ou das Ciências Biomédicas, quem poderá trazer explicações e soluções para o problema da rotulagem. E este, enfim, é um propósito periférico desta Tese: trazer uma contribuição para instituímos e adotarmos novas regras para o método bromatológico.

MÉTODO NOVO E REFERENCIAL NOVO

Estudos de caso - uma tipologia de método qualitativo de pesquisa - pode não ser a melhor conceituada ou a mais reconhecida das metodologias, nem mesmo dentro do conjunto dos métodos qualitativos seja talvez considerada como a mais válida⁶¹. Certo que é, para muitos, uma metodologia questionável e que desperta desconfianças. Mas para investigações sobre este tema, para esta categoria de indagação e hipótese, é muito provável que não haja

⁶¹ O desenvolvimento desta ideia, assim como o referencial bibliográfico está inserido mais a frente, na apresentação sobre a “Metodologia” adotada nesta Pesquisa.

melhor metodologia. Bastaria talvez um único exemplo para isso comprovarmos. Vejamos, o recente caso das ações da Polícia Federal, acerca das corrupções e fraudes em frigoríficos de produtos cárneos.

Poderíamos estar pesquisando se consumidores leem e compreendem o que a legislação sanitária determina que seja escrito nos rótulos. Ou se essas exigências estão sendo bem cumpridas pelos fabricantes. Poderiam estar sendo aplicados questionários, operados grupos focais e sendo realizados tratamentos estatísticos. Mas um mero Estudo de Caso pode fornecer resultados imediatos, com poucos minutos de trabalho (se os pesquisadores, é claro, tiverem experiência no assunto), com baixíssimos custos e com mais segurança nas conclusões. Basta observar o que está escrito nos rótulos e correlacionar com o que é escrito na mídia e expressado nas entrevistas dos telejornais, para concluirmos, com grande precisão, que os rótulos não estão sendo lidos rotineiramente e, mais, não estavam sendo lidos sequer naquele momento que mobilizava o País.

Estivessem lendo e compreendendo as informações dos rótulos, estariam então cientes que, mesmo nas salsichas de peru, das empresas líderes de mercado, o teor proteico é menor que o teor de gordura, mal ultrapassando 50% do teor de amido e gordura somados. E que a proteína vem de carne desossada mecanicamente. E que a gordura, que é quase metade da salsicha de peru não é gordura de peru. Tudo isto está bem claro nos rótulos. Estivessem lendo os rótulos, estariam certamente exigindo que seja especificada qual é a parte da carne, enfim, de peru, embutida naquelas salsichas. E também qual é, não só a origem, mas a fonte de gordura ali inserida como ingrediente (de qual outro animal e qual a parte desse outro animal).

Se fraude e corrupção existem, naquelas salsichas de peru, então é para produzir salsichas todavia piores do que aquelas que, surpreendentemente, estão dentro da Lei. Essa hipótese pode ser comprovada em minutos, mediante metodologia de “Estudo de Casos”. Por indução - mas até mesmo por dedução, convenha-se - os consumidores, a mídia, ninguém está se esforçando em ler as letrinhas pequenas, ocultadas pelos cantos e dobras da embalagem plástica.

Não carece de grupos focais ou questionários, entrevistas, histórias de vida. Observação e Estudo de Caso, frugalmente, mas com força científica, comprovam: não estão lendo os rótulos. Pior: com aqueles outros métodos, sem aprofundar a leitura e compreensão do fenômeno, as pesquisas não estão trazendo à luz a realidade dos alimentos, nem de suas rotulagens. Estudos de caso, se bem planejados e executados, trariam essas explicações, como será demonstrado no decorrer desta Tese.

O novo, aqui, obviamente, não é o método de Estudos de Casos. Mas o emprego do método Estudos de Casos em avaliações sobre alimentos, sem desprezar as variáveis de ordem química e bioquímica. Igualmente inovador, em Bromatologia, em pesquisas sobre alimentos e seus rótulos, é assumir que se está transitando em meio a processos que abarcam a produção, a circulação e a apropriação de sentidos e práticas de comunicação.

PORQUE SUCO, PORQUE LARANJA, PORQUE *Lanj*

No projeto original desta pesquisa, submetido no Exame de Qualificação do Doutorado, a metodologia contemplava a opção por “casos múltiplos”, abarcando 20 diferentes “casos” sobre identidade e rotulagem de alimentos. Já no percorrer dos trabalhos investigativos, aqueles muitos casos, embora já bem desenvolvidos ou até tabulados, ilustrados e escritos em uma primeira versão, foram reduzidos para apenas cinco - bebidas de soja, alimentos transgênicos, “*infant formulas*”, produtos para dietas especiais e bebidas como sucos ou néctares - visando com isso permitir maiores aprofundamentos, em algumas variáveis extraídas de nuances para esta Tese muito relevantes, ainda que raramente observadas nos rótulos.

No entanto, verificou-se que aqueles cinco casos selecionados não apenas permitiam, mas exigiam aprofundamentos mais e mais rigorosos, de tal forma que cada um dos casos, para dar conta das exigências, ultrapassaria cem páginas, sem que isso viesse propiciar alguma base científica para generalizações extensíveis à rotulagem de todos os demais alimentos. Nesse ponto, tomou-se a decisão de alargar e aprofundar apenas um dos cinco casos que antes somavam vinte. E, em vez de persistir na multiplicação dos casos, optou-se por um único caso, o de sucos e néctares, aprofundando-o ainda mais, já que aprofundamento é exatamente a apreciada virtuosidade da natureza desta metodologia qualitativa.

Aquele sub-recorte “bebidas de frutas” sofreu então um novo recorte, e o sub-recorte “objeto da pesquisa” ficou restrito a bebidas da fruta laranja. E um novo sub-recorte se mostraria possível e necessário, com a abordagem se limitando agora apenas ao suco de laranja concentrado congelado e, dentro deste, uma única marca, o *Lanj*.

A decisão pelo *Lanj* foi tomada com base em rigorosos critérios técnicos, quais sejam: i. laranja é o suco preferido dos consumidores; ii. *Lanj* é um produto que está no mercado, sem grandes alterações na composição ou no rótulo, ao longo de quatro décadas, o que não se observa em nenhum dos outros sucos de laranja industrializados; iii. o acervo do LabConsS-UFRJ dispõe de embalagens que cobrem as últimas quatro décadas, propiciando então material para uma preciosa análise de pequenos detalhes que foram sendo modificados

na composição e nos rótulos ao longo destes anos; iv. as alterações observadas em seus ingredientes (e aditivos), nas orientações para diluição, nas denominações, ainda que não muito perceptíveis ao senso comum, são ricas em nuances para demonstrar a evolução histórica do caráter dos sucos, dos néctares, das legislações e dos rótulos em geral; v. nenhum outro produto, de nenhum dos vinte casos iniciais, dentre mais de 600 embalagens estudadas, ofereciam essa mesma riqueza de dados; vi. o *Lanjál* é um produto, comparativamente, de alta qualidade, não sendo um desqualificado pó artificial para refresco ou um néctar onde açúcar, água, corantes, aromatizantes e suco de maçã são anunciados como suco de laranja em “caixinha”; vii. as qualidades positivas do *Lanjál* o diferenciam da maioria das bebidas de laranja ofertadas no mercado, mas nem por isso está amputado do fenômeno da identidade líquida e hiper-realidade, tão mais gritantes nos produtos concorrentes.

Numa etapa posterior da pesquisa, foi percebido que, metodologicamente, seria mais adequado expandir um dos segmentos do Estudo de Caso, aquele que apresentava um panorama geral do mercado de bebidas de laranja, tornando-o um segundo caso, sem portanto incluir algum caso sobre rotulagem de algum outro tipo de alimento, mas permanecendo no restrito objeto “bebidas de laranja”. O segundo Estudo de Caso opera com um outro sub-recorte do mesmo objeto, somando-se ao sub-recorte *Lanjál*, um outro sub-recorte, agora de maior amplitude, qual seja o conjunto de particularidades observadas nas identidades e rotulagens do conjunto de sucos, néctares e bebidas de laranja em geral, já não apenas um dos tipos de preservação, já não apenas com uma única marca.

APRESENTAÇÃO DAS PARTES DA TESE

Introdução, Revisão Bibliográfica, Objetivos Gerais e Específicos, Materiais e Métodos, Discussão dos Resultados - obtidos através de “Estudo de Casos” - e, por fim, Conclusões, essa estruturação clássica, dos trabalhos e publicações de pesquisas acadêmicas, é aquela também aproximadamente obedecida na condução e redação desta Tese de Doutorado, ainda que com algumas adaptações demandadas pela temática, pelo processo de pesquisa e pelas intenções de estimular e facilitar a leitura crítica a leitores do universo mais amplo da Saúde Pública, incluindo aqueles acaso limitados em conhecimentos em Bromatologia.

Logo após esta Apresentação, que expõe e problematiza o recorte, a indagação e a hipótese do tema investigado - bem como apresenta e ilustra a gênese da linha de pesquisa - se desenvolve a Introdução, a qual situa o “objeto rotulagem” no interior da Saúde Coletiva,

perpassando os subcampos da Nutrição, da Bromatologia, da Promoção da Saúde, da Vigilância Sanitária, do Direito em Saúde e, ainda, da Informação e Comunicação em Saúde.

A construção bromatológica do objeto se dá, assim, em superpostas camadas. Na Introdução temos algumas das primeiras camadas, basicamente aquelas de caráter mais conceitual e doutrinário sobre o ato de rotular. Novas camadas, mais e mais profundas, são desveladas no percorrer do primeiro Estudo de Caso selecionado, sobre o produto de marca *Lanjál*, uma marca de suco de laranja concentrado congelado, que faz décadas encontra-se ofertada no mercado brasileiro. Ali é estudada a evolução cronológica dos ingredientes, a inserção de novos aditivos, nas informações sobre a presença de aditivos, bem como as mudanças nas recomendações de preparo, nas terminologias, na composição nutricional.

A Tese, já estava decidido, se circunscreveria à inclusão deste único Estudo de Caso, uma vez afastados todos os outros que fizeram parte da pesquisa, que incluíam alimentos de variadas tipologias. Os “achados” propiciados pelo Estudo de Caso sobre *Lanjál* se mostravam suficientes para oferecer respostas às indagações originalmente formuladas para a investigação.

Três foram, entretanto, as forças que motivaram a inserção de um segundo Estudo de Caso, cobrindo então dezenas de outras marcas de sucos e bebidas de laranja, um Estudo de Caso sobre o “Panorama de Mercado de Sucos e Bebidas associados com Laranja”. Uma primeira motivação, de menor relevância, é que os dados disponíveis pareciam muitíssimo interessantes, originais, autorais e já estavam praticamente prontos para incluir no texto. Uma segunda motivação é que, se mantido um único caso, a Tese poderia ser confundida com um ataque a uma empresa, a uma marca, a um produto específico, principalmente por parte do fabricante e seus colaboradores, alguns deles sendo ou tendo sido parte de um mesmo ambiente de convivência com este autor, nos bancos universitários, em eventos de sociedades científicas etc. Pareceu menos cruel ampliar a amostra de produtos estudados, ainda mais se os outros elementos apresentavam particularidades bem mais negativas. Por fim, uma terceira motivação, a mais relevante de todas, é que a ampliação no número de elementos estudados, se não propiciaria uma base para generalizar as respostas, certamente propiciaria uma base para generalizar a diversidade de recursos empregados, pelos fabricantes e pelos agentes normativos, para tolerar ou autorizar a liquefação das identidades e o ocultamento da “realidade”.

A elaboração e inserção, na Tese, daquele segundo Estudo de Caso, agora sobre o panorama de mercado, agregou muitas outras camadas de realidade, desvelando que aquilo antes observado no caso sobre *Lanjál* não é um desvio pontual, um evento fora da curva, nem

mesmo estritamente restrito ao mercado brasileiro, embora aqui os fenômenos registrados sejam muito mais intensos, frequentes, ousados, difundidos, toscos e primitivos.

O conjunto desses achados sobre rótulos e identidades é, então, interpretado com base nas contribuições de Zygmunt Bauman sobre liquefação de identidades, bem como a partir das contribuições de Jean Baudrillard sobre simulacros e sobre hiper-realidade, como vetor do desaparecimento da realidade. Inegável, porém, que a construção metodológica recebe influências de Durkheim. E que a Teoria dos Atos de Fala - contribuições de Austin e Searle - e também a Teoria do Agir Comunicativo, o conceito de Mundo da Vida, contribuições de Jurgen Habermas, são também influências presentes no processo de reflexão e análise.

Uma coisa porém precisa ficar muito bem definida, antes de prosseguirmos. E essa coisa precisa estar presente o tempo todo, ao longo da Tese. É que uma pesquisa sobre IDENTIDADE tem que, ainda mais na Apresentação, tem que apresentar uma narrativa onde estejam identificados todos os personagens que participam do enredo. É que suco é suco. Néctar é néctar. Laranja é laranja. E essas identidades precisam estar descritas.

Se partirmos, da matriz de pensamento que defende algo que muito denomina, mas pouco define, como "comida de verdade", então se poderia definir Laranja como sendo uma fruta; definir suco como sendo o líquido que se extrai da fruta quando espremida; e que néctar, ao contrário do que diz a mitologia, a tradição e os dicionários, néctar é o suco diluído e adoçado, um eufemismo falacioso para a velha laranjada. Só que não.

Sem ignorar as faces e dimensões culturais e psicológicas de “mercadoria reificada”, há que se insistir que toda e qualquer comida é também um pacote de substâncias que, quimicamente, biologicamente, bioquimicamente, bromatologicamente precisam ser detectadas, percebidas, enxergadas, identificadas, descritas, quantificadas, pensadas, designadas, definidas e avaliadas.

Nesse itinerário, infinitas são as narrativas que se oferecem mas, aqui no espaço científico, serão sempre nada exceto um cardápio de hipóteses demandando serem submetidas aos rigores do “Método”. E, definitivamente em nada importa ou influi, o autor, a origem ou os propósitos das narrativas possíveis, pois sempre e em todo lugar, ao longo das próximas páginas, é a Bromatologia e seus fundamentos químicos e bioquímicos que deterão o domínio do ato de identificar, descrever, interpretar e narrar. E não estará, em nenhum momento, ignorado ou ocultado, como é usual ocorrer em narrativas advocatícias ou *precrastinadas*, que:

- 148,5 kcal há por copo de 330 mL de suco de laranja (ou 225 kcal/500 mL);
- 132 kcal por lata de *Fanta* de 355 mL (suco tem 55,5% a mais);

- 149 kcal por lata de *Coca-Cola* de 350 mL (também inferior ao suco);
- 31,4 kcal por copo de 330 mL de *Tang* pronto para beber (diluído)
- Sacarose (4,1%), frutose (2,4%) e glicose (2,3%) são os açúcares do suco.

Esta, enfim, é a Apresentação. Trata-se de uma declaração franca e sincera que pretende deixar nitidamente visível quem é que aqui fala e, principalmente para os que a isso emprestam enorme relevância, qual é o “local de onde se fala”.

A Apresentação não é a Tese, mas a apresentação da Tese e se, nesta Tese, a Apresentação inclui especulações, que são constructos que, é certo, não cabem no corpo efetivo de uma Tese, é porque a proposta é declarar quais especulações vieram conformar a indagação e a hipótese, bem como o referencial teórico e o método, que a Tese, está sim, passa, a seguir, a tratar sob os valores e os rigores do Método Científico.

Trata-se de uma visão particular, autoral, sobre o espaço e o tempo onde transcorrem os fatos que, com o indispensável rigor metodológico, foram coletados e a seguir serão expostos e analisados.

A indagação, já antes afirmada, é se temos ou não obtido sucesso com as ações governamentais no mundo das identidades e rotulagens de alimentos. E a hipótese é que temos uma coleção de fracassos, de um lado, por falta de vontade e capacidade política, mas de outro lado, não menos relevante, por despreparo técnico para a interpretação, formulação, seleção e implementação de alternativas de políticas para rotulagem, o que é sempre adicionalmente dificultado pela liquefação de identidades na modernidade e pela hegemonia das hiper-realidades, principalmente quando no mundo das mercadorias simbólicas.

1 INTRODUÇÃO

1.1 AS FORMAS ELEMENTARES DO OBJETO BROMATOLÓGICO

Uma introdução inicia pelo geral e vai afinando, em direção à pesquisa, seus métodos, seus referenciais, seus resultados, discussão de resultados e conclusão. Nesta Tese, a introdução é também um exaustivo exercício para a construção “bromatológica” do “objeto”. Por construção bromatológica, aqui, entende-se a construção considerando as variáveis não apenas químicas bioquímicas e biológicas componentes da área de Ciências Agrárias, mas também considerando as variáveis do campo social, que informam a grande área das Ciências da Saúde Coletiva, quais sejam aspectos relacionados com o Direito Sanitário, com a Vigilância Sanitária, com a Linguística, com a Sociologia, a Filosofia da Linguagem, com as Ciências Políticas (e as instituições de Estado), com a Informação e Comunicação em Saúde, incluindo a Semiologia, o que propicia um reconhecimento mais amplo e profundo do fenômeno “rótulos”, objetos comunicacionais que são.

O geral, aqui, é o rótulo e o cenário onde o tema rótulo habita, convive, se manifesta e sofre influências. No afinamento, a introdução, após falar do rótulo, suas expressões e seu cenário, foca no rótulo de alguns casos selecionados e superficialmente desenvolvidos, aproximando-se assim do “case” selecionado, que será aprofundado, mas também alargado, para desvelar o máximo possível de nuances.

De que trata esta pesquisa, qual a sua indagação central, quais as hipóteses estabelecidas, o que informa a bibliografia, que deficiências são visíveis ou são supostas como equívocos ou vácuos nessa literatura, qual enfim o propósito do estudo aqui proposto, são algumas respostas que uma introdução deveria oferecer. E se uma parte dessas respostas já foram trazidas na Apresentação, a maior parte será agora, a seguir, melhor detalhada. O propósito é, enfim, estabelecer um *framework* para a pesquisa, de tal forma que o leitor possa melhor entender como esta se relaciona com outras pesquisas.

Rotulagem de alimentos têm sido objeto de muitas denúncias, relatórios, reportagens e programas de TV, bem como de muitos artigos, dissertações e teses no Brasil e no Exterior. Esse material clama por uma mais severa e presente “fiscalização” governamental (CÂMARA *et alli*, 2008; SILVA *et alli*, 2008; MARINS, 2009) e o fim da impunidade, que é o slogan bradado também contra a violência, a corrupção e outros problemas sociais contemporâneos.

A busca bibliográfica⁶² oferece centenas de artigos sobre rotulagem, tratando principalmente sobre a relação dos consumidores com os rótulos - se leem, o que leem, se entendem o que leem etc. - e avaliando alternativas para otimizar essa leitura. Por outro lado, revistas não indexadas, se pesquisadas nas bibliotecas, como é o caso da “Higiene Alimentar”⁶³, em algumas edições, apresentam vários artigos de autores nacionais, geralmente de autoria de estudantes de graduação e pós-graduação e jovens profissionais.

É certo que tais referências, de alguma forma, podem contribuir para os estudos aqui realizados, mas não são sequer próximos da indagação e da hipótese aqui desenvolvidas. Quando realizada com base nos termos, *keywords*, palavras-chave ou descritores desta Tese – cruzando rotulagem com Identidade, Bauman, Baudrillard, Hiper-realidade, Modernidade líquida – a busca não encontrou absolutamente nenhuma referência.

Mesmo se fosse encontrado - o que somaria muito, é certo - ainda assim não significaria ou implicaria na substituição da bibliografia aqui utilizada, principalmente atos normativos do Ministério da Saúde e da Agricultura, Relatórios internos, Pareceres extraídos de processos federais, cartas, entrevistas, reportagens de jornais e revistas e toda uma gama daquilo que vem sendo denominado como “literatura cinzenta”.⁶⁴

A categoria “rotulagem de alimentos” opera com uma pletera de ocorrências incluindo, dentre outras, listagem de ingredientes, composição nutricional, origem geográfica, dados sobre o fabricante e registro sanitário, data de fabricação, prazo de validade, alegações em saúde e alertas de riscos. Tal elenco de informações - associando transparência e participação - visam proteger a saúde pública, evitando equívocos nutricionais e agravos toxicológicos, mas visam também proteger a economia popular. Além disso, visam assegurar uma concorrencialidade leal entre os fabricantes.

Se colocar em pauta a novidade que é a rotulagem de produtos de consumo - e suas relações com a saúde pública - tem sido já objeto de muitas outras pesquisas, a inovação que aqui se ensaia apresentar é que os dados sobre “Química de Alimentos”, advindos dos saberes das “Ciências Agrárias”, são analisados através do prisma da “Bromatologia”.

⁶² A busca bibliográfica foi realizada com apoio da Biblioteca da ENSP, como atividade da disciplina Seminários de Doutorado II, consultando as mais diversas bases de dados, não apenas de Alimentos e Nutrição, mas também de Ciências Sociais.

⁶³ Revista Higiene Alimentar é uma publicação técnico-científica que trata dos temas atuais relacionados à vasta área da ciência dos alimentos. Disponível em: <http://higienealimentar.com.br/> Acessado em 12 de Outubro de 2017.

⁶⁴ Literatura cinzenta, ou “não convencional” (mas também conhecida como literatura fugitiva, informal ou invisível e, em inglês, como *grey literature*), é constituída de fontes primárias, como relatórios internos, pareceres-técnicos, memorandos, atas de assembleias e reuniões, comunicações apresentadas em eventos, *pre-prints*, teses, patentes, anais etc. Para mais informações, ver: “Literatura cinzenta ou não convencional: um desafio a ser enfrentado”. In: Ci. Inf., Brasília, 21(3): 246-246, set/dez. 1992. Disponível em: <http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/index.php/article/view/0000002390/3e9acc31a5460c4d23dc281277ab19b3>. Acessado em: 21 Maio 2017.

Frente ao problema da rotulagem, frente ao que sobre esse problema vem sendo escrito e falado, identifica-se um quadro onde, embora fiscalização e o fim da impunidade sejam bem-vindos, não parece que será com isso que o problema será resolvido.

Rotular um alimento é o ato de declarar, informar, identificar o conteúdo de um frasco, de uma embalagem alimentar. Na contemporaneidade, vasta fração dos alimentos expostos no comércio são formulações industrializadas e, ainda que façam uso de “marcas de fantasia”, eles têm, cada um, a sua identidade. Não há categorias bem definidas para todos os alimentos e, como agravante, na modernidade líquida, como aponta Bauman (2001), as identidades são fluidas. E, como aponta Baudrillard (1996), a identidade é ocultada pela hiper-realidade, o excesso de informações.

Esta Pesquisa, e mais uma vez repita-se - opera com sub-recortes dentro do recorte “sucos de frutas”. Primeiro, optou-se por não estudar a rotulagem em geral, mas a rotulagem de sucos. Então, suco de laranja. Dentro do sub-recorte “laranja”, optou-se por recortar e estudar suco de laranja concentrado congelado e, dentro deste, uma única marca de um único fabricante. Esse é o primeiro dos dois “Estudo de Caso” selecionados. Tal decisão viabilizou a consecução das potencialidades desta metodologia qualitativa, a maximização do aprofundamento de olhares e entendimentos sobre as nuances do “objeto”.

Para chegar nesse sub-recorte foi necessário percorrer todo um conjunto de produtos, e alguns dos resultados, agora periféricos, dessas investigações serão aqui também aproveitados, visando evidenciar que, quando se aponta particularidades do objeto “suco de laranja concentrado congelado” se está apontando, na verdade, particularidades que, de alguma forma, estão presentes em todos os demais rótulos de todos os demais sucos e bebidas industrializados de frutas. O sub-recorte, não é um “caso particular”, um “ponto fora da curva”, mas representante do universo bromatológico.

Transgênicos, orgânicos, bebidas de soja, dietéticos, iogurtes, salsichas, frutose - identidades e denominações - são observados ao longo do exercício centrado em “sucos de laranja”, nesta pretendida contribuição para a afirmação do subcampo da Bromatologia, que é o estudo dos alimentos no âmbito da Saúde Coletiva, ou das Ciências da Saúde, enquanto “Ciência de Alimentos” seria uma subárea das Ciências Agrárias, onde objetos são observados e analisados a partir de outro “locus”, com outros enfoques, indagações e métodos.

Esta, portanto - conforme tem sido com diferentes palavras e em diferentes oportunidades aqui repetido - é uma pesquisa sobre identidades, classificações e rotulagem de alimentos, particularmente daqueles mais intimamente relacionados com saúde pública, novas

tecnologias e contemporaneidade, buscando compreender o fenômeno a partir de autores e saberes em filosofia da ciência, comunicação e linguagem, já que o campo das ciências de alimentos - hipótese central da investigação - parece não estar conseguindo dar conta das questões e demandas regulatórias.

1.2 DEFINIÇÕES, IDENTIDADES E LINGUAGEM: LIMITAÇÕES E MANIPULAÇÕES

Não se trata, obviamente, de um problema novo, nem restrito ao universo bromatológico. Platão registrou, em seus Diálogos⁶⁵, a longa e inconclusa conversação entre Menon e Sócrates, em torno da definição de “virtude”. Saúde, doença, amor, ciclovias, ciclofaixas, ciclo-rotas, democracia... é certo que temos todo um vasto e variado universo de polêmicas e conflitos em torno da construção e aceitação das definições.

Centenas são as definições para “terrorismo” - propostas ou assumidas por nações, pensadores, organizações internacionais - todas elas em conflito, com razões, paixões e interesses obstando uma definição consensual. A questão é que não se trata de uma definição para fins editoriais de alguma enciclopédia, mas de uma definição que, automaticamente, delinearía alternativas de políticas e intervenções.

Para Mitchell (2012), definir terrorismo, desafortunadamente, é tão árduo como entendê-lo, reconhecendo, porém, que embora não exista definição universalmente aceita, a maioria das proposições inclui critérios-chave, tais como violência, impacto psicológico e medo, metas políticas, não combatentes como alvos deliberados e, ainda, ilegalidade e ilegitimidade. Para complicar todavia mais, a definição, além de semanticamente fluida, ela provoca efeitos que evoluem dramaticamente ao longo do tempo. Para Setty (2011), por exemplo, dez anos após os ataques de 11 de setembro de 2001, aqueles atos de violência grotesca provocaram enormes efeitos nas políticas e leis de segurança ao longo do mundo e, hoje, ser “rotulado como um terrorista”, *to be labeled a terrorist*, ou ser acusado de envolvimento em um ato de terrorismo, provoca repercussões muitíssimo mais severas que dez anos atrás.

O problema com as terminologias, com as palavras criadas, não se limita, porém, somente com a dificuldade de, em seguida, criar as respectivas definições. Há também o problema com a denominação em si. Schwartzman⁶⁶, por exemplo, analisou o problema com a definição de *impeachment*:

⁶⁵ Diálogos de Platão. Edit. Cultrix. São Paulo, 1996.

⁶⁶ “*Lost in translation*”, artigo de opinião de Hélio Schwartzman, publicado na Folha de São Paulo, edição de 15 de abril de 2016, pag. 2. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/helioschwartzman/2016/04/1761087-lost-in-translation.shtml?cmpid=newsEN> Acessado em 17 abril 2017.

De um modo geral, não traduzimos a palavra 'impeachment', e a expressão inglesa 'high crimes and misdemeanors', que consta do artigo da Constituição norte-americana que criou o instituto, acabou virando, em português, 'crimes de responsabilidade'. Mais sábios, nossos vizinhos de língua espanhola costumam utilizar respectivamente os termos 'juicio político' e 'acusación constitucional'. Gosto dessa linguagem porque ela limita o espaço para confusões terminológicas que o governo Dilma agora tenta explorar em seu favor. Ao chamar o impeachment de julgamento político, nossos vizinhos revelam a verdadeira natureza do procedimento e afastam a ideia de que ele deve ser idêntico a um juízo penal. Ao optar pela 'acusación constitucional', evitam a palavra 'crime', que leva pessoas a acreditar que Dilma não merece ser afastada porque não é bandida e não há prova de que tenha se locupletado com a corrupção (SCHWARTSMAN, 2016, p.2)

Com alimentos - e seus rótulos - a questão não é menos complexa, até mesmo porque é frequente a agravante da terminologia ser adotada para, propositalmente, induzir a erro de interpretação ou percepção acerca de identidades e qualidades.

Muitos são os modos de se reconhecer ou identificar um alimento. Não apenas pelo formato, pela cor, pelo aroma, pela textura, pelas suas propriedades organolépticas em geral. Podemos conhecê-los através da arte, do mito e da ciência, mas também através das suas embalagens, seus rótulos, suas propagandas e, portanto, através de muitas linguagens específicas.

É inegável que alimentos industrializados - associados com recomendações nutricionais, alegações em saúde e riscos toxicológicos - trazem uma ampla e complexa ocorrência de abstrações, ao mesmo tempo que demandam informações e comprovações científicas objetivas e de ordem quantitativa. Assim, já não é pelo senso comum, nem pelos aspectos sensoriais, e sim pela mesma forma que reconhecemos outros objetos e fenômenos - através das palavras, dos atos de fala, da linguagem verbal - que se manifesta o pensamento abstrato em Bromatologia, expressando ou fazendo uso de idéias e conceitos gerais.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC)⁶⁷ define consumidor, define fornecedor, define produto, define serviço e estabelece, dentre os Direitos Básicos do Consumidor, “o direito à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.”. E também o direito “contra a publicidade enganosa e abusiva (...)”. Entretanto, e naturalmente, não define o que seja “informação clara”, trazendo a subjetividade para dentro das relações de consumo e, também, para a questão “rotulagem”.

Tampouco define, aquele CDC, o que seja rótulo ou publicidade. E embora “publicidade” não esteja definida, o CDC estabelece⁶⁸ que ela “deve ser veiculada de tal

⁶⁷ Este CDC foi instituído pela Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. E os Direitos Básicos do Consumidor estão estabelecidos em seu Capítulo III, Artigo 6º.

⁶⁸ Artigo 36 do CDC.

forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal”. Ou seja, publicidade é tudo aquilo que o consumidor, fácil e imediatamente identificar como publicidade.

O termo “rótulo”, se não está definido no CDC estabelecido em 1990, explicitamente definido está na alínea XII do Artigo 2º. do Decreto-Lei 986 de 1969⁶⁹, que estabelece que o rotulo é:

Qualquer identificação impressa ou litografada, bem como os dizeres pintados ou gravados a fogo, por pressão ou decalcação aplicados sobre o recipiente, vasilhame envoltório, cartucho ou qualquer outro tipo de embalagem do alimento ou sobre o que acompanha o continente (BRASIL, 1969).

Aquele mesmo Decreto-Lei, na alínea XIV do mesmo Artigo 2º. define propaganda como:

...a difusão, por quaisquer meios, de indicações e a distribuição de alimentos relacionados com a venda, e o emprego de matéria-prima alimentar, alimento in natura, materiais utilizados no seu fabrico ou preservação objetivando promover ou incrementar o seu consumo (BRASIL, 1990).

Para publicidade enganosa e publicidade abusiva o CDC, ao proibi-las, oferece as seguintes definições, nos parágrafos 1º e 2º do seu Artigo 37:

É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços (BRASIL CDC, 1990).

É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança (BRASIL CDC, 1990).

A regulação da “publicidade” precisa ser cuidadosamente considerada quando tratamos de rotulagem, uma vez que os rótulos, em geral, incluem mensagens publicitárias até mesmo sobre outros produtos que não são aqueles contidos naquela embalagem. Nesse contexto, outros pontos do Código do Consumidor merecem, aqui, atenção especial, como é o caso do parágrafo 3º do Artigo 36: “Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.”. Outro ponto destacável, do mesmo Artigo 36 é que: “A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.”.

Estes aspectos relacionados com “propaganda” ou “publicidade” ganham relevância quando observamos a matriz da definição de “rótulo”, adotada no Decreto 986/69, meio século atrás, e que não vem sendo detalhada e atualizada pela ANVISA embora os rótulos,

⁶⁹ Institui normas básicas sobre alimentos, tendo sido aprovado em 21 de outubro de 1969, pelos Ministros da Marinha de Guerra, do Exército e da Aeronáutica Militar, que então exerciam, temporariamente, a Presidência da República.

eles próprios, tenham se modificado radicalmente ao longo dos últimos anos. É que rótulo não foi definido em termos de seus propósitos ou conteúdos, mas em termos físicos, como será várias vezes repetido nesta Tese.

1.3 DEFINIÇÃO DE ALIMENTO, DEFINIÇÃO DE RÓTULO

A exemplo de Durkheim (2010) acerca da palavra suicídio, ou da expressão “vida religiosa”, também as palavras rótulo, alimento, açúcar, leites infantis, orgânico, caseiro, saudável, *detox*, nutritivo, conservantes, prazo de validade, defensivos agrícolas, biológico, natural, integral e transgênico, dentre muitas outras, ressurgem *constantemente no decorrer das conversas* e seria razoável acreditar *que todos conhecessem seus sentidos e que fosse supérfluo defini-lo*.

Ocorre, entretanto, que o cientista - e também as instituições públicas encarregadas de estabelecer atos regulatórios sobre identidade, rotulagem e proteção do consumidor - sofrem exigências naturais ao meio e aos propósitos, para operar em um outro patamar semântico, com elevado grau de precisão, assegurando as homogeneidades e especificidades exigidas para a construção de normatizações cientificamente sustentáveis.

Historicamente, rótulos são muito recentes, tendo surgido com o surgimento da indústria de alimentos e com os serviços de auto-compra, os supermercados. A produção artesanal de geleias, da família Heinz, por exemplo - e muito antes de se tornar uma indústria, assim como muitos queijos artesanais encontrados, hoje ainda, no “mercado” de Belo Horizonte - acreditados como de qualidade superior, buscavam rotular para identificar a origem, assegurar a qualidade, para com isso atender e fidelizar a clientela antes conquistada e praticar, supostamente, preços também superiores.

Já os alimentos industrializados, comercializados em grande escala, alcançam mercados geograficamente distantes, onde o consumidor já não mantém relações pessoais próximas do produtor, geralmente um desconhecido, quando então a rotulagem passa a demandar informações não apenas sobre a origem, o fabricante daquilo dentro do envase de vidro, mas informações sobre a identidade e os ingredientes do que está contido no interior daquela embalagem opaca, de lata.

Estas, as etiquetas sobre origem, poderiam ser consideradas as formas primitivas de rotulagem. E hoje, um século após o surgimento dos supermercados e dessas embalagens rotuladas, percebe-se que esses valores se disseminam, e “rótulos primitivos” são adotados para informar a origem de frutas e legumes, bem como de folhas comestíveis. Frutas, legumes e vegetais – como mangas, abacates, melões, pepinos ou tomates - é hoje rotineiro, trazem

colada na casca uma etiqueta, essa forma elementar da vida bromatológica, informando quem é o produtor. Já os rótulos dos alimentos industrializados passaram a conter uma infinidade de informações ali lançadas compulsoriamente, por força da legislação.

A definição vigente para rótulo, na legislação, difere bastante de definições encontradas em dicionários, para rótulo de alimentos. Por exemplo, para “*food label*”, o “*Business Dictionary*” diz que:

A panel found on a package of food which contains a variety of information about the nutritional value of the food item. There are many pieces of information which are standard on most food labels, including serving size, number of calories, grams of fat, included nutrients, and a list of ingredients. This information helps people who are trying to restrict their intake of fat, sodium, sugar, or other ingredients, or those individuals who are trying to get enough of the healthy nutrients such as calcium or Vitamin C. The label provides each item with its approximate percent daily value, generally based on a 2,000 calorie diet.^{70 71}

Ocorre, porém, que o “Codex Alimentarius”, organismo da FAO e OMS, opera com uma definição de “rótulo” construída na mesma restrita e obsoleta matriz da definição brasileira; e define, separadamente, rótulo e rotulagem⁷²:

*“Label” means any tag, brand, mark, pictorial or other descriptive matter, written, printed, stencilled, marked, embossed or impressed on, or attached to, a container of food.*⁷³

*“Labelling” includes any written, printed or graphic matter that is present on the label, accompanies the food, or is displayed near the food, including that for the purpose of promoting its sale or disposal.*⁷⁴

A legislação básica brasileira⁷⁵, por sua vez, como aqui já foi visto, traz uma definição de rótulo muito similar àquelas, do *Codex Alimentarius*, acima citadas, qual seja:

Qualquer identificação impressa ou litografada, bem como os dizeres pintados ou gravados a fogo, por pressão ou decalcação aplicados sobre o recipiente, vasilhame envoltório, cartucho ou qualquer outro tipo de embalagem do alimento ou sobre o que acompanha o continente (BRASIL, 1969).

Vemos, portanto, que um dicionário comum é capaz de expressar um conceito muitíssimo mais técnico que aquele expresso nos regulamentos técnicos, mais atual e detalhado, em matriz muito mais conectada com a saúde pública, do que a dos atos

⁷⁰ Disponível em: <http://www.businessdictionary.com/definition/food-label.html> Acessado em: 15 de fevereiro de 2017.

⁷¹ (Tradução nossa): “Um painel existente numa embalagem de alimento que contém uma variedade de informações sobre o valor nutricional do item alimentar ali envasado. Existem muitos tipos ou grupos de informações que são padronizados na maioria dos rótulos de alimentos, incluindo tamanhos de porções, número de calorias, gramas de gordura, nutrientes adicionados e uma lista de ingredientes. Esta informação ajuda o público que esteja tentando restringir a ingestão de gordura, sódio, açúcar ou outros ingredientes, ou aqueles indivíduos quem estejam tentando obter o suficiente de nutrientes saudáveis, como cálcio ou vitamina C. O rótulo fornece cada item com sua percentual aproximado do valor diário, geralmente baseado em uma dieta de 2.000 calorias.”

⁷² No original, em inglês, o Codex define: “‘Label’ means any tag, brand, mark, pictorial or other descriptive matter, written, printed, stencilled, marked, embossed or impressed on, or attached to, a container of food. Disponível em: http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/en/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCODEX%252FBSTAN%252B1-1985%252FCXS_001e.pdf Acessado em: 15 de fevereiro de 2017.

⁷³ (Tradução nossa): “Rótulo significa qualquer etiqueta, logomarca, indicação, imagem pictórica ou outra matéria descritiva ou gráfica, que tenha sido escrita, impressa, colocada, gravada, marcada em relevo, fixada ou anexada a um recipiente de alimentos.”

⁷⁴ (Tradução nossa): “Rotulagem inclui qualquer material escrito, impresso ou gráfico que esteja presente no rótulo, acompanhe o alimento ou esteja exibido próxima do produto, incluindo aquele cujo propósito seja promover a venda ou disposição.”

⁷⁵ Decreto-Lei 986, de 1969. Art.2º.

regulatórios que emanam dos organismos técnicos, nacionais e internacionais, instituídos para tratar da saúde pública.

Naquele mesmo Decreto-Lei⁷⁶, encontra-se toda uma série de definições que serão úteis mais a frente, nas análises dos rótulos pesquisados, quais sejam:

Alimento: toda substância ou mistura de substâncias, no estado sólido, líquido, pastoso ou qualquer outra forma adequada, destinadas a fornecer ao organismo humano os elementos normais à sua formação, manutenção e desenvolvimento;

Matéria-prima alimentar: toda substância de origem vegetal ou animal, em estado bruto, que para ser utilizada como alimento precise sofrer tratamento e/ou transformação de natureza física, química ou biológica;

Alimento in natura: todo alimento de origem vegetal ou animal, para cujo consumo imediato se exija apenas, a remoção da parte não comestível e os tratamentos indicados para a sua perfeita higienização e conservação;

Alimento enriquecido: todo alimento que tenha sido adicionado de substância nutriente com a finalidade de reforçar o seu valor nutritivo;

Alimento dietético: todo alimento elaborado para regimes alimentares especiais destinado a ser ingerido por pessoas sãs;

Alimento de fantasia ou artificial: todo alimento preparado com o objetivo de imitar alimento natural e em cuja composição entre, preponderantemente, substância não encontrada no alimento a ser imitado;

Aditivo intencional: toda substância ou mistura de substâncias, dotadas, ou não, de valor nutritivo, ajuntada ao alimento com a finalidade de impedir alterações, manter, conferir ou intensificar seu aroma, cor e sabor, modificar ou manter seu estado físico geral, ou exercer qualquer ação exigida para uma boa tecnologia de fabricação do alimento;

Aditivo incidental: toda substância residual ou migrada presente no alimento em decorrência dos tratamentos prévios a que tenham sido submetidos à matéria-prima aumentar e o alimento in natura e do contato do alimento com os artigos e utensílios empregados nas suas diversas fases de fabrico, manipulação, embalagem, transporte ou venda;

Produto alimentício: todo alimento derivado de matéria-prima alimentar ou de alimento in natura, ou não, de outras substâncias permitidas, obtido por processo tecnológico adequado;

Embalagem: qualquer forma pela qual o alimento tenha sido acondicionado, guardado, empacotado ou envasado;

Propaganda: a difusão, por quaisquer meios, de indicações e a distribuição de alimentos relacionados com a venda, e o emprego de matéria-prima alimentar, alimento in natura, materiais utilizados no seu fabrico ou preservação objetivando promover ou incrementar o seu consumo. (BRASIL, 1969)

Aqui está o primeiro desafio, operar a pesquisa a partir de uma definição contra a qual o autor está em desacordo. Essa definição “legal” define rótulo pelo local onde é pespogado, e não por sua natureza bromatológica ou finalidade. Não bastando, o autor entende que todo e qualquer alimento é, funcionalmente, dietético, já que para algum tipo de dieta, preponderantemente “dieta normal”, a isso se destinam. E que não são os alimentos que são

⁷⁶ Decreto-Lei 986, de 1969. Art.2º.

transgênicos, mas os organismos. E que bebidas de soja deveriam, obrigatoriamente, conter percentuais relevantes de soja, ainda que isso possa acarretar sua rejeição por muitos consumidores. E que um líquido imitando, muito mal, suco de laranja não poderia jamais, na objeção ao termo “laranjada artificializada”, ser denominado na lei e no rótulo como um... néctar.

Parar e pensar: cinquenta anos atrás, quando rótulo foi definido, onde é que, cabe perguntar, um consumidor obtinha informações sobre um dado alimento industrializado, senão no rótulo existente na embalagem? Que outras fontes poderiam ser acessadas para obter essa informação? Hoje, essa informação está oferecida e disponível - inclusive por iniciativa do próprio fabricante - muito longe da embalagem. E se queremos regular as relações entre rótulo e saúde pública, então, o rótulo de que estamos falando é um objeto informativo, e nessa matriz precisa ser redefinido, e não um objeto gráfico, como a definição hoje trata.

Se o rótulo agora é para outro tipo de alimento, outro tipo de mercado, outro tipo de consumidor, outro mundo, não parece razoável crer que não deva ser também outro tipo de rótulo e outro tipo de legislação e de fiscalização. Por outro lado, se a definição oficial, para rótulo, mostra-se superada e obsoleta, diferente não é a situação das demais definições daquele Decreto-Lei de 1969, em especial para Alimento Dietético, Alimento Enriquecido ou Alimento *in natura*. Essas identidades, para além das fronteiras sanitárias, geram polêmicas, por exemplo, no campo tributário, já que impostos são diferenciados para diferentes categorias alimentares. A análise dessas outras categorias identitárias – para além das bebidas de laranja - escapam porém, ao escopo desta investigação.

1.4 RÓTULO COMO IDENTIFICAÇÃO

Ácido sulfúrico, em condições normais de temperatura e pressão, apresenta-se no estado líquido, mas sua identidade é inquestionavelmente sólida. Dado o seu estado líquido, esse ácido irá sempre adquirir o formato do seu frasco, mas sua identidade permanecerá sólida e não haverá polêmica se, nesse frasco, for colocada uma etiqueta denominando como “ácido sulfúrico” o seu conteúdo.

Essa identidade pode ter variações, como grau de pureza ou nível de diluição. Mas isso poderá ser agregado ao rótulo, ainda sem polêmica. Tudo isso é do mundo da química, do campo das ditas “ciências exatas”. E o rótulo comportaria um selo, um símbolo, a imagem de uma caveira, um signo, alertando para o risco que representa. Com o arroz, o feijão, o milho, não era diferente. Toda variedade de arroz podia perfeitamente estar em um pote rotulado

como arroz, inclusive agregando-se termos como “arbóreo”, integral, “cateto”, “parboilizado”, conforme fosse o caso.

Arroz é um cereal cuja proteína é pobre no aminoácido essencial lisina, enquanto a do feijão é pobre no aminoácido metionina. Não seria surpresa que, por biobalística, o gene do feijão, que expressa “metionina”, fosse inserido no genoma do arroz, para que este viesse a conter uma proteína mais próxima do perfil ideal de aminoácidos essenciais.

Isso já foi feito com o feijão, quando em seu genoma foi inserido um gene da castanha do Pará. De um lado, foi um sucesso, porque o feijão passou a ter uma proteína de alto valor biológico, já não pobre em metionina. Por outro lado, foi um fracasso, porque os consumidores alérgicos à castanha se mostraram então alérgicos a tal feijão.

Este é apenas mais um exemplo de como os alimentos convencionais aproximam-se, também eles, do universo dos alimentos *engenheirados*, onde a identidade, mais que líquida, não logra consenso entre os cientistas e, menos ainda, entre os produtores e os agentes reguladores.

De um lado, os alimentos convencionais, com identidade sólida, vão sendo substituídos por “artefatos comestíveis”, com identidade instável, variável, indefinida, líquida. Isso é muito visível naquilo entendido ou rotulado como *dietético, orgânico, biológico, caseiro, natural, sem conservantes, prazo de validade, zero trans, zero cal* entre outros. Nenhuma dessas classificações pode alegar possuir uma identidade sólida. E, se a identidade não é sólida, fica interdita a hipótese de uma rotulagem sólida, que solidamente informe e comunique sobre nutrição, toxicologia e saúde aos consumidores.

Sal, açúcar, farinha de trigo, polvilho azedo, maisena, leite em pó, bicarbonato: um pó branco em cada pote. E cada pote com um respectivo nome pintado, a guisa de rótulo, todos perfeitamente diferenciados na mesma prateleira da cozinha.

Leite de rosas, leite de cabra, leite de onça, leite de soja, leite de amêndoas, leite de coco, leite de vaca. Cada um em sua embalagem. Cada embalagem com a denominação do respectivo conteúdo, em diferentes prateleiras, no mesmo supermercado.

Iogurte da marca X, da marca Y, da marca Z, uns adoçados, outros *light*, outros gregos, alguns *fat free*, outros sem conservantes. Na lista de ingredientes, uns apenas de leite e cultura láctea. Outros adicionados de açúcar, de amido de arroz, de aroma de nata, de percolado de leite, de sólidos não-gordurosos do leite. E alguns na prateleira dos iogurtes, com embalagens típicas de iogurtes, com o nome em destaque de empresas tradicionalmente fabricantes de iogurte, mas sem a palavra iogurte no rótulo. E o que era apenas um nome, um rótulo, uma orientação, um alerta, uma “dica”, para não usarmos sal em vez de açúcar, para

não usarmos farinha de trigo em vez de leite em pó, agora é um fenômeno linguístico, um conceito.

A que é que um rótulo se destina? E qual a relação entre os nomes e as coisas, para então se estabelecer uma relação entre a coisa e o consumidor, com a mediação do rótulo, com o emprego da linguagem? Poderíamos talvez compreender que o teor de um rótulo é um Ato de Fala, nos termos propostos por Austin e Searle⁷⁷? Poderíamos pensar o rótulo como expressão das hiper-realidades que, para Baudrillard, assassinam o real? Será o rótulo um fato identidade (com a respectiva definição), estabelecem um inseparável binômio. Se néctar, por exemplo, é uma identidade, então néctar tem que ter uma definição acordada entre os que falam (ou rotulam) e os que escutam (ou leem o rótulo). Ao aparecer em algum rótulo, a palavra néctar, então ela tem de corresponder a esse pré-acordado conceito. Como veremos, porém, as definições são precárias, incertas, nebulosas, e padecem da liquefação identitária, e se liquefazendo estariam mesmo se não transitando na contemporaneidade do “mundo líquido”.

1.5 RÓTULO COMO INFORMAÇÃO REGULADA

Definir alimentos, inserindo tais definições em atos regulatórios governamentais, também acarreta sérias repercussões, não apenas em nutrição, consumo e saúde, mas também econômicas e financeiras, começando pelas decorrentes alíquotas tributárias de cada categoria. Mais recentemente, o Brasil viveu o conflito em torno da definição do que é ou não transgênico. Nos anos oitenta, se viveu o conflito em torno da liberação de refrigerantes sem açúcar, com adoçantes não-convencionais, que vinham sendo classificados como Produtos Dietéticos, não como Alimentos Dietéticos, o que exigia que fossem registrados como medicamentos, já que destinados não a consumidores sãos, mas a pessoas com necessidades e patologias demandantes de dietas especiais.

A regulação e a inspeção de rótulos têm sido construções intelectuais e atividades profissionais do “campo da tecnologia de alimentos”, e não do “campo bromatológico”, não do megacampo da Saúde Coletiva, que tampouco dará conta desse desafio, exceto se em seu interior encontrarmos, revivido, estruturado, um campo mais especializado nesse “objeto”, a Bromatologia.

Esse é um argumento definitivo pode e deve ser aqui repetidamente colocado: a vigilância sanitária opera, em rótulos, a partir do campo da “nutrição e da tecnologia de

⁷⁷ A teoria dos “Atos de Fala” será apresentada mais a frente, na “Metodologia”, estando estes autores e suas obras então ali devidamente referenciados.

alimentos”]; mas os fabricantes, os entes rotuladores, estes operam a partir do campo da “linguística, da semiótica, da comunicação, do marketing e da publicidade”. Não há respeito às simetrias.

Por tudo isso, os atos regulatórios não vêm conseguindo dar conta de mediar o conflito entre o que é informado pelas empresas e o que é percebido pelos consumidores. É recorrente a ocorrência de ajustes e reajustes, até mesmo radicais, nas legislações vigentes, que não param de sofrer modificações. Carvalho e Dias (2005) apontaram como a definição de “*infant formula*” vem sendo alterada por regulamentos sucessivos, no Brasil e no mundo. E a definição de “dietético” igualmente não para de ser modificada em normas sucessivas, todas efêmeras e cambiáveis.

A gênese da rotulagem de alimentos foi a natural concorrencialidade entre diferentes fabricantes. Um dos mais antigos registros refere-se à já aqui citada iniciativa da “Heinz”⁷⁸, garantindo ao consumidor norte-americano que suas conservas tinham origem conhecida e então um responsável pelo fabrico e venda. Desde então, muitas transformações transcorreram no mercado, no consumo e no fabrico. Para muito além do universo das “conservas”, a maior parte dos alimentos industrializados já não são matérias-primas preservadas através de processos tecnológicos, baseados na aplicação do frio ou do calor e de suas ações na inativação enzimática ou microbiana. No lugar dos alimentos tradicionais ou “regulares”, temos hoje o que se classificaria talvez como simulacros, somando-se a tal fenômeno uma vasta e complexa pletera de “objetos comestíveis”, começando pelos chamados “alimentos engenheirados”.

1.6 RÓTULO COMO OBJETO

Quando a questão bromatológica é discutida por quem está chegando do mundo “agrícola”, “biomolecular” ou “ambiental”, e chegando das polêmicas transgênicas desses mesmos mundos; ou quando a questão “rotulagem” é enfocada de forma apressada e superficial, “voluntarista” ou tendenciosa, parece prevalecer certa ideia reducionista, binária, de que os alimentos, claramente, unicamente, definitivamente, ou são “transgênicos” como a soja RR ou são “*não-transgênicos*”, como a mandioca. E, com isso, ignoram, em vão, a existência de uma vasta, complexa e difusa região cinzenta, onde estão praticamente a grande maioria dos alimentos, que não são organismos, mas formulações industrializadas.

⁷⁸ A história da geleia caseira feita pela família Heinz, que deu início à rotulagem, foi apresentada na série “The World on a Plate”, apresentada no Brasil pelo canal GNT.

Imaginemos um frasco e então um conteúdo dentro desse frasco. Aliás, imaginemos 31 frascos iguais, 31 frascos opacos, cada qual com seu diferente conteúdo ocultado, 31 diferentes conteúdos, um dentro de cada respectivo frasco. Como os frascos são opacos, não podemos perceber o que tem dentro. Para sabermos, mais tarde, o que foi colocado em cada frasco, é imprescindível rotular cada um dos 31 frascos, com o nome de cada um dos 31 diferentes conteúdos.

Imaginemos, agora, que o conteúdo dos 31 frascos seja “comida”. Bem, o Código de Defesa do Consumidor assegura à população o direito de informação e escolha. E, também por isso, os 31 frascos são obrigados, por Lei, a ter um rótulo. E esse rótulo deve esclarecer o que têm dentro. A Lei 8078/90, estabelece, em seu Artigo 6º, que são Direitos Básicos do Consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;
II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;
III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem (BRASIL, 1990).

Complementarmente, em seu Artigo 8º, esse Código do Consumidor estabelece que:

Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito (BRASIL, 1990).

Quando dispõe sobre a oferta, no Artigo 31, o Código estabelece que:

A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores (BRASIL, 1990).

Estes Artigos acima selecionados, da Lei 8978, determinam com objetividade e clareza o que pode e deve ser informado sobre um frasco contendo alimentos e, então, as Portarias, as Instruções Normativas, os Regulamentos Técnicos, do MAPA e da ANVISA, ao descerem a minúcias, a tecnicidades bromatológicas - como será visto no interior dos Estudos de Casos a seguir – apenas contribuem para instauração de hiper-realidades e liquefações identitárias, em vez de produzirem a esperada ou prometida complementação do teor desta Lei.

1.7 RÓTULO COMO DIREITO (E ROTULAGEM OBRIGATÓRIA)

Os critérios que cada consumidor adota, para decidir o que vai comer ou deixar de comer, resultam de uma decisão de foro íntimo, balizada por um extenso, complexo, abstrato e intangível conjunto de variáveis, raramente fundadas a partir dos conhecimentos das ciências nutricionais, mas influenciado por valores culturais, econômicos e, até mesmo, de ordem política. Tais critérios têm, inclusive, contribuído para a formação de “tribos urbanas”, de macrobióticos, naturistas, higienistas, crudivoristas, lacto-ovovegetarianos, vegetarianos, veganistas, agri-organistas etc., que se contrapõem, no campo gastro-cultural festivo, aos churrasqueiros, aos farofeiros, aos *sashimizeiros* e aos *festifudeiros*.

Os *vegans-straight-edge* reclamam da rotulagem do iogurte de morango, que fala da presença de corante natural, mas não explicita se, em verdade, esse natural aí é o vermelho extraído da cochonilha-do-carmim, que é um ser vivo, um inseto, sendo necessário “assassinar” 155 mil insetos para extrair um quilo do corante vermelho. E os judeus, assim como os muçumanos, não irão comer salmão transgênico, se o gene inserido no genoma do salmão, para aumentar seu apetite, para que ele cresça mais velozmente nos reservatórios, for um gene de porco.

Os agri-orgânicos não esperam, nem confiam, nos esforços do aparelho sanitário estatal e, para rotular seus alimentos, criam entidades e ONGs certificadoras, que inspecionam a produção e credenciam para a colocação de um selo “Bio” no rótulo. Os fabricantes de café⁷⁹ e os de produtos de amendoim⁸⁰ tampouco confiam no Estado, e se associam para exercer a autofiscalização das indústrias, e um selo no rótulo expressa a certificação, de que se submeteram a rígidos padrões de qualidade. No café certificado só deve existir café, em vez de grãos e palha de milho moídos; e o amendoim deve estar dentro dos limites tolerados de aflatoxina. Adotam rótulos, com “selo certificador”, para combater a concorrência desleal dos produtos de baixa qualidade, ou até fraudados que, predatoriamente, invadem o mercado com preços mais baixos. Com a autofiscalização, a presença dos selos nos rótulos propiciam ganhos de mercado, já que fraudes no café e fungos tóxicos no amendoim são denúncias recorrentes na televisão, afastando os consumidores das marcas não certificadas.

A rotulagem não foi criada para que o consumidor escolha entre alimentos que representam e os que não representam risco, entre os alimentos contaminados e os não contaminados. Alimentos contaminados, alimentos deteriorados, alimentos com risco à saúde

⁷⁹ Referência ao selo de pureza da ABIC, Associação Brasileira da Indústria de Café.

⁸⁰ Referência ao selo criado pela ABICAB – Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados - em 2001, no âmbito do Programa Pró-Amendoim, que garante a qualidade de produtos de amendoim, implementando ações de controle de qualidade e monitoramento.

simplesmente não poderiam estar expostos ao consumo, deveriam ser recolhidos pela vigilância sanitária, deveriam ser destruídos, enterrados, incinerados.

Quando o risco é relativo e restrito a pequenos grupos particularizados, é razoável a liberação condicionada a um alerta na rotulagem, como é o caso de alimentos contendo aspartame (um risco para fenilcetonúricos), ou de alimentos contendo glúten (um risco para quem sofre da “síndrome celíaca”). Mas que tipo de alerta poderia ser inscrito em rótulos de alimentos que representem riscos para a população como um todo? Esta pergunta nem deve chegar a ser formulada, pois alimentos desta natureza simplesmente não deveria estar no mercado.

A rotulagem de um alimento e os critérios para decisão de um consumidor não são, portanto, questões unicamente de natureza toxicológica, ou sequer apenas nutricional. Escolher alimentos é uma opção cultural e mesmo uma atitude política. Come-se ou deixa-se de comer *Big Mac*, ou de tomar *Coca-Cola*, ou de beber vinho francês, ou de comer carne vermelha, por critérios que nada têm a ver com toxicologia ou nutrição. E esse é um direito legítimo e legal do consumidor. Um consumidor pode simplesmente não querer comer “transgênicos”, ou alimentos derivados de “transgênicos”, por uma questão ideológica. E esse direito será viabilizado se, e somente se, existir uma rotulagem visível, objetiva e inteligível.

1.8 EMBALAGEM COMO RÓTULO (E RÓTULO FORA DA EMBALAGEM)

Se o rótulo, em vez de pela sua natureza “física” - ou pelas suas materialidades gráficas – fosse definido pela sua natureza de mídia, de espaço onde fluem informações do produtor ao consumidor, então a embalagem, ela mesma um meio, seria uma explícita e veemente mensagem, com ou sem rótulo físico, já funcionaria, e em muitos casos mesmo seria, como um rótulo. É o caso, por exemplo, de uma garrafa de *Coca-Cola* onde, estando ou não escrito que é *Coca-Cola*, a embalagem, em face do seu formato, já transmite a mensagem do nome do produto.

Quando uma farinha de cereal ou um formulado lácteo é embalado em latas do tipo adotado por todas as *infant formulas*, há uma vasta possibilidade, e um largo risco de que, até mesmo pelo atrativo do preço inferior, terminem dentro de alguma mamadeira, danificando o estado nutricional de algum bebê. Mais ainda se, além da mimetização praticada ao se adotar, para X, uma embalagem típica de Y, este simulacro X for exposto nas prateleiras onde estão os produtos Y no supermercado, ou mesmo nas farmácias e drogarias.

Os produtos “nutracêuticos” são outros exemplos preciosos para demonstrar como a embalagem é, ela mesma, um rótulo, contendo ou não rótulo, escreva o que escreva no rótulo,

a embalagem também emite mensagens, diretas ou indiretas, explícitas ou implícitas, sobre a identidade do conteúdo.

Um pretense e popular fitoterápico, como por exemplo a Funchicória - um produto recomendado pelos pediatras, para mães passarem nas chupetas, substituindo o açúcar para “acalmar” os bebês - opta por uma embalagem *vintage*, quase artesanal, envolvida em rótulo precário, com aparência de mimeografado, o que expressa a ideia de “natural”, “caseiro”, muito melhor que essas palavras expressariam se no rótulo estivessem impressas. Por outro lado, produtos para praticamente de atividades físicas optam por embalagens peroladas, modernas, *hightech*, que expressam modernidade e ciência muito melhor que expressariam tais palavras se no rótulo, de uma embalagem do tipo da adotada pelo Funchicória, estivessem.

Como se observa, a embalagem que não cabe na definição oficial de rótulo efetivamente opera, no nível semiótico, como se rótulo fosse. Mas outros fenômenos merecem ser igualmente destacados, para demonstrar a impropriedade das definições oficiais. Um exemplo é o caso da *mozzarella* de búfala. Esse nome vai aparecer em cardápios de pizzarias, em painéis de preço nas paredes dos balcões de “frios” dos supermercados, constituindo um rótulo que está distante da embalagem do produto que, por ter formato igual ao produto original, elaborado a partir de leite de búfala, não é *mozzarella* de búfala, nem está assim denominado no rótulo utilizado. Ou seja, o rótulo verdadeiro é o cardápio, o painel na parede, pois o rótulo que está na embalagem original não é a mídia que o consumidor tem acesso para observação e leitura.

Estes eventos desviantes evidenciam que uma nova definição precisa ser assumida para o termo “rótulo”, uma definição fundada em valores da Saúde Coletiva, onde rótulo não é uma propriedade física, mas uma mídia, um espaço comunicacional. Ademais, se sucos e néctares adotam embalagens de mesmo formato, com idênticos *layouts* e *designs*, então, em nada isso contribui para um consumidor identificar o que é X e o que é Y no percurso que realiza coletando embalagens nas prateleiras, estas também atuando como rótulos, pelos corredores dos supermercados.

1.9 EFÊMERO, ESTETIZAÇÃO, LIQUEFAÇÃO E HIPER-REALIDADE

Não há como negar que alimentos industrializados associados com recomendações nutricionais, alegações em saúde e riscos toxicológicos trazem uma ampla e complexa ocorrência de abstrações, ao mesmo tempo que demandam informações e comprovações científicas de ordem quantitativa. Assim, já não é pelo senso comum, nem pelos aspectos

sensoriais, e sim pela mesma forma que conhecemos outros objetos e fenômenos - através das palavras, dos atos de fala, da linguagem verbal - que se manifesta o pensamento abstrato em Bromatologia, expressando ou fazendo uso de ideias e conceitos gerais.

Na modernidade líquida, onde convivemos com a liquefação das identidades (BAUMAN, 2005), os alimentos convencionais, com identidade sólida, vão sendo substituídos por “artefatos comestíveis”, com identidade variável, indefinida, fluida, líquida. Isso é muito visível naquilo entendido ou rotulado como “dietético”, “orgânico”, *light*, “*zero trans*”, bebidas de soja, leites fermentados, néctar, leites infantis, etc. Nenhuma dessas categorias parece poder alegar possuir uma identidade sólida. E, se a identidade não for sólida, decorre então uma interdição automática da hipótese de uma rotulagem sólida, que solidamente informe e comunique nutrição, toxicologia e saúde aos consumidores.

De um lado, o “objeto”, o “alimento engenheirado”, traz uma identidade líquida. De outro lado, mas também por isso mesmo, o alimento recebe uma “designação líquida”, que depende da posição de onde ele é enxergado. De um lado, uma designação que se pretende “exata” e imagina uma transferência de informações e orientações, segundo uma visão instrumental. Mas, de outro lado, um “real” que demanda visão mais ampla, incorporando os processos de produção social dos sentidos ou, como afirma Cardoso (2010), “necessariamente heterogêneos, multidimensionais e dialógicos, porque são produtos históricos, imersos na cultura, em seus conflitos e negociações”, pois o campo da saúde não pode “se apropriar de um conjunto neutro de técnicas para poder fazer as atividades de divulgação, prevenção ou promoção, e atingir seus objetivos.”.

Na contemporaneidade, portanto, não apenas as identidades, mas também as embalagens e as rotulagens vêm sofrendo transformações velozes e radicais. A definição de milho, por exemplo, tem sido objeto de polêmicas ruidosas e aguerridas, envolvendo acirradas paixões e bilionários interesses. Quando contiver ingredientes originados de sementes do milho Bt - uma variedade transgênica contendo genes da bactéria *Bacillus thuringiensis* - um alimento talvez devesse estar compulsoriamente rotulado como “transgênico”. Mas há autores que defendem que é inquestionável a existência de uma “equivalência substancial”, o que na prática igualaria as identidades, de transgênicos e não transgênicos, de onde seria desnecessário e indevido fazer uma rotulagem obrigatoriamente diferenciadora.

O conflito emerge com mais força quando se observa que um cultivo de milho “orgânico”, quando estiver a distâncias de até dois quilômetros de um cultivo “transgênico”, será alcançado, com ajuda do vento, pelo pólen do milho vizinho e, então, as espigas “orgânicas” poderão depois apresentar, facilmente, algo em torno de 1% de grãos

transgênicos. Nesse contexto, a legislação tende a determinar que sacos de milho, com até 1% de grãos transgênicos, podem usufruir da tolerância de serem rotulados como milho não transgênico. Ou seja, de cada cem saquinhos de pipoca, um deles tenderia a ser, sempre, inteiramente, cem por cento, pipoca transgênica, mas esta, junto com os outros novamente e nove, nos quais os grãos transgênicos se dispersam e assim se ocultam, poderá ser rotulada como pipoca não transgênica. A polêmica dos transgênicos traz uma lição para o estudo dos atores envolvidos com as políticas públicas em rotulagem, principalmente quando se observa que, uma vez perdida a guerra na arena do “ambiental”, ativistas vieram pelear na questão da rotulagem e, então, na identidade.

O exemplo mais definitivo dessa característica de liquefação das identidades repousa no “case” da soja transgênica. Um hambúrguer vegetariano, feito com soja no lugar da carne uma soja onde 3,9% dos grãos fossem transgênicos seria rotulado como transgênico, segundo a legislação instituída durante o Governo Lula; mas seria não transgênico segundo a legislação vigente durante o Governo Fernando Henrique. Teríamos a situação inversa se o hambúrguer cárneo, com 3% de soja na formulação, contivesse 31% de grãos transgênicos. Ou seja, formulações que eram transgênicas durante um determinado mandato presidencial deixam de ser na gestão seguinte, o que até poderia ser considerado normal, não fosse a ocorrência de que algumas outras, que antes não eram transgênicas, então tornam-se, de repente e inversamente, transgênicas.

Lipovetsky (2008), nos anos 80, desenvolveu uma explicação para o fenômeno da “moda”, elaborando uma espécie de arqueologia do frívolo e do efêmero. Na sociedade de consumo, onde alimentos são também mercadorias, é natural que aquele fenômeno incida sobre as percepções e as condutas do público, estabeleça tendências de mercado, influa na aquisição e ingestão alimentar. Nos restaurantes da “moda” já não existem aqueles pratos clássicos, comuns a todos os restaurantes, e no teor dos menus impera o efêmero, com novas criações fazendo desaparecer o que havia nos menus anteriores, nada resistindo mais que poucas semanas, como ocorre com roupas, sapatos, automóveis, telefones celulares. Essa tendência é igualmente perceptível na grande maioria dos alimentos industrializados ofertados no comércio, com incessante surgimento e publicidade de novos produtos, novas fórmulas, novos sabores. Os rótulos igualmente são efêmeros, a lista de ingredientes é efêmera e, por fim, as próprias legislações, como veremos no “estudo de caso” a seguir, se vergam aos poderes e ditames do, como apontou este autor, “império do efêmero”.

1.10 DE NOMES E MARCAS; DE PALAVRAS E IMAGENS

O problema de comunicação e linguagem não se restringe às questões relacionadas com identidades e definições. Mas é inquestionável a relevância da questão das denominações que terminam por instrumentalizar a rotulagem dos fenômenos e objetos, incluindo alimentos. usada para rotular atos, pessoas, fenômenos diversos e alimentos. Por exemplo, a sacarose, açúcar da cana, é composta dos açúcares dextrose e levulose, podendo esta ser industrialmente criada a partir do amido de milho, que é aquela colocada no mercado sob a denominação de frutose, induzindo consumidores a imaginar, a acreditar, que essa levulose, com o codinome de frutose, mas produzida quimicamente a partir da glicose retirada do milho, teria sido extraída de saudáveis frutas.

Isso se repete em leites fermentados que não contém leite, em bebidas de soja que praticamente não têm soja nenhuma; em néctares de frutas que não têm quase fruta; em agrotóxicos denominados defensivos agrícolas; em substâncias anti-microbianas denominadas conservantes; em colza que agora é chamada de canola, que não é um grão mas uma sigla para um grão; ou Canadian Oil Low Erucic Acid; em óleos de soja com denominações do tipo “Olívia”, como se de puras olivas e não mormente de soja fosse extraído. E tudo isso para nem citar exemplos de “cases” publicitários, onde um alimento com elevado teor de lipídeos, açúcar, corantes e aromatizantes seria popularizado como algo que “vale por um bifinho”.

Esse uso da linguagem para construir mediações na comunicação com o público - mas também para gerar os substratos, as narrativas, para edificação e sustentação do conjunto de medidas emanadas dos órgãos oficiais de regulação em saúde e consumo - é, novamente repita-se, o objeto desta investigação científica.

1.11 OBJETO E OBJETIVO DESTA INVESTIGAÇÃO

Esta pesquisa - desenhada para propiciar a elaboração de uma Tese de Doutorado em Saúde Pública - transcorre em duas etapas. A primeira, de caráter exploratório, observou e analisou - centenas de produtos alimentares expostos no comércio, com atenção especial para os aspectos identitários transcritos em suas rotulagens. A segunda etapa, em andamento, seleciona, dentre cerca de duas dezenas de categorias de produtos, ali detectadas com graves e antológicos desvios identitários, as bebidas de laranja como fenômeno para um tratamento mais aprofundado, mediante prodeção de dois “estudos de casos”, um sobre suco de laranja concentrado congelado, outro sobre o cenário das bebidas e sucos de laranja em geral, com particular atenção para a questão das identidades, como o paradigmático evento “néctares”.

Ao apontar equívocos na legislação e transgressões na rotulagem e propaganda, a Tese fica sob o risco de ser vista ou utilizada como se fosse um relatório denunciante, originado de alguma ONG de proteção do consumidor. No entanto, se trata de matéria de outra natureza, que se assume como um estudo sobre filosofia da linguagem aplicada na construção de identidades de alimentos, ao mesmo tempo em que analisa essas identidades como fenômenos da modernidade líquida, da hiper-realidade contemporânea, um fenômeno que dificulta definir e classificar os alimentos, em particular os industrializados, terminando por obstar o processo regulatório da rotulagem.

Embora os “cases” sejam relacionados com a química, a bioquímica e a genética aplicadas em alimentos, esta não é uma pesquisa em “Ciências de Alimentos”, mas em “Bromatologia em Saúde”, na interface da linguística e da comunicação, sendo Bromatologia uma sub-área da Saúde Pública, não das Ciências Agrárias.

Observando e falando a partir desse ângulo, pretende-se contribuir para a construção de novos métodos para pesquisas e legislações bromatológicas, considerando que Bromatologia é uma sub-área das Ciências da Saúde, em contraponto às Ciências de Alimentos (Química, Bioquímica, Microbiologia, Análise Sensorial etc.), que compõem, repita-se, uma sub-área das Ciências Agrárias.

Os casos e produtos aqui trabalhados fogem, propositalmente, de questões associadas com obesidade infantil e hipertensão arterial e, então, da regulação orientada para redução do teor de sódio, açúcar e gordura nas formulações. A hipótese da pesquisa não se debruça sobre as forças que causam a ocorrência de equívocos ou imperfeições nesses atos regulatórios; a hipótese é sobre como a linguística e a semiologia, a linguagem propriamente dita, emergem como protagonistas em fenômenos onde o olhar bromatológico clássico, fundado em ciências como Química, Bioquímica, Fisiologia, Genética etc. parece já não dar conta de explicar ocorrências ou de delinear alternativas de intervenção. Para isso, e inclusive para propiciar uma visão histórica desses fenômenos, foram selecionados “casos” periféricos, mas paradigmáticos para melhor propiciar a visualização do cenário e a demonstração da hipótese.

Esta Pesquisa, orientada para identificar e analisar “cases” que denunciam a uma rotulagem que é pensada e produzida pelo campo da “comunicação”, mas regulada e inspecionada pelo campo da “Bromatologia”, termina por, necessariamente, articular duas linhas bem estabelecidas de pesquisa. Ou seja, de um lado, se dedicará ao já clássico estudo das inter-relações entre informação, comunicação e inovação, só que aqui isto se dá em bromatologia, rotulagem e atos regulatórios da vigilância sanitária, socialmente situada, para o qual convergem múltiplas perspectivas epistemológicas e teórico-metodológicas,

priorizando a análise das ações, das práticas e dos processos de produção, aplicação e difusão de saberes técnicos e científicos no campo química, da bioquímica e da toxicologia de alimentos, com ênfase nas ontologias e nas representações e regulação do conhecimento. Mas por outro lado, integrada e harmonicamente, também se debruçará sobre as questões relacionadas com o setor regulatório, basicamente a ANVISA, o MAPA e o *Codex Alimentarius Commission*.

Mais que tudo, a Tese se dedicará à discussão conceitual e ao desenvolvimento de metodologias que levem à melhor compreensão da natureza e das características de suas mediações culturais, sociais, institucionais e tecnológicas, priorizando a construção de indicadores e a análise de produtos, processos e sistemas de informação e comunicação, bem como as políticas públicas nesses domínios e o estudo das formas discursivas e relações entre mídia, nutrição e saúde.

2 OBJETIVOS DA PESQUISA: GERAL E ESPECÍFICOS

O Objetivo Geral, desta investigação científica, é contribuir para ampliar e aprofundar a compreensão do processo de construção teórica e decorrentes aplicações práticas em rotulagem e regulação sanitária das identidades dos alimentos.

Trata-se de uma investigação não focada em eventuais ou contumazes violações legais praticadas em atos de rotulagem de alimentos, porque para isso e sobre isso já foram produzidos muitos relatórios, reportagens, estudos e pesquisas, sem contudo lograrem relevantes sucessos na melhoria dos rótulos. Trata-se, porém, de uma Tese que averigua e busca apresentar explicações sobre causalidades, principalmente de ordem linguística, do fenômeno que está dado, a “rotulagem precária e irregular”.

Mais especificamente, uma Tese sobre as limitações da linguagem para produzir rótulos, bem como sobre as limitações da linguagem para produzir normas que regulem linguagens e mensagens na rotulagem. E, então, particularmente sobre a construção das identidades - a flexibilização e a liquefação dessas identidades - que serão transcritas e lidas, posteriormente, nos rótulos.

Trata-se então, também, de uma investigação, ainda que indireta e complementar, sobre a identidade dos próprios atos normativos. Não sobre o cumprimento ou descumprimento dessas normas pelos fabricantes; mas sobre a origem e sobre a natureza - sobre a identidade mesma - dos atos regulatórios que deveriam assegurar uma boa rotulagem, o que não sucede, sem que necessariamente isso decorra do descumprimento das normas, mas sim de impropriedades e irregularidades intrínsecas dessas próprias normas e dos processos adotados para sua produção.

O fato é que talvez não seja meramente o caso do fabricante descumprir normas, mas sim o caso de normas antes - e por carream, elas próprias, impropriedades e irregularidades - descumprirem compromissos do Estado com a sociedade, incluídos nisto não apenas os consumidores, mas as próprias empresas, que dependem de boas normas para operações em um ambiente de segurança jurídica e justa concorrencialidade comercial.

Assumindo e declarando, assim, que o objetivo geral está focado nas “identidades” das bebidas de laranja e dos respectivos atos regulatórios, os objetivos específicos da investigação serão os seguintes:

1. Apresentar um panorama da rotulagem de bebidas de frutas nas últimas três décadas;

2. Contribuir para uma melhor compreensão e avaliação da regulação sobre rotulagem e propaganda de alimentos, bem como sobre outras tipologias de intervenções complementares na contemporaneidade;
3. Identificar disparidades e produzir reflexões sobre os olhares e saberes dos campos da “Bromatologia” e da “Informação e Comunicação em Saúde”, bem como da Vigilância Sanitária e da Promoção da Saúde, acerca deste objeto “rótulos alimentares”;
4. Identificar e analisar os principais óbices eventualmente atuantes contra o alcance de uma rotulagem que, adequadamente, expresse as especificidades dos alimentos industrializados;
5. Contribuir para o resgate, a afirmação e a consolidação do campo científico em “Bromatologia” no âmbito do macrocampo da Saúde Coletiva;
6. Delinear um conjunto de explicações do fenômeno, que possa subsidiar medidas governamentais orientadas para assegurar a utilização dos rótulos alimentares como espaço de informação e comunicação em saúde, bem como para o aperfeiçoamento dos atos regulatórios relacionados com a proteção do consumidor e com a instauração de um ambiente que estimule, balize e autocontrole práticas comerciais fundadas na razão, na ética e, assim, na concorrenciaisidade leal entre os fabricantes;
7. Analisar os paradigmas da produção de conhecimento acadêmico e da operacionalização da vigilância sanitária no universo da rotulagem de alimentos;
8. Sistematizar os pontos determinantes do fenômeno, a partir da observação e análise de dois distintos Estudos de Caso sobre rotulagem e regulação, o primeiro deles focado na tipologia suco de laranja concentrado e congelado, enquanto o outro foca em particularidades identitárias observadas no conjunto de sucos, néctares e outras bebidas de laranja trazidas ao mercado;
9. Descrever e analisar a sociogênese das legislações nacionais e internacionais relacionadas com a Rotulagem de Alimentos, focando em instituições e atores, considerando as percepções e os interesses envolvidos na produção desses instrumentos normativos;

10. Comparar as trajetórias das legislações das diferentes categorias de produtos, ao longo das últimas quatro décadas;

Da consecução destes traçados e declarados Objetivos, espera-se oferecer contribuições em duas dimensões. Uma primeira contribuição seria para um mais amplo e mais profundo conhecimento da conjuntura relacionada com os determinantes e condicionantes dos atos e práticas de rotulagem de alimentos, a partir do conhecimento construído para sucos, néctares e bebidas de laranja. Uma segunda contribuição seria de ordem metodológica, com o ensaio e demonstração de um novo método (e sua aplicação), entendido aqui como mais válido para pesquisas sobre rotulagem de produtos relacionados com o consumo e saúde pública.

Em vez de fazer uso de ferramentas das ciências de alimentos ou das pesquisas de mercado, em vez de aplicar “*check list*” para verificar se os rótulos cumprem a legislação ou não, em vez de aplicar questionários para coletar dados sobre opinião, saberes e comportamentos de consumidores, esta investigação ensaia um *aggiornamento* dos métodos e escopos da Bromatologia, uma subárea da Saúde Coletiva.

Para isso incorpora então, olhares, indagações e abordagens do diverso arsenal de saberes que compõem as investigações desta grande área das Ciências, saindo da “caixa” das Ciências Agrárias, onde têm se alojado os olhares e trabalhos sobre a questão alimentar.

Os resultados propiciados, isoladamente, por cada um dos “Estudo de Casos” e, em seguida, pela correlação dos dados desses estudos entre si - os dados do levantamento de mercado, sobre bebidas diversas expostas ao consumo, em diferentes épocas, incluindo rótulos de sucos e néctares de outros diversos países - certamente atendem ao preconizado pelo Objetivo Geral. Já sobre os ambiciosos “Objetivos Específicos” - cada um deles cabendo em uma pesquisa particular, como objetivos gerais - precisamos compreender que são objetivos e não são metas. São objetivos a serem perseguidos, não metas a serem plenamente atingidas.

Ainda assim, tais objetivos específicos materializam uma base de diretrizes para o delineamento da metodologia e alcance dos múltiplos atos de pesquisar, que compõem esta Tese e, de alguma forma, ao servirem de guia, também deverão estar propiciando contribuições para uma compreensão mais ampla e profunda do “fato”, bem como para o delineamento de alternativas de políticas e medidas onde a rotulagem seja enquadrada como instrumento operacional.

3. METODOLOGIA QUALITATIVA VIA ESTUDO DE CASOS

Teoria e pesquisa, para Castells (2010), só servem se têm a capacidade de dar sentido à observação de seu objeto de estudo, onde pesquisa social não deriva apenas de sua coerência, mas também de sua relevância, não se tratando de um discurso, mas de uma investigação.

É nesta linha que, ao longo desta investigação, partindo de indagações, buscam-se fatos e dados que, “*popperianamente*”⁸¹, possam espancar as hipóteses imaginadas, de forma a, como conclusão, se oferecer alguma explicação inovadora para o fenômeno “insucesso dos atos regulatórios sobre rotulagem de alimentos”. Ou seja, não se trata de uma narrativa pré-concebida, de clichês do tipo “indústrias só pensam no lucro e mentem o tempo todo buscando enganar os consumidores”, ou “consumidores não leem os rótulos e, se lessem, não entenderiam a terminologia técnica, sendo necessário promover campanhas educativas enquanto, de outro lado, se exija simplificar a linguagem e *por tudo no rótulo*”.

3.1 DA DECISÃO POR ESTUDO DE CASO

Frente a esse desafio - de desvelar o fenômeno e, sobre ele, oferecer explicações - opta-se por um método que se desvia, propositalmente, da aplicação de questionários, abertura de entrevistas ou operação de grupos focais, visando melhor conhecer os consumidores para, em vez disso, focar diretamente nas propriedades que conformam as identidades dos alimentos, uma vez que rotular é expressar a identidade do “objeto”. Esse método, no caso, é o de Estudo de Casos que resulta em dados e “achados” cuja compreensão demanda referenciais teóricos, então relacionados com a Filosofia da Linguagem, com os simulacros, com a hiper-realidade e com os processos de comunicação e percepção do “real”.

A decisão pelo emprego do método de “Estudo de Casos” resulta do reconhecimento que, para cada tipo de método, existem premissas e restrições que devem ser consideradas nesse processo decisório. Essa escolha de uma abordagem metodológica é sempre um dos problemas com o qual um pesquisador se depara, no início de sua investigação. Nesta Tese, o direcionador determinante, para “Estudos de Caso”, é a natureza do “objeto de pesquisa” e a tipicidade das indagações formuladas. Ou seja, o método não foi eleito por contingências como tempo disponível para conclusão dos trabalhos, dimensão dos recursos propiciados para sustentar a condução dos trabalhos, familiaridade do autor com o método, uma recomendação

⁸¹ Trata-se de uma referência às proposições de Karl Popper sobre como lidar com as hipóteses de pesquisas científicas.

do orientador, sugestão de colega, adoção de procedimentos constatados nos artigos sobre rotulagem obtidos pela busca bibliográfica.

O fato é que existem premissas e restrições para cada método adotado e, aqui, optou-se por levar em consideração o “objetivo” do trabalho imaginado no projeto de pesquisa ou, como propõe Miguel (2007), *“a adoção de uma abordagem metodológica, como o estudo de caso, deve atender à questão de pesquisa no sentido de proporcionar um caminho para respondê-la”*.

Em face das lacunas de conhecimento detectadas na temática “identidade, rotulagem e legislação sanitária”, bem como em face das indagações formuladas, a metodologia qualitativa mostrou-se, dentre as possíveis abordagens, a melhor apropriada e, no menu dessa metodologia, “estudo de casos” apresenta-se como o instrumental mais apropriado, útil e eficaz para endereçá-la ou, em outras palavras, aquele que melhor atenderá a problemática sendo estudada, no sentido de permitir a imersão em camadas mais profundas do fenômeno.

Estudo de casos, uma metodologia observacional e qualitativa, é um marco central desta pesquisa, onde se pretende um exame amplo e aprofundado das variáveis relacionadas com os fenômenos complexos que perpassam a formulação e a implementação de políticas e medidas regulatórias no campo da rotulagem de identidade de alimentos, no cenário brasileiro e internacional.

Fazendo uso das recomendações de diversos autores, e mais destacadamente de Robert Yin (2005), utilizando-se o mundo “real” como fonte de dados e evidências, “estudo de casos” foi identificado como a alternativa mais apropriada para dar conta de responder às demandas descritivas e explicativas acerca dos fenômenos, senão mesmo uma metodologia indispensável para propiciar, com as naturais limitações de um método qualitativo, o “testar das hipóteses” imaginadas.

Quando um pesquisador opta pelo Estudo de Caso, ele pode realizar um estudo de caso único ou múltiplo, e Robert Yin (2005) recomenda que, para possibilitar a criação de generalizações científicas, o ideal é o estudo de casos múltiplos, enquanto a realização de estudo de caso único seria justificável se o caso se constituir em um evento raro ou exclusivo ou se servir a um propósito revelador.

Ao identificar os predicados que um Estudo de Caso deve possuir, Martins (2006) afirma que é necessário que o pesquisador, ao buscar pesquisar utilizando-se dessa metodologia, tenha eleito um “objeto”, um “caso”, que seja importante, considerando que isso se dá quando é “original e revelador, eficaz, suficiente e relatado de maneira atraente”.

O método de estudo de casos desperta, reconhecidamente, inúmeras desconfianças, sendo considerado, por vezes, salvo-conduto para que o pesquisador escape ao rigor científico, nunca apresentando claramente como o estudo será conduzido, quais serão os critérios de seleção de casos, como serão feitas a análise de dados e as inferências subsequentes. Todavia, esse é um método que há muito vem se consolidando na comunidade científica, havendo atualmente inúmeros livros-texto e artigos acadêmicos de referência.

Yin (2005) defende que o estudo de caso e os experimentos não almejam representar uma "prova", sendo que a meta do investigador seria expandir e generalizar (generalização analítica) e não enumerar frequências (generalização estatística). Já Gerring (2004), nos esforços para demonstrar a validade científica do método de estudo de casos, propõe inclusive o aproveitamento do raciocínio subjacente da pesquisa experimental para aprimorá-lo.

A metodologia - para identificar e analisar “*cases*” que denunciam uma rotulagem que é pensada e produzida pelo campo da “comunicação”, mas regulada e inspecionada pelo campo da “Bromatologia” - demanda articulações que desvelem as inter-relações entre informação, comunicação e inovação em bromatologia, rotulagem e atos regulatórios da vigilância sanitária, socialmente situada, para o qual convergem múltiplas perspectivas epistemológicas e teórico-metodológicas, priorizando a análise das ações, das práticas e dos processos de produção, aplicação e difusão de saberes técnicos e científicos no campo da química, da bioquímica e da toxicologia de alimentos, com ênfase nas ontologias e nas representações e regulação do conhecimento.

Ainda segundo Yin (2005), casos podem ser selecionados tanto para se predizer resultados similares quanto para produzir resultados contrários, com razões prognosticáveis. A limitação mais significativa em retrospectivas - que é o caso desta Tese - é a dificuldade para se determinar causas e efeitos de eventos reconstruídos; ademais, uma limitação inerente ao estudo de caso qualitativo é a vulnerabilidade dos dados em face de interpretações subjetivas de cada pesquisador. No que se refere à operacionalização, as principais dificuldades dizem respeito ao esforço de estruturação dos dados coletados, à decisão sobre a unidade de análise e sobre as escolhas dos casos. Yin advoga que a seleção de cada caso adicional deve endereçar aspectos específicos da teoria, inadequadamente endereçados pelos anteriores, ou seja, sugere uma seleção sequencial, no decorrer do processo.

Os dados necessários ao desenvolvimento desta Tese foram obtidos dos repositórios virtuais de documentos da Comissão do *Codex Alimentarius*, da coleção de atos regulatórios do Ministério da Agricultura e da ANVISA (incluindo instâncias já extintas, como a Comissão Nacional de Normas e Padrões para Alimentos, do Conselho Nacional de Saúde).

Foram também utilizados documentos-técnicos, relatórios e pareceres extraídos dos arquivos do Ministério da Saúde e, em especial, uma coleção de rótulos do acervo de propriedade particular do autor, um acervo situado no LabConsS, material coletado ao longo de quarenta anos dedicados ao tema.

3.2 FUNDAMENTOS OPERACIONAIS DO MÉTODO “ESTUDO DE CASOS”

A Pesquisa Qualitativa encontra-se em um processo contínuo de propagação, com o surgimento de novas abordagens e métodos, e vem sendo adotada como parte essencial dos currículos de um número cada vez maior de disciplinas. Perspectivas novas e mais antigas da pesquisa qualitativa podem ser encontradas na Sociologia, na Psicologia, na Antropologia, na Enfermagem, na Engenharia, nos Estudos Culturais etc. Dispõem-se de uma grande variedade de métodos qualitativos específicos, cada um dos quais partindo de diferentes premissas e perseguindo diferentes objetivos, cada qual baseado em um entendimento específico de seu objeto (FLICK, 2009).

Ainda segundo Flick (2009), a pesquisa qualitativa trabalha, acima de tudo, com textos, onde os métodos, para coleta de informações - entrevistas ou observações - produzem dados que são transformados em textos através de gravação e transcrição. O processo pode ser então representado, resumidamente, como um caminho da teoria ao texto, e um outro caminho do texto retornando à teoria, onde a interseção desses dois caminhos opera na coleta de dados verbais ou visuais, enquanto a interpretação deste se dá dentro de um plano específico de pesquisa.

Para Alani (2010), a prática da pesquisa qualitativa requer qualidades de improvisação, pois como a abordagem é indutiva, tentando explorar a realidade sem hipóteses iniciais imponentes - mas apenas com um tema de pesquisa, e sem pressupostos sobre os resultados - isso requer flexibilidades operacionais incluindo, por exemplo, se necessário, mudar durante a pesquisa a técnica de coleta de informações. E pondera (Alani, 2010, p.78): *“Com sua estratégia qualitativa e indutiva, o real é considerado como algo opaco: os fatos não se exprimem a priori. Para que se possa ‘ver’ algo, será necessário explorá-los, analisá-los, impregnar-se dos mesmos e, depois, distanciar-se deles”*.

Aqui adota-se, do menu ofertado pela Metodologia Qualitativa, a tipologia “Estudo de Casos”, para conduzir investigação em Bromatologia, uma sub-área da Saúde Pública, respeitando-se a premissa que tal método deve ser considerado nunca independentemente do processo da pesquisa e da questão em estudo.

Trata-se de investigar um fenômeno contemporâneo, dentro de seu contexto real, fazendo uso de múltiplas fontes de evidências. Estas, segundo Yin (2009), para estudo de casos, podem advir de seis fontes: documentos, registros arquivais, entrevistas, observação direta, observação participante, e artefatos físicos. Dentre as citadas, foram utilizadas nesta Pesquisa:

- Documentação: atos regulatórios de agências federais; normas técnicas de organismos internacionais, como o *Codex Alimentarius Commission*; atas e processos de registro da Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde; notícias de jornais e revistas; relatórios técnicos; artigos científicos; ofícios, memorandos e mensagens por “telex” de órgãos governamentais; registros e documentos administrativos diversos etc.
- Registros Arquivais: anotações decorrentes de diálogos em vários *egroups*, principalmente daqueles criados e operados pelo LabConsS da UFRJ;
- Artefatos Físicos: 639 rótulos ou embalagens de bebidas de frutas, brasileiros ou internacionais, foram selecionados no âmbito do acervo do LabConsS, cobrindo um período de três décadas do mercado nacional, mas também internacional (o que foi complementado com imagens de rótulos observados em *websites* na *internet*;
- Observação-Participante: registros pessoais coletados enquanto membro de comissões nacionais e internacionais de regulamentação alimentar; ou como dirigente de sociedades científicas nacional e internacional.

A natureza e a dimensão destas fontes coletadas para a pesquisa permitem que aqui tenhamos um estudo de caso de ordem “longitudinal histórico”. Isto, estudos retrospectivos, segundo Abreu (1995), são fundamentais porque permitem a comparação dos fatos no decorrer de um período de tempo que, no caso desta Tese, contempla o “mercado” desde meados dos anos oitenta até o presente, totalizando cerca de três décadas. Mas, no que tange aos atos regulatórios, em vez de limitar-se, como é comum, à legislação vigente, a pesquisa abrange cerca de cem anos de leis, decretos, decretos-lei, normas e regulamentos técnicos, portarias, instruções normativas etc.

Uma pesquisa documental é sempre próxima de uma pesquisa bibliográfica, diferenciando-se pela tipologia das fontes. Ou seja, enquanto esta faz uso de fontes secundárias, produzidas por outros autores, aquela faz uso de fontes primárias não mediadas por algum tratamento analítico. Rótulos, embalagens, anúncios publicitários são, por exemplo, fontes primárias e são o material predominante nesta pesquisa, baseada no contato direto do pesquisador com os fatos sob estudo.

Há, ainda, um outro aspecto que precisa ser aqui destacado: é que se a metodologia “Estudo de Casos” é considerada “qualitativa”, não há como negar que possa também ser empregada para trabalhar com dados quantitativos, sendo que tal ocorrência se dará, aqui, em vários momentos, pois análises qualitativas sobre identidade de bebidas (e seus percentuais de suco, água e açúcar adicionados), ou sobre composição química (e então seus teores de vitamina C e carboidratos), sempre demandarão inserção de dados quantitativos que, quantitativamente, serão analisados. Em outras palavras, não é uma pesquisa que busque quantificar fenômenos, mas que não rejeita analisar numericamente as facetas numéricas do objeto pesquisado.

A diversidade e o volume desse material, se tratado com as técnicas preconizadas para “Estudo de Casos”, mostram-se apropriados para oferecer explicações acerca das relações causais em uma situação da vida real, que é por demais complexa para tratamento mediante estratégias experimentais ou de levantamento de dados, questionários, *check lists* etc.

Planejamento, protocolo, coleta e análise de dados são, assim, as quatro etapas transitadas no decorrer do “Estudo” e sua questão central, partindo-se de indagações, hipóteses e proposições orientadoras da pesquisa, mediante orientação dos enunciados emanados de questões secundárias.

3.3 DA ESCOLHA DOS CASOS

Uma das primeiras tarefas, quando se inicia a execução do planejamento, é a escolha das unidades de análise, ou seja, o processo de identificação e seleção dos casos. De início, deve ser determinada a quantidade de casos, optando-se pela alternativa “caso único” ou por “múltiplos casos”, reconhecendo que desta primeira decisão, de cada uma das duas alternativas, poderá resultar tanto vantagens, quanto desvantagens (YIN, 2005).

Miles e Huberman (1994) sugerem um conjunto de perguntas para ajudar na determinação do critério selecionado para a escolha dos casos ou, por outro lado, para avaliar se os casos foram acaso bem escolhidos. Por exemplo:

- A amostra escolhida é relevante para o quadro referencial e para as questões de pesquisa?
- O fenômeno objetivado pode ser identificado na amostra?
- Os casos selecionados permitem comparação e propiciam algum grau de generalização?
- As descrições e explanações que podem ser obtidas a partir dos casos estudados guardam consonância com a vida real?

- Os casos selecionados são considerados viáveis, no sentido de acesso aos dados, custo envolvido, tempo para coleta de dados?
- Os casos escolhidos atendem a princípios éticos?

Respeitando esses critérios, foram selecionados vinte grupos de alimentos para compor vinte casos. Buscou-se encontrar rótulos desse conjunto de alimentos e, então, foi produzida uma descrição da identidade e respectivos fenômenos bromatológicos de cada elemento da amostra. Produtos para finalidades dietéticas especiais seriam um dos casos, a este somando-se casos como “transgênicos” (e as definições que os isentam de rotular a identidade com base na transgenia), “orgânicos” (que em verdade usam alguns “venenos”), “*infant formulas*” (cujas definições estão sempre em transformação na legislação nacional e internacional), “bebidas à base de soja” (com escasso teor de soja e, então, baixíssimo teor proteico), frutose “quimicamente” produzida a partir do amido de milho, canola (que não é senão colza redenominada pela sigla de *Canadian Oil Low Erucic Acid*) etc.

Com esse material foi elaborado o Projeto de Pesquisa submetido e aprovado no Exame de Qualificação. Em sequência, buscou-se mais dados sobre cada um desses casos, iniciando-se o detalhamento, caso a caso. Nessa etapa do cronograma foi percebido que, para fundamentar as conclusões, seria tanto desnecessário quanto interminável, aprofundar cada um dos vinte casos. Foi decidido, então, que seriam aprofundados apenas cinco dos vinte casos - bebidas de soja, transgênicos, dietéticos, alimentos para bebês (*infant formulas*) e bebidas de frutas (sucos e néctares), sendo ainda mantidos os “relatos”, as descrições, no limite de dez páginas para cada um dos outros quinze casos. Novamente, quando isto já estava praticamente concluído, foi percebido que alguma generalização seria melhor alcançada se a pesquisa focasse em um só produto, mas abordando um largo número, o máximo possível, na casa de pelo menos uma centena de marcas comerciais desse caso, ficando então nítido, com os dados assim disponíveis, que esse produto, para atender tal exigência, deveria ser o conjunto de “sucos e néctares”. Mesmo aí, e outra vez, foi percebido que era recomendável promover um novo sub-recorte, focando em bebidas de uma única só fruta, a laranja.

Com o caso já bem avançado, com o estudo de caso e os relatos de caso já ocupando mais de duzentas páginas, percebeu-se que o melhor caminho para comprovar a imaginada hipótese, de forma robusta e inquestionável, seria promover outro e radical sub-recorte do sub-recorte. Já não mais seriam casos sobre dezenas de diferentes alimentos, nem seria o caso das bebidas de laranja, mas sim o caso de uma única marca de suco de laranja, o produto rotulado como *Lanjál*, um simulacro de suco concentrado congelado de laranja.

Vários foram os motivos que sustentaram essa escolha e essa decisão. Por exemplo: é um produto que está no mercado faz mais de trinta anos, apresentando contínuos ajustes na lista de ingredientes, nos dizeres da rotulagem, nas orientações para diluição e preparo, dentre outras modificações na identidade e nas informações ao consumidor. Ao focar em um único produto, foi então possível identificar e explorar variáveis múltiplas, ao longo de mais de 25 anos, fazendo uso do acervo de embalagens construído pelo autor no âmbito do LabConsS – Laboratório de Vida Urbana, Consumo & Saúde da UFRJ.

Concluído o estudo de caso sobre o *Lanjál*, percebeu-se que ficaria mais robusto, e também mais ético com relação ao fabricante de *Lanjál*, que as demais tipologias e marcas de bebidas de laranja fossem também incorporados na Tese. A princípio, isto entraria no capítulo “Discussão”, mas tornou-se tão longo, que terminou sendo percebido como um segundo caso. Assim, ao “Estudo de caso sobre o *Lanjál*”, se juntou um “Estudo de caso sobre o cenário das bebidas de laranja em geral”.

Em suma, a definição pelo “caso” a ser investigado não se deu por facilidades ou comodidades, do tipo “menor tempo para ser feito”, “mais fácil acesso aos rótulos” ou “maior disponibilidade de dados”, e sim por critérios técnicos robustos, que efetivamente justificam a decisão. Destaque-se, então, que isto vem na linha recomendada por Eisenhardt (1989), que considera que o uso de múltiplas fontes de dados e a interação com os constructos, possibilitam que o pesquisador alcance uma maior validade construtiva da pesquisa.

3.4 DO PROTOCOLO

Na primeira fase da condução de estudos de caso é recomendada atenção para o desenvolvimento do protocolo, um documento formal que estabelece os procedimentos, os instrumentos e as regras gerais a serem adotados no estudo e onde estejam listados: uma visão geral do projeto, com o tema do mesmo, questões de estudo e leituras norteadoras; procedimentos a serem adotados para coleta dos dados (observação em campo, entrevistas, análise documental, etc.); plano de análise dos dados coletados, com discriminação da natureza das informações colhidas, sejam informações descritivas ou informações explanatórias (YIN, 2005, p. 89-91).

Uma vez escolhidos os casos iniciais e imaginadas as técnicas para a respectiva coleta de dados, um protocolo foi desenvolvido, contendo não um roteiro, uma listagem, um *check list* - que podem ser muito úteis para atividades cotidianas da vigilância sanitária, para observar se um determinado rótulo se adequa e cumpre as regulamentações legais, mas não se

prestam para investigações científicas de natureza e propósitos acadêmicos - e sim sendo composto de um conjunto de questões a serem aplicadas.

O protocolo elaborado para esta Tese contém procedimentos e regras gerais para condução da pesquisa e indicação da origem das fontes de informação que, no caso, referem-se especificamente a rótulos e atos normativos, bem como referem-se à identificação, coleta e tratamento das nuances desses materiais relacionados com as indagações da pesquisa. O protocolo, portanto, é mais que um mero roteiro com perguntas, e sim um instrumento que melhora a padronização, a confiabilidade e validade na condução de um estudo de caso.

3.5 DA COLETA DOS DADOS

Cumprida a primeira fase, elaborado o protocolo para os casos selecionados, iniciou-se uma segunda fase do estudo, quando foram colhidas as evidências para compor o material sobre o caso, principalmente a coleta de rótulos de incontáveis tipologias e marcas comerciais de bebidas de laranja ou à base de laranja, bem como de legislações sobre a identidade e qualidade dessas produtos alimentares. Cuidou-se, concomitantemente, da qualidade dos dados obtidos, identificando se estes mostravam-se associados aos constructos e, então, se contribuíam, ou não, para a consecução dos objetivos traçados para a pesquisa.

Os métodos e técnicas, para a coleta e para a análise desses dados, foram determinados após a seleção dos casos, tendo sido fundamental, nesta etapa, a adoção de múltiplas fontes de evidência, bem como de métodos e mesmo de teorias ou perspectivas diferentes, as quais possam trazer explicações para os dados. Isto foi feito para tornar a pesquisa mais robusta, e inclusive, se necessário, contornar, minimizar ou aniquilar riscos de erros frequentemente apontados pelos críticos ao método, as acusações de generalizações infundadas e não validação dos constructos.

Dois princípios, em suma, foram respeitados para proceder a essa coleta de dados: o uso de múltiplas fontes de evidência e a formação de uma cadeia de evidências. O uso daquelas múltiplas fontes permite o desenvolvimento da investigação em várias frentes, ou seja, permite investigar vários aspectos em relação ao mesmo fenômeno, tornando mais convincentes e apurados os “achados” e as conclusões, já que se originam de um conjunto de corroborações. Ademais, sob tais condições, aqueles achados são validados através de várias fontes de evidência. Já a formação de uma cadeia de evidências – considerado o menos desenvolvido e mais difícil aspecto da condução de um Estudo de Caso (YIN, 2005) - consiste na configuração do estudo, de forma a tornar cristalinas as evidências que legitimam o caso,

desde as indagações e pressupostos iniciais, até a construção de descrições e interpretações que possibilitem a extração cuidadosa das conclusões finais.

Nesse contexto, com a adoção dessas múltiplas fontes, é que se assumiu que as três unidades de análise, obrigatoriamente, seriam os atos normativos, o binômio identidade-designação e a composição química (e sua declaração nos rótulos).

Quanto ao foco temporal, a adoção deste método que, neste quesito, é bastante amplo, tendo permitido que o fenômeno fosse estudado com base em situações contemporâneas, que estão transcorrendo neste exato momento, mas também remetendo a situações passadas, que já ocorreram, mas que são preciosas para uma compreensão das questões de pesquisa que foram inicialmente colocadas.

A coleta foi dada como concluída quando a quantidade de dados e informações se reduziu e, ao mesmo tempo, quando se considerou haver já dados mais que suficientes para endereçar a questão da pesquisa. Obviamente, outros aspectos foram também considerados, como a premência de tempo em função de prazos assumidos. Porém, cuidou-se para que esse último aspecto não viesse influenciar, negativamente, o rigor metodológico da investigação.

3.6 ANÁLISE DOS DADOS

Na análise dos dados, última fase do estudo, buscou-se a categorização e a classificação dos dados, tendo-se em vista as proposições iniciais do estudo. Embora haja várias estratégias para esta etapa, YIN (2005) propõe duas estratégias gerais: i. basear a análise em proposições teóricas, organizando-se o conjunto de dados com base nas mesmas e buscando evidência das relações causais propostas na teoria; ii. desenvolver uma estrutura descritiva que ajude a identificar a existência de padrões de relacionamento entre os dados.

Seja qual for a estratégia para análise dos dados, Yin (2005) propõe quatro métodos principais de análise para os mesmos:

- Adequação ao padrão, de forma a permitir comparação entre os padrões empíricos encontrados no estudo com os padrões prognósticos, derivados da teoria ou de outras evidências. Então, se os padrões confirmarem os prognósticos e não forem encontrados padrões alternativos de valores previstos, pode-se fazer inferências de relação entre eventos. Nesta análise, o foco também pode estar nas explanações concorrentes, ou seja, identificando porque os resultados obtidos mantiveram-se iguais sob situações diferentes;

- Construção da explanação – uma tipologia mais complexa de adequação ao padrão, onde se busca efetivamente relações de causa e efeito entre os dados, o que demanda utilização de casos múltiplos para comparação dos resultados;
- Análise de séries temporais, onde a comparação de padrões se dá a partir de uma variável ao longo de um espaço de tempo, alternativa que só se justifica quando se busca entender “como” e “porque” um evento modificou-se ao longo do tempo. Quando a preocupação for meramente descritiva, esta técnica não se justifica;
- Análise dos dados a partir de modelos previamente formulados, o que se mostra particularmente relevante quando a análise envolve um encadeamento complexo de eventos ao longo do tempo.

Tomando-se o conjunto de dados coletados e de “achados” propiciados ao longo do processo de pesquisa, e considerando as múltiplas fontes de evidência, foi elaborada uma espécie de narrativa geral. Nem todos os dados expostos na apresentação aparecem nessa narrativa, ou serão aqui analisados, mas é certo que estão todos consoantes e referendam as conclusões. Essa redução dos dados - ou *data reduction* - decorre da necessidade de encadear, com melhor visibilidade, aquilo que se mostra essencial ou que tenha conexão direta com os objetivos da investigação.

Em decorrência, opta-se pelos critérios para interpretação dos dados e “achados”, adota-se referenciais teóricos e se estabelece uma lógica que permita conectar os dados das proposições em estudo de caso, sem perder de vista a afirmação de Yin (2005), de que o estudo de caso não assegura a produção de uma “prova”, com a meta do pesquisador devendo estar voltada, invés disso, para conseguir a generalização analítica e não a generalização estatística ou enumeração de frequências.

4 REFERENCIAIS TEÓRICOS

Observando-se o produto da pesquisa, seus resultados, seus dados, seus “achados”, é facilmente percebido o fenômeno da hiper-realidade e do assassinato do “real”, desenvolvido por Baudrillard, bem como a presença marcante do fenômeno da liquefação das identidades, a supressão dos referenciais na modernidade líquida, a demanda por uma ética de consumidores, conceitos desenvolvidos por Bauman.

Para analisar os fenômenos observados e extraídos dos rótulos de bebidas de laranja, mostra-se indispensável a adoção das contribuições desses dois pensadores, Baudrillard e Bauman.

Não se poderia, porém, ocultar ou negar que o trabalho é influenciado pelos conceitos e contribuições de pensadores como Austin e Searle, com a teoria dos “atos de fala”, do “dizer é fazer”, do “como fazer coisas com as palavras”⁸² e sua ocorrência na “fala e na escuta dos rótulos”; como Bourdieu e os conceitos de *habitus*, *capital* e *campo*; como Lipovetsky e a era do efêmero, da estetização do mundo; Marx, com a reificação e mercadorias simbólicas; o deserto do “real” segundo Zizek; os escritos de Durkheim, com seus exercícios para bem circunscrever e definir o objeto de pesquisa, a taxonomia, as classificações; e de Habermas com os fundamentos da teoria do Agir Comunicativo, com base na ética e na razão.

São, estas todas, contribuições fundamentais e indispensáveis aos trabalhos de se pensar e investigar a Bromatologia, a partir de indagações sobre o simbólico nos alimentos, as tensões no campo científico correspondente, que convergem e informam a formulação de políticas e medidas governamentais, incluindo os atos regulatórios da vigilância sanitária e, em particular, no âmbito desta Tese, a regulação da rotulagem de alimentos focada na instrumentalização de medidas no campo da Promoção da Saúde.

A pesquisa está proposta para se desenvolver em duas vertentes e cada uma delas demanda seus próprios referenciais teóricos particulares, ainda que imbricados. De um lado, os dados propiciados pelos Estudos de Caso, a questão das identidades, das designações e da rotulagem poderiam ser trabalhadas a partir de um arcabouço teórico construído com os marcos estabelecidos por Bauman, mas também de Bourdieu, quando aponta que a identidade nominal pode estar ocultando a identidade real, já que “*Nunca se pode supor que a mesma coisa nominalmente é a mesma coisa realmente, mas sempre se deve traçar a hipótese de que a identidade nominal esconde a diferença real*” (BOURDIEU, 2014, p. 144). Já de outro

⁸² Trata-se de uma referência ao livro “*How to do things with words*”, obra seminal da Filosofia da Linguagem, de autoria de John Austin (1921-60).

lado, as reflexões sobre a ideia de rotulagem vista a partir do “campo da Comunicação e Saúde”, teriam como referencial teórico as construções de Baudrillard, sua obra sobre “simulacros” e hiper-realidades.

As identidades alimentares mostram-se fluidas e, ademais, as informações dos rótulos somadas às informações e anúncios em outras mídias criam ambiente de hiper-realidade, uma saturação de imagens, números e palavras. Essas são as hipóteses ou explicações aproximativas para a indagação central desta investigação e, então, no referencial teórico, os pensadores centrais apropriados são Zygmunt Bauman com seu conceito de modernidade e mundo líquidos e, com este, Jean Baudrillard, com sua ideia de hiper-realidade e assassinato do real.

É, portanto, em que pesem outras influências, com Baudrillard e Bauman que se percorrerá o eixo longitudinal da pesquisa. Mas outros referenciais serão pontualmente utilizados, no exercício de tentativa de compreensão e explicação de alguns fenômenos bromatológicos específicos.

De Baudrillard, pretende-se operar com a ideia de “assassinato do real”, apontando que se vive em um mundo virtual, onde desapareceu o referente, o sujeito e também o seu objeto, sendo que isso foi viabilizado graças a um “crime perfeito”, ou seja, aquele onde não apenas a vítima é extinta, mas também qualquer evidência de que esse crime foi cometido. Restaria identificarmos o “ponto cego de reversão”, o lugar onde deixou de existir a verdade e o falso. Esse fenômeno, porém, não transcorreria por ausência de realidades, mas por existir a hiper-realidade, um excesso de realidades.

Das contribuições de Bauman, a ideia seria especular em torno do conceito de “líquido”, que aquele autor utiliza como adjetivo, referindo-se à inconstância dos conceitos no mundo *contemporâneo*.

4.1 MODERNIDADE LÍQUIDA E LIQUEFAÇÃO DAS IDENTIDADES, COM BAUMAN

Bauman (2001) denomina este tempo da *contemporaneidade* como “modernidade líquida”, sendo que a passagem do estágio da modernidade “sólida” para a “líquida” teria transcorrido a partir da liquefação dos sólidos conceitos do passado, como valores e crenças, que edificavam o então modelo de sociedade. Seriam a fluidez e a adaptabilidade, essas características determinantes da modernidade líquida, as qualidades enaltecidas pela sociedade, que considera necessária a mudança de forma para adaptação a qualquer situação adversa. Em decorrência, a liquefação dos laços e vínculos seriam a característica marcante da

modernidade, provocando um crescente individualismo em todas as esferas da sociedade, afetando nesse sentido as relações profissionais e afetivas, dentre outras interações humanas.

Para Araújo (2014), a questão da identidade passou, recentemente, a ser centralidade nas pesquisas em Ciências Sociais e, conforme Hall (2011), as mudanças estruturais, do final do século XX, transformaram as sociedades modernas, “tornando instáveis os conceitos de sexualidade, gênero, classe, nacionalidade, etnia, que outrora forneciam sólidas localizações sobre os sujeitos sociais”.

A ideia, nesta pesquisa - partindo das colocações de Hall (2011), sobre a perda de um “sentido de si” estável e coerente, o que constitui uma “crise de identidade” para os indivíduos - é que também os produtos alimentares e suas identidades se comportam, e agora nas palavras de Bauman (2005), como o funcionário que troca de emprego frequentemente, como o jovem que busca possuir o maior número de relações amorosas possível, onde vínculos são substituídos por conexões, numa lógica de rede, onde o mais importante seria o constante movimento, tudo estabelecido e desfeito a qualquer momento.

Se em um mundo instável, as identidades também se tornam instáveis, com a fluidez identitária passando a ser valorada como flexibilidade e capacidade de adaptação à nova ordem mundial, então a identidade de um alimento se mostraria também fluida, líquida, em busca de se adaptar às demandas fluidas dos mercados de consumo na modernidade líquida.

Sobre a utilização, aqui, das contribuições teóricas de Bauman, a ideia seria operar em torno daquele conceito de “líquido”, que o autor utiliza como adjetivo, referindo-se à inconstância dos conceitos no mundo contemporâneo. Assim como os fluidos não possuem forma e se ajustam ao recipiente e mudam a todo instante, também as constantes transformações da vida social não seriam mais uma escolha, mas um fato. Tudo é mutante, inconstante, transitório e, então, “líquido”.

Nesse contexto, as tecnicidades expressas e a “arte” impressa, nos rótulos, seriam alguns dos descritores do “fenômeno” adotado como objeto da investigação. Uma observação preliminar, exploratória, dos produtos ofertados no mercado, sugere que há uma identidade líquida associada com os produtos que evoluem, por exemplo, de *diet* para *light* e de *light* para *zero*, enquanto atos regulatórios manifestam um caráter igualmente líquido, se moldando às conveniências e demandas do poder econômico.

4.1.1 A obra de Zygmunt Bauman

A obra de Bauman é muito extensa. Mas para esclarecer, minimamente, como foram pensadas e construídas aquelas contribuições teóricas e, em especial, como estas se

relacionam com a temática abordada nesta pesquisa, apresenta-se a seguir uma relação de alguns dos principais livros desse autor e seus respectivos conteúdos, sempre relevantes para estudos sobre consumo e, dentro do mundo do consumo, para estudos sobre identidades e, com isso, rotulagens.

Em sua obra denominada “Modernidade Líquida”, livro publicado em 1999 e que, portanto, antecede as obras comentadas mais abaixo, Bauman (2001) reúne conceitos fundamentais de sua “sociologia”, descrevendo as transformações sociais da contemporaneidade, nas mais diferentes esferas, abordando múltiplos aspectos da vida em sociedade: vida pública, vida privada, relacionamentos afetivos, mundo do trabalho, Estado, comunidade, emancipação e organizações sociais. Destaque especial merece a abordagem do fenômeno metaforicamente denominado como liquefação social, e seus decorrentes desdobramentos e repercussões para as vidas humanas, como a questão do consumismo, as identidades líquidas, a privatização da esfera pública e, dentre ainda outras, as novas sintomatologias individuais e o esgarçamento do tecido social.

A solidez das instituições sociais perde espaço, aceleradamente, para o fenômeno da liquefação e a concretude se liquefaz, assumindo a amorfabilidade do estado líquido, ressaltando que é dessa natureza a fluidez, a maleabilidade, a flexibilidade e a capacidade de moldar-se às infinitas estruturas. Antes, porém, de se aproximar da narrativa sobre os conceitos “identidade líquida” ou “modernidade líquida” propriamente dita, vai abordar as particularidades das propriedades dos líquidos que, ao inverso dos sólidos, não preservam facilmente as suas formas originais, sempre propenso a modificá-las.

Nesse contexto, os líquidos se movem facilmente, fluem, escorrem, esvaem-se, respingam, transbordam, vazam, inundam, borrifam, pingam, são filtrados, destilados, contornam obstáculos, dissolvem óbices, inundando ou invadindo seu caminho, se comportando, portanto, diferentemente daquilo que é sólido (BAUMAN, 2001).

“Amor Líquido” é um livro onde Bauman (2004) trata da fragilidade das relações de afeto, natureza predominante na modernidade líquida, então tornada em uma “conexão” a mais, que se caracteriza como a nova forma vigente para relacionamentos. Se, de um lado, nesse mundo agora repleto de sinais confusos, propenso a mudar com rapidez e de forma imprevisível, pesa a fragilidade das relações, de outro lado há a vantagem da facilidade do rompimento dos laços das conexões, propiciando a viabilização de um quadro de inúmeras e contínuas conexões e desconexões das diversas pessoas, agora eleitas e descartadas como produtos de um supermercado, inclusive mediante emprego de aplicativos computacionais, onde o amor tornou-se “líquido”. Nesse cenário, insere-se algumas indagações sobre o

relacionamento dos indivíduos com os itens de sua cesta básica alimentar, com as respectivas marcas, tipologias e identidades dos produtos comestíveis.

Em “Medo líquido”, publicado em 2006, Bauman (2008) realiza um esforço para expressar o conceito de medo na contemporaneidade, partindo da ideia que o medo pode ser culturalmente inculcado nos indivíduos, sem que estes nem sequer tenham em algum momento vivido uma situação de perigo provocadora desse sentimento. A função do medo vem servir, então, aos propósitos de incremento nas vendas de aparatos de proteção, bem como reduzir a segurança existencial, dando forma a um novo mapa mental dos “consumidores”. De outro lado, da análise desta obra, configura-se todo um cenário com indagações sobre os riscos alimentares, bem como sobre a presença de alertas e dados sobre tais riscos em rótulos.

No livro “Identidade”, publicado originalmente em 2004, Bauman (2005, p. 57), ao tratar da acelerada “liquefação” das estruturas e instituições sociais, afirma que:

Estamos agora passando da fase “sólida” da modernidade para a fase “fluida”. E os “fluidos” são assim chamados porque não conseguem manter a forma por muito tempo e, a menos que sejam derramados num recipiente apertado, continuam mudando de forma sob a influência até mesmo das menores forças. Num ambiente fluido, não há como saber se o que nos espera é uma enchente ou uma seca é melhor estar preparado para as duas possibilidades. Não se deve esperar que as estruturas, quando (se) disponíveis, durem muito tempo. Não serão capazes de aguentar o vazamento, a infiltração, o gotejar, o transbordamento mais cedo do que possa pensar, estarão encharcadas, amolecidas, deformadas e decompostas. Autoridades hoje respeitadas amanhã serão ridicularizadas, ignoradas ou desprezadas; celebridades serão esquecidas; ídolos formadores de tendências só serão lembrados nos “quizz” shows da TV; novidades consideradas preciosas serão atiradas nos depósitos de lixo; causas eternas serão descartadas por outras com a mesma pretensão à eternidade (embora, tendo chameado os dedos repetidas vezes, as pessoas não acreditem mais); poderes indestrutíveis se enfraquecerão e se dissiparão, importantes organizações políticas ou econômicas serão engolidas por outras ainda mais poderosas ou simplesmente desaparecerão, capitais sólidos se transformarão no capital dos tolos; carreiras vitalícias promissoras mostrarão ser becos sem saída (...) (BAUMAN, 2005, p. 57).

Em “Identidade: entrevistas a Benedetto Vecchi”, Bauman (2005) pondera que trabalhar a questão da “identidade” é realmente um dilema e um desafio para a sociologia se você lembrar de que, há apenas algumas décadas, a ‘identidade’ não estava nem perto do centro de nosso debate.

Vida Para Consumo, publicado em 2007, traz a ideia de que a satisfação pessoal mostra-se impossível neste mundo do movimento. Ao discorrer sobre as implicações que o consumismo descontrolado e inconsequente exerce sobre o consumidor, aborda a constituição deste, bem como das consequências drásticas na sua subjetividade, sua inquietude face aos objetos de consumo e sua impossibilidade de parar de consumir. Em especial, desenvolve uma narrativa acerca da transformação dos indivíduos em mercadoria, argumentando que as

peças são inconscientemente moldadas para se comportar como mercadorias. E, por fim, em um mundo de mercadorias, ser uma mercadoria desejável é o objetivo dos indivíduos (BAUMAN, 2008).

Já em “A Ética é possível num mundo de consumidores?”, de 2008, é apresentada uma coleção de seis conferências proferidas em Viena buscando respostas para indagações como “Será a Ética viável em um planeta dominado por duas tendências antagônicas: a globalização econômica e o caráter local da política?” (BAUMAN, 2011).

4.1.2 Identidade como Mercadoria e como Referencial

Se, na modernidade sólida, haviam referenciais razoavelmente fixos, balizando os itinerários das vidas como a família, a religião, as tradições e as culturas regionais agora, na modernidade líquida, todas as responsabilidades sobre a vida são depositadas no próprio indivíduo, a quem então compete tomar, e sozinho justificar, cada uma das decisões e ações de sua vida (Bauman, 2001).

Para Silva (2015), as questões levantadas por Bauman parecem recair, grosso modo, sobre aspectos de insegurança e indeterminação “evidenciando a carência de certezas e previsibilidade”. E, no que diz respeito à ordem, toda “essa instabilidade tende a refletir no modo de vida das pessoas, aparentemente cada vez mais pautado em valores efêmeros.”. E o caráter efêmero das tipologias e atos regulatórios das bebidas associadas com laranjas são, igualmente, dois aspectos marcantes no conjunto dos “achados” desta pesquisa.

Importante observar que, para Bauman, a própria identidade é também operada como sendo uma mercadoria. É como se existisse um cardápio de identidades possíveis, todas elas à disposição dos consumidores, e as identidades são então escolhidas pelos indivíduos, que inclusive poderão, em suas condutas consumistas, sob os vetores do império do efêmero, trocar de identidade sucessivamente, dependendo de cada circunstância ou etapa da vida, sucessivamente substituídas, umas pelas outras, com cada identidade durando o tempo necessário, o tempo que dê mais vantagens estratégicas ou de mercado ao indivíduo.

Antenados com as tendências do mercado, os indivíduos podem, simplesmente, descartar sua identidade e, de imediato, passar a trajar uma outra, nova, adquirida. Ou seja, na modernidade líquida não há compromisso com a ideia de permanência e durabilidade. E, no limite, a identidade precisa ser mostrada, exibida, uma vez que foi criada para ser consumida. Ser passa a ser, então, uma coisa para aqueles que dispõem de recursos para consumir, enquanto os com escassez de dinheiro ficam interditados no processo de frequente alteração da própria identidade.

Alimentos, rótulos e autoridades em nutrição recebem também influências da modernidade líquida, da liquefação das identidades, do enfraquecimento das instituições e dos corpos normativos, tudo isso dizendo respeito diretamente à temática desta Tese. Rótulos expressam ou deveriam expressar as identidades dos conteúdos dos frascos e estas, as identidades, padecem presentemente das instabilidades e indefinições apontadas e analisadas na obra de Zygmunt Bauman.

As contribuições de Bauman, aqui apresentadas e tomadas como referencial teórico, constituem matéria sólida, relevantes contribuições, para balizar e fundamentar o exercício de buscar o entendimento e a explicação sobre como se dá a representação e como se constituem, se moldam, se transformam as identidades dos alimentos colocados no mercado e, no caso desta pesquisa, particularmente os casos das bebidas associadas com laranjas, os sucos, os néctares, os refrigerantes e os refrescos líquidos ou em pó.

4.2 OS SIMULACROS E O ASSASSINATO DO REAL, COM BAUDRILLARD

Simulacros e hiper-realidade (com o desaparecimento do real) são conceitos que foram trabalhados por Jean Baudrillard, relevante contribuição para o desenvolvimento de uma teoria para tornar inteligível um dos aspectos da sociedade industrial avançada: a proliferação das comunicações através da mídia, esta nova prática linguística que difere tanto da troca simbólica face a face, quanto daquela mediante impressão. Considerando a particularidade dessa nova mídia empregar o princípio de montagem cinematográfica (diferente da impressa) e distanciamento tempo-espaço (ao contrário da conversação cara-a-cara), estrutura assim uma realidade linguística única, teorizando sobre o surgimento de uma nova cultura, impermeável às antigas formas de resistência e impenetrável por teorias enraizadas em suposições metafísicas tradicionais. A cultura estaria agora dominada por simulações, objetos e discursos que não têm origem firme, nenhum referente, sem fundamento ou fundação (POSTER, 2001).

Para Lyotard (1998), as meta-narrativas do passado entraram em colapso, criando uma nova situação teórica, onde o “conceito” já não pode mais fingir que controla ou compreende seu “objeto”. Nos termos de Baudrillard, a “hiper-realidade” é a nova condição linguística da sociedade, tornando impotentes as teorias que ainda dependem do reducionismo materialista ou da referencialidade racionalista (BAUDRILLARD, 1996).

Para Deschamps (1991), a interrogação sobre o real, o simulacro, a cópia será perseguida por Baudrillard que “constrói uma teoria-ficção, uma raspagem radical de todas as referências”, argumentando que:

Esta abordagem não visa absolutamente a reconstrução de um real diferente, melhor; ao contrário, ela ressalta o desaparecimento dos modos de percepção de um real transformado em puro signo, flutuante, neutralizado, implodido. Aqui, a análise radicaliza e dinamita a própria noção de significação. A catástrofe da perda do sentido já teria acontecido, mas nós ainda não teríamos nos dado conta disso! (DESCHAMPS, 1991, p. 59).

4.2.1 As contribuições teóricas da obra de Baudrillard

A obra de Baudrillard, apesar de mundialmente reconhecida, tem despertado severas críticas. Poster (2001) destaca, dentre elas, a falta de definição em seus principais termos, como o “código”; um estilo de escrita hiperbólico e declarativo, muitas vezes com falta de análise sistemática e sustentada quando apropriado; a prática de totalizar suas ideias, recusando-se a qualificar ou delimitar suas reivindicações; a descrição de experiências particulares, imagens de televisão, como se nada mais na sociedade importasse, extrapolando uma visão sombria do mundo dessa base limitada; o desprezo pelas evidências contraditórias, como os muitos benefícios socioculturais oferecidos pela nova mídia, cujo disseminação de informações tem transformado a sociedade urbana para sempre e provavelmente para o bem. Pondera porém, aquele autor (POSTER), que é inestimável a contribuição ao acusar inadequações das epistemologias racionalistas para a análise da mídia e atividades sociais. E se, ao contrário de pós-estruturalistas, como Derrida e Foucault, Baudrillard não consegue refletir sobre as novidades epistemológicas que ele próprio apresenta, é certo que contribui ao estabelecer uma nova linha de pensamento, aberta à continuidade e ao refinamento por outros pensadores.

Em sua obra “Jean Baudrillard - *Selected Writings*”, POSTER (2001) apresenta uma introdução que sumariza, criticamente, os principais livros de autoria de Baudrillard. Sobre *The System of Objects*, de 1968, e *Consumer Society*, de 1970, considera que foram iniciados como um esforço para estender a crítica marxista do capitalismo a áreas que estavam além do alcance da teoria do modo de produção, onde foi abandonando o marxismo gradualmente, desenvolvendo sua posição ao longo de linhas que têm afinidades com pós-estruturalistas como Foucault e Derrida. Ao perceber que a metáfora produtivista no marxismo era inapropriada para compreender o *status* das *commodities* na era pós-guerra, Baudrillard argumenta que apenas um modelo semiológico poderia decifrar a estrutura de significado da mercadoria moderna, já que nesta, a relação de palavra, imagem ou significado, com o referente, é quebrada e reestruturada para que sua força seja dirigida, não para o referente do valor de uso ou utilidade, mas para o desejo. Nesse “Sistema de Objetos”, Baudrillard observa

a sociedade de consumo a partir de uma perspectiva neomarxista, explorando a possibilidade de que o consumo se torne a principal base da ordem social e das suas classificações internas; e argumenta que os objetos do consumidor constituem um sistema de classificação que codifica comportamentos e grupos. Os objetos do consumidor passam então a ser analisados por meio de categorias linguísticas e não de economia marxista ou liberal, psicologia freudiana ou behaviorista, teorias antropológicas ou sociológicas de necessidades. E se tais objetos provocam efeitos na estruturação do comportamento através de uma função de sinal linguístico, é então instituído um jogo potencialmente infinito de sinais que ordena a sociedade, ao mesmo tempo em que proporciona ao indivíduo um senso ilusório de liberdade e autodeterminação.

Na obra *Consumer Society*, Baudrillard fornece inúmeros exemplos concretos de objetos de consumo como um “código”, enquanto realizava uma crítica das discussões da sociedade de consumo nos campos da economia e da sociologia, considerando que tais disciplinas não conseguiram capturar a novidade do consumismo, porque a economia estava sobrecarregada por uma doutrina do *homo economicus*, o indivíduo livre atuando no mercado e porque a sociologia foi dificultada por uma noção de gosto individual e um conceito determinista da sociedade. Contra essas posições, Baudrillard trouxe uma análise semiológica reveladora de que os objetos do consumidor constituem um sistema de sinais que diferenciam a população, um sistema que não pode tornar-se inteligível se cada signo estiver relacionado a cada objeto, mas somente através do jogo da diferença entre os sinais. Ainda marxista, Baudrillard argumentava que a reprodução do modo de produção tornou-se dependente da expansão do consumo, da reprodução do ato de consumo, inaugurando uma nova época na história do capitalismo (POSTER, 2001).

Em uma “Crítica da Economia Política do Signo”, de 1972, assiste-se uma tentativa única de desenvolver uma teoria radical da linguagem como um suplemento ao marxismo. Trata-se, para Poster (2001), de uma brilhante “desconstrução” do estruturalismo. Na teoria do sinal de Saussure, o significante ou a palavra se distingue da imagem significante ou mental e do referente. Saussure então se maravilha com a arbitrariedade da relação entre significante e significado, mostrando como um valor do signo é constituído por relações estruturais com outros sinais. Baudrillard inverte esta estratégia: o problema de Saussure só surge porque ele separou os elementos do sinal em primeiro lugar, usando o significado e o referente como álibis. A economia política tem uma estratégia similar: separa a mercadoria em valor de troca (preço) e valor de uso, somente depois, para ter valor de uso como álibi para valor de troca.

O *Mirror of Production*, de 1973, novamente segundo Poster (2001), marca novos caminhos de Baudrillard, com a crítica da economia política do signo apresentada não como um complemento da crítica da economia política, mas como seu sucessor, como a nova base para a teoria social crítica. Cada uma das principais posições de Marx (o conceito de trabalho, a dialética, a teoria do modo de produção, a crítica do capital) são, por sua vez, reveladas como imagens espelhadas da sociedade capitalista. O marxismo emerge nas páginas de Baudrillard não como uma crítica radical do capitalismo, mas como sua mais alta forma de justificação ou ideologia. O marxismo não tem suficiente distância conceitual da economia política, diz Baudrillard, para servir como seu coveiro teórico.

Baudrillard não reside em uma crítica do marxismo; ele continua a desenvolver o que talvez seja o pináculo de seus primeiros escritos, uma teoria histórica das estruturas dos signos, diz Poster (2001). A fraqueza da linguística estrutural de Saussure e a semiologia de Barthes foram a sua historicidade, o formalismo de suas categorias. Baudrillard argumenta, com alguma nostalgia, que as sociedades pré-industriais mantiveram as comunicações sob estrutura "simbólica": os sinais incluíam palavras que se ligavam aos referentes e proferidas em um contexto que abria a sua possível reversão por parte de outros. Daí surgiu a era do sinal, onde os sinais tornam-se completamente separados dos seus referentes, resultando uma estrutura onde os significantes atuam como semáforos, emitindo significados para os quais não existem respostas linguísticas. O código opera extraindo significados do social, redistribuindo-os na mídia como "significantes flutuantes".

À medida que a política dos anos sessenta recuou, o radicalismo de Baudrillard também o fez: e de uma posição de esquerda firme, ele gradualmente se mudou para um fatalismo sombrio. No intercâmbio simbólico e na morte, ele busca desesperadamente uma fonte de radicalismo que desafie as capacidades de absorção de um sistema sem determinações fixas, um mundo onde qualquer coisa pode ser qualquer outra coisa, onde tudo é ao mesmo tempo equivalente e indiferente a tudo, uma sociedade, em suma, dominada pela lógica digital do código.

Em *On Seduction* (de 1979), Baudrillard retorna com uma crítica pós-estruturalista da hermenêutica da suspeição, teorias que negam a "aparência" superficial de coisas a favor de uma estrutura ou essência escondida, colocando sob ataque teorias como o marxismo, a psicanálise e o estruturalismo, favorecendo um modelo baseado no que ele chama de "sedução". A sedução toca na superfície, desafiando teorias que "vão além" do manifesto para o latente, e delineia o modelo de que prefigura o termo posterior de Baudrillard, o hiper-real, com todas as suas implicações pós-modernistas (POSTER, 2001).

Thiry-Cherques (2010), ao analisar relações entre trabalho e hiper-realidade na contemporaneidade, aponta que na sociedade “semiúrgica” o objeto perdeu os seus valores de uso e de troca para ressurgir como função, como valor de signo, sendo que o interesse não está nos objetos, mas no sistema de signos que os espelha. O sógnico, a sintaxe, se desvincilha do produto e se apega à finalidade. Nesse contexto, então, compreender a atualidade é compreender a mensagem contida no sistema de signos que a constitui. O consumo muda os signos e serve à economia, com Baudrillard procedendo à crítica da economia política do signo a partir não da produtividade, mas da *consumidade*, da capacidade de consumir.

4.2.2 Simulacro e Simulação

Os conceitos mais fundamentais para a hiper-realidade, segundo Baudrillard (1991), são de simulação e de simulacro, dois termos que são entidades separadas mas com conexões de origem relacional para tal teoria. A simulação é caracterizada por uma mistura de "realidade" e representação, onde não existe uma indicação clara de onde o primeiro para e o segundo começa. Já simulacro muitas vezes tem sido definido como uma cópia sem original (ou uma cópia sem semelhança).

Acentue-se que um simulacro, também conhecido como hiper-real, para Baudrillard não é uma cópia do real, mas algo que se torna verdade por direito próprio sendo, ainda segundo Baudrillard, quatro as etapas de reprodução: (1) reflexão básica da realidade, (2) perversão da realidade; (3) pretexto da realidade (onde não há modelo); e (4) simulacro, que "não tem relação com nenhuma realidade"

Para Poster (2001), em “Simulacros e Simulações”, de 1981, Baudrillard estende, ou hiperboliza, sua teoria da cultura de *commodities* onde, se uma simulação é diferente de uma ficção ou mentira - na medida em que não só apresenta ausência como presença, imaginária como real - também mina qualquer contraste com o real, absorvendo o real em si mesmo e, em vez de uma economia "real" de *commodities* que é de alguma forma ignorada por uma miríade irreal de imagens publicitárias, o autor agora só discerne uma hiper-realidade, um mundo de sinais auto referenciais.

Neste livro, Baudrillard (1991) afirma que a ilusão do sistema consiste em oferecer uma explicação perfeita e descolada da realidade imperfeita, com a sociedade e a economia funcionando porque se acredita na existência de uma racionalidade intrínseca na economia e na sociedade.

Melo (1988), em seu livro “A cultura do simulacro: filosofia e modernidade em J. Baudrillard”, parte da afirmação de Baudrillard, que o simulacro é como se fosse um segundo

batismo das coisas, enquanto o primeiro teria sido a representação, fenômenos imersos na ambientação de uma sociedade de consumo que, por sua vez, é o apogeu dos simulacros. Ou seja, fechada em sua esfericidade, essa sociedade seria capaz de refletir tudo, mas incapaz de representar-se a si mesma.

Simulacro é um conceito complexo, que não está exatamente relacionado com uma oposição entre simulação e realidade, ou entre o real e o signo. Simulacro não é um sinônimo para irrealidade, mas sim experiências, formas, códigos, digitalidades e objetos sem referência, os quais se apresentam mais reais que a própria realidade ou, nos termos de Baudrillard, são “hiper-reais”, o que acarreta, na contemporaneidade ser impossível detectar distinções entre “real” e “irreal” (BAUDRILLARD, 1991).

Em outras palavras, o simulacro e a simulação se converteram em verdadeiros filtros da realidade que, por sua vez, e assim motivada, experimenta um processo de potencialização que a eleva à essa qualidade de “hiper-realidade”, uma confusão entre signo e sentido, onde o primeiro elimina o segundo. E isso não apenas anularia a realidade, mas toda a possibilidade de sua existência.

Reiterando e melhor explicando esse conceito, Deschamps (1991, p. 59) descreve que “a interrogação sobre o real, o simulacro, a cópia será perseguida por Jean Baudrillard que constrói uma teoria-ficção, uma raspagem radical de todas as referências”. E essa mesma interpretação é apoiada por Horrocks (2008), em obra onde se propõe a analisar o encontro de Baudrillard com o Milênio, começando pela resposta para indagações sobre o conceito “simulação”:

A simulação descreve a recente revolução moderna nas comunicações, na cibernética e na teoria de sistemas que gera sistemas de signos organizados não somente para ocultar a realidade, mas também para produzi-la a partir de modelos ou códigos dos meios de comunicação de massa, dos processos políticos, da genética e da tecnologia digital. Esse modelo de realidade criado a partir da simulação de outros modelos sucedeu historicamente as primeiras ‘ordens de simulacros’, empregando outras formas de semelhança: a cópia renascentista que garantia a veracidade do original; a série da industrialização, na qual objetos produzidos em massa não se referiam a um original ou referente, mas gerando significados em relação ao outro. Com o advento dos sistemas de comunicação, da cibernética e do recente impulso do capital para mobilizar a si próprio através de imagens e significados e não mais através de simples produtos, a ‘realidade’ designada agora não é mais ausente, mas gerada por modelos e códigos de forma auto referencial como hiper-realidade: a realidade agora é mais real do que o real. (HORROCKS, 2008, p. 6-7).

Também Bauman (1998) manifestou concordância e apoio às contribuições teóricas construídas por Baudrillard para o conceito de “simulação”, registrando:

Como salientou perspicazmente Jean Baudrillard, para o habitante do mundo pós-moderno, todos os seres surgem na modalidade de simulacros. O simulacro é a obra da simulação, mas simulação não deve ser confundida com fingimento, com aparentar que estão presentes certos atributos que, de fato, não estão (como no caso de um homem saudável que, para se esquivar a uma tarefa desagradável, aparenta estar doente). ‘Fingir ou dissimular deixa intato o princípio da realidade: a diferença é sempre clara, está apenas mascarada; ao passo que a simulação ameaça a diferença entre ‘verdadeiro’ e ‘falso’, entre ‘real’ e ‘imaginário’. ‘A simulação é mais como uma doença psicossomática; uma vez que o paciente apresenta e experimenta todos os sintomas esperados da enfermidade ‘Ele (ou ela) está doente ou não?’. (BAUMAN 1998, p. 158)

Então, na obra “Estratégias Fatais”, Baudrillard (1984) busca pensar o mundo social do ponto de vista do objeto, o que expressa um aparente paroxismo e, como os pós-estruturalistas, assume que a era do sujeito representacional ficou para trás. Sob esta abordagem, a posição privilegiada se transfere para o objeto ou, mais propriamente, para o objeto simulado, para o objeto hiper-real. Em suma, no lugar de uma lógica do assunto, Baudrillard propõe uma lógica do objeto, assumindo que esta é que é a anunciada “estratégia fatal”.

4.2.3 Hiper-realidade e o crime perfeito

Em seu livro denominado "O Crime Perfeito", de 1995, Baudrillard (1996) afirma tratar de um crime, o assassinato da realidade. E relata, então, o que considera como extermínio de uma ilusão, a ilusão vital, a ilusão radical do mundo. Para ele, o real não desaparece na ilusão, é a ilusão que desaparece na realidade integral. Pondera porém, o autor, que:

Se o crime fosse perfeito, este livro ("O Crime Perfeito") deveria ser também perfeito, já que apresenta como reconstrução do crime. Desgraçadamente, porém, um crime jamais é perfeito. Ademais, neste livro noir sobre o desaparecimento do real, nem os objetos, nem os autores puderam ser descobertos, e o próprio cadáver do real jamais foi encontrado. Quanto à ideia que preside este livro, ela nunca pode tampouco ser recuperada. Era ela a arma do crime. Se bem o crime nunca é perfeito, a perfeição é sempre criminal, como seu nome o indica. No crime perfeito, o crime é a própria perfeição, da mesma maneira que, na ‘Transparência do Mal’, o mal é a própria transparência. Mas a perfeição é sempre punida: o castigo da perfeição é a reprodução (...). Se as consequências do crime são

perpétuas, é que não há nem assassino, nem vítima. Se houvesse um ou o outro, o segredo do crime um dia seria descoberto, e o processo criminal seria resolvido. O segredo, finalmente, é que um e outro sejam confundidos. (BAUDRILLARD, 1996, p. 9, tradução nossa)

O assassinato do real significa, para Baudrillard (1996), deslocamento da origem, do fim, do passado e do futuro, da continuidade e da racionalidade. O que se vive é um mundo virtual, onde desapareceu o referente, o sujeito e o seu objeto. Este estado atual só foi possível graças a um “crime perfeito”, aquele que destrói não apenas a vítima, mas também toda evidência de que o crime foi cometido. Inexiste algum suspeito deste assassinato e ninguém pode ser acusado. O que resta é saber qual o “ponto cego de reversão”, o lugar onde deixou de existir a verdade e o falso.

O desaparecimento do real parece ser um processo irreversível, pois ele é impulsionado pela racionalização da vida. Com ele, a subjetividade humana se torna inútil e as funções humanas tradicionais (função crítica, função política, função sexual, funções sociais) ou são inúteis ou são uma simulação. Se tudo isto está acontecendo, não é por falta de realidade, é por existir realidade demais: a hiper-realidade. E neste contexto é possível identificar a existência de um Estado catastrófico, no qual há a irrupção de algo anômalo, com funções que obedecem a regras e formas que não entendemos nem jamais entenderemos, assim como é possível perceber que há um Estado paradoxal, com realidade demais, positividade demais e informações de mais. Para entender este Estado, é necessário um modo de pensar paradoxal que descarte a verdade, a causalidade e as normas discursivas.

Se não houvesse aparências, diz Baudrillard (1996), o mundo seria um crime perfeito, ou seja, sem o criminoso, sem a vítima e sem uma motivação. Um crime cuja verdade teria desaparecido para sempre, e cujo segredo nunca seria revelado pela falta de pegadas. Ocorre, porém, que um crime nunca é perfeito, pois o mundo se apresenta pelas aparências, que são os traços de sua inexistência, os traços da continuidade do nada, já que nada em si, a continuidade do nada, deixa vestígios. E é assim que o mundo trai seu segredo. É como pressentir, escondendo-se atrás das aparências. E prossegue Baudrillard:

Toda a nossa história fala desta montagem do motivo, por sua vez, no processo de desmontagem. Nossa cultura do sentido afunda sob o excesso de significado, a cultura da realidade afunda sob o excesso da realidade, a cultura da informação cai sob o excesso de informação. Enrolando o sinal e a realidade na mesma mortalha. (BAUDRILLARD, 1996, p 32).

Vivemos na ilusão de que o real é o que mais falta, quando acontece o inverso: a realidade atingiu seu auge. E em virtude da proeza técnica, alcançamos tal grau de realismo e

objetividade, que podemos até falar de um excesso de realidade, que nos deixa muito mais ansiosos e desconcertados do que o defeito da realidade. Se era antes possível compensar com a utopia e o imaginário, para o excesso de realidade não há compensação ou alternativa, não há negação ou superação possível, já que estamos além (BAUDRILLARD, 1996).

Merece atenção o destaque que o autor concede à crescente perda de posição do sujeito em relação ao objeto, à descoberta do objeto pelo sujeito, o que não constitui um processo pacífico, mas reversível, onde o objeto também realiza a sua descoberta do sujeito, abandonando assim seu estado de passividade e opacidade. Por essa trilha, que leva à conclusão de que objeto e sujeito são um só, o objeto torna-se o horizonte do desaparecimento do sujeito, onde o “duelo” entre o sujeito e o objeto termina correspondendo à uma falta de sentido e de aceitação de qualquer realidade, ou de múltiplas, ou ainda, nas palavras de Baudrillard, à ‘hiper-realidade’.

King (1998) acrescentou que a hiper-realidade se dá quando esses símbolos se tornam desprovidos de qualquer conexão com a realidade, já que, na hiper-realidade, nosso conhecimento do mundo flutua livre de qualquer referência de verificação.

Na semiótica e na filosofia pós-moderna, o termo hiper-realidade (que não deve ser confundido com o surrealismo ou o hiper-realismo) é usado para descrever o sintoma de uma cultura pós-moderna avançada. A hiper-realidade caracteriza como a consciência interage com a realidade, em especial quando a consciência perde sua capacidade de distinguir a realidade do imaginário e começa a se envolver com esta última sem entender o que faz, ingressando no mundo do hiper-real.

4.2.4 Hiper-realidade como referencial explicativo em rotulagem

Da extensa obra de Baudrillard, aqui sumarizada, duas são as contribuições que parecem melhor servir como referenciais teóricos para o exercício analítico e explicativo a se realizar com os dados e achados desta pesquisa, quais sejam a questão da nomeação de fenômenos e a questão da saturação de informações como causalidade do ocultamento da realidade.

Alimentos são “nomeados” e, então, em vez de margarinas adquirimos *Qualy*, *Doriana*, *Maizena* ou *ADES*. E a nomenclatura nem sempre é apenas uma marca, mas tipologia, empurrando muitos consumidores para enevoados labirintos nominativos de identidade, como por exemplo “néctar”, o que é central no conjunto de objetos desta Pesquisa. Por outro lado, é usual que nas embalagens de alimentos, em todas as faces, transcorra um processo de saturação de imagens, números e palavras, propiciando ambiente característico de “hiper-

realidades”. Assim, onde havia um suco, onde é anunciado um suco, anuncia-se um “néctar”, uma nomeação que oculta a identidade popularmente designada como “laranjada”. De um lado, a nomeação subverte e, de outro lado, a saturação de informações e desinformações reforça o “assassinato do real”.

Em suma, e em face dos resultados desta pesquisa - os rótulos saturados de informações dispensáveis e incompreensíveis ao consumidor comum, bem como em face de nomeações desviantes uma reflexão sobre as teorias ofertadas pelo menu de referenciais com potencial explicativo, optou-se aqui por buscar, mais que de outros, a contribuição intelectual de Zygmunt Bauman e também de Jean Baudrillard.

4.3 CAMPOS CIENTÍFICOS EM CONFLITO, COM BOURDIEU

A teoria do mundo social, de Pierre Bourdieu, articula vários conceitos, com destaque para os conceitos de campo, *habitus* e capital. Um campo social não é algo que sempre existiu, mas é o resultado de um paulatino processo histórico de formação e de busca cada vez maior de autonomização em relação às pressões externas, podendo estabelecer suas próprias normas sociais, no contexto em que surgiu e se desenvolve, a partir do aparecimento de um grupo de agentes e instituições incumbidos e dedicados ao exercício de uma atividade profissional específica, a fim de atender ao surgimento de uma demanda gerada na sociedade.

O social, para Bourdieu, é constituído por campos, microcosmos ou espaços de relações objetivas, que possuem uma lógica própria, não reproduzida e irreduzível à lógica que rege outros campos. O campo é tanto um “campo de forças”, uma estrutura que constrange os agentes nele envolvidos, quanto um “campo de lutas”, em que os agentes atuam conforme suas posições relativas no campo de forças, conservando ou transformando a sua estrutura.

O que determina a existência de um campo e demarca os seus limites - ainda que não impermeáveis, sobretudo nos limites - são os interesses específicos, os investimentos econômicos e psicológicos que ele solicita a agentes dotados de um *habitus* e as instituições nele inseridas.

O surgimento de um campo social decorre, portanto, de necessidades sociais, conforme afirma Bourdieu (2005), ao abordar a economia das trocas simbólicas, sendo que tal demanda, por sua vez, é decorrente de ações dos próprios envolvidos, um processo de idas e vindas, alianças e conflitos, que termina por resultar em um “campo”.

A reflexão e pesquisa sociológica de Pierre Bourdieu são colocadas com o objetivo de dissipar ortodoxias do senso comum. E, fazendo uso da estrutura de três segmentos de

conhecimento teórico, o nível mais reflexivo terminaria sendo empregado para: i. classificar os classificadores; ii. objetivar o sujeito objetivante; iii. julgar os próprios árbitros de gosto.

A comunicação é sempre uma ação que acontece num contexto ou quadro social ou psicossocial, definida, entre outros atributos, por apresentarem um “idioma” de “representações sociais”, que os indivíduos acessam para estabelecerem contatos uns com os outros. Assim, a comunicação em saúde deve trabalhar num contexto de tensão constante entre o semelhante e o diferente, considerando que o comunicador, educador ou promotor de saúde, para entender os indivíduos com os quais interage, precisa ter em mente que eles aderem às representações sociais por instinto gregário, por necessidade de identificação coletiva e por interesses objetivos.

O interesse da noção de campo, para esta investigação, é que esse conceito oferece condições para se conduzir comparações entre aspectos que, aparentemente, não mostram conexão, como o campo político e o campo científico, mas que apresentam muitas analogias.

Resultam de processos de diferenciação social, da forma de ser e do conhecimento do mundo. Como tal, cada campo cria o seu próprio objeto e o seu princípio de compreensão. São “espaços estruturados de posições” em um determinado momento. Todo campo se caracteriza por agentes dotados de um mesmo *habitus*. O campo estrutura o *habitus* e o *habitus* constitui o campo. O *habitus* é a internalização ou campo é um espaço de relações objetivas entre indivíduos, coletividades ou instituições, que competem pela dominação de um cabedal específico.

O *habitus* é um conjunto de disposições (atitudes e comportamentos) oriundas do meio familiar, escolar e de classe social (condições materiais) incorporadas e interiorizadas inconscientemente pelo indivíduo desde os primeiros anos de vida, orientando sua conduta individual e social, sua visão de mundo e seu estilo de vida, de modo a fazê-lo interferir e contribuir para a (re)construção de seu espaço social. Nessa perspectiva, a noção de *habitus* gira em torno basicamente de dois elementos: as estruturas estruturadas, que são as condições materiais - ou do entorno preexistentes aos indivíduos e absorvidas ao longo da vida - e as estruturas estruturantes, que são as condições materiais reinterpretadas e reestruturadas pelos indivíduos após terem sido assimiladas (BOURDIEU, 2005).

4.4 A TAXONOMIA E A NATUREZA DOS ATOS DE FALA, COM SEARLE

Os usos da linguagem principalmente sobre a interpretação de questões, exclamações e comandos, ou seja, sobre enunciados que não são unicamente descritivos, foram estudados por John Austin que, trabalhando nesta perspectiva, publicou textos versando sobre suas teses,

destacando-se a coleção de doze conferências efetuadas em 1955 e publicadas em 1962, postumamente, sob o título “*How to do Things with Words*”.

Surgiu, assim e ali, uma teoria pragmática da linguagem, a teoria dos “*speech acts*”, bem especificada no próprio título do livro. Ou seja, “dizer” é transferir informações mas, concomitantemente, “dizer” é também “fazer”, agindo então sobre o interlocutor e mesmo sobre o mundo circundante. A fala deixa de ser vista como oposição à ação, tornando-se ela própria uma forma e um meio de ação.

Na base da teoria *austiniana* está a descoberta da existência de um tipo particular de enunciados, os “enunciados performativos”, que têm a propriedade de poder e, em certas condições, realizar o ato que eles denotam, isto é, “fazer” qualquer coisa pelo simples fato de “dizer”. Rotular a informação “rico em vitamina C” é, *ipso facto*, realizar um ato, o de prometer prevenção contra resfriados. Trata-se de um ato performativo implícito, já que o rótulo não explicita a promessa de prevenir resfriados.

Charaudeau & Mainguenu (2014) apontam que ao lado dos performativos explícitos, Austin reconhece a existência de performativos implícitos (ou “primários”) e, aos poucos, são todos os enunciados que são tidos como dotados de uma força ilocucionária ou ilocutória (esses dois adjetivos são correntemente utilizados em português para traduzir *illocutionary*); ou ainda, todos os enunciados, para Austin, realizam três tipos de atos, denominados, respectivamente, “locutórios” (atos de “dizer qualquer coisa”), “ilocutório” (atos efetuados “ao dizer qualquer coisa”) e “perlocutórios” (atos efetuados “pelo fato de dizer qualquer coisa”).

Em outras palavras, Austin estabeleceu, tentativamente, uma divisão dos Atos de Fala em três classes: 1) atos locutórios: corresponde ao ato de pronunciar um enunciado; 2) atos ilocutórios: corresponde ao ato que o locutor realiza quando pronuncia um enunciado em certas condições comunicativas e com certas intenções, tais como ordenar, avisar, criticar, perguntar, convidar, ameaçar, etc.; e 3) atos perlocutórios: corresponde aos efeitos que um dado ato ilocutório produz no alocutário. Verbos como convencer, persuadir ou assustar ocorrem neste tipo de atos de fala, pois informam-nos do efeito causado no alocutário.

Retomando e sistematizando essas noções propostas de Austin, John Searle procedeu a divisão e classificação dos atos ilocutórios, assentado no princípio de que, quando pronuncia uma determinada frase, num contexto específico, o locutor executa, implícita ou explicitamente, atos como afirmar, avisar, ordenar, perguntar, pedir, prometer, criticar, entre outros (SEARLE, 2002). Assim, o alocutário deve interpretar um enunciado tendo em conta o

conteúdo proposicional do ato proferido e, também, todos os marcadores da força ilocutória presentes na situação comunicativa em que é proferido.

Searle reformulou a taxonomia de atos ilocucionários, caracterizando cinco maneiras de usar a linguagem, as quais denominou “categorias gerais dos atos ilocucionário”, ou seja:

- a. Assertivos, quando dizemos às pessoas como as coisas são;
- b. Diretivos, quando tentamos levá-las a fazer coisas;
- c. Compromissivos, quando comprometemo-nos a fazer as coisas;
- d. Expressivos, quando expressamos nossos sentimentos e atitudes;
- e. Declarações, quando provocamos mudanças no mundo com nossas emissões.

Não é difícil encontrar exemplos desses *Atos de Fala* no âmbito do universo bromatológico observável nas rotulagens. *Ato ilocutório assertivo* ocorre nos casos “Este produto foi adicionado de vitamina D”; ou “Este produto não contém glúten”. Já quando um rótulo recomenda “Agite antes de beber” ou “Armazene em ambiente seco e sem luz” ou “Após descongelar não coloque outra vez no freezer”, estaríamos frente a um Ato Ilocutório Diretivo.

A situação, entretanto, será sempre um pouco mais complexa, se considerarmos que um rótulo não é apenas linguagem verbal, mas ilustrado também com imagens e símbolos diversos. Mais que isso, a própria embalagem material, formato e cores e o setor do supermercado, a prateleira e os produtos vizinhos, são também mensagens e linguagens. Em que pese a importância destas questões, elas fogem do escopo deste ensaio declaradamente introdutório ao fenômeno e limitado à linguagem verbal.

Também essa Teoria dos Atos de Fala parece de grande utilidade para estudos e medidas governamentais sobre rotulagem, na medida que propicia elementos para uma classificação da tipologia das informações que são inseridas nos rótulos em geral. Porém, ainda mais relevante, é que os Atos de Fala talvez possam servir de eclusas que nos levem à uma melhor compreensão e uma mais efetiva gestão dos atos regulatórios, mediante viabilização da adoção também das contribuições de Habermas e do Agir Comunicativo.

4.5 IDENTIDADE E ROTULAGEM COMUNICATIVA, COM HABERMAS

O projeto filosófico habermasiano apoia-se numa teoria da linguagem e da racionalidade. E envolve uma ética discursiva de linhagem kantiana, conduzindo a uma teoria social e política da modernidade, uma teoria fundamentadora, racionalista e universalista (MIGUENS, 2007). Tal “filosofia” mostra-se aqui como um referencial relevante, se e quando

pretendemos que os rótulos, mais que informar, comuniquem a identidade, a composição, os benefícios e os riscos das mercadorias de consumo em saúde, simbólicas ou não, com racionalidade e ética.

Filósofo alemão, é um conhecido autor da “Escola de Frankfurt”, fundada nos anos 30 do século XX, por Max Horkheimer, objetivando elaborar uma Teoria Geral das Sociedades Contemporâneas, mediante investigações interdisciplinares. Essa Teoria se pretendia uma reatualização do marxismo para as sociedades capitalistas avançadas.

Segundo Habermas, duas esferas coexistem na sociedade: o sistema e o mundo da vida. O sistema refere-se à 'reprodução material', regida pela lógica instrumental (adequação de meios a fins), incorporada nas relações hierárquicas (poder político) e de intercâmbio (economia). O *Mundo da Vida* é a esfera de “reprodução simbólica”, da linguagem, das redes de significados que compõem determinada visão de mundo, o lugar no qual a ação comunicativa se realiza, consistindo, no dizer de Habermas, no “lugar transcendental no qual falante e ouvinte se encontram, onde podem reciprocamente sustentar que seus enunciados adaptam-se ao mundo e onde podem criticar e confirmar aqueles apelos de validade, estabelecer suas discordâncias e chegar a acordos”.

Ação comunicativa - ou Agir Comunicativo, ou Ação Comunicacional - é a teoria desenvolvida por Jurgen Habermas, como uma crítica à razão centrada no sujeito, e refere-se à uma análise teórica e epistêmica da racionalidade como sistema operante da sociedade. Habermas contrapõe-se à ideia de que a razão instrumental constitua a própria racionalização da sociedade ou o único padrão de racionalização possível, e introduz o conceito de *razão comunicativa*, ou comunicação livre, racional e crítica, uma alternativa à razão instrumental ou alternativa à superação da razão iluminista, aprisionada pela lógica instrumental, que encobre a dominação. Para Miguens (2007), esta é a raiz da ligação do pensamento de Habermas à Teoria da Linguagem, sendo que em termos de teoria social, Habermas haveria pretendido substituir, no lugar fundamental que esta ocupava, a categoria marxista do trabalho pela categoria da comunicação.

Habermas defende também uma ética universalista, deontológica, formalista e cognitivista. Sua tese para explicar a produção de saber humano recorre ao evolucionismo, pois a racionalidade comunicativa é considerada “aprendente”. Segundo Habermas, a falibilidade possibilita desenvolver capacidades mais complexas de conhecer a realidade, além de representar garantia contra regressões metafísicas, com possíveis desdobramentos autoritários. Evolui-se assim através dos erros, entendidos como falhas de coordenação de planos de ação.

Para ele, os princípios éticos não devem ter conteúdo, mas garantir a participação dos interessados nas decisões públicas através de discussões (discursos), em que se avaliam os conteúdos normativos demandados naturalmente pelo mundo da vida. Habermas defende, como proposta para a sociedade, que transitemos progressivamente da ação estratégica para a ação comunicativa. Nesse novo âmbito, os atores procuram harmonizar seus interesses e planos de ação, através de um processo de discussão, buscando um consenso.

Nota-se que, embora os dois tipos de orientação possuam a marca da racionalidade humana, a grande diferença é que, na ação estratégica, a definição da finalidade não abre espaço para ouvir os argumentos dos outros, enquanto no agir comunicativo há um espaço de diálogo, em que se pensa em conjunto sobre quais devem ser os melhores objetivos a serem buscados por um grupo social. Vemos que num modelo democrático de construção da informação, a sociedade não pode ser simples consumidora de notícia, deve passar a ser personagem principal e participar ativamente dos fluxos informativos.

Esses estudos pragmáticos, a Teoria dos Atos de Fala imaginada por Austin e expandida por Searle, forneceram a Habermas diversos recursos para seus estudos, que resultariam na criação da Teoria do Agir Comunicativo, colocando em relevo o potencial ético e crítico, com a ideia central de uma “pragmática universal”. Sobre essa pragmática universal, afirma Miguens (2007), Habermas desenvolveu um estudo transcendental, à maneira de Kant, considerando-a uma condição de possibilidade de toda a ação social. Para Habermas, assim, continua Miguens (2007), representa a possibilidade de acordo subjacente a toda interação humana. E a partir da perspectiva pragmática torna-se claro, então, o quanto estão envolvidas, no entendimento linguístico, determinadas pretensões de validade. Em suma, o Agir Comunicativo seria o nome da ação social coordenada através de Atos de Fala, nos quais e pelos quais os falantes pretendem à verdade/retidão/sinceridade.

5 RESULTADOS

5.1 ESTUDO DE CASO 01 – IDENTIDADE E ROTULAGEM DO SUCO MARCA *Lanjál*

Poderia, o objeto da pesquisa, ser alimentos em geral e suas respectivas identidades, definições, atos regulatórios, rotulagens. O método científico, entretanto, para mais apropriada aplicação, demanda um recorte do “objeto” e, então, do universo de alimentos e bebidas, optou-se por sucos, néctares e outras bebidas de frutas ou associadas com a ideia de frutas. Ainda assim, um sub-recorte foi adotado e, em vez de alimentos em geral, de bebidas em geral, de sucos e néctares em geral, optou-se por bebidas associadas com a fruta “laranja”. Não obstante a severidade deste ato de sub-recortar o objeto, foi aplicado um novo recorte, de tal forma que este Estudo de Caso se debruça, então, sobre um recorte do sub-recorte do recorte e, prosseguindo para o mergulho em camadas sucessivamente mais profundas do fenômeno, foi selecionada uma específica marca de bebida de laranja, o *Lanjál*, a mais antiga e tradicional daquelas ofertadas ao consumidor brasileiro.

Foi no exercício de buscar fatos e números que possam desmentir a hipótese desta pesquisa, que optou-se, portanto, por desenvolver este estudo de caso sobre o objeto “identidade de suco concentrado congelado de laranja de marca *Lanjál*”, que é produzido e envasado por Nutri-Suco Indústria e Comércio Ltda., do município de Matão (SP). Sobre tal particular objeto, com esse recorte do sub-recorte do recorte original, foi realizada esta parcela da pesquisa cujos resultados, resumidamente, são apresentados ao longo das próximas cerca de cem páginas.

Esse recorte *Lanjál* é proposital e planejadamente segmentado em vários sub-recortes para, a partir de saberes de várias ciências, sob o olhar de vários campos, alargar e aprofundar a compreensão do fenômeno, penetrando através de várias camadas a partir do que a superfície aparenta. Ou seja, saberes da Química e da Bioquímica são associados com saberes do Direito, da Vigilância Sanitária, da Comunicação, da Semiologia, da Sociologia, da Filosofia da Linguagem, para captar e analisar a identidade declarada e as características reais do produto.

Tomando-se embalagens coletadas ao longo de 35 anos, o produto *Lanjál* é analisado em função da evolução dos muitos aspectos e declarações estampadas nos rótulos, os ingredientes utilizados, as orientações para diluição e preparo, as alegações nutricionais, as denominações do produto, a composição de nutrientes declarados etc.

Antes, ajustando o foco, a atenção vai ao teórico, relacionando e descrevendo, para constituir um balizamento analítico, os tipos convencionais teóricos de bebidas possíveis a

partir da laranja e, como desfecho, depois das nuances da rotulagem do *Lanjál*, a evolução dos atos regulatórios da ANVISA, do MAPA e do *Codex Alimentarius Commission* e então um recorte selecionado, que é o *Lanjál*.

O Estudo de Caso foca no complexo agroindustrial citrícola e, então, nos fundamentos dos processos de transformação de laranja em suco porque, para poder melhor entender a identidade das bebidas de laranja, mostra-se recomendável conhecermos, primeiro, de onde vem e como é a fabricação do produto básico, o suco de laranja, seja o refrigerado, seja o esterilizado (longa-vida), seja ainda o concentrado congelado.

Dentre as várias alternativas oferecidas por um levantamento geral dos produtos disponíveis no mercado, optou-se pela laranja porque, dentre todas as frutas, é a que responde pela maior parte do suco industrializado, pois com uma participação de 34% no mercado de sucos, o sabor laranja é uma das bebidas mais tomadas no mundo. E, dentre as bebidas de laranja, optou-se pelo suco concentrado congelado porque é a gênese da industrialização do suco de laranja, constituindo um segmento agroindustrial estável e muito visível. Por fim, optou-se, nesse universo, pelo produto *Lanjál* porque está no mercado, continuamente, por mais de três décadas, propiciando assim toda uma trajetória evolutiva, oferecendo a oportunidade de registros e análises dos saltos tecnológicos, legislativos e semiológicos no âmbito de um único produto de uma mesma marca.

Poderia ser um Estudo de Casos Múltiplos, tratando de vários sucos de frutas diversas. Ou poderia ainda ser, de Casos Múltiplos, tratando de várias marcas de suco de laranja. Ou poderia ser de Casos Múltiplos tratando de vários tipos de bebidas anunciados como contendo percentuais diversos de suco ou até apenas aroma artificial de laranja. Optou-se inicialmente, porém, por um Estudo de Casos de múltiplos aspectos de uma única marca, de um único tipo de produto de uma única fruta, decisão imperiosa se queremos penetrar nas camadas mais profundas e ocultas do fenômeno.

Nessa camada mais profunda, de uma específica marca, de um determinado produto, novos fenômenos passam a ser identificados e estudados, a partir do estudo e descrição da gênese dessa categoria de bebida, nos anos 50, nos EEUU, para então mergulhar nas particularidades do *Lanjál*.

Alguns aspectos identitários e denominativos bem originais, que conformam indicadores nunca antes tratados, segundo a bibliografia, em pesquisas sobre rotulagem, são identificados e estabelecidos para balizar o levantamento de dados que desvelem o evolução da identidade do produto *Lanjál* e seus ingredientes (1982-2017), tais como: a evolução da diluição recomendada para o produto *Lanjál*; a evolução de termos informativos ou

publicitários em destaque nas embalagens do produto *Lanjál*; a evolução da composição química e valor nutricional de bebidas de laranja: teor calórico (em kcal) e vitamina C, conforme declarações do fabricante; o panorama do mercado de bebidas de laranja no Brasil e no Exterior; o delineamento de tipologias ideais, teoricamente, para definição e classificação de bebidas associadas com laranjas; as tendências no consumo mundial de suco de laranja, com ênfase na percepção do suco de fruta como não saudável, em face do alto teor de açúcares presentes, mesmo se não adicionados; e, por fim, a evolução dos atos regulatórios sobre sucos e bebidas, ao longo do período de 1923 até 2016, em tabulação que informa o ano de publicação, o órgão normativo, os propósitos do ato e eventuais revogações de atos anteriores.

Essa última das camadas do objeto, não a legislação hoje vigente, mas a evolução histórica dos atos regulatórios relacionados com sucos e bebidas, cobrindo quase cem anos dessa legislação, é trabalhada como conclusão do Estudo de Caso, após discussão sobre os “achados” propiciados pelos sub-recortes do *Lanjál*, abastecendo os propósitos originalmente traçados, de acrescentar saberes sobre as relações entre identidades alimentares e rotulagem.

A fragilidade metodológica desta opção é que, ao lograr profundidades de sub-recortes, surgem robustas barreiras à generalização dos achados. Ou seja, o que se observa de liquefações identitárias e hiper-realidades no *Lanjál* e sua rotulagem poderia, talvez, não se repetir em outros alimentos que não sucos, nem em outros sucos que não os de laranja, em outros sucos de laranja que não os concentrados congelados. Uma Tese de doutorado, porém, tem naturais e rígidas limitações de escopo e espaço, e não cabe desenvolver em profundidade os outros cerca de vinte diferentes categorias alimentares, inicialmente identificadas como com potencialidades promissoras para serem o estudo de caso desta Tese.

Uma parte dessa desejável demonstração, entretanto, está presente e distribuída nos diversos segmentos deste estudo, conforme se observará a seguir, enquanto são apresentados alguns produtos e fenômenos bromatológicos relacionados com o produto *Lanjál* e com este “Estudo de Caso”. E outros produtos são acrescentados no Estudo de Caso nº 2, que abrem oportunidades para futuras pesquisas repetirem, em outros cenários e momentos, o fenômeno aqui descrito e analisado. As indicações sinalizam, consistentemente, que se trata de um quadro generalizado, universal, naturalizado na formulação, promoção e rotulagem e processo evolutivo da identidade e respectiva rotulagem, cobrindo 35 anos de mercado, abrangendo a legislação de sucos e refrescos, mas também de todas as demais categorias de alimentos.

5.1.1 A gênese do suco concentrado congelado nos EEUU e no Brasil

Muitas são as imagens, disponíveis em *websites* da *internet*, de embalagens, rótulos e anúncios publicitários de várias diferentes marcas de suco de laranja concentrado congelado, comercializadas nos Estados Unidos da América (EEUU) ao longo do século passado. Bastaria ordená-los, cronologicamente, para estabelecermos uma ilustrativa historiografia do surgimento e evolução desse produto no cenário alimentício. Ocorre que a gênese do suco concentrado congelado, no mercado norte-americano, como veremos a seguir, diverge consideravelmente dos transcorridos no mercado brasileiro.

Anúncio publicado nos EEUU, no ano de 1946, por exemplo, destacava três diferentes sucos enlatados como alternativa de praticidade para o café da manhã, um de laranja, outro de pomelo e, então, um misturando essas duas frutas cítricas, conforme exposto na Figura 1-A.

Antes disso, já 1933, revistas continham anúncios de vários sucos industrializados - uva, pomelo, tomate, maçã, ameixa etc. - e o de abacaxi, Figura 1-B, da marca *Libby's*, por exemplo, era apresentado como saudável e sem açúcar:

Figura 1 – A) Anúncio publicitário em revista publicada em 1946, nos EEUU; B) Anúncio em revista publicada em 1933, nos EEUU, também sobre sucos industrializado



Fonte: website da internet⁸³

Eram anúncios de sucos preservados pela aplicação de altas temperaturas e enlatamento hermético. Ainda não eram anúncios de suco concentrado congelado, como o da

⁸³ Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=orange+juice+frozen+concentrated+can+photo+images&espv=2&tbm=isch&tbu&source=univ&sa=X&ved=0ahUKewjcwOn01YjTAhWGfZAKHriZDHEQsAQIHQ&biw=2268&bih=1246>. Acessado em: 12 Janeiro 2017.

marca *Birds Eye*, apresentado nas imagens da Figura 2 a seguir, e publicado em Janeiro de 1950, no *Ladies Home Journal*, onde alegava, focado no público infantil, inclusive amparado em miniestórias em quadrinhos, que aquele suco concentrado congelado era melhor que o suco de laranja espremido na hora. E acrescentava, como reforço de mensagem - focando em qualidades sensoriais - os rostos de três crianças se deliciando, com a língua de fora.

Figura 2 – A) Embalagem de suco concentrado congelado, nos EEUU, em janeiro de 1950; B) Anúncio publicitário em revista norte-americana publicado em janeiro de 1950.



Fonte: website da internet⁸⁴

Também objetivas vantagens econômicas eram anunciadas, além das subjetivas vantagens organolépticas. A marca *Minute Maid*, por exemplo, argumentava, colocando lado a lado duas jarras⁸⁵ - uma com suco espremido diretamente das frutas e outra com o suco industrializado obtido mediante diluição do concentrado enlatado - que com o mesmo dinheiro era possível obter, comprando o industrializado, algo como 25% mais suco.

Uma grande variedade de marcas de suco de laranja concentrado congelado foram, naquela época, lançadas no mercado americano e, abaixo, na Figura 3, vemos uma pequena coleção com algumas dessas embalagens e seus rótulos:

⁸⁴ Anúncio do Suco de Laranja Congelado Concentrado Birds Eye (General Foods), publicado no Ladies' Home Journal, edição de 11 Janeiro 1950. Disponível em: <http://tinyurl.com/cjlcpu9> Acesso em 12 Janeiro 2017.

⁸⁵ Minute Maid Orange Juice (1955). Disponível em: <http://www.vintageadbrowser.com/food-ads-1950s/40> Acesso em: 09 Janeiro 2017.

Figura 3 – Embalagens de sucos de laranja concentrados e congelados lançados no mercado norte-americano.

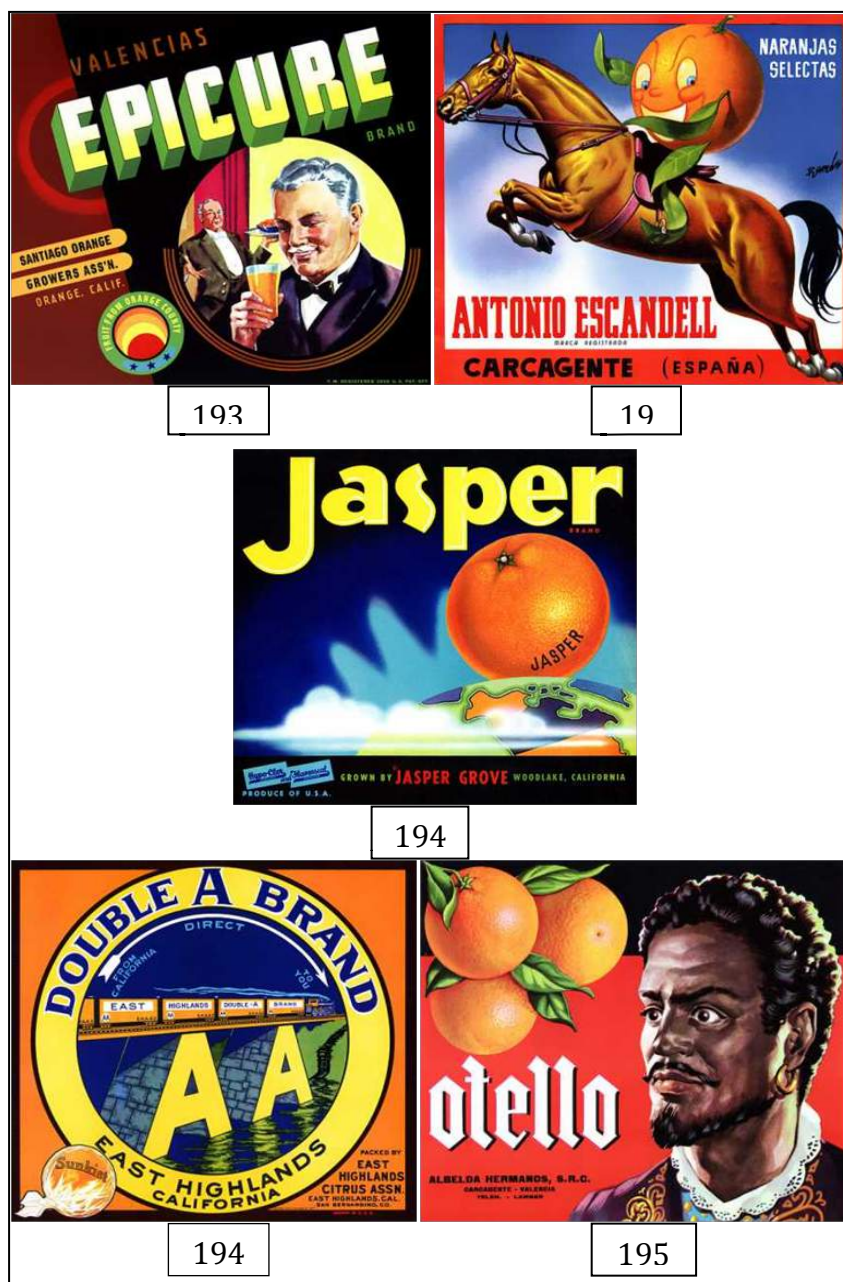


Fonte: website da internet⁸⁶

Antes de observarmos como se deu a introdução de sucos de laranja concentrados congelados, no varejo brasileiro, é oportuno registrar que não eram poucos, entre o final dos anos 30 e meados dos anos 50, os anúncios no mercado norte-americano e europeu promovendo o consumo de laranjas *in natura*, conforme imagens que constam na Figura 4, abaixo, coletadas em um *website* sobre propagandas *vintage*:

⁸⁶ Disponível em: https://www.google.com.br/search?q=hy-Vee+orange+juice+can+vintage+Whole+Sun+Stokelys&dcr=0&tbn=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKewifu_2vgpnXAhUKlpAKHYmNBAMQ7AkIPQ&biw=1704&bih=1246 Acessado em 12 Janeiro 2017.

Figura 4 – Cartazes promocionais da fruta “laranja” dos anos 30, 40 e 50.



Fonte: Website da internet⁸⁷

No Brasil não se verificou essa diversidade de marcas, nem essa marcante presença no mercado, inclusive talvez porque, naquele momento, este país não dispusesse de uma *cadeia de frio* habilitada para armazenar, transportar e expor aos consumidores as latas congeladas. A marca líder, que sobreviveu e ainda persiste no mercado, em 2017, é o *Lanjal*, objeto deste Estudo de Caso. Abaixo, na Figura 5, a nova embalagem em plástico, no formato garrafa, e já não de um litro, mas de 625 mililitros, do *Lanjal* com açúcar e o *Lanjal* sem açúcar, bem

⁸⁷ Disponível em: <http://www.vintageadbrowser.com/food-ads-1940s> Acesso em 20 de dezembro de 2016.

como o rótulo lateral, onde são ajuntadas as informações sobre composição, ingredientes, valor nutritivo, orientações para diluição etc.

Figura 5 – Novas embalagens do produto *Lanjál* onde plástico substitui as latas



Fonte: website da internet⁸⁸

O conceito declarado do produto está fundado em três pilares: i. É suco de laranja; ii. É concentrado, mediante retirada de grande parte de água do suco, para baratear transporte e estocagem, bem como para, pela redução do teor de água livre, retardar o crescimento microbiano e as reações enzimáticas; e iii. É congelado, para controlar crescimento microbiano e catalisação enzimática de reações bioquímicas, estendendo o prazo de validade inclusive nos aspectos organolépticos. No entanto, como veremos a seguir, o suco não é exatamente suco; e a concentração é prejudicada porque o fabricante recoloca parte da água que havia sido retirada durante o processamento.

O suco não é suco, ou não pode ser legalmente rotulado como suco, uma vez que é adicionado de açúcar e porque traz aditivos químicos. Senão vejamos, na Figura 6, o suco concentrado adoçado da marca *Libby's*, da *Nestlé*, que esteve no mercado ao longo dos anos 80. Além do açúcar, contém também o conservante P1, código adotado então para ácido benzóico.

⁸⁸ Disponível em: <http://www.mambo.com.br/suco-de-laranja-concentrado-Lanjál-625mL/p> Acesso em: 14 Março 2017.

Figura 6 – Rótulo frontal do suco concentrado congelado Libby's fabricado pela Nestlé e destaque do rótulo lateral com a lista de ingredientes.



Fonte: Acervo do LabConsS

Contemporâneo do *Libby's*, mas ao contrário daquele, o *Lanjál* então também em lata, conforme exposto na Figura 7, não trazia preservativo químico, demonstrando que, tecnologicamente, aquela substância antimicrobiana era dispensável. Entretanto, era também adoçado mas, inversamente ao *Libby's*, não usava o termo “suco” no rótulo.

Figura 7 – Rótulo frontal do suco concentrado congelado *Lanjál*, de meados dos anos oitenta, e destaque do rótulo lateral com a lista de ingredientes



Fonte: Acervo do LabConsS

Panti e *Sucki* são outras marcas, todas elas do mesmo fabricante, que os coloca como concorrentes da chamada linha *Jal*, que além do *Lanj* tem ainda o *Limonjal*, o *Uvajal*, o *Maracujal* e o *Tanj*.⁸⁹ No mercado do Rio de Janeiro, entretanto, uma busca ampliada, em mini, super e hipermercados, não localizou, ao longo de 2017, nenhuma daquelas duas outras marcas de suco concentrado congelado. Mesmo a linha *Jal* é encontrada em poucos pontos de varejo, como um mesmo supermercado que a comercializa apenas em poucas de suas lojas⁹⁰, aquelas de maior porte. Um anúncio publicitário do suco *Panti*, concentrado e congelado, publicado em revista do início dos anos 80, é apresentado na Figura 8, abaixo. Embalagens do *Sucki*, uma lata do início dos anos 80 e o modelo contemporâneo, em garrafas plásticas, é apresentado na Figura 9, em seguida.

Figura 8 – Anúncio publicitário dos sucos *Panti*, concentrados e congelados, publicado na Revista Alimentação & Nutrição, do início dos anos 80.



Fonte Revista Alimentação e Nutrição, 1981⁹¹

⁸⁹ Global Sucos é uma empresa especializada na produção de suco concentrado: linha *Jal*, *Seleta*, *CF Plus*, *Montreal* e *Panti*. Diversos sabores: laranja, limão, abacaxi, tangerina, acerola, manga, maracujá e caju. Matão, SP. Informações obtidas através do website Disponível em: <https://www.facebook.com/exclusiva.inteligenciaestrategica/photos/a.704975829573484.1073741825.704975752906825/704979159573151/?type=3&theater> Acessado em 11 Abril 2017.

⁹⁰ A rede “Mundial”, por exemplo, oferece o produto na unidade Copacabana, mas não oferece nas unidades Botafogo e Lapa. O hipermercado Carrefour comercializa, mas não foi ali encontrado, em várias tentativas ao longo do ano, o *Lanj* não adoçado, mas apenas aquele contendo açúcar.

⁹¹ Anúncio publicitário na Revista Alimentação e Nutrição, ano II, nº 5, julho/setembro, 1981. Edmetec, São Paulo, p. 31, 1981 (disponível no Acervo do LabConsS).

Figura 9 – Suco de laranja concentrado congelado da marca *Sucky*, na embalagem atual, de plástico, e na embalagem de lata nos anos 80



Fonte: Acervo do LabConsS

Ao tratarmos de identidades e terminologias, parece razoável abrir um parênteses para apontar que uma substância antimicrobiana tem um nome bem perfeitamente descritivo, que seria “substância antimicrobiana” ela própria, em vez de se permitir a prática de eufemismos desviantes da realidade, como ‘preservativo” (termo consagrado para artefato de uso sexual) ou “conservante”, já que a maior parte dos aditivos, das várias classes, são igualmente conservantes, pois antioxidantes conservam contra oxidação, estabilizantes conservam a estabilidade, corantes preservam a coloração, emulsificantes conservam a emulsão etc. O fato, aí indiscutível, é que um produto congelado, mantido a dezoito graus negativos, não oferece condições para multiplicação da carga microbiana presente. E, então, as indesejáveis substâncias antimicrobianas são dispensáveis, a menos que o fabricante esteja reconhecendo que não tem vontade, ou capacidade, para manter o produto na temperatura apropriada, em cada um dos elos da cadeia de frio, até chegar às mãos do consumidor. Se este é o caso, então a ANVISA não deveria conceder registro ao produto, pois ou é congelado e ali não se desenvolvem microrganismos, ou não é congelado e não deveria ser rotulado como.

Nada disso é um fenômeno novo. Mais de trinta e cinco anos atrás, a dominical Coluna Defesa do Consumidor, no Jornal de Brasília, descrevia tudo isso, correlacionando o *Lanjál* e o *Libby's*, apontando a contradição de adicionar substâncias antimicrobianas em sucos congelados, destacando que os sucos norte-americanos não continham nem aditivos, nem açúcar.⁹² Ao longo destes anos todos, o *Lanjál* resistiu no mercado, com pequenas

⁹² Suco de laranja quase natural. Artigo publicado no Jornal de Brasília, coluna Defesa do Consumidor, de Luiz Eduardo Carvalho, edição de 25 Dezembro 1982. Disponível em: http://www.farmacia.ufrj.br/consumo/leituras/l lec_ArtJBrSucoQuaseNatural.pdf Acesso em 20 de dezembro de 2016.

modificações. E essas pequenas, mas reveladoras, modificações é que serão identificadas e analisadas aqui neste estudo de caso.

5.1.2 Tipologias tecnológicas teóricas de bebidas de laranja

Suco de laranja é definido, nos EEUU, como “suco não fermentado, obtido de laranjas maduras, da espécie *Citrus sinensis* ou do híbrido comumente denominado *Ambersweet*⁹³, sendo comumente comercializado sob três diferentes formas: i. suco concentrado congelado para ser diluído com água após a compra; ii. suco reconstituído, onde o suco concentrado congelado é diluído antes da venda; iii. suco integral - pasteurizado ou refrigerado – muitas vezes denominado como NFC (“*Not from concentrate*”), ou seja, suco produzido sem passar pela etapa de concentração na indústria. Estes dois últimos tipos são também denominados como RTD, ou “*Ready to Drink*”, pronto para beber, ao contrário do concentrado congelado que demanda diluição antes do consumo⁹⁴.

Tratando-se de um produto altamente perecível, algum tipo de tratamento tecnológico - geralmente de natureza térmica - é exigido para estender a validade do produto, mantendo níveis aceitáveis de qualidade sanitária e sensorial. Com os avanços científicos, com a modernização da cadeia varejista e a sofisticação da respectiva rede de frio, novas tipologias têm surgido, muito superiores aos tipos oferecidos através dos processos de concentração, congelamento ou desidratação. De um lado, supermercados oferecem garrafas de suco refrigerado, produzido no mesmo dia, com validade de 24 horas. Ou de suco levemente aquecido antes do resfriamento, com validade em torno de uma semana, assim como suco esterilizado sob altas temperaturas por curto espaço de tempo, com validade de seis meses ou mais. Com o recentemente desenvolvido processo de “alta pressão”, onde células microbiana são destruídas sem sofrer aquecimento severo, e conjugando-se o processo de embalagem asséptica, têm surgido tipos de suco “não do concentrado”, com validade próxima de um ano.

Se os tipos de suco de laranja, puramente laranja, não são muitos - embora as diferenças não sejam facilmente compreendidas pelo público consumidor - incontáveis são os tipos de bebidas com formulação ou denominação associadas com a fruta laranja. A seguir, para balizar tecnicidades, é construído o Quadro 1, expressando as tipologias teóricas clássicas e explicativas, não a partir da realidade de mercado, fundada em valores mercadológicos, mas a partir dos saberes e fundamentos da tecnologia de alimentos e, então, um tanto diferentes das tipologias estabelecidas pela legislação brasileira.

⁹³ Definição aplicada pelo “*United States Code of Federal Regulations*”. Ou, em inglês: “*unfermented juice obtained from mature oranges of the species Citrus sinensis or of the citrus hybrid commonly called Ambersweet.*”

⁹⁴ *How products are made: Orange Juice*. Disponível em: <http://www.madehow.com/Volume-4/Orange-Juice.html>. Acessado em 12 novembro 2016.

Quadro 1 - Classificação descritiva de bebidas à base de frutas

Tipologia	Caracterização Descritiva
Suco integral, feito no local de venda, na hora ou no dia, mantido (ou não) refrigerado	Suco 100% natural, recém-espremido, não pasteurizado, não adoçado, sem aditivos, sem adição de água, com vida útil de até seis horas se mantido sob refrigeração.
Suco integral, com tratamento térmico e mantido refrigerado NÃO DO CONCENTRADO	Suco 100% natural, tratado termicamente ou por alta pressão (“pasteurização a frio”), não adoçado, sem aditivos, sem adição de água, com validade de até uma semana (ou mais, dependendo do tipo de pasteurização e do processo de embalagem), se mantido sob refrigeração. Não é diluição do suco concentrado.
Suco integral, com tratamento térmico e envase asséptico NÃO DO CONCENTRADO	Suco 100% natural, tratado termicamente ou por alta pressão, não adoçado, sem aditivos, sem adição de água, com validade de até um ano. Não é diluição do suco concentrado.
Suco reconstituído DO CONCENTRADO	Obtido do suco concentrado ou desidratado, mediante diluição em água até a concentração original do suco integral. Não pode conter aromas ou corantes artificiais.
Suco concentrado congelado	Suco integral da fruta, passando por evaporadores, para retirada de parte da água, e concentrando antes do congelamento.
Preparado líquido para refresco	Suco (ou polpa) parcialmente evaporado, adoçado (ou edulcorantes), geralmente contendo corantes, aromatizantes e outros eventuais aditivos. Quando diluído, resultará em néctar ou refresco, mas não “suco” ou “suco reconstituído”.
Néctar ou laranjada	Bebida obtida pela dissolução do suco ou da polpa da fruta, em água potável, geralmente adicionando açúcar.
Suco misto	Bebida obtida pela mistura do suco de frutas (ou vegetais), tendo a denominação suco misto seguida da relação, em ordem decrescente, das frutas (ou vegetais) utilizadas.
Polpa	Parte comestível, pastosa, resultante do amassamento de frutas que não possuem suco.
Suco desidratado	É o suco no estado sólido, obtido pela desidratação do suco integral (mediante, por exemplo, liofilização ou <i>spray drying</i>).
Pó para refresco	Denominado “Preparado sólido para refresco”, é um formulado com açúcar ou edulcorante, em pó, contendo aromas, espessantes e corantes, dentre outros eventuais aditivos que ajudem a mimetizar uma laranjada).
Refresco ou bebida artificial de laranja	Bebida de fantasia, não gaseificada (não carbonatada), com sabor imitativo de laranja, obtida pela diluição de pós para refresco.
Refrigerante	Bebida de fantasia, gaseificada (carbonatada), obtida pela dissolução, em água potável, de corantes, aromatizantes, substâncias antimicrobianas e açúcar (ou edulcorantes).
Produto lácteo com suco de laranja (<i>smoothies</i>)	Polpa, ou suco, ou suco concentrado em mistura com leite ou produto lácteo (iogurte), adicionado de nutracêuticos (ou não).

É no interior desse variado conjunto de produtos - uns agregando aditivos e outros ingredientes ao suco de laranja, outros apenas imitando, artificialmente, bebidas de laranja -

que brota a polêmica sobre rotulagem, quando aos diferentes sucos de laranja, mas ainda sucos, juntam-se os néctares de laranja, os néctares mistos de outras frutas com laranja, as bebidas à base de soja com sabor laranja, os refrescos com imagens de laranja no rótulo frontal, os refrigerantes sabor laranja, os preparados líquidos e os preparados sólidos para refresco de laranja, muitos destes com frações irrelevantes de laranja no conteúdo, mas com saturação de palavras, imagens e números sobre a fruta.

Semioticamente, linguisticamente, normativamente, tudo fica muito mais complexo, mais hiper-real, mais identitariamente liquefeito, quando se permite que um suco diluído em água, adicionando açúcar, adicionando sucos de outras frutas mais baratas, em proporções não muito bem reguladas e padronizadas, nas caixinhas que nos rótulos frontais destacam apenas imagens de laranjas, seja denominado “néctar”, e que, para muitos consumidores⁹⁵ pode ser percebido, mas jamais saboreado, como um suco especial.

O que se constata é que existe um vasto e complexo menu de alternativas, mediante variações que incluem inserção de ingredientes e aditivos, começando pela água e pelos açúcares, mas também corantes, aromatizantes, espessantes, estabilizantes, substâncias antimicrobianas, vitaminas, sais minerais, nutracêuticos como ômega-3, água mineral, leite, extrato aquoso de soja, polpa, sucos integrais ou reconstituídos de outras frutas (por exemplo, maçã) etc.

O Quadro 1 foi construído, repita-se, a partir de classificações populares, com as identidades (ou definições, ou denominações) que, sem contrariar os saberes e denominações técnico-científicos, seriam concomitantemente compreensíveis pelos varejistas e pelos consumidores, porque consoantes com as usuais práticas culinárias e gastronômicas. Por exemplo, empregar os populares conceito e termo *laranjada*, em vez do conceito e do termo *néctar*. Com este simples emprego, na legislação e, então, na rotulagem, de termos popularmente reconhecidos e estabelecidos, como “refresco” ou “laranjada” - ou mesmo bebida artificial de laranja - é provável que se daria o desaparecimento de uma larga fração dos equívocos e polêmicas, mas o ato regulatório é resultado não de uma produção técnica, de uma agência governamental, e sim um produto de “negociação política”, oriundo das batalhas que se dão em “arenas políticas”, refletindo a correlação de poderes entre as facções que contrapõem seus interesses particularizados.

Nesse contexto, e se assim for, então o estabelecimento de regulações estritamente “técnicas” não é uma situação ideal impossível de ser conquistada. É que bastaria, aos que

⁹⁵ Revista *Agroanalysis* vol. 29 n°09, setembro 2009. Artigo "Como definir o suco de laranja", por Antônio Carlos Gonçalves (Gerente de Qualidade da Louis Dreyfus Commodities). Disponível em: <http://www.citrusbr.com/laranjaesuco/?ins=21> Acesso em 07 Fevereiro 2017

propugnam por normas técnicas onde os aspectos técnicos se imponham, dispor de um capital político suficientemente maior do que os capitais políticos daqueles que defendem regulações enviesadas.

Existe, porém, outro óbice, pois não basta construir capital político, para assegurar que normas técnicas sejam de verdade técnicas, se esses grupos que defendem tecnicidades como paradigma não dominem os conhecimentos técnicos, não apenas de ordem “química”, mas igualmente de ordem linguística. Caso contrário, virão normas como as que vemos, onde o incremento de suco nos néctares não representou aumento do suco de laranja no néctar de laranja, pois ficou escrito “50 % mínimo de suco”, ou seja, qualquer suco de qualquer fruta, dando margem então, na concretude do *mundo da vida*, à adição de suco de maçã, sem destacar isso no rótulo.

5.1.3 O complexo da citricultura e a indústria de suco de laranja

Frutas cítricas, como as laranjas, foram cultivadas nos últimos 4.000 anos no sul da China e no Sudeste Asiático. Uma variedade, a cidra, foi transportada para o Oriente Médio em algum momento entre os anos 400 e 600 A.C. Mercadores árabes transportaram laranjas para o leste da África e para o Oriente Médio, entre 100 e 700 A.D. Durante a ocupação árabe da Espanha, os cítricos chegaram pela primeira vez ao sul da Europa. A partir dali, levados ao Novo Mundo pelos navegadores, se espalharam para a Flórida e o Brasil no século XVI. Em 1800, os cítricos conseguiram disseminação mundial. Cresceu muito esta demanda na década de 1890, com a descoberta que o escorbuto poderia ser prevenido mediante a ingestão dessas frutas. Outro incremento, bem maior, viria transcorrer mais tarde, no final dos anos 1920, com o surgimento da indústria e comércio do suco da laranja. Na década de 1930, o desenvolvimento de latas revestidas e os avanços nas técnicas de pasteurização, bem como a elevação na oferta de frutos selecionados, conduziram à melhoria da qualidade do suco e, então, à uma significativa expansão industrial. Em 1944, os cientistas encontraram uma maneira de concentrar o suco de fruta sob vácuo parcial para, em seguida, congelá-lo, mantendo assim o sabor e sem destruir o teor vitamínico. E sucos concentrados congelados foram vendidos pela primeira vez nos Estados Unidos durante 1945-46, tornando-se, a partir daí, cada vez mais disponíveis e populares. Após a Segunda Guerra Mundial, a maioria dos americanos parou de espremer seu próprio suco e o produto concentrado tornou-se o consumo predominante. Com o aumento no uso de geladeiras domésticas, o suco concentrado congelado tornou-se ainda mais popular. A demanda por sucos congelados teve um profundo impacto sobre a indústria de cítricos e estimulou o crescimento desses pomares na Flórida. E

o “congelado concentrado” permaneceu a forma mais popular até 1985, quando o suco reconstituído e sucos NFC - (*not from concentrate*) ou, em português, não do concentrado - tornaram-se os preferidos do público consumidor. Em 1995, os sucos NFC eram já responsáveis por 37% do mercado norte-americano, somando-se ao suco reconstituído, este com 39% do mercado. Atualmente, as embalagens comerciais assépticas (longa-vida) permitem que os sucos RTD⁹⁶ (*Ready to drink* ou “pronto para beber”) sejam comercializados sem armazenamento refrigerado.⁹⁷ (LASTE, 2002) (LIMA, s.d.) (NEVES, s.d.).

As duas imagens a seguir, na Figura 10, ilustram descrições de ocorrências em torno dos anos 50 e 60. Uma, focando na comodidade, sugere espremer muitas laranjas para fazer um suco ou escolher descascar uma pequena lata, para obter o mesmo suco⁹⁸. A outra, publicada na revista *Woman's Day*, em janeiro de 1955, anuncia que o suco *Minute Maid*, pelo mesmo preço, propicia uma quantidade muito maior do mesmo suco, que a fruta fresca propiciaria.

Figura 10 – Anúncio publicitário, em revista norte-americana de suco concentrado congelado, para diluição e reconstituição caseira, a primeira enfatizando a praticidade relativa no preparo do produto e a segunda focando na economicidade do industrializado em relação ao espremido manualmente.



Fonte: website da internet⁹⁹

Salado *et alli* (1988), entretanto, destacam que não é apenas suco que as indústrias extraem da laranja, existindo vários outros componentes aproveitados como subprodutos, quais sejam:

⁹⁶ Sigla internacionalmente adotada para “Ready to Drink” ou Pronto para Beber.

⁹⁷ Disponível em: <http://dinheirorural.com.br/secao/capa/nova-onda-da-laranja> Acesso em 23 Novembro 2016. Acessado em 05 Dezembro 2016.

⁹⁸ Disponível em: https://www.google.com.br/search?q=birds+eye+orange+juice+vintage+photos&dcrl=0&tbn=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwix56eqv9TWAhWHEpAKHR1BDMoQsAQIKA&biw=1688&bih=1246#imgrc=uzJN_wB2DCH7mM: Acessado em 05 Dezembro 2016.

⁹⁹ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/273171533622695950/?lp=true> Acessado em 05 Dezembro 2016.

a) *Comminuted Citrus Base* (Produto resultante da moagem da fruta inteira ou de um pouco de suco concentrado misturado à casca moída, utilizado como ingrediente para bebidas à base de frutas);

b) Polpa (são os gomos de suco rompidos e paredes internas do fruto que sobram após o processo de extração do suco, ao qual pode ser re-adicionada).

c) Suco extraído da polpa (suco obtido após a lavagem da polpa, contendo sólidos provenientes da fruta, que pode ser usado em bebidas ou como fonte de açúcares);

d) Óleo da casca de laranja, também conhecido como “*cold-pressed oil*” (utilizado na produção de compostos para bebidas, cosméticos e produtos químicos);

e) Essência (componentes resultantes do processo de evaporação, separados em uma fase aquosa e outra oleosa, ambas servindo como matérias primas para indústrias de alimentos, podendo ser re-adicionadas ao próprio suco);

f) D-Limoneno ou Terpeno Cítrico (líquido incolor, com leve odor cítrico, obtido da destilação do licor cítrico extraído por prensagem do resíduo úmido da laranja - casca, bagaço e sementes - após a extração do suco. É o principal componente do óleo da casca da laranja, utilizado pelas indústrias de plásticos na fabricação de resinas sintéticas e adesivos);

g) Farelo de Polpa Cítrica (formado a partir dos resíduos úmidos e líquidos remanescentes da extração do suco do fruto - o que inclui cascas, sementes e polpas da laranja - propicia, após processo de secagem, uma forragem concentrada que, transformada em *pellets*, serve de alimentação fibrosa de ovelhas e gado);

h) Pectina (proveniente do albedo, a camada branca logo abaixo da casca de laranja, muito utilizado em geleias, marmelada, e gelatinas);

i) Álcool (a prensagem do bagaço de laranja produz um líquido cuja fermentação resulta em álcool).

No site da Citrosuco é anunciado o que a indústria vende de ingredientes para outras empresas, extraídos do suco de laranja: extrato do óleo essencial obtido na prensagem da casca de laranja após extração do suco, útil para dar sabor a bebidas, sorvetes etc.; essências “fase aquosa e oleosa”, obtidas durante o processo de captação dos aromas voláteis na concentração do suco nos evaporadores, e que é útil para indústrias de aromas e fragrâncias; terpeno cítrico (*D-limonene*), útil para produtos farmacêuticos, de perfumaria e outros alimentos; polpas, vendidas para serem adicionadas nos sucos com “gominhos”; farelos úteis

para fabrico de ração animal e “*wesos*”¹⁰⁰, sólidos solúveis da laranja extraídos com água e utilizados na indústria de bebidas¹⁰¹.

O complexo agroindustrial citrícola inclui cerca de 20 mil estabelecimentos agrícolas espalhados em 204 municípios, com doze empresas atuantes na transformação industrial (sucos, óleos essenciais e *pellets*), além de muitos outros agentes econômicos envolvidos com a distribuição, transporte e apoio logístico na estrutura portuária, gerando cerca de quatrocentos mil empregos (diretos e indiretos) apenas no Estado de São Paulo, onde se concentra o cultivo e a industrialização. Mas os números a seguir, sobre o perfil dos produtores rurais, é um dos indicadores das desigualdades que perpassam o País e se reproduzem também no cenário citrícola. No Brasil, as fazendas consideradas de grande porte, com mais de 200 mil pés de laranja, têm produtividade média de 2,5 caixas por planta e representam 47% da produção, somando 120 produtores (o que significa 2% do número total de produtores). Já aquelas de porte médio (entre 20 mil e 199 mil pés) respondem por 32% da produção e somam 1496 produtores. E os pequenos produtores, com menos de 20 mil árvores cada um, totalizando 11011 fazendeiros ou sítiantes, respondem por apenas 21% da produção de laranjas, embora representem 87% dos produtores, conseguindo produtividade média em torno de apenas 1,7 caixa por pé.¹⁰²

A estrutura de mercado no setor citrícola é extremamente concentrada, onde poucas empresas possuem uma maior participação de mercado, o que caracteriza um oligopólio concentrado com um produto homogêneo. Portanto, neste segmento, a principal barreira à entrada não está na produção, pois as extratoras utilizadas pelas empresas são todas de propriedade da empresa FMC. Sendo assim, e em tese, qualquer empresa poderia alugar estes equipamentos e processar laranjas. A maior barreira à entrada no setor é a comercialização e a distribuição do produto, visto que as grandes empresas transportam o suco concentrado congelado a granel e possuem terminais próprios nos portos. O sistema de transporte a granel exige elevados investimentos fixos, além do fato que os equipamentos são altamente específicos para a atividade, ou seja, existem significativos custos irre recuperáveis. As empresas, que não possuem estes equipamentos, locam de outras, mas ficam estrategicamente dependentes.

Senhoras *et alli* (1997) desenvolveram pesquisa com o objetivo de analisar a estrutura do mercado de Suco de Laranja Concentrado, além de verificar os condicionantes desta

¹⁰⁰ Sigla usada para o produto *Water-Extracted Soluble Orange Solids*, que é a polpa lavada.

¹⁰¹ Disponível em: <http://www.citrosuco.com.br/produtos/ingredientes.html>. Acessado em 05 Dezembro 2016.

¹⁰² **Suco de Laranja**. DEPEC- Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos. Janeiro de 2017. Bradesco. Disponível em: https://www.economiaemdia.com.br/EconomiaEmDia/pdf/infset_suco_de_laranja.pdf Acessado em 05 Dezembro 2016.

estrutura e as estratégias competitivas empresariais. Analisando o comportamento e atuação dos grandes grupos econômicos, que desde a década de 70 se firmaram como os agentes mais dinâmicos do complexo citrícola paulista, o estudo realiza uma apreensão do caminho pelo qual os grupos empresariais desenvolveram uma estrutura de mercado oligopolizada e altamente concentrada, embora não haja relação integrada entre citricultores e indústria. O que ocorre é que cerca de 70% dos produtores fecham contratos em dólar, com a indústria, por até 3 anos, ficando os custos de colheita e transporte por conta do produtor. Como a laranja é perecível, o produtor, portanto, não tem como estocar para esperar melhora de preços, sendo imediata a venda para a indústria.

De acordo com Laste *et alli* (2002), apud Lima¹⁰³ (s.d.), foi durante a II Guerra Mundial que o governo estadual de São Paulo montou a primeira fábrica de suco de laranja não concentrado, visando evitar o desperdício de laranja. Focada no mercado interno, este projeto, como outros subsequentes, fracassaram inclusive por falta de demanda. Segundo Pavani (2000), foi a geada de 1962, na Flórida, que constituiu o marco do desenvolvimento para a indústria brasileira, ocupando a lacuna deixada pela falta de oferta nos EEUU, sendo que os incentivos à exportação, o crédito rural subsidiado e as isenções tributárias, ao longo do período de 1965 a 1979, contribuíram decisivamente para a consolidação do segmento produtivo exportador de suco de laranja concentrado congelado. Em 1963, foi instalada a primeira grande fábrica de suco concentrado congelado de laranja em São Paulo (SUCONASA, no município de Araraquara). Informa Viegas (1993) que, se em 1970 as unidades industriais somavam 75 extratoras de suco, esse número totalizava 360 extratoras em 1978.

Uma das primeiras preocupações, à época, foi a de suprimento da matéria-prima para o processamento industrial, que deveria transcorrer durante alguns meses e com um fluxo diário de frutas em condições de manter, em contínua operação, as máquinas de extração e evaporação. Houve, portanto, necessidade não só de formação de mão de obra nas fábricas, mas também de ajustar um sistema de aquisição e recepção da matéria-prima. A solução foi a de se valer da oferta a ser proporcionada por grandes atacadistas e exportadores de fruta fresca, além de algumas compras diretas junto a citricultores. Como era tradicional nos meios citrícolas de São Paulo, a colheita e o transporte ficavam por conta dos “fornecedores da indústria”. A partir de meados da década de 70, todas as empresas de processamento passaram

¹⁰³ Ana Claudia Giannini Borges, José Carlos de Toledo. O processo para obtenção da qualidade de suco de laranja concentrado congelado Brasileiro. *Gestão e Produção*. V.6, n.2, p.97-110, pag. 97-110.ago.1999
Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-530X1999000200003&script=sci_abstract&tlng=pt Acessado em 05 Dezembro 2016.

a se responsabilizar pela colheita e transporte da laranja dos pomares para as fábricas, uma vez que havia disputa pela matéria-prima; e o Brasil passa a ser o maior exportador mundial de suco de laranja. O setor citrícola brasileiro tem as características típicas de um oligopólio concentrado, pois é formado por poucas e grandes empresas processadoras de SLCC¹⁰⁴ - Cutrale, de capital nacional, é a maior produtora mundial de suco de laranja; Citrosuco, também de capital nacional (Grupo Fisher); Citrovita, do Grupo Votorantim, igualmente nacional; e Louis Dreyfus Commodity, de capital francês, antiga Coimbra-Frutesp - sendo que as empresas estabelecidas criam barreiras técnicas e comerciais, que dificultam o ingresso e a permanência de novos competidores. Desse modo, pode-se dizer que com esse padrão de concorrência existente no setor citrícola, as empresas que quiserem entrar e permanecer neste mercado terão um alto custo de transação, representados por ativos específicos. (MEDEIROS, 1999).

A cadeia produtiva do suco de laranja, de uma maneira simplificada, envolve o segmento agrícola responsável pela oferta da fruta, as indústrias processadoras voltadas para exportação e as indústrias de formulação e envase da bebida (suco, néctar, refrescos, refrigerantes etc.). As empresas que formulam e envasam assumem as funções básicas de promoção, pesquisas de mercado, registro sanitário, rotulagem, venda, estocagem e distribuição comprando os ingredientes, onde o suco a ser reconstituído é o principal deles. Ao contrário do segmento produtor do suco concentrado congelado, aqui não há elevadas barreiras para entrar no mercado, pois as demandas de equipamentos, tecnologia e capital não são altas.

De um lado, isso resulta na presente diversidade de produtos e marcas de sucos e néctares, prontos para beber, no mercado brasileiro mas, de outro, inspira que grandes empresas de laticínios e de refrigerantes posicionem novas marcas e produtos, fazendo uso de seus irresistíveis poderes comerciais, o que inibe a estabilidade de pequenas e médias empresas nacionais, que inclusive vêm sendo absorvidas em processos de fusão, como os Sucos do Bem pela AMBEV, a *Del Valle* pela *Coca-Cola* e mesmo a *Tropicana* pela *Pepsi-Cola*.

Mesmo o Brasil atuando como o principal mercado exportador, com mais de 70% do total de suco concentrado de laranja no mercado mundial, o comportamento do mercado norte-americano é o responsável direto pela determinação do preço da laranja nas bolsas de valores. Quanto às vantagens de diferenciação de produto, estas não são encontradas, uma vez que o suco de laranja concentrado ainda é considerado um produto homogêneo. Apesar de ser

¹⁰⁴ SLCC é uma sigla usada para *Suco de laranja concentrado congelado*.

caracterizado como uma *commodity*, possui algumas poucas categorias de diferenciação, através da qualidade e possibilidade de combinação de essências, porém, não o suficiente para descaracterizá-lo como um produto homogêneo na sua natureza.

O cenário sofreu, porém, profundas transformações na década de 90 e, segundo Rodrigues *et alli* (1999), com a Flórida recuperando seus pomares, o Brasil mudou sua rota de exportação, com o mercado europeu tornando-se o principal consumidor do suco brasileiro, cuja produção havia crescido a um ritmo maior que a demanda mundial. Os câmbios no mercado internacional e as mudanças, na conjuntura brasileira, multiplicaram a demanda interna: se o consumo vem caindo nos EEUU - devido a substituição por outros produtos com menores teores de suco e pelas tendências de reduzir ingestão de carboidratos (FAEMG, 2004) - no Brasil, o cenário também mudou, inversa e radicalmente, com um vasto aumento no consumo de suco de laranja pronto para beber (reconstituído, fresco e integral) de 24,2 milhões de litros, em 1993, para 117,5 milhões de litros em 1996, o que corresponde a um aumento de 385%, em apenas quatro anos. Já pesquisa de mercado realizada pela ACNielsen¹⁰⁵, sobre volume de vendas de sucos prontos, somando vendas do autosserviço e lojas tradicionais, apontou que, se em 1998 as vendas atingiam 65,7 milhões de litros, em 2001 atingiram 120,2 milhões em 2001 e então 165 milhões em 2002.

O consumidor final do suco de laranja brasileiro não tem contato direto com o segmento de processamento do suco. Esta relação é intermediada pelas empresas de diluição e envasilhamento, no exterior, as quais crescem suas exigências às dos consumidores e repassam-nas às empresas processadoras, que acrescentam as exigências dos órgãos reguladores. Aquelas empresas - de diluição e envase - compram o suco das empresas processadoras e, após manipular, revendem ao consumidor final ou aos distribuidores. Vale salientar que, como a empresa processadora não está em contato direto com o consumidor final, precisa então confiar na capacidade, das empresas de diluição, em acrescentar às suas exigências, também aquelas que são efetivamente provenientes das expectativas do consumidor final.¹⁰⁶

Com todo esse potencial, as primeiras fábricas de suco de laranja reconstituído e integral iniciaram atividades em 1992, na sua grande maioria empresas que já atuavam no setor de alimentos, especialmente laticínios, permitindo menor necessidade de investimentos, por possuírem redes de distribuição estruturadas e aptas a receber novos produtos. Já o

¹⁰⁵ Fonte: Tendências do Mercado Brasileiro 2003.

¹⁰⁶ Conforme ambiente internautico desenvolvido por Guilherme Dalle Laste, Luciana Hoss e Sonia Antoniani - 2002-02

comércio de citros, na forma de suco natural fresco, vem também se desenvolvendo, mediante a instalação de máquinas extratoras em supermercados, padarias, lanchonetes, lojas de conveniência, bares e outros, com a aquisição da matéria prima por meio de atacadistas.

O suco fresco e integral - não concentrado e nem congelado - ganha espaço entre os adeptos da vida saudável e os que têm dificuldades para um preparo diário do suco doméstico (comprar as frutas, espremer, limpar espremedor, todos os dias, tomaria um tempo imenso). Muitas indústrias familiares surgiram nos últimos anos, como é o caso da Xandó, em 2014, em Itapira (SP), tradicional empresa laticinista e que faz uso das frutas colhidas, em grande parte, em suas próprias fazendas, mas também se abastecendo em regiões distantes, como o Nordeste, de onde vêm as frutas durante a entressafra paulista, que vai de abril até agosto. O suco é pasteurizado em temperatura próxima de 90° C e envasado em garrafas plásticas - com validade máxima 15 dias - sendo distribuído em 1,2 mil pontos de venda, entre padarias, supermercados, hipermercados, lanchonetes e cafeterias como a rede de cafeterias *Starbucks*, em cerca de 60 cidades do Estado de São Paulo. Em 2014, a marca *Xandó* colocou, no mercado, 5,5 milhões de litros de suco fresco integral, ante 3,5 milhões do ano anterior. Outras empresas, controlando toda a cadeia produtiva, da laranjeira até as gôndolas varejistas, vêm surgindo nos últimos anos, como é o caso da *Natural One*, do grupo Votorantim, e da *Prat's*, em Paranavaí (PR).¹⁰⁷

Em 2004, a Revista *Super-Hiper*, da Associação Brasileira de Supermercados, publicou em sua edição de Fevereiro¹⁰⁸, uma reportagem sob o título “Mercado Suculento”, informando que “O segmento de sucos prontos desafiou a estagnação econômica de 2003 e fechou o quarto ano consecutivo em alta, atraindo inúmeros fabricantes.”. E afirma: “Apesar desse mercado estar atraindo novas empresas constantemente, cinco marcas concentram entre 55% e 60% do mercado, segundo estimativas do diretor de marketing e vendas da *WOW*, que comercializa a marca *Sufresh* (...). Além dela, dividem esse bolo a líder *del Valle*, a *Sucos Mais*, a *Santal* (da Parmalat) e a *Maguary* (da Kraft)”.

Já a “Doce Revista”, publicação especializada no mercado de doces e bebidas, em sua edição de setembro de 2007¹⁰⁹, trouxe reportagem informando que “A Coca-Cola Brasil, que operava no segmento de bebidas infantis com a marca *Kapo*, engoliu a *Sucos Mais*, originando a marca *Minute Maid Mais*”. E que “À mesma época o grupo mineiro *Pif Paf* arrematou, da conterrânea Tropical, a linha de sucos *Tial*”, completando “Quando essa

¹⁰⁷ Disponível em: <http://dinheirorural.com.br/seciao/capa/nova-onda-da-laranja> Acesso em 23 Novembro 2016.

¹⁰⁸ Revista SuperHiper. ABTRAS – Associação Brasileira de Supermercados., pag. 26-30. São Paulo, Fevereiro de 2004.

¹⁰⁹ O bicho está pegando: aquisições, novos competidos e lançamentos jorram dos sucos prontos. Doce Revista. São Paulo, pag. 8-13, setembro de 2007.

primeira onda de aquisições parecia superada, a Coca-Cola, novamente ela, anunciou a compra global da mexicana *Del Valle*, que desaguou por aqui há dez anos e atualmente lidera a sede brasileira por sucos prontos (...). O último grande lance no setor aconteceu em meados de setembro, quando o fabricante da linha de refrescos em pó *Camp* - e, desde janeiro, na cena de sucos prontos com a marca *Camp Néctar* - a nacional *General Brands* (GB) anunciou a aquisição junto à usina Nova América, das operações da *Beba Brasil*, braço do grupo agroindustrial paulista que industrializa chás e as bebidas prontas *Top Fruit*, *Sóprati* e *Frutetto*, além de diversas marcas *private label* (*Walmart*, *Nestlé* e *Fazenda Bela Vista*, entre outros). E que, se em 2002 “mais de 200 marcas passaram a disputar o filão, com diferentes perfis e posicionamentos de preço, aumentando a atratividade”, em 2006, segundo pesquisa da Nielsen, o consumo de sucos prontos atingiu 301 milhões de litros.

Esses incrementos, entretanto, não chegam perto dos níveis de preparados em pó para refresco, pois a Doce Revista, naquela mesma edição, publicou reportagem afirmando que, segundo pesquisa contabilizando as planilhas da Nielsen, o consumo desses preparados alcançou, no Brasil, em 2006, com alta de 9% em relação às vendas de 2005, a casa dos três bilhões de litros anuais. E aponta que “*As novidades continuam sendo a força motriz da categoria, mas nota-se ultimamente que, em vez de recorrer pura e simplesmente a novos sabores, os fabricantes tentam acrescentar um quê de saudabilidade aos lançamentos*”¹¹⁰. Isso inclui inserção de polpa de fruta como ingrediente, bem como vitaminas A e C e, mais recentemente, as do complexo também B2, B3, B6 e B9, além de ferro, com a indústria *Kraft* - que produz também as marcas *Clight*, *Ki-Suco* e *Q-Refresco*, dominando quase metade do mercado nacional - operando uma rejuvenescida na embalagem do *Tang*, dando-lhe cores mais vivas, logomarca novinha e fotos mais apetitosas das frutas”, destacando também a substituição de figuras de frutas por fotos de frutas. A marca *Tang* foi o primeiro refresco a adicionar vitamina C, em 1966. Em 1977 criou o conceito de *refresco mix*; foi o pioneiro na utilização de polpa de fruta (1999). E, a partir de 2001, começou a adicionar outras vitaminas.

5.1.4 Fundamentos do processamento industrial do suco de laranja

Uma laranja é composta por diversos segmentos que possuem vesículas de suco e sementes, protegidas por uma película de cera, a casca. O suco natural, extraído das vesículas da fruta, contém açúcares, ácidos, vitaminas, minerais, pectinas e pigmentos, dentre outros componentes (SALADO *et alli*, 1988).

¹¹⁰ Bom, barato e prático: refrescos adoçados puxam o mercado de bebidas em pó.. Doce Revista. São Paulo, pag. 14-20, setembro de 2007.

O teor de água, na fruta, pode oscilar - em função do clima, altitude, adubações, tratos culturais, estágio de maturação e da variedade - entre 86 a 92%, enquanto os carboidratos, que são os principais sólidos solúveis presentes, variam entre 5 e 8%. Somam-se aí os ácidos orgânicos - o cítrico, o málico e o tartárico sendo os presentes em quantidades mais relevantes, principalmente o primeiro - que são importantes para acentuar o sabor do suco. Já o suco natural extraído das laranjas apresenta um teor de 10 a 12° Brix, um indicador que expressa o percentual de sólidos solúveis, devendo o processamento industrial promover evaporação, que eleve a concentração para níveis de 65 a 66° Brix, que é o padrão do suco de laranja concentrado congelado (VIEGAS, 1983).

Desenvolvimento microbiano e ações enzimáticas - catalisando reações e transformações bioquímicas indesejáveis - podem deteriorar um suco de laranja. Mas microrganismos podem ser eliminados e enzimas, concomitantemente, podem ser inativadas por aplicação de altas temperaturas; já as baixas temperaturas e a redução do teor de água disponível podem contribuir para inibir, ou retardar, o desenvolvimento dos micróbios e, também, as reações químicas. Assim, concentrar e congelar o suco é útil porque estende a vida de prateleira, o prazo de validade. Além disso, a concentração, ao reduzir o volume, reduz custos nas etapas de armazenamento e transporte do suco.

A maior parte da água é retirada da bebida dentro dos evaporadores. Esse processo inativa os micro-organismos responsáveis pela degradação do produto. Para isso, inicialmente, o suco extraído das frutas é submetido a um aquecimento de 90 a 95° C, durante 30 a 40 segundos, visando inativar as enzimas pectinolíticas, pois a enzima pectina-esterase que catalisaria a hidrólise das ligações éster-metílicas na molécula de pectina, provocando formação tóxica de metanol com ácido péctico. Então, o suco passa por um processo de pasteurização, que inativa os microrganismos responsáveis pela degradação do líquido, e segue para evaporadores através de aquecimento a vácuo, ou seja, a pressão menor que 1 atm, até que se torne um produto concentrado com 65°Brix¹¹¹. Ao sair do evaporador, em torno de 40° C, o suco passa por um estágio denominado *flash cooler*, que reduz a temperatura para 13 a 22° C.

Em equipamentos mais sofisticados, para extração parcial de água, como o *centri-therm* - que centrifuga o líquido rapidamente aquecido e evaporado - a evaporação necessária é conseguida bastando um tempo de tratamento de apenas um segundo, o que permite obter

¹¹¹ LIMA, T. C. *Projeto-Suco de Laranja Concentrado Congelado.doc*, de Tássia Castilho Lima. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/317043732/Projeto-Suco-de-Laranja-Concentrado-Congelado-doc> Acesso em 12 de fevereiro de 2017.

produtos finais com menor alteração sensorial e, portanto, melhor qualidade e maior valor comercial.

A tendência dominante, menos onerosa, é a unidade de concentração que emprega o sistema de película descendente e ascendente. Outra opção é o evaporador de placas, onde a concentração é realizada em geral em 2 estágios ou por 2 efeitos. O aquecimento e a descompressão fazem o suco entrar em ebulição à temperatura de 75°C. Os vapores provenientes do produto no 1º estágio, somados a novas cargas de vapor da caldeira, são usados no 2º estágio onde o suco passa a ter o valor de Brix adequado. Os vapores do suco são extraídos e condensados em um sistema de vácuo que permite a ebulição, neste 2º efeito, à temperatura de 54°C.

O suco concentrado é resfriado e passa por um processo de mistura e homogeneização, para dar ao produto aparência e sabor ideal para a exportação. Nesta etapa, são adicionados os óleos essenciais artificiais escolhidos pelo cliente ou acrescentada a essência retirada nos evaporadores, a fim de restaurar o aroma do suco. Em média, o rendimento da indústria do FCOJ¹¹², ou seja, a massa de suco concentrado dividido pela massa de laranja no início do processo, é em torno de 7%. A etapa seguinte é a padronização do suco, adicionando-se essência, óleos etc. Nesses tanques de padronização, o suco é resfriado até - 5º C e segue para o enchimento em tambores, onde esse suco concentrado será mantido a - 18º C (que equivalem a 0º Fahrenheit, por períodos de até 18 meses. Com esta temperatura, o concentrado - contendo aproximadamente cinco vezes mais sólidos que o suco *in natura* - segue as etapas seguintes de congelamento e embalagem, podendo ficar armazenado por um período de até dois anos, em tanques sob temperatura de congelamento¹¹³, enquanto aguarda cruzar os mares, partindo do Porto de Santos, em navios que podem transportar até 40 mil toneladas de suco de laranja concentrado (ou FCOJ), equivalentes a cerca de 200 milhões de litros depois de reconstituído para consumo.

O suco brasileiro, concentrado e congelado, é considerado de ótima qualidade, com as exportações para os Estados Unidos, onde são submetidas a uma rigorosa inspeção pelo seu Departamento de Agricultura (USDA), sendo classificadas através de uma escala que atribui pontos às variáveis como cor, sabor, *ratio*¹¹⁴ e defeitos. O suco brasileiro possui alto *score* e é

¹¹² FCOJ é a sigla mundialmente adotada para Frozen Concentrate Orange Juice ou Suco de Laranja concentrado congelado.

¹¹³ Disponível em: <http://www.ufrgs.br/afeira/produtos/frutas/suco-de-laranja-pasteurizado-1/processamento/concentracao> Acessado em 18 Abril 2017.

¹¹⁴ Ratio é uma relação entre o grau Brix do suco (o Brix é a medida total de sólidos solúveis, que se constituem de açúcares, no suco da fruta) e o seu teor de acidez, que é medido em percentagem. Quanto menor for o teor de acidez maior é o Ratio e portanto mais adocicado será o suco. (ABECITRUS, 2005).

classificado pelo U.S.D.A como *grade A*, sendo muitas vezes utilizado em misturas com outros sucos de qualidade inferior (*blended*), a exemplo do suco italiano.¹¹⁵

Quando a empresa processadora está pronta para preparar um lote comercial para venda no varejo, o suco concentrado é misturado com água para obter a proporção desejada de açúcar para ácido, cor e sabor. Este passo, de reconstituição, deve ser cuidadosamente controlado porque, durante o processo de concentração, muito do sabor do suco pode ter sido perdido. A mistura adequada de concentrado de suco e de outras frações de aroma é considerada como necessária para assegurar que o produto final atinja sabor e aroma de alta qualidade.¹¹⁶

Segundo SALADO *et alli* (1988), a pasteurização permite que o suco retenha 97% de sua vitamina C, ocorrendo uma perda média de 1 a 2% ao mês, durante o armazenamento à temperatura ambiente. Já o suco concentrado congelado perde menos de 10% de sua vitamina C, após 12 meses armazenado. As principais vitaminas presentes são vitamina C, riboflavina, ácido pantotênico e tiamina, com seus teores variando em função da intensidade do tratamento térmico aplicado no processamento industrial, bem como com o tempo e a temperatura de estocagem (VIEGAS, 1983).

A partir de meados dos anos 2000, afirmou-se um novo tipo de produto, não elaborado a partir do concentrado, ou NFC¹¹⁷. Em vez de ter a água extraída no processamento, para depois ser reconstituída por engarrafadores, essa bebida é pasteurizada, mantendo a própria água da laranja.

Graças ao seu pH baixo (cerca de 4), o suco de laranja apresenta alguma proteção natural contra bactérias, leveduras e crescimento de fungos. No entanto, a pasteurização ainda é necessária para retardar a deterioração, inclusive porque inativa certas enzimas que fazem com que a polpa se separe do suco, uma transformação estética e sensorial indesejável. Esta enzima é uma das razões pelas quais o suco fresco espremido tem uma vida útil de apenas algumas horas.

A presença de microrganismos nos sucos advém de várias fontes, desde a colheita até o preparo e envase, em contato com o ambiente, com equipamentos e com trabalhadores diversos. No caso do suco de laranja, assumem relevância as bactérias ácido-láticas e as leveduras, que são os microrganismos que melhor se adaptam ao ambiente de baixo pH e altas concentrações de açúcares, que é a característica desse ambiente. E, portanto, os principais

¹¹⁵ Banco Nacional De Desenvolvimento Social-BNDES, 1996.

¹¹⁶ *How products are made: Orange Juice*. Disponível em: <http://www.madehow.com/Volume-4/Orange-Juice.html>. Acessado em 18 Abril 2017.

¹¹⁷ NFC é a sigla para suco de laranja não concentrado nem congelado (No Frozen Concentrate Orange Juice).

causadores da eventual deterioração do produto (PARISH, M. & HIGGINS, D., 1988). No entanto, como apresentam resistência térmica muito baixa, são geralmente destruídas pela pasteurização.

A pasteurização instantânea minimiza as alterações de sabor do tratamento térmico e é recomendada para produtos de qualidade *premium*. Vários métodos de pasteurização são comercialmente utilizados, de forma a atingir uma temperatura de 185-201,2°F (85-94 ° C) durante cerca de 30 segundos, o que é suficiente para reduzir a carga microbiana e preparar o suco para a embalagem.¹¹⁸

Esse produto final é armazenado por até um ano, congelado ou resfriado. Como o suco não concentrado ocupa um volume cinco a seis vezes maior que o concentrado, o custo de armazená-lo resfriado é alto. Além disso, sua cadeia de armazenagem e distribuição exige um modelo asséptico. Outra diferença do NFC, em relação ao suco concentrado, é que ele se torna sólido quando congelado, impedindo que seja bombeado. Assim, o suco deve ser agitado periodicamente, para evitar a separação entre o suco e os sólidos dissolvidos e manter a uniformidade do grau Brix.

O problema do transporte de NFC é que, diferentemente do suco concentrado, que mesmo congelado fica viscoso, mas é ainda “bombeável”, o suco não concentrado (NFC), caso congelado, se torna um bloco de gelo e, portanto, exige transporte em contêineres refrigerados, com uma logística diferenciada. Trata-se de um produto de qualidade superior em termos de paladar, visto que se assemelha ao suco espremido na hora.¹¹⁹

Podemos compreender, portanto, que três são as etapas no processo de industrialização: a concentração, a pasteurização e, então, a reconstituição. E assim ressaltar que, durante o processo de extração do suco de laranja, as bolsas presentes na casca, que contém o óleo essencial, são rompidas e o óleo liberado é separado do suco através da água pulverizada nos copos de extração da fruta. A emulsão de óleo e água é filtrada, centrifugada e o óleo é acondicionado em tambores e armazenado em câmaras refrigeradas, sendo que no resfriamento ocorre a separação da cera indesejável, que é descartada e o óleo límpido acondicionado em tambores.

Esse óleo essencial, antes presente na laranja ali industrializada, é então vendido para ampla utilização na produção de outros alimentos, fármacos e cosméticos. As essências da laranja - volatilizadas na concentração do suco e recuperadas por meio do processo de

¹¹⁸ How products are made: Orange Juice. Disponível em: <http://www.madehow.com/Volume-4/Orange-Juice.html> Acessado em 18 Abril 2017.

¹¹⁹ CitrusBR Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos A indústria brasileira de suco de laranja. São Paulo, 2010. Disponível em: http://www.citrusbr.com/imgs/biblioteca/CITRUS_APEX_PORTUGUES.pdf Acessado em: 23 Outubro 2016.

condensação do vapor - até podem retornar, em alguns sucos de algumas indústrias, durante a fase de homogeneização. E esse é um detalhe que merece atenção especial. É que, se durante o processamento, durante a etapa de concentração, o suco perde a fração volátil, as essências, o óleo essencial, essas substâncias volatilizadas - e depois recuperadas por meio do processo de condensação do vapor - podem ser devolvidas ao suco de laranja concentrado, mais a frente, quando da homogeneização. Entretanto, por seu alto valor agregado, geralmente é considerado mais vantajoso vendê-lo para empresas de aromas e fragrâncias, optando pela adição substitutiva de aromas artificiais naquele suco de laranja. Ou seja, os aromas naturais do suco de laranja são vendidos para adição em outros alimentos, enquanto o suco recebe aromatizantes mimetizadores artificiais de laranja, que são mais baratos.

5.1.5 Evolução da identidade do *Lanjál* e seus ingredientes (1982-2017)

Iniciando os procedimentos para, estudando o “caso”, pesquisar a evolução da identidade do *Lanjál*, propiciando uma ordenada visualização cristalina dos “achados”, foram realizadas, respectivamente, uma pesquisa dos rótulos no período dos trinta e cinco últimos anos, de 1982 até a atualidade, bem como elaborado o Quadro 2, exposto a seguir, que lista os ingredientes e aditivos rotulados ao longo do período de tempo pesquisado, assim como relaciona as informações anunciadas, no rótulo frontal, sobre a natureza do produto.

Com este procedimento inicial, se pretendeu um alargamento temático e um aprofundamento conteudístico, inovando e sistematizando os indicadores geralmente eleitos para descrever e analisar rotulagens alimentares. Já não é o alargamento convencional, ampliando o número de marcas mas, com transversalidade, trata-se de um alargamento do conjunto de indicadores dentro de uma mesma e única marca. E se acrescenta um esforço que se pensa também inovador, de natureza histórica, na longitunidade temporal, resgatando informações acerca de quatro décadas de rótulos de um mesmo e único produto, identificando e analisando as transformações transcorridas em tais rótulos nesse período.

Uma das colunas do Quadro se ocupa de fazer o registro de tudo o que é relacionado, pela ordem, do topo para a base da embalagem em seu rótulo frontal, abrangendo termos que caracterizam a natureza do produto, sua marca comercial, presença ou não de substâncias antimicrobianas para efetivar a conservação, inserção de outros eventuais aditivos, expressando, enfim, como todos esses aspectos são inseridos na rotulagem.

Outra coluna trata de relacionar os ingredientes do produto, em cada período selecionado, apresentando tais listagens com os mesmos termos e na mesma ordenação que se encontram, sempre em letras minúsculas, na parte posterior ou lateral da embalagem.

Uma larga fração de embalagens foi desprezada na elaboração do Quadro 2, já que eram produtos de datas muito próximas ou, mesmo referentes a datas mais distantes, não traziam nenhuma modificação em relação à embalagem do período anterior. Pode esse Quadro, portanto, ser considerado como fruto de uma seleção de datas e mudanças, sob o critério de inclusão de amostras, sempre que alguma modificação se observou nos itens que se visava coletar.

Quadro 2 - Evolução cronológica dos ingredientes e aditivos declarados em relação aos aspectos identitários do rótulo frontal (anos 80-2016)

Fabricação (data)	Lista de ingredientes e aditivos	Anúncios no rótulo frontal
*	Suco concentrado de laranja e açúcar (Preparado líquido para refresco de laranja)*	Produto Natural <i>LANJAL</i> Não contém conservantes (Preparado líquido para refresco de laranja)*
24/08/2007	Suco de laranja concentrado, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja e água	Produto Natural <i>LANJAL</i> Não contém conservantes SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR Suco de laranja concentrado
03/07/2009	Suco de laranja concentrado, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja e água	Produto Natural <i>LANJAL</i> Não contém conservantes SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR Suco de laranja concentrado
18/06/2010	Suco de laranja concentrado, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja e água	Produto Natural <i>LANJAL</i> Não contém conservadores SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR Suco de laranja concentrado
19/04/2011	Suco de laranja concentrado, açúcar, água, aroma natural de laranja e corante: INS 160i.	Produto Natural Congelado <i>LANJAL</i> Preparado líquido para refresco de laranja adoçado <i>Contém Aromatizante</i>
11/11/2013	Suco de laranja concentrado, açúcar líquido invertido, água, aroma natural de laranja e corante: INS 160a i.	Produto natural congelado <i>LANJAL</i> Preparado Líquido para refresco de laranja adoçado <i>Contém Aromatizante</i>
15/05/2015	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja.	Produto natural congelado <i>LANJAL</i> Suco de laranja concentrado <i>Contém Aromatizante</i> Sem adição de açúcar
08/04/2016	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja.	Produto natural congelado <i>LANJAL</i> Suco de laranja concentrado <i>Contém Aromatizante</i> Sem adição de açúcar
23/5/2016	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja	Produto natural <i>LANJAL</i> Suco de laranja Sem adição de açúcar 100% Suco Sem adição de conservantes Laranja Suco de laranja concentrado

11/01/2016	Suco de laranja concentrado, açúcar líquido invertido, água, corante INS 160a(i) e aroma natural de laranja	Produto Natural <i>LANJAL</i> com gominhos Preparado líquido para refresco de fruta adoçado 35% de suco após a diluição <i>Contém Aromatizante</i>
19/10/2016	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja.	Produto natural <i>LANJAL</i> Suco de laranja Sem adição de açúcar 100% Suco Sem adição de conservantes Laranja Suco de laranja concentrado
20/4/2017	Suco de laranja concentrado, açúcar líquido invertido, água, aroma natural de laranja e corante caroteno INS 160a(i)	Produto Natural <i>LANJAL</i> Sem adição de conservantes Laranja 46% de suco após a diluição Preparado líquido para refresco de laranja adoçado <i>Contém Aromatizante</i>
19/4/2017	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja.	Produto natural <i>LANJAL</i> Suco de laranja Sem adição de açúcar 100% Suco Sem adição de conservantes Laranja Suco de laranja concentrado

* lata do início dos anos 80, quando não traziam ainda informações sobre data de fabricação ou prazo de validade. E que, na lateral, informa tratar-se de “Preparado líquido para refresco de laranja”.

** este informe, por extenso, não é uma chamada em destaque como os outros desta coluna

*** ao contrário das antigas embalagens em lata (1 litro) e das mais recentes garrafas plásticas (625), este copinho plásticos com 140mL informa a diluição no rodapé do rótulo frontal

O Quadro 2 mostra-se autoexplicativo, mas alguns dos “achados” ali presentes merecem destaque e breves comentários complementares. Chama atenção, por exemplo, que se a formulação seminal do *Lanjál* propiciaria, quando bem diluída, uma laranjada, agora, com a nova formulação, propicia um néctar, pois já não é suco de laranja e açúcar, mas esses dois ingredientes juntados a outros, como óleo essencial e aromatizante.

As transformações identitárias não parecem decorrer de avanços tecnológicos ou de ajustes no processo e formulação orientados para aperfeiçoar as qualidades sensoriais e, com isso, ganhar mercado. Pelo contrário, parecem decorrer de tentativas de ganhar mercado pela redução no custo mediante precarização do produto, com inserção de água e menos sólidos da fruta. A própria embalagem, ao ser modificada, reduz seu volume de 1000 para 625 mililitros.

Produtos com esta mesma identidade - concentrado, congelado, para posterior diluição, antes de consumir e, portanto, não pronto para beber - perderam quase todo seu

espaço nos mercados do primeiro mundo, em favor de produtos prontos para beber, principalmente se elaborados “não do concentrado”. No Brasil não é diferente, com este produto sendo dificilmente encontrado no varejo onde, no Rio de Janeiro e São Paulo, já não se observa marcas concorrentes expostas no comércio.

Um destaque positivo, no *Lanjol*, e isto se manteve constante ao longo dos anos, é a ausência de substâncias antimicrobianas, geralmente denominados pelo maquiador eufemismo “conservantes”, o que já era praticado décadas atrás, apesar de então não haver uma rede de frio satisfatória para transporte, armazenagem e exposição à venda, desafio que não era assumido pelas marcas concorrentes que, embora tratando-se de um produto concentrado e congelado, vinha com preservativos “antimicrobianos” para assim garantir a não deterioração, se acaso mantido fora do ambiente frigorificado.

Por outro lado, e também desde os primórdios, o fabricante pratica adição de açúcar ao suco de laranja, o que o retira da classificação “suco integral” e o deprecia junto à uma vasta fração de consumidores. Em alguns pontos de varejo é possível encontrar o produto, tanto na modalidade adoçado (embalagem branca), quanto na modalidade “sem açúcar” (embalagem prata). Entrevistado por este autor da Tese¹²⁰, um funcionário da empresa declarou que açúcar é adicionado porque “o consumidor brasileiro dá preferência ao produto com sabor mais doce”. A resposta a tal ponderação poderia ser uma outra pergunta: *Se esta hipótese for correta, e se realmente há preferência pelo produto adoçado, por que então o produto não adoçado, com embalagem cor de prata, é a que custa cerca de 50% mais caro, deixando-se de vender mais caro aquilo que o consumidor, segundo o fabricante, dá preferência?* Não parece fazer sentido tal hipótese, melhor cabendo a hipótese de que açúcar é inserido para, com isso, colocar menos suco, reduzindo os custos de fabricação do produto. Seria então melhor aceito não porque mais doce, mas porque com menor preço.

No plano linguístico, desperta atenção uma possível diferença entre “aroma natural de laranja” e “aroma natural da laranja”, pois o primeiro pode ser um aroma natural extraído de outras fontes, inclusive cítricas, enquanto o segundo afirma, seguramente, ser “da” laranja”.

Ainda em termos linguísticos, cabe observar as oscilações no uso de termos. Ora denomina como “preparado”, ora como “suco”, e então como “refresco”, não só de uma lata e época para a outra, mas inclusive, o que é ainda mais grave, no âmbito de uma mesma lata. Talvez não seja algo preconcebido, programado, um caso pensado, mas apenas negligência e, inclusive, ignorância e imperícia, acerca da importância das palavras denominantes, se

queremos ter produtos com identidade, até porque a legislação determina que identidade tenham.

Na embalagem mais recente, em copinhos de 140 mL para diluição por litro, o suco se apresenta contendo “gominhos”, o que representa uma inovação na identidade, procurando destacar uma diferenciada presença de laranja nos ingredientes. Então, novamente, ressurge a questão do perfil sempre diferente da identidade em relação aos concorrentes, que usam a opção caixinhas de 200 mL, mas na versão *pronto para beber* que, ao contrário do Lanjal, consegue atender o mercado de lanche de escolares, o qual demanda volumes significativos do produto, em face da larga aceitabilidade e das comodidades propiciadas.

5.1.6 Evolução cronológica da lista de ingredientes e respectivas declarações

Para melhor compreender a construção da presente “identidade” do produto ‘*Lanjal*’, foi investigada a evolução nos ingredientes adotados para a formulação do produto, desde os anos oitenta, conforme dados constantes nos rótulos das embalagens obtidas junto ao acervo do LabConsS/UFRJ.

Originalmente, e conforme aqui já exposto, com imagens de embalagens dos produtos comercializados nos Estados Unidos, um “suco concentrado congelado de laranja” não deveria - se pretende, como é o caso, ser denominado como “suco concentrado congelado de laranja” - ter nenhum outro ingrediente além do suco, ele próprio. Observou-se aqui, anteriormente, a presença de um aditivo que, se é certo que não é caracterizado exatamente como um ingrediente, tampouco deveria estar ali presente, misturado ao suco, uma vez que a identidade do produto é assumida como “congelado” e, sob temperaturas em torno de dezoito graus Celsius negativos (equivalente a zero grau Fahrenheit”), não há risco de desenvolvimento microbiano que justifique - conforme a própria legislação exige - necessidade tecnológica de emprego de substâncias nocivas aos micróbios. Em suma, a identidade, de um produto que pretenda se apresentar como suco de laranja concentrado congelado, seria a de conter suco de laranja concentrado e mais nada.

Observando o Quadro 3, a seguir, percebe-se, entretanto que, no Brasil, desde seus primórdios no mercado, este produto, o *Lanjal*, vem sofrendo outras adições, como óleo essencial, aromatizantes, açúcar e, surpreendentemente, inclusive água. Ou seja, a identidade do produto é ser um produto onde água foi parcialmente retirada, mediante evaporação industrial sob vácuo parcial (minimizando os danos sensoriais que seriam provocados pela aplicação de temperaturas mais elevadas). Nesse contexto, parece não haver justificativa

razoável para que, no momento de ser embalado, para exposição à venda, uma parte de água potável seja devolvida ao suco.

A ordenação dos dados e sua subsequente tabulação, conforme feito a seguir, evidenciam como essa “identidade” maquiada evolui ao longo de quatro décadas, com os avanços tecnológicos, com as transformações no mercado e na legislação, não servindo, tudo isso, para mais que acarretar ajustes denominativos na listagem dos ingredientes. Ou seja, mais recentemente se iniciou a declarar o código do corante (INS 160a i.) e, também, o grau de concentração do suco utilizado (que de nada serve se o teor de água contrabandeado de volta não é informado).

O Quadro 3, enfim, além de expor a evolução cronológica dos ingredientes e aditivos declarados no rótulo frontal, trata também de registrar os termos que são, sobre isso, anunciados na face lateral dos rótulos, ao longo do período:

Quadro 3 - Evolução cronológica dos ingredientes e aditivos declarados em relação aos aspectos identitários do rótulo frontal (anos 80-2017)

Data de embalo	Lista de ingredientes e aditivos	Anúncios no rótulo frontal
*	Suco concentrado de laranja e açúcar (Preparado líquido para refresco de laranja)*	Não contém conservantes
24/08/2007	Suco de laranja concentrado, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja e água	Não contém conservantes
03/07/2009	Suco de laranja concentrado, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja e água	Não contém conservantes
18/06/2010	Suco de laranja concentrado, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja e água	Não contém conservadores
19/04/2011	Suco de laranja concentrado, açúcar, água, aroma natural de laranja e corante: INS 160i.	<i>Contém Aromatizante</i>
11/11/2013	Suco de laranja concentrado, açúcar líquido invertido, água, aroma natural de laranja e corante: INS 160a i.	<i>Contém Aromatizante</i>
15/05/2015	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja.	<i>Contém Aromatizante</i>
11/01/2016	Suco de laranja concentrado, açúcar líquido invertido, água, corante INS 160a(i) e aroma natural de laranja	<i>Contém Aromatizante</i>
08/04/2016	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja.	<i>Contém Aromatizante</i>
23/5/2016	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja	Sem adição de conservantes
05/9/2016	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja.	Sem adição de conservantes
06/09/2016	Suco de laranja concentrado, açúcar líquido invertido, água,, aroma natural de laranja e corante caroteno INS 160a(i)	Sem adição de conservantes <i>Contém Aromatizante</i>
10/01/2017	Suco de laranja concentrado – 66° Brix, água, óleo essencial de laranja e aroma natural de laranja.	Sem adição de conservantes

* lata de um litro, sem data, mas com indicativos de tratar-se de produto comercializado no início da década de 80.

5.1.7 Evolução cronológica do emprego de aditivos e respectiva rotulagem

Emprego de aditivos químicos no produto *Lanjál* e, então, como se dá a informação desta prática, na rotulagem, constitui outra das camadas identificadas, do “objeto”, para compor este Estudo de Caso. Inicialmente, procedeu-se a identificação e coleta desses dados no elenco de embalagens disponíveis, cobrindo aqueles já citados 35 anos de mercado para, em seguida, realizar uma tabulação que melhor permitisse ordenar e visualizar o fenómeno.

Os Quadros 4 e 5, abaixo, expõem a evolução percebida no modo como as informações são oferecidas no rótulo frontal e no rótulo lateral das latas e, mais recentemente, nos frascos plásticos dos produto, segundo diferentes datas de fabricação. O primeiro Quadro refere-se ao produto adoçado e, o segundo refere-se ao produto não adoçado.

Quadro 4 - Evolução nas informações sobre presença de aditivos anunciadas no rótulo frontal do produto *Lanjál* adoçado (2008-2017)

Data de fabricação	Anúncios no rótulo frontal	Anúncios no rótulo lateral
*	Produto Natural <i>LANJAL</i> Não contém conservantes	Preparado líquido para refresco de laranja **
19/04/2011	Produto Natural Congelado <i>LANJAL</i> Preparado líquido para refresco de laranja adoçado <i>Contém Aromatizante</i>	Faz 10 litros!
Janeiro 2016	Produto Natural <i>LANJAL</i> com gominhos Preparado líquido para refresco de fruta adoçado 35%% de suco após a diluição <i>Contém Aromatizante</i>	com GOMINHOS
Setembro 2016	Produto Natural <i>LANJAL</i> Sem adição de conservantes Laranja 46% de suco após a diluição Preparado líquido para refresco de laranja adoçado <i>Contém Aromatizante</i>	Faz 5 litros

* lata do início dos anos 80, quando não traziam ainda informações sobre data de fabricação ou prazo de validade.

** este informe, por extenso, não é uma chamada em destaque como os outros desta coluna

*** ao contrário das antigas embalagens em lata (1 litro) e das mais recentes garrafas plásticas (625 mL), este copinho plásticos com 140mL

Quadro 5 - Evolução nas informações sobre presença de aditivos anunciadas no rótulo frontal do produto *Lanjál* (2008-2017)

Data de fabricação	Anúncios no rótulo frontal	Anúncios no rótulo lateral
Agosto 2006	Produto Natural <i>LANJAL</i> Não contém conservantes SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR Suco de laranja concentrado	É NATURAL!
Julho 2009	Produto Natural <i>LANJAL</i> Não contém conservantes SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR Suco de laranja concentrado	Faz 10 litros!
Junho 2010	idem	É NATURAL!
Julho 2015	Produto natural congelado <i>LANJAL</i> Suco de laranja concentrado <i>Contém Aromatizante</i> Sem adição de açúcar	É NATURAL!
Abril 2016	idem	É NATURAL!
Novembro 2016	Produto natural <i>LANJAL</i> Suco de laranja Sem adição de açúcar 100% Suco Sem adição de conservantes Laranja Suco de laranja concentrado	Faz 5 litros
Janeiro 2017	idem	Faz 5 litros

5.1.8 Evolução da composição química e nutricional de bebidas de laranja

Uma indagação básica é se ao longo deste 35 anos, de 1982 até 2017, a “identidade nutricional” do produto sofreu ou não variações e quais. E, então, a indagação sobre essa identidade - o teor de nutrientes e energia - em relação ao suco de laranja integral, fresco, não industrializado.

Pesquisando as embalagens - e seus respectivos rótulos - do *Lanjál*, e escolhendo-se como indicadores o valor energético (que indica o teor de açúcares) e o teor de vitamina C (considerado o nutriente mais significativo nesse classe de alimento), partindo-se das informações nutricionais declaradas em seus rótulos, observou-se que, em que pesem continuadas ações que modificaram, ao longo destes anos, os ingredientes utilizados, ainda assim, os teores de vitamina C e os valores energéticos permaneceram basicamente os mesmos.

Para uma melhor ordenação e visualização, foi elaborado o Quadro 6, apresentado a seguir, estampando a evolução dos teores de energia e vitamina C, do produto *Lanjál*, em sua tipologia “Suco Concentrado Congelado”, bem como após o preparo mediante diluição em água, conforme orientações e declarações do fabricante na própria rotulagem. Esses valores são também comparados com os valores do suco de laranja fresco, não industrializado, disponíveis na tabela de composição de alimentos da USDA.

Em seguida, foi elaborado o Quadro 7, similar a este Quadro 6, com a diferença que opera não com os dados do *Lanjál* “modalidade suco”, mas com o *Lanjál* “modalidade preparado líquido para refresco”.

Do Quadro 6, entende-se que os valores do *Lanjál* são muito próximos, quase idênticos, aos valores encontrados no suco de laranja fresco, o que desperta questionamentos. O primeiro deles é que deveria, com o tempo, bem como com o processamento, apresentar alguma perda gradativa e relevante no teor de vitamina C, e o rótulo do *Lanjál* só reconhece uma perda na casa dos 10%. Um outro questionamento possível seria acerca dessa coincidência de uma diluição, de uma parte de *Lanjál* com exatas sete partes de água, lograr igualar o teor de açúcares, expressos através do teor energético. Uma hipótese é que as informações do rótulo estejam corretas e que, tudo, então, não passe de uma surpreendente coincidência. A outra, é que o rótulo esteja com informações falsas. Uma terceira hipótese seria a ocorrência de atos corretivos por parte do fabricante, padronizando seus produtos finais mediante adição de algum açúcar, bem como adição de ácido ascórbico de origem industrial. No entanto, isso não teria sido praticado, já que não constam tais substâncias na listagem dos ingredientes. O mais provável é que, talvez, o fabricante não esteja realizando análises laboratoriais, mas apenas copiando valores da literatura.

Laranjas, como qualquer outro alimento, não têm um valor fixo de nutrientes. O teor de vitamina C, é normal, oscila dentro de certa faixa de uma laranja para outra, pelos mais variados motivos. Esse teor, é sabido, depende da variedade, da safra, do mês da colheita, varia de uma região para outra e até mesmo de estar de um lado ou do outro da árvore e da quantidade de sol que recebe por dia. Então, um suco industrializado, para apresentar teores universais e constantes, seja de vitamina C, seja mesmo na coloração ou sabor, precisaria sofrer uma “padronização”, mediante adição corretiva de corantes, aromatizantes ou de ácido ascórbico.

Quadro 6 - Evolução dos teores de energia e vitamina C no *Lanjál* (Suco), após o preparo, em comparação ao suco de laranja não industrializado (2007-2017)

PRODUTO	Data de Fabricação	Energia (kcal/200 mL)	Vitamina C (mg/200mL)
SUCO DE LARANJA Fresco, não industrializado ¹²¹	-	90	100
<i>LANJAL</i>	1988 ¹²²	-	-
<i>LANJAL</i> ¹²³ Suco de laranja concentrado	Agosto 2007	91	90
<i>LANJAL</i> Suco de laranja concentrado	Julho 2009	91	90
<i>LANJAL</i> Suco de laranja concentrado	Maiio 2015	91	90
<i>LANJAL</i> Suco de laranja concentrado	Janeiro 2017	91	90

Outro aspecto que merece registro é que o fabricante faz uso da marca *Lanjál* em dois produtos bastante diferentes, constando essa diferenciação, embora no rótulo frontal, em letras e termos muito pouco informativos. Se aquilo que denomina como “Suco Concentrado” não é exatamente, puramente, suco concentrado, por outro lado fica mais confuso usar a mesma marca, a mesma tipologia de embalagem e rótulo, o mesmo *design*, um mesmo “*lay out*”, para outro produto que, após diluição, não poderá ser classificado como “suco”, mas como “néctar”, já que adicionado de açúcar e reduzido no percentual de laranjas presentes. O Quadro 7, a seguir, evidencia que o teor de vitamina C varia em 200% de um tipo para outro de *Lanjál*.

Depois de muitos anos mantendo essa prática que confunde ou desinforma, o produto agora mudou a cor de fundo do rótulo, permanecendo branca para a mistura adoçada para refresco, e criando um fundo cinza, prateado, perolado, para aquele que é apresentado como suco concentrado que, repita-se, não é puramente suco de laranja concentrado.

Chama atenção e precisa ser ressaltado que, conforme evidencia o Quadro 7, o teor de vitamina C oferecido pelo “preparado *Lanjál*”, quando correlacionado com o suco de laranja fresco, é muito reduzido.

¹²¹ Valores extraídos das Food Composition Tables, da USDA. Disponível em: <https://ndb.nal.usda.gov/> Acesso em: 13 Janeiro 2017.

¹²² A lata não informa datas de fabricação ou validade, mas é supostamente fabricado em 1988 e, certamente, bem anterior às demais latas, devido ter um rótulo bem diferenciado em cores e escassez de informações e anúncios. Tampouco informa valor energético ou teor de ingredientes.

¹²³ Produto Natural. Não contém conservantes. Mas no rótulo frontal ainda não fala se é suco concentrado ou preparado. *Contém* suco concentrado de laranja e açúcar. É *Lanjál!*, o nome.

Quadro 7 - Evolução dos teores de energia e vitamina C no *Lanjál* (Preparado Líquido) em comparação ao suco de laranja não industrializado (2007-2017)

PRODUTO	Data de Fabricação	Energia (kcal/200 mL)	Vitamina C (mg/200mL)
SUCO DE LARANJA Fresco, não industrializado ¹²⁴	-	90	100
<i>LANJAL</i>	1988 ¹²⁵	-	-
<i>LANJAL</i> Preparado líquido para refresco de laranja adoçado	Abril 2011	67	30
<i>LANJAL</i> Preparado líquido para refresco de laranja adoçado	Novembro 2013	67	30
<i>LANJAL</i> Preparado líquido para refresco de fruta adoçado (com gominhos)	Janeiro 2016	67	30
<i>LANJAL</i> Preparado líquido para refresco de laranja adoçado	Setembro 2016	67	30

O Quadro 8, abaixo, oferece dados sobre a composição de um conjunto de outras “bebidas de laranja”, agora incluindo néctares, refrigerantes e também sucos integrais, dentre outras tipologias. Nota-se, por exemplo, que o néctar de laranja da marca *SUVALAN*, com apenas 40% de suco, com validade até Agosto de 2017, informa conter 23 gramas de carboidratos, 49 kcal e 30 mg de vitamina C por 100 mL. Ou seja, esse néctar contém, ou anuncia conter, 100% mais vitamina C que o “preparado *Lanjál*”. Já o néctar “*Bela Ischia*”, que se observa ali contendo apenas 40% de suco, parte disso nem sendo suco de laranja, mas de outra fruta, rotula conter, por 100 mL, quatro vezes mais vitamina C que o *Lanjál*. Alguma coisa, embora legalizada pelas agências, certamente está equivocado nisso.

A elaboração do Quadro 8, abaixo, que se debruça sobre um conjunto de outras bebidas que não são o “objeto” do presente “Estudo de Caso”, se justifica na medida em que a análise fica enriquecida quando o “objeto”, além de ser observado em suas específicas particularidades, é também situado e comparado em relação às demais marcas oferecidas no mercado. No caso do Quadro 8, novamente, se privilegia a coleta de informações, na rotulagem, sobre os teores de vitamina C e de valores energéticos.

¹²⁴ Valores extraídos das Food Composition Tables, da USDA. Disponível em: <https://ndb.nal.usda.gov/> Acesso em: 13 Janeiro 2017.

¹²⁵ A lata não informa datas de fabricação ou validade, mas é supostamente fabricado em 1988 e, certamente, bem anterior às demais latas, devido ter um rótulo bem diferenciado em cores e escassez de informações e anúncios. Tampouco informa valor energético ou teor de ingredientes.

Quadro 8 - Evolução do Teor Energético, Quantidades de Carboidratos e nível de Vitamina C em vários sucos e néctares de laranja no período 1998-2017 (segundo informações coletadas nos respectivos rótulos)

Bebida	Data de Validade	Energia kcal/100mL	Carboidratos g/100mL	Vitamina C mg//100mL
Suco de Laranja Tabela USDA		45	10,4	50
FANTA LARANJA 5% sucos laranja e maçã	Maio 2017	41	10	-
TANG	Agosto 2017	9,5	1,9	3,4
MAÇÃ Del Valle suco reconstituído	Abril 2007	55,6	13,6	-
BELA ISCHIA suco	Novembro 2015	45	8,5	50
BELA ISCHIA néctar 40% suco (laranja + maçã)	Janeiro 2017	46,5	11,5	60,5*
BLÍSSIMO suco	Abril 2017	41,5	10,7	37,5
CAMP néctar	Março 2014	44	11	21*
CARREFOUR néctar	Abril 2012	44	11	20*
DAFRUTA néctar	Janeiro 2010	42	10,5	25
DAFRUTA néctar	Junho 2011	42	10,5	25
DAFRUTA néctar	Julho 2011	42	10,5	25
DAFRUTA néctar	Agosto 2014	42	10,5	25
DAFRUTA néctar 40% suco	Setembro 2015	54	13,5	35*
DAFRUTA néctar 40% suco	Outubro 2015	54	13,5	35*
DAFRUTA néctar 40% suco	Dezembro 2015	54	13,5	35*
DAFRUTA néctar	Agosto 2016	54	13,5	35*
DAFRUTA néctar 30% suco (laranja + maçã)	Janeiro 2017	44	11	15*
DAFRUTA néctar 30% suco (laranja + maçã)	Julho 2017	44	11	15*
DANONE suco	Maio 1996	45	10,5	40
DANONE suco	Setembro 1996	45	10,5	30****
DANONE suco	Junho 1998	45	10,5	30
DEL VALLE suco	Novembro 2007	45	13	34*
DEL VALLE néctar	Novembro 2007	53	13	40,5*
MINUTE MAID Mais néctar	Novembro 2007	48	11,5	16*
MINUTE MAID Mais Laranja Caseira – néctar com gominhos	Dezembro 2008	54	13	-*
DEL VALLE Mais Laranja Caseira – néctar com gominhos	Fevereiro 2011	54	13	-*
DEL VALLE Mais - néctar	Abril 2011	55	12,5	-*
DEL VALLE Mais Laranja Caseira – néctar LIGHT (edulcorant. e gominhos)	Maio 2011	20	4,5	-*
DEL VALLE Mais - néctar	Janeiro 2012	55	12,5	-*
DEL VALLE Laranja Caseira – néctar com gominhos	Março 2013	53,5	13	-*

DEL VALLE Laranja Caseira – néctar com gominhos	Agosto 2014	51,5	11,5	-*
DEL VALLE MAIS Néctar	Maió 2015	55	12,5	-*
DEL VALLE 100% Suco	Maió 2015	50	12	12*
DEL VALLE néctar	Agosto 2016	46,5	11	7*
DEL VALLE 100% Suco	Novembro 2016	50	12	7*
NECTAR MAIS 30% suco (laranja + maçã)	Dezembro 2016	17,5	3,3	3,4*
DEL VALLE 100% Suco	Março 2017	50	12	7*
DEL VALLE Laranja Caseira – néctar com gominhos – 66% suco	Março 2017	51,5	11,5	-*
DEL VALLE néctar 40% misto de laranja e maçã	Agosto 2017	41,5	10	7*
DEL VALLE Laranja Caseira – néctar com gominhos – 66% suco	Março 2018	21,5	4,2 (2,4 de açúcares)	-*
DISFRUT néctar	Setembro 2011	55	12,5	13,5*
DO BEM suco	Março 2013	42	10,5	36
DO BEM suco	Setembro 2013	42	10,5	36
DO BEM suco com gominhos	Maió 2014	42	10,5	36
DO BEM suco	Maió 2015	42	10,5	36
DO BEM suco com gominhos	Junho 2015	42	10,5	36
DO BEM suco com gominhos	Agosto 2015	42,5	10	36
DO BEM suco	Outubro 2015	43	10	36
DO BEM suco	Maió 2016	43	10	36
DO BEM suco	Novembro 2016	43	10	36
DO BEM suco com gominhos	Fevereiro 2017	42,5	10	36
DO BEM suco	Julho 2017	43	10	80
FAST FRUIT suco	Agosto 2005	40	10	38
FAST FRUIT suco	Agosto 2007	45	11	30
FAST FRUIT suco	Fevereiro 2010	44	11	30*
FAST FRUIT suco gourmet	Setembro 2012	46	11,5	17,5*
FAST FRUIT néctar	Setembro 2012	55	13,5	17,5*
FAST JUICE	-	48	9	38
FATTO BENE (néctar) 78% suco	Dezembro 2016	53,5	12,5	21
FAZENDA BELA VISTA suco	Agosto 2012	46	11,5	30*
FAZENDA DA TOCA suco orgânico	Março 2017	37,5	9,3	25
FRUTHOS néctar	Dezembro 2008	43,5	10,5	17*
FRUTHOS néctar	Agosto 2010	43,5	10,5	17*
GREENDAY néctar	Agosto 2014	46	12	10*

Hortifruti – suco caseiro	Março 2017	58,5	13	-
IZZY néctar	Março 1990	48,8	11,7	30,8
IZZY néctar	Fevereiro 1996	48,8	11,7	30,8
JÁ néctar	Agosto 2014	46	12	10*
JÁ néctar 50% suco	Janeiro 2018	45	10,5	22,5*
JANDAIA suco	Fevereiro 2004	39	11,5	-*
JANDAIA suco	Janeiro 2008	39	11,5	11*
JANDAIA suco	Setembro 2009	39	11,5	25*
JANDAIA néctar misto 30% laranja + suco maçã	Julho 2017	28	7	8*
JUSSY suco	Fevereiro 1997	48,8	11,7	-
LECO néctar	Dezembro 2015	37,5	9,5	22,5*
LEVE néctar	Dezembro 2012	49,5	12,5	25,5*
LIV suco -premium	Novembro 2016	54	13,5	15
MAGUARY suco	Janeiro 1996	44	11	38
MAGUARY néctar	Junho 2011	55,5	13	-*
MAGUARY néctar	Dezembro 2014	54	13,5	35*
MAGUARY néctar 50% suco sem adição de maçã	Abril 2017	44	11	44*
MAGUARY néctar Laranja Tradicional – 40% suco	Fevereiro 2016	52	13	44,5*
MAGUARY néctar Laranja Siciliana -	Dezembro 2016	48	12	44,5*
MAGUARY néctar Laranja Valencia – 50% suco	Julho 2017	44	11	50*
MARATÁ néctar	Março 2010	48	11,5	16*
ME BEBE suco	Novembro 2016	46	9,511	35
NATIVE suco orgânico	Março 2009	45	10,5	30
NATIVE suco orgânico	Janeiro 2016	40,5	10,5	30
NATURAL ONE suco	Julho 2017	44,5	10,5	-
NESTLÉ - suco	Setembro 200	41	9,9	30***
PARMALAT - suco	Abril 1995	40	9	38
PIPPA suco de fruta do pé	Agosto 2018	46	11	39
PURITY néctar (30% suco lar. + tangerina)	Agosto 2017	37	9,5	-*
QUALITÁ néctar (50% suco laranja)	Março 2017	54	10,5	25
ROQUE suco	Fevereiro 2000	48	9	19
SANTAL - suco	Abril 1991	-	-	-
SANTAL - suco	Dezembro 1995	34	8	-
SHEFA néctar	Agosto 2011	43	10	-*
SUCO & SÓ suco	Fevereiro 2018	39	9	-
SUFRESH suco	Novembro 2007	43	10	34,5*
SUFRESH suco	Dezembro 2007	43	10	34,5*
SUFRESH néctar	Agosto 2010	43	10	34,5*
SUFRESH néctar Pronto Caseiro	Julho 2011	39,5	9,5	36*
SUFRESH néctar	Julho 2015	46	11	20,5

SUFRESH néctar	Setembro 2015	43,5	10,5	32
SUFRESH Suco 100%	Janeiro 2017	41,5	8,5	56*
SUFRESH Suco 100% de Suco	Maior 2017	41,5	8,5	22,5*
SUFRESH néctar 42,7% de suco (laranja + maçã)	05 Junho 2017	40,5	9,5	13,5*
SUFRESH néctar com gominhos	17 Junho 2017	46	11	20,5
SUFRESH néctar 42,7% de suco (laranja + maçã)	20 Junho 2017	42	10,5	13,5*
SUFRESH néctar com gominhos	1			
SUVALAN néctar 50% suco	Agosto 2017	55,5	11,5	30
SWIFT suco	Janeiro 1997	48	9	38
TIAL néctar	Dezembro 2010	50	12,5	16,5*
TOP FRUIT néctar	Maior 2011	44	11	20*
TOP ORANGE suco	Dezembro 2011	46	11,5	30*

* *Contém ácido ascórbico (Vit. C) como ingrediente*

- não informado

*** não diz que é 60 mg, mas diz que um copo de 200mL atende 100% das necessidades (sic) diárias de vitamina C

****em vez da quantidade em mg informa que um “copo de 200mL atende 100% das necessidades diárias de Vitamina C de acordo com as recomendações da OMS”.

A coluna que registra a data de cada produto não é a data de fabricação - pois esta nem sempre está disponível nas embalagens mais antigas - e sim a data declarada, pelo fabricante, como “prazo de validade”. Ou seja, deve ser considerado que a data de fabricação, mais provavelmente, está entre 6 a 12 meses antes daquela constante no Quadro 8, mas isso não modifica em nada as bases da pesquisa aqui efetivada ou suas conclusões.

Por esta mesma razão, e visando compor uma tabela menos congestionada de dados, descartou-se incluir o dia, mas apenas o mês e ano da validade. E de toda forma, o importante é padronizar a data aplicada a cada um dos produtos, até porque seja qual seja a data - de fabricação ou de validade - é fato que o produto estava ofertado, no mercado, naquela data que se encontra na coluna do referido Quadro.

Na tabulação deste Quadro 8, optou-se pela ordenação por grupos, por marcas (respeitada a ordem alfabética), o que propicia uma observação mais direta e imediata das variações dentro de cada marca, em relação a ela própria, ao longo do tempo. Procurou-se também incluir, no Quadro, o maior número possível de marcas, escolhendo datas variadas, de forma a propiciar uma visão suficientemente histórica dos fatos, evitando-se também tomar amostras, de uma mesma marca, com datas muito próximas. E limitou-se a observação aos quesitos vitamina C e teor energético, abrindo mão de considerar outros também interessantes quesitos, como corantes, aditivos diversos, legislação vigente naquela data etc., entendendo-se

que este escopo deveria, se for o caso, incorporado por outras pesquisas futuras, sendo suficientes, para as indagações aqui estabelecidas, os dois indicadores selecionados.

Por mais que o “caso” seja estudado em suas múltiplas variáveis, sempre será possível identificar mais algum aspecto que deveria ser também considerado. Mas o exercício demonstrou que, se tal abordagem prosseguisse, o “estudo” seria desnecessariamente retardado, já que vários aspectos, inicialmente não planejados, foram sendo detectados e seguidamente incorporados. Em suma, deve ser reconhecido que seria também muito positivo uma análise dessas variações, mostradas no Quadro 8, com as frequentes alterações na legislação, o que será apontado mais a frente. Mas isto extrapola o escopo desta investigação, devendo ficar para outra pesquisa, em outro momento. Mais importante pareceu abrir um “Estudo de Caso 2”, do que continuar abraçando novas e mais variáveis, infinitamente, dentro do Caso 1.

O Quadro 8 aponta que várias marcas dessas bebidas não informaram, durante muitos anos - e algumas ainda continuam não informando - os teores presentes de vitamina C, embora informando teores de outros nutrientes de menor relevância em produtos de laranja.

O caso do produto de marca *Natural ONE*, fabricado por indústria do Grupo Votorantim, por exemplo, e em que pese ser um produto de tipologia e preços superiores, se recusa a informar o teor de vitamina C. Consultado por telefone, em março de 2017, o SAC da empresa argumentou a este autor, que essa informação, do teor de vitamina C, não é exigido pela legislação e, sendo assim, não informa.

Esta ocorrência demanda, pelo menos, duas ponderações. A primeira é que informar o teor de vitamina C é estratégia muito explorada, pela concorrência, pois agrega valor à imagem do produto. A segunda ponderação é que, como hipótese, poderíamos assumir que não informa porque apresenta um teor de vitamina C inferior ao apresentado por marcas concorrentes, de menor preço, o que poderia prejudicar a imagem deste “Natural ONE”.

O problema aqui está na legislação que, se obriga informar outros nutrientes menos relevantes e dispensa a informação sobre vitamina C, tampouco obriga informar a origem dessa vitamina C. Ou seja, a vitamina C do *Natural ONE* é a vitamina C original da fruta e não poderia mesmo competir com néctares, artificializados em sua composição, e que incluem, como ingrediente, o ácido ascórbico, uma vitamina C que é mercadoria de origem farmacêutica. Ou seja, o simulacro do suco, o néctar, faz uso da hiper-realidade para tornar-se mais “realidade”, mais nutrição, mais laranja que a própria laranja, uma hiper-laranja mais laranja que a laranja real.

Já o suco *Native Orgânico*, observando-se os dados oferecidos no Quadro 05, apresenta uma redução em seu teor calórico (de março de 2009 para setembro de 2016), o que é surpreendente e inexplicável, se considerarmos que não teria ocorrido, segundo a lista de ingredientes, segundo os demais dados, nenhuma mudança na composição do produto. O fato, reforçando a suposição, é que nada, nos rótulos, parece merecer credibilidade e confiança.

O Quadro 8 apresenta uma coleção de dados da marca *Del Valle*, *Del Valle MAIS* e *Minute MAID*, todas do mesmo fabricante, cobrindo diferentes anos. Nota-se que a marca *Del Valle*, tradicional marca de néctar, de agosto de 2015, é agora modificada em sua formulação e rotulada como “100% suco”, mas permanece com teor de vitamina C muito baixo, pois há marcas, e o Quadro 5 expõe esses dados, com valores até 400 % superiores em relação a este. Mais surpreendente é que isso transcorre apesar de, na lista de ingredientes, constar a adição de vitamina C, ou seja, ácido ascórbico, não de frutas, mas de farmácia. Ademais, não é possível comparar esse quesito com a rotulagem de anos anteriores pois, até 2015, os teores dessa vitamina não eram, pela *del Valle*,¹²⁶ informados na rotulagem.

Ainda maior estranhamento causa o teor de vitamina C do néctar *MAIS*, de dezembro de 2016, que em vez dos 60,5 mg do *Néctar Bela Ischia*, ou em vez das 12 mg do *Suco del Valle*, contém 3,4 mg por porção, um valor todavia muitíssimo menor. Aqui novamente não é um problema de fiscalização mas, como usual, de legislação. É que, ao liberar a adição de água e de açúcar - além de corantes, aromatizantes, espessantes e outros aditivos - caberia ao Ministério da Saúde obrigar que fosse mantido, pelo menos, o teor de vitamina C igual ao produto mimetizado. Ou seja, um néctar jamais poderia conter um teor de vitamina C abaixo do teor apontado, na bibliografia, para o suco de laranja fresco, ou 50 mg por 200 mL, conforme encontra-se na Tabela do USDA.

A marca *Sufresh*, de 2007, também incluída no Quadro 8, informa tratar-se de suco de laranja adoçado e reconstituído. E conteria, como ingredientes, segundo listado na relação de ingredientes, água, suco concentrado de laranja, açúcar e antioxidante ácido ascórbico (vitamina C). Caberia indagar quanto suco e quanta água o produto na verdade contém, mas a resposta não seria encontrada naquele enorme volume de informações - palavras e imagens - impressas no rótulo. As informações, ademais, são contraditórias. Embora seja notoriamente um “néctar”, o rótulo denomina seu conteúdo como “suco” e destaca o termo “SEM CONSERVANTES”.

A marca *Greenday*, mesmo adicionando ácido ascórbico, informa um teor de vitamina C, na porção, que não passa de 10 mg. Já a *Purity* adiciona vitamina C, mas não informa o

¹²⁶ Até 2012, a “del Valle” era marca “del Valle MAIS”.

teor presente de vitamina C no produto ou na porção. Outros adicionam suco de maçã, mas não informam se é suco concentrado de maçã diluído em água ou se é suco de maçã importado da China, o que é muito provável. Menos ainda informam quanto tem dessa maçã em relação à laranja, enquanto o rótulo contém apenas imagens de laranjas. Alguns adicionam corante, confessando que muita laranja ali não tem, de tal forma que além de reforçar com adição de aromatizante, ainda inclui corante, sem isto estar suficientemente visível no rótulo frontal. E algumas empresas praticam a ousadia de categorizar, como *PREMIUM*, bebidas flagrantemente artificiais.

A marca *Da Fruta* passou a adicionar vitamina C - ou pelo menos a declarar essa adição - enquanto, concomitantemente, reduzia o percentual de suco de 40 para 30% de suco, que não há como identificarmos se é, ou não, suco de laranja ou suco de alguma outra fruta em mistura, talvez maçã. Naturalmente, contém aromatizante para corrigir essa formulação desviante. Outrossim, até dezembro 2015 não fazia (ou não declarava) adição de corantes, o que começou a se rotulado a partir de dezembro de 2015. E o corante, que se faz passar por natural, é um corante, em verdade, artificial.

Cada linha do Quadro 8 instiga um “case”, demonstrando que os “achados” sobre o *Lanjál* podem ser seguramente generalizados para, se não todas as demais marcas - porque pode aqui ou ali haver um cisne negro, constituindo um exceção no interior de um universo onde, em geral, todos os cisnes são brancos - serem generalizados como realidade do mercado.

5.1.9 Evolução de denominações na diluição recomendada para o *Lanjál*

Buscando penetrar em camadas mais profundas do objeto *Lanjál*, este Estudo de Caso volta-se, agora, para o aspecto “instruções de preparo”, ou seja, instruções para diluição do produto em água, antes de consumir. E foca não apenas nas orientações atualmente disponíveis na rotulagem, de 2017, mas recupera esses registros até embalagem do ano de 2007, além de outra, sem data, mas certamente anterior a todas estas, sendo de um tempo em que data de fabricação ou prazo de validade ainda não eram informações asseguradas nas embalagens.

Para apresentar e, antes, ordenar esses dados, foram elaborados os Quadros 9 e 10, expostos a seguir, que estampam, respectivamente, a evolução cronológica das denominações adotadas para o produto *Lanjál* adoçado, na tipologia “Preparado Líquido para Refresco” e para o produto *Lanjál* na tipologia “Suco Concentrado”.

Quadro 9 - Evolução cronológica das denominações adotadas pelo fabricante para o produto *Lanjál* adoçado correlacionadas com as orientações para diluição ou preparo (anos 80-2017)

Caracterização do Produto <i>Lanjál</i>	Data de Fabricação	Denominações adotadas para o Preparo
Preparado líquido para refresco de laranja	s.d.	6 a 8 partes de água para cada parte de <i>LANJÁL</i> e obterá REFRESCO DE LARANJA
Preparado líquido para refresco de laranja adoçado	Abril 2011	1 parte de preparado líquido + 9 partes de água = ** uma jarra com líquido da cor do preparado
Preparado líquido para refresco de laranja adoçado	Novembro 2013	1 parte de preparado líquido + 9 partes de água = ** uma jarra com líquido da cor do preparado
Preparado líquido para refresco de fruta adoçado (embalagem de 140 mL com gominhos)	Janeiro 2016	Conteúdo total da embalagem (140 mL) + água até completar 1 litro = <i>LANJÁL</i> (já adoçado)
Preparado líquido para refresco de laranja adoçado	Setembro 2016	1 parte de preparado líquido + 7 partes de água = <i>LANJÁL</i>

• copo com um líquido amarelo antes e depois também. Da mesma cor antes de diluir

** jarra com líquido da cor do preparado antes de diluir

Quadro 10 - Evolução cronológica das denominações adotadas pelo fabricante para o produto *Lanjál* correlacionadas com as orientações para diluição ou preparo (anos 80-2017)

Caracterização do Produto <i>Lanjál</i>	Data de Fabricação	Denominações adotadas para o Preparo
Suco de laranja concentrado	Agosto 2007	1 (*) + 6 (água) = 7 Suco 1 (*) + 9 (água) = 10 Refresco
Suco de laranja concentrado	Julho 2009	(Idem)
Suco de laranja concentrado	Junho 2010	(Idem)
Suco de laranja concentrado	Maio 2015	Uma parte de suco de laranja concentrado + 6 partes de água = SUCO RECONSTITUÍDO Uma parte de suco de laranja concentrado + 9 partes de água = REFRESCO
Suco de laranja concentrado	Abril 2016	Uma parte de suco de laranja concentrado + 6 partes de água = SUCO RECONSTITUÍDO Uma parte de suco de laranja concentrado + 9 partes de água = REFRESCO
Suco de laranja concentrado	Maio 2016	1 parte de preparado líquido + 7 partes de água = <i>LANJÁL</i>
Suco de laranja concentrado	Setembro 2016	idem
Suco de laranja concentrado	Janeiro 2017	idem

* lata do início dos anos 80, quando não traziam ainda informações sobre data de fabricação ou prazo de validade.

** este informe, por extenso, não é uma chamada em destaque como os outros desta coluna

*** ao contrário das antigas embalagens em lata (1 litro) e das mais recentes garrafas plásticas (625), este copinho plásticos com 140mL informa a diluição no rodapé do rótulo frontal

Chama atenção, em especial, a evolução, as variações, nos graus de diluição, ora seis a oito partes de água, ora nove partes de água, ora ainda, como atualmente, sete partes de água, para uma parte do “preparado”. Já no rótulo da “tipologia Suco”, a diluição para obter suco, varia, ao longo dos anos, de seis a sete partes de água. No entanto, também nesta tipologia “Suco”, temos orientações para preparar não “Suco”, mas “Refresco”, recomendando-se, então, diluir em nove partes de água.

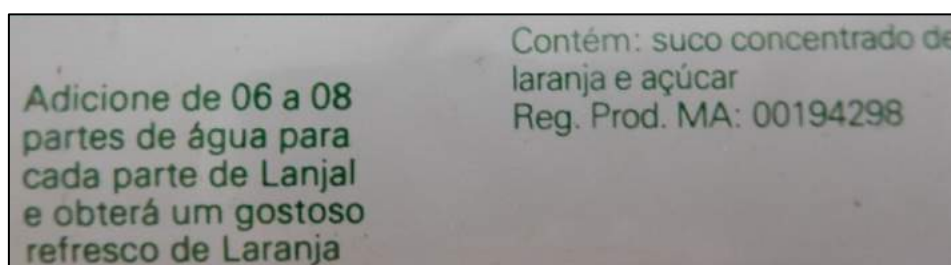
Mais ainda do que essa variação nos teores de água a serem adicionados, chama atenção as terminologias utilizadas, o que pode ser observado mediante leitura dos Quadros 9 e 10, mas também mediante visualização das imagens abaixo apresentadas, acreditando-se que a visualização de como isto aparece, graficamente, na rotulagem, propicie uma visão muito mais nítida e cristalina da realidade desse fenômeno.

Nas duas tipologias - suco concentrado e preparado líquido para refresco - encontrou-se seis situações diferentes, expostas para visualização. Observemos que, anteriormente, nos anos 80 e 90, o produto era um concentrado, e não um enlatado onde água fora devolvida, em parte, ao concentrado exposto no varejo, ou seja, agora já não temos o concentrado em si, mas uma formulação composta, dentre outros ingredientes, de concentrado e água.

Naquele momento passado, visualizável na Figura 11 abaixo, era readicionada água ao produto de onde industrialmente a água havia sido retirada e o consumidor, tanto diluindo com seis quanto com oito partes de água, o final seria sempre denominado Refresco, ou seja, um refresco menos ou mais concentrado, dois tipos de refresco, com identidades diferentes, mas uma idêntica denominação “refresco”, para ambos e distintos casos.

Conclui-se, então, que não há exatamente alguma identidade ou definição sólidas para refresco e que, independentemente de conter mais ou conter menos suco de laranja, continuaremos com um produto que possui a mesma locução denominativa.

Figura 11 – Instruções para o preparo de refresco a partir do *Lanjál* em rótulo de meados dos anos oitenta (embalagem s.d.)



Aquela então era a primeira situação: *Lanjál* diluído em água se tornava um “refresco”. Uma década mais tarde, ou pouco mais, o *Lanjál*, com seis parte de água, já não se transformava em refresco, mas em “suco”. E não com oito, mas com nove partes de água, agora sim seria um refresco, conforme exposto na Figura 12. Conclui-se que a identidade do diluído assumiu novos nomes, para um mesmo grau de dissolução. Ao mesmo tempo, ganhou um novo grau de diluição para se tornar refresco: já não seis ou oito, mas nove partes de água.

Figura 12 – Instruções para o preparo de suco e de refresco a partir do *Lanjál* (produtos com validade para agosto/2008 e junho/2011)



Fonte: Acervo do LabConsS

Um ano mais tarde, a situação novamente havia sido transformada.. E neste terceiro momento, perceptível na Figura 13, o preparado líquido, diluído em nove partes de água, transforma-se em uma jarra de bebida cor de laranja, mas não está identificada, ao contrário dos rótulos dos anos anteriores, a denominação dessa bebida na jarra, se suco, se suco reconstituído, se *Lanjál*, se refresco, nada que denomine aquilo que é feito a partir de um copo do preparado líquido somado a nove copos de água.

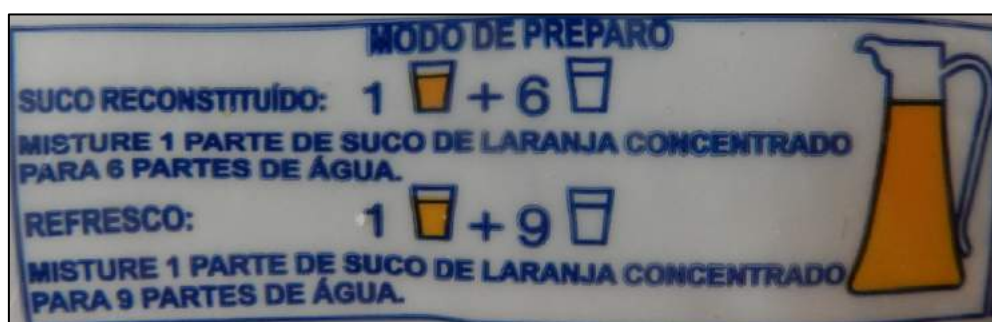
Figura 13 – Instruções para o preparo de refresco a partir do *Lanjál* em rótulo de meados dos anos oitenta (produto com validade para abril/2012)



Fonte: Acervo do LabConsS

Uma nova situação, um quarto momento, dando prosseguimento ao interessante, mas primitivo fenômeno linguístico, se observa em rótulos datados com validade para junho de 2017, conforme demonstrado na Figura 14, abaixo. Se até então era *Lanjál* misturado com água para se transformar em suco ou refresco, agora não é mais *Lanjál*, mas suco de laranja concentrado que, misturado com água, se transforma em “suco reconstituído” (ou refresco). A princípio, pode até parecer uma nuance sem importância, uma ligeira e natural evolução semântica, sem quaisquer consequências práticas, seja na nutrição, seja na produção e aplicação de atos regulatórios. O fato, porém é que, como veremos nos próximos parágrafos, essas denominações prosseguem se transformando.

Figura 14 – Instruções para o preparo de suco reconstituído e de refresco a partir do suco (produto com validade até junho/2017)



Fonte: Acervo do LabConsS

Antes de prosseguirmos, então com rótulos mais recentes, reafirmemos a transformação acima apontada: isto é, se antes, *Lanjál* com água virava suco, agora suco de laranja concentrado com água vira suco reconstituído.

É indispensável perceber aquela transformação semântica, para então enxergar, em profundidade, a transformação apontada na Figura 15, abaixo, onde enfim já não é *Lanjál* com água que se transforma em suco, mas água com preparado é que se transforma em *Lanjál*.

São, é certo, nuances aparentemente inofensivas e talvez de verdade o sejam. Ocorre que não estão sendo aqui acusadas como tentativas de fraude, ou apontadas como hipóteses de risco sanitário, mas como parte expressiva de um fenômeno linguístico, onde produtos não têm denominações sólidas, fixas.

No mínimo, é um descuido com as terminologias, com as palavras empregadas para rotular alimentos. Mais provavelmente, se trata de um inquestionável exemplo de como as palavras são manipuladas e, com isso, liquefazem identidades, instauram hiper-realidades, confundem consumidores e inviabilizam o sucesso de atos regulatórios se estes, além de cuidarem dos aspectos ‘químicos’, não cuidarem igualmente dos aspectos relacionados com a

linguística, com a semiótica, com a teoria dos “Atos de Fala”, com as ciências que informam o campo da “Comunicação em Saúde”.

Figura 15 – Instruções para o preparo de *Lanjál* a partir do “preparado” (produtos com datas de fabricação e de validade para março/2017 e março/2018)

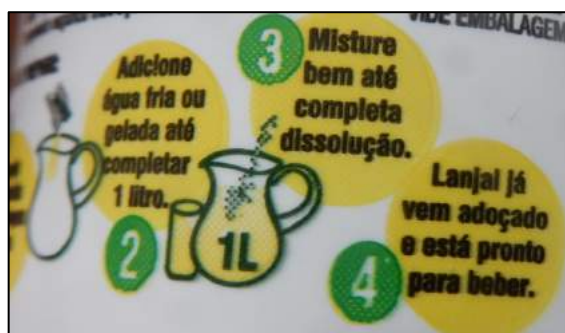


Fonte: Acervo do LabConsS

Então, e novamente antes de prosseguirmos, mostra-se razoável reiterar que, no caso exposto na Figura 15, neste outro momento mais recente, já não é *Lanjál* com água que vira suco; e sim, ao contrário, agora é o suco com água que vira *Lanjál*.

Essa nova transformação semântica, identitária, veio aparecer em uma nova embalagem, um copinho de meros 140 mL, destinado a produzir apenas um litro de bebida, cujo rótulo está parcialmente contido na Figura 16. Entretanto, se mantém a denominação *Lanjál* não para o que está oferecido à venda, mas para o que é produzido após adição de água no produto vendido, são trazidas e introduzidas novas terminologias, dando continuidade ao processo sequencial de transformações.

Figura 16 – Instruções para o preparo de refresco a partir do *Lanjál* (embalagem: copinho de 140 mL, com datas de fabricação e validade de, respectivamente, Janeiro de 2016 e Julho de 2017)



Fonte: Acervo do LabConsS

Com prazo de validade de 18 meses (e não de 12 como todos os demais formatos, em lata ou garrafa plástica), mas com o mesmo nome de *Lanjál*, nessa nova embalagem de 140 mL, usam-se novas terminologias e novo esquema gráfico. Neste, o nome do conteúdo da embalagem agora não é mais suco, suco concentrado ou preparado líquido, nenhum nome é

usado como designação, e o conteúdo da embalagem é radicalmente agora designado como “conteúdo da embalagem” e, recomenda, no passo 1: *Despeje o conteúdo da embalagem em uma jarra*. E então, após completar um litro com água fria e misturar bem, teremos já não um litro de suco, um litro de refresco ou um litro de suco reconstituído, mas um litro *Lanjál*, que *já vem adoçado e está pronto para beber*.

Certo, aritmeticamente correto, é que e porque 860 mL mais 140 mL somam um litro a diluição agora já não é seis, sete, oito ou nove partes de água para uma parte do produto, mas sim, agora, são seis vírgula quatorze partes de água para uma parte daquele dito “conteúdo da embalagem”.

De resto, fica a indagação: *Lanjál* enfim é o nome do conteúdo da embalagem, que está rotulada como sendo *Lanjál*, ou *Lanjál* é o que só se obtém quando esse inominado “conteúdo da embalagem” é diluído com 860 mL de água?

Outra indagação que brota, sem resposta, de todas estas constatações, sobre os rótulos e as denominações da bebida *Lanjál*, é: “Por que em nenhum momento, nenhum de seus diferentes rótulos faz uso do termo ‘Néctar’, embora em pelo uma de suas tipologias nitidamente o seja”?

Não faz parte do escopo desta pesquisa a indagação “Quais as causalidades deste fenômeno?” ou “Por que isto acontece?”. A pesquisa não é essa mas, caso fosse, as hipóteses naturais seriam que os autores disso o fazem talvez por ignorância, por imperícia, por negligência, por má-fé ou por todos esses motivos anteriores.

Consideremos que tudo aqui apontado não seja mais que um conjunto de detalhes, aparentemente, de pequena relevância nutricional ou toxicológica, ou mesmo comercial. Mas é certo que, por outro lado, constituem indicadores e marcadores do fenômeno, pois quem faz isso por má fé, ou por ignorância, ou por negligência, também por negligência, má fé e ignorância fará todo aquele resto que integra as legislações, as fiscalizações, os rótulos e, inclusive, o “conteúdo da embalagem”.

É certo que esta pergunta possa, à primeira vista, parecer um detalhismo muito rigoroso e sem sentido, mas para fazer tal julgamento, deveria antes considerar que o tempo todo estamos aqui tratando - e ali legislando, normatizando, rotulando e anunciando publicitariamente - nomes e teores de água, quais sejam suco, suco reconstituído, néctar, refresco etc. Analisar as denominações, o uso da linguística, da semântica - e seus desdobramentos na regulação e percepção pública - integra os objetivos desta pesquisa, sempre é oportuno lembrar.

5.1.10 Evolução da legislação sobre sucos e néctares (1923-2016)

Procedimento convencional seria elaborar um “*check list*”, ancorado numa listagem do que é estabelecido pela legislação vigente e, então, em uma segunda coluna, registrar aquilo que consta, ou não, sobre cada um daqueles quesitos legais, nos rótulos dos sucos e néctares de laranja expostos à venda no mercado. Numa terceira coluna se analisaria, ou se julgaria, a partir do cotejamento das duas colunas já preenchidas, a intensidade e frequência com que se verifica ocorrências, em desacordo com os ditames da legislação pertinente para rotulagem.

Também procedimentos convencionais seriam pesquisar opinião de consumidores sobre o que leem e o que entendem nesses rótulos; ou as características, físicas, químicas, microbiológicas e organolépticas dessas bebidas, mas aqui já não estaríamos mais no mundo da Saúde Coletiva, e sim nas clássicas *Food Sciences*, no avesso da hipótese aqui assumida, de que indagações para fenômenos de Saúde Coletiva, de Comunicação em Saúde, de Vigilância Sanitária, de Promoção da Saúde, de Formulação, Gestão e Avaliação de políticas públicas em Saúde não encontrarão, como até aqui não encontraram, respostas nas Ciências Exatas, Biomédicas ou Agrárias.

Em vez daqueles tradicionais procedimentos, optou-se por, obedecendo aos ditames da metodologia “Estudo de Caso”, mergulhar em camadas mais profundas do “objeto” e, assim, em vez de operar com a legislação vigente, buscou-se investigar como se deu a evolução dessa legislação, desde o longínquo anos de 1932. Mas antes de se observar essa coleção de atos regulatórios, é imperioso delinear alguns aspectos associados com os fatos normativos.

Suco é suco. Suco de laranja é suco de laranja. E haverá certamente um senso comum, bem consensual, que suco de laranja se obtém espremendo a fruta e passando por uma peneira. E que se adicionada alguma água, essa diluição do suco de laranja é conhecida popularmente como laranjada. Com abacaxi, caju ou maçã pode ser um pouco diferente, mas não muito. É que destas frutas o suco pode ser extraído com uma prensa, bem como extraído mediante lâminas – que despulpam e liquefazem – em alguma espécie de liquidificador. Neste último caso, haverá uma grande quantidade de substâncias insolúveis, que poderia, equivocadamente, ser chamada de polpa, e que pode ser, em algumas marcas, observada na metade inferior das garrafas, quando embalados em vidro.

Já frutas como o pêssego, o damasco, a manga, a goiaba, o papaia, estes propiciam a polpa, não um suco, não exatamente uma bebida, a menos que à polpa processada se adicione alguma água. Não seria um abuso semântico denominar, também como suco, essa bebida. No

entanto, optou-se, inicialmente, por denomina-la como “néctar”, embora néctar seja uma palavra que existe para denominar outra coisa, o líquido das flores.

Ou seja, uma apropriação que só poderia, no futuro, levar a equívocos e irregularidades.

É que o termo “néctar” passou a ser usado para substituir o temo laranjada. E passou a ocultar adição de açúcar e aditivos químicos para que a laranjada acreditasse ser viável mimetizar o suco. Ou seja, a laranjada não era mais laranjada, uma bebida visivelmente diluída a partir do suco de laranja, mas agora era néctar, uma laranjada com muito mais açúcar, com adição de gomas, aromas, corantes, espessantes, para - assim como um hambúrguer mimetiza um bife – ambiciosamente mimetizar suco de laranja, a preços mais modestos.

Seja como for, não deveria ser um grande desafio elaborar uma norma de identidade e qualidade para cada uma dessas bebidas. Nem deveria haver substrato para propiciar conflitos e polêmicas como o que se assiste na mídia e nas redes sociais. Ou para haver uma interminável sucessão de atos regulatórios, que só trazem mais confusão aos consumidores.

Faz já quase cem anos que foi baixado, em 1923, o Decreto 16.300, aprovando a criação do Departamento Nacional de Saúde Pública, que no Artigo 698 de seu Regulamento¹²⁷, tratando de “*succo de fructas e xaropes*”, estabeleceu que:

Os succos de fructos não deverão apresentar qualquer indicio de alteração ou contaminação, nem poderão conter acidos, corantes, edulcorantes ou aromas que não sejam os exclusivos dos fructos a que devam o nome, e não deverão também conter substancias antisepticas e conservadoras ou substancias mineraes toxicas. § 1º. Só os productos que satisfizerem essas condições poderão ser vendidos como puros ou naturaes. § 2º. Os succos naturaes de fructas, que tenham soffrido qualquer tratamento ou addição que lhes modifique as propriedades organolépticas, só poderão ser vendidos com a declaração de «commerciaes», devendo o fabricante, si assim julgar necessario a autoridade, declarar nos rotulos qual a addição ou o tratamento que soffrer o producto. § 3º. Si a addição ou o tratamento modificar de modo notavel as qualidades do succo, este só poderá ser exposto á venda com a declaração de «artificial» (BRASIL, 1923).

Um decreto-lei¹²⁸ seria baixado em 1945, dispondo sobre a obrigatoriedade do uso de guaraná em todos os produtos “cuja propaganda comercial se baseie no nome da referida planta”. E os refrescos, gaseificados ou não, vendidos sob a denominação genérica de “guaraná, só poderão continuar a trazer tal denominação se, no fabrico, fosse empregada uma

¹²⁷ Decreto 16.300, de 31 de Dezembro de 1923, que “aprova o regulamento do Departamento Nacional de Saúde Pública”. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-16300-31-dezembro-1923-503177-regulamento-pe.pdf>. Acesso em: 25 Outubro 2016.

¹²⁸ Decreto-lei nº 7.669, de 22 de Junho de 1945. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decllei/1940-1949/decreto-lei-7669-22-junho-1945-416503-norma-pe.html>>. Acessado em 25 Outubro 2016.

proporção mínima de 0,3 (três décimos) de grama de guaraná em sementes, pó ou extrato para cada 100 cm³ da bebida.

Esse Decreto-lei foi regulamentado em 1962¹²⁹, ficando então estabelecido que: “Todos os produtos à base de guaraná deverão trazer, indicada no rótulo, a dose de guaraná usada na sua elaboração, expressa em gramas por 100 cm³.”.

O tira e põe, em atos contraditórios e sucessivos, ontem guaraná e hoje laranja, é portanto uma prática que vem de longe, oferecendo razoável transparência ao esquema de jogo que é praticado na elaboração das legislações de alimentos. Exemplo bem pedagógico é o surgimento da Resolução nº 11, no distante 11 de outubro de 1971, da CNNPA, do Conselho Nacional de Saúde, de apenas 3 ou 4 linhas, que começa com um peremptório “Negando” a servir de introdução para a permissividade despudorada:

Negar permissão para o emprego de essências e/ou corantes artificiais no preparado de pós para refresco de guaraná, permitido o emprego de essências artificiais no fabrico de pós para refresco elaborados com extratos obtidos da semente do guaraná.

Em seguida a esse exercício léxico grosseiro e insustentável, viria poucos meses depois, em 28 de Janeiro de 1972, a Resolução nº 37¹³⁰ para tornar sem efeito aquela Resolução nº 11, e estabelecer em miseráveis e isoladas três linhas então que:

Os pós para refresco de guaraná deverão ser, obrigatoriamente, elaborados com extrato de semente de guaraná, podendo ser adicionados de aromatizantes artificiais e coloridos, apenas, com caramelo.

Pior viria na contemporaneidade, com pós para refresco sabor de chá, sem serem de chá. E com bebidas destacando o termo “Ginseng”, mas que contem aroma de “Ginseng”, como se em algum lugar do mundo o Ginseng ou antibióticos e vacinas fossem consumidos por causa de seu cheiro ou sabor.

No caso das bebidas de laranja, muitas são as Resoluções pontuais, que passam despercebidas, mas que foram viabilizando os ajustes nas leis, decretos e decretos-leis, no sentido de, gradualmente, se legalizar a artificialização das bebidas de laranja. Em 5 de Julho de 1973, por exemplo, no Diário Oficial da União, era publicada uma mera Resolução - logo retificada, dias depois, em 16 de Julho - a qual se alçaria ao poder de modificar a Tabela anexa a um Decreto, o de nº 55.871 de 1965, alterando “o limite máximo para o ácido cítrico utilizado como acidulante em pós para refrescos, emulsões e concentrados destinados à

¹²⁹ Decreto nº 1.970, de 28 de dezembro de 1962.

¹³⁰ As resoluções da CNNPA podem ser encontradas no Diário Oficial da União, mas também em publicações da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação – ABIA, ou em coletâneas editadas pelo Ministério da Saúde, tais como: Ministério da Saúde. Secretaria Nacional de Saúde. Comissão Nacional de Normas e Padrões para Alimentos. **RESOLUÇÕES 1971 a 1975**. Rio de Janeiro, s.d.

elaboração de refrescos refrigerantes com sabor de frutas cítricas, fixando-o em 1% no produto consumido.”. Antes, 22 de Julho de 1968, a Resolução nº 18/68 da CNNPA já havia liberado o fabrico de refrescos e refrigerantes de laranja (e outras frutas) desde que contendo, no mínimo, 10% do suco da fruta. E a Resolução promete “recomendar”, às autoridades competentes, que sejam concedidos incentivos fiscais para estimular o emprego de sucos de frutas em refrescos e refrigerantes.

O emprego do *Alginato de Propileno Glicol*, como estabilizante, espessante e emulsificante foi estendido para “Refrescos e refrigerantes contendo suco ou polpa de fruta”, em até 0,25%, pela publicação no Diário Oficial da União da Resolução nº 6, em 27 de maio de 1975. Antes, em 1968, a Resolução nº 33, da mesma CNNPA já havia liberado o emprego desse Alginato, em refrescos e pós para refresco como umectante. Chama atenção a Resolução nº 14/1979, da CTA¹³¹, que decidiu NEGAR permissão para emprego em sucos de frutas de um aditivo, o *Cantaxanteno*, quando as Resoluções são usadas para fazer lista positiva de aditivos e não lista de negativas.

A Resolução da CNNPA mais significativa, para o caso aqui estudado, é porém a de nº 30 de 26 de outubro de 1971, que veio definir e liberar o fabrico do “néctar de laranja”, considerando que ele então é: “(...) com base na legislação internacional, o produto elaborado, pelo menos, com 50% de suco de laranja, permitida a adição de açúcar e conservadores constantes da Tabela I, do Decreto nº 55.871/65” ao mesmo tempo em que estendia o emprego dos acidulantes daquela Tabela.

Nessa época ainda inexistia conflitos, polêmicas e regulações acerca do suco de laranja porque, como descrito em páginas anteriores, apenas a partir dos anos setenta é que a industrialização ganharia vulto relevante. Em 1972, a Lei 5.823¹³² - então denominada como “Lei dos Sucos” - viria dispor sobre a padronização, classificação, inspeção e registro de bebidas, focando principalmente nos refrigerantes.

A regulamentação dessa Lei se daria em 1973, através do Decreto 73.267¹³³, revogado em 1994 pela Lei 8.918¹³⁴ e pelo Decreto 2.314¹³⁵, de 1997, que veio regulamentar essa Lei, novamente dispondo “sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção

¹³¹ CTA é a sigla de Câmara Técnica de Alimentos, do Conselho Nacional de Saúde, que substituiu de imediato a extinta CNNPA – Câmara Técnica de Alimentos.

¹³² Lei 5.823, de 14 de Novembro de 1972. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/L5823.htm Acessado em 17 Agosto 2016.

¹³³ Decreto 73.267, de 1973. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1970-1979/decreto-73267-6-dezembro-1973-422072-publicacaooriginal-1-pe.html> Acesso em: 18 de Agosto de 2016.

¹³⁴ Lei 8.918, de 14 de Julho de 1994. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8918.htm Acesso em: 18 de Agosto de 2016.

¹³⁵ Decreto 2.314, de 04 de Setembro de 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2314.htm . Acessado em 17 Agosto 2016.

e a fiscalização de bebidas”. E o Decreto nº 3.510, de 16 de junho de 2000, viria alterar dispositivos do Decreto nº 2.314, de 1997⁷.

Dez anos após o surgimento da “Lei dos Sucos”, o Ministério da Agricultura oficializou “oitenta e quatro Padrões de Identidades para Bebidas, além de oito Normas para componentes secundários de destilados alcoólicos e cinco padrões microbiológicos para bebidas não alcoólicas”. E na Apresentação da publicação de Padrões para Suco, Refresco e Refrigerante de Laranja alegava que:

Determinando a utilização de percentuais definidos de matérias-primas agrícolas, limitando a utilização de aditivos químicos, identificando e qualificando as bebidas, estas normas constituem instrumento eficaz no controle da qualidade das bebidas nacionais, garantindo ao agricultor um mercado estável para seus produtos e ao consumidor a certeza de estar adquirindo um produto de qualidade.

Na prática, porém, esses Padrões aprovaram a adição opcional de sacarose (açúcar refinado ou cristal, ou substitutos como açúcar invertido, frutose, glicose e seus xaropes), com a ressalva que “A designação ‘integral’ ou ‘simples’ será privativa do suco sem adição de açúcares e na concentração natural”. E que, no rótulo, deverá trazer a designação “suco adoçado”, na dimensão mínima de ¼ do maior termo gráfico usado para os demais dizeres.

A legislação brasileira na área de alimentos e bebidas permaneceu regida, conjuntamente, pelos Ministérios da Saúde, por intermédio da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) - que substituiu órgãos anteriores, como a SNVS, a DINAL, a CNNPA e a CTA¹³⁶ - e pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Aditivos, níveis de contaminantes, aspectos nutricionais e toxicológicos dos sucos são aspectos regidos pelo setor saúde, enquanto tipificações de produção e comércio, nem sempre bem definidas as fronteiras, são incumbências do MAPA.

No caso da rotulagem dos sucos prontos para beber, ou de rotulagem nutricional, informação nutricional complementar, ou ainda sobre especificações quantitativas de porções de alimentos embalados para fins de rotulagem nutricional existem, além da Lei nº 10.674 de 2003, também exigências da ANVISA através da Portaria nº 27/98, do RDC¹³⁷ nº 259/02¹³⁸, do RDC nº 359/03 e do RDC nº 360/03. No Quadro 11, mais a frente, se apresenta um sumário com as principais legislações que se referem a bebidas e a suco e néctar de laranja.

¹³⁶ A CNNPA, Comissão Nacional de Normas e Padrões para Alimentos, extinta para a criação da Câmara Técnica de Alimentos, ambas no âmbito do Conselho Nacional de Saúde, elaboravam normas e padrões de identidade e qualidade para alimentos, incluindo legislação sobre agrotóxicos e limites microbiológicos. Já a extinta DINAL era a Divisão de Alimentos da extinta SNVS – Secretaria Nacional de Vigilância Sanitária, que daria lugar à ANVISA.

¹³⁷ RDC significa Resolução da Diretoria Colegiada da ANVISA.

¹³⁸ Regulamentos Técnicos da RDC nº 259/02¹³⁸, de 20 de setembro de 2002. ANVISA através da RDC nº 259/02¹³⁸, da RDC nº 360, de 23 de dezembro de 2003, sobre rotulagem nutricional de alimentos, a Portaria nº 27, de 13 de janeiro de 1998, referente à informação nutricional complementar, a RDC nº 359, de 23 de dezembro de 2003,

Na RDC nº 259/02, consta que o "*Regulamento Técnico se aplica à rotulagem de todo alimento que seja comercializado, qualquer que seja sua origem, embalado na ausência do cliente, e pronto para oferta ao consumidor*". E a rotulagem é definida como "toda inscrição, legenda, imagem ou toda matéria descritiva ou gráfica, escrita, impressa, estampada, gravada, gravada em relevo ou litografada ou colada sobre a embalagem do alimento", sendo vetado utilizar "vocábulos, sinais, símbolos, emblemas, ilustrações ou outras representações gráficas que possam tornar a informação falsa, incorreta, insuficiente, ou que possa induzir o consumidor a equívoco, erro, confusão ou engano, em relação à verdadeira natureza, composição, procedência, tipo, qualidade, quantidade, validade, rendimento ou forma de uso do alimento", e tampouco atribuir efeitos ou propriedades que não possuam, como propriedades medicinais ou terapêuticas.

Essa RDC nº 259/02 estabelece, outrossim, quais informações devem constar, obrigatoriamente, da rotulagem a denominação de venda do alimento, lista de ingredientes, conteúdos líquidos, identificação da origem, nome ou razão social e endereço do importador (quando se tratar de alimento importado), identificação do lote, prazo de validade e, quando necessário, as instruções sobre o preparo e uso do alimento. Quanto à apresentação dessas informações obrigatórias, determina que "*todos os ingredientes devem constar na lista de ingredientes, em ordem decrescente da respectiva proporção*", sendo que os aditivos alimentares, em particular, devem ser declarados depois dos ingredientes, devendo constar sua função principal e nome completo ou número do Sistema Internacional de Numeração (INS), ou mesmo ambos, sendo que para aromas ou aromatizantes basta declarar apenas a função.

O Decreto nº 2.314, de 1997, estabelece os Padrões de Identidade e Qualidade de bebidas, os registros, a classificação, a padronização e a rotulagem, bem como as formas de controle das matérias-primas, das bebidas e dos estabelecimentos. Neste Decreto define-se bebida, como sendo "*todo produto industrializado, destinado à ingestão humana, em estado líquido, sem finalidade medicamentosa ou terapêutica*". E suco ou sumo estão definidos como: "*a bebida não fermentada, não concentrada e não diluída, destinada ao consumo, obtida da fruta sã e madura, ou parte do vegetal de origem, por processo tecnológico adequado, submetida a tratamento que assegure a sua apresentação e conservação até o consumo*".

No caso dos sucos e bebidas à base de frutas, o Decreto nº 2.314, de 1997, complementa as informações obrigatórias que devem constar no rótulo. Do ponto de vista das nuances tecnológicas, merece observação especial o teor do Artigo nº 43 desse Decreto nº 2.314/97, quando define néctar como "*a bebida não fermentada, obtida da diluição em água*

potável da parte comestível do vegetal e açúcares ou de extratos vegetais e açúcares, podendo ser adicionada de ácidos, e destinada ao consumo direto", ponderando que não será permitida a associação de açúcares e edulcorantes hipoenergéticos e não energéticos na fabricação de néctar.

Este mesmo Decreto estabelece ainda definições para suco desidratado, suco misto, suco reconstituído, a designação do termo *integral* e a denominação *concentrado* para o suco parcialmente desidratado, enquanto o Decreto nº 3.510, três anos depois, já em 2000, acrescentaria uma definição para suco *tropical*, ao mesmo tempo em que liberaria adição de açúcar (na quantidade máxima que vier a ser fixada, para cada tipo, mediante futuros atos administrativos do MAPA), respeitando-se, porém, um limite máximo de 10%, a ser calculado em termos de grama de açúcar por 100 gramas de suco.

Uma melhor visualização e compreensão desse cenário pode ser obtida observando-se o Quadro 11, no qual se acompanha a evolução sequencial de instrumentos legais sobre sucos. Para melhor se visualizar o que transcorre ao longo daquele Quadro, cabe manter viva a lembrança do acelerado incremento da oferta e consumo de dezenas de diferentes marcas de néctares de laranja, nos últimos anos.

A Instrução Normativa nº 1, de 2000, aprova o PIQ – Padrão de Identidade e Qualidade - para polpas de uma larga variedade de frutas, incluindo: acerola, cacau, cupuaçu, graviola, açaí, maracujá, caju, manga, goiaba, pitanga, uva, mamão, cajá, melão, mangaba e, para suco, das seguintes frutas: maracujá, caju, caju alto teor de polpa, caju clarificado ou cajuína, abacaxi, uva, pêra, maçã, limão, lima ácida e laranja.

Vale destacar que o Regulamento Técnico para fixação do PIQ, para suco de laranja, contempla a definição, composição, ingredientes opcionais e declara que o suco de laranja deve obedecer aquele PIQ fixado para suco de laranja. Assim, de acordo com essa Instrução Normativa, suco de laranja é definido como a "bebida não fermentada e não diluída, obtida da parte comestível da laranja (*Citrus sinensis*), através de processo tecnológico adequado".

Já quanto à composição, o suco de laranja deve apresentar características de cor amarela, sabor e aroma próprios e "*limite mínimo para teores de sólidos solúveis totais de 10,5 °Brix (a 20°C), para relação de sólidos solúveis em brix/acidez de 7,0g/100g de ácido cítrico anidro e para teor de ácido ascórbico de 25mg/100g*", com "*limite máximo para teores de açúcares totais naturais da laranja de 13 g/100g e para óleo essencial de laranja de 0,035% (v/v)*".

Nota-se ali que, em Agosto de 2012, o MAPA publicava “Instrução Normativa”¹³⁹ elevando de 30 para 50%, no mínimo, o conteúdo obrigatório de suco de laranja nas bebidas vendidas como “néctar” da fruta, dando um prazo de 180 dias para que as indústrias se adaptassem à determinação. Segundo notícia publicada pela “Rede Diário de Comunicação”¹⁴⁰, o MAPA informou que a exigência era de caráter técnico, com vistas a adequar melhor a concentração de suco nos diferentes tipos de bebidas negociadas no varejo. E que, em nota, o secretário executivo do ministério, José Carlos Vaz, ressaltou que a adoção da medida foi aplaudida pela Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos (CitrusBR), que divulgou comunicado no qual considera a decisão “benéfica”, porque além de ajudar a acelerar o consumo de suco industrializado no país, também contribuirá para reduzir o estoque de 662 mil toneladas de suco concentrado equivalente em poder da indústria, estoque esse que era mais que o triplo do estoque registrado no mesmo período do ano anterior, por causa da queda das exportações e do aumento da safra.

Para escoar parte da bebida, governo e indústria discutiam também a viabilidade de direcionar o suco para a merenda escolar e outros programas e movimentos sociais e públicos, ainda de acordo com informação do Mapa. Isso evidencia, com cristalina nitidez, o que e quem é que rege a elaboração desses atos normativos, quais as motivações, quais os argumentos, quais as razões, quais as forças, quais os personagens.

Uma das principais críticas a esse conjunto de atos regulatórios deveria ser no sentido de frequentes mudanças, que sinalizam que foram cometidos erros no ato regulatório anterior, ou que não há interesse ou expertise em produzir uma legislação básica, a partir de princípios e valores permanentes, que seriam então complementada ou ajustada com portarias regendo nuances resultantes de eventuais adoções de avanços tecnológicos. Mas não é isso o que se percebe. Pelo contrário, parece que são as indústrias e seus interesses passageiros, oportunistas, que impõem alterações, como é o caso do suco de fruta em refrigerantes quando há excesso de estoques armazenados, ou a algaravia de néctares quando há dificuldade de exportar para países que optam por bebidas que entendem, agora, como mais saudáveis que os sucos.

As mudanças frequentes na legislação de rotulagem também podem levar à interpretação equivocada do consumidor e/ou produtor. Mudanças frequentes, e informações

¹³⁹ Instrução normativa do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) publicada no Diário Oficial da União de terça-feira (28 agosto 2012)

¹⁴⁰ **Ministério da Agricultura determina que néctar tenha 50% de suco da fruta**

Disponível em: <http://new.d24am.com/noticias/saude/ministerio-da-agricultura-determina-que-nectar-tenha-50-de-suco-da-fruta/67181>
Acessado em 17 Agosto 2017.

divergentes, em legislações de rotulagem concomitantemente vigentes, ocasionam óbices para a compreensão das tipicidades. Mas há de se convir que mudanças, ocasionalmente, podem ser conquistas, ou anunciadas como conquistas, de movimentos sociais, como é o caso anunciado no *website* do IDEC que, sob o título “*Seu suco não é mais uma caixinha de surpresas!*”, festeja que:

*“Até pouco tempo atrás, o consumidor não tinha informação clara sobre a quantidade de fruta nos ‘sucos de caixinha’. O Idec, com apoio de seus associados, cobrou mudanças e, após um árduo trabalho, finalmente viu o direito do consumidor prevalecer: o governo criou uma norma obrigando as empresas a divulgar essa informação na embalagem das bebidas. Esta é apenas uma das várias lutas do Idec, uma ONG que une pessoas contra os abusos aos consumidores e busca melhorias que beneficiem todos os cidadãos brasileiros. **Faça parte do Idec e ajude-nos a ampliar a força do consumidor. Junte-se à nós!**”*

Pesquisa conduzida por Ferrarezi *et alli* (2010), a partir de um levantamento visando avaliar criticamente a legislação brasileira de sucos de fruta, com ênfase no suco de fruta pronto para beber aponta que - embora a legislação brasileira de sucos e bebidas à base de fruta seja bastante ampla, abrangendo diferentes tipologias, que devem atender à legislação específica para cada tipo e à legislação de rotulagem ainda assim várias brechas - foram identificadas na legislação de sucos, começando pela omissão em definir os termos *suco pronto para beber* e *suco integral*, bem como pelo fato do PIQ¹⁴¹ do *suco integral* de cada fruta não estar estabelecido e ser utilizado na definição de *suco reconstituído* e *suco desidratado*. Outra falha apontada seria a declaração *adoçado*, desnecessária no rótulo do *néctar*, levar o consumidor a compará-lo com o *suco* e o *suco tropical*, cuja declaração é obrigatória.

Para *suco tropical* e *néctar*, também não estão estabelecidos valores de acidez, de conteúdo de polpa e de intensidade de sabor forte para frutas que não tenham o PIQ estabelecido. Essas brechas favoreceriam, ainda segundo Ferrarezi *et alli* (2010), a produção de sucos não regulamentados, como é o caso do *néctar* de laranja. A falta de padronização da terminologia - e mudanças frequentes na legislação de rotulagem - também estariam levando à interpretações equivocadas da legislação. E, cumprindo a rotina que é também comum nas narrativas e recomendações, advindas das áreas que prestam serviços ou vendem consultas, conclui que a implementação de programas e medidas, que visem a orientação e a educação dos consumidores, para o uso adequado da rotulagem, poderá contribuir para a escolha mais consciente do consumidor e para o aumento do consumo de suco de fruta.

¹⁴¹ PIC é a sigla adotada pelo MAPA para “Padrão de Identidade e Qualidade”.

Em texto postado no Blog “*Food Safety*”¹⁴², um especialista, graduado em Engenharia de Alimentos, argumenta que os PIQs não envolvem padrões microbiológicos, apenas parâmetros físico-químicos, como pH, teor de sólidos solúveis, acidez total, etc. E, em alguns casos, um PIQ inclui também algum nutriente ou substância importante para caracterização da fruta, como o teor de antocianinas para o suco de mirtilo (*Blue Berry*) e os teores mínimos de ácido ascórbico para as frutas ricas neste composto (abacaxi, araçá, caju, etc.). Considera, então, que o estabelecimento dos PIQs seja um passo importante para analisar a conformidade das polpas, sucos e de outras bebidas de frutas disponíveis no mercado, evitando adulterações e fraudes. No caso dos néctares de frutas, por exemplo, aponta que já existe obrigatoriedade para declarar, nos rótulos, a quantidade percentual de fruta contida no produto.

Pesquisas vêm focando na criação de métodos para identificar o emprego de práticas fraudulentas na produção dessas bebidas. Uma alternativa promissora, por exemplo, seria usar uma técnica que determina a origem botânica do carbono. Pelo método da razão isotópica do carbono (¹³C/¹²C), foi distinguido o carbono proveniente das plantas dos ciclos fotossintéticos C3 (laranja, uva, maçã, pêssigo, etc.), daquele carbono proveniente das plantas do ciclo C4 (cana-de-açúcar, milho, sorgo, etc.). Essa diferença permitiu determinar a quantidade real de suco da fruta presente nas bebidas, denunciando eventuais ocorrências de fraudes em néctares de frutas.¹⁴³

Se o objetivo de uma ação é estabelecer uma legislação sobre um evento X, é imperioso que se estabeleça, antes de tudo, uma definição para esse X que será regulamentado. Nem precisa ser uma definição universal ou definitiva. Pode ser uma definição do tipo “entende-se por X, no âmbito deste Ato Regulatório, que (...)”. Ou seja, haveria que haver uma definição para suco de laranja, se o X for acaso suco de laranja.

Em resposta, o MAPA abriu consulta Pública sobre PICs, com a Portaria 58/16 para polpa e a 86/16 para suco de abacate, abacaxi, abricó, abricó de praia, abiu, acerola, amora, araçá, ata, bacuri, buriti e frutas até a letra U, de umbu. Abaixo, na Figura 17, imagem com o que é chamado de Regulamento, aqui para quatro frutas (laranja, limão, abricó de praia e abiu), que é o formato e dimensão aplicado para todas as demais polpas e sucos de todas as frutas.

¹⁴² Postado em Food Safety Brasil 24/09/2016 Autor: Humberto Soares <http://foodsafetybrazil.org/novos-padroes-de-identidade-e-qualidade-para-polpas-e-sucos-estao-em-consulta-publica/#ixzz4bJRztXCF>

¹⁴³ Dissertação de Mestrado, defendida na Faculdade de Ciências Agrônômicas da UNESP – Campus de Botucatu, de autoria de Ana Paola Castro Diniz, em 2009. Disponível em: <http://www.pg.fca.unesp.br/Teses/PDFs/Arq0519.pdf> Acessado em: 12 Fevereiro 2017.

Figura 17 – Regulamento Técnico para fixação de PIC, baixado pelo MAPA ⁱ

<p>REGULAMENTO TÉCNICO PARA FIXAÇÃO DOS PADRÕES DE IDENTIDADE E QUALIDADE PARA SUCO DE ABRICÓ DA PRAIA</p> <p>1. DEFINIÇÃO</p> <p>O suco de abricó é o produto definido no art. 18 do Decreto nº 6.871/2009, obtido da parte comestível do abricó da praia (<i>Mimusops comersonii</i>), através de processo tecnológico adequado.</p> <p>2. COMPOSIÇÃO</p> <p>O suco de abricó da praia deve obedecer às características e composição abaixo:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Parâmetro</th> <th>Mínimo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sólidos solúveis em água a 20°C</td> <td>11,00</td> </tr> <tr> <td>pH</td> <td>3,00</td> </tr> <tr> <td>Ácido ascórbico (mg/100g)</td> <td>30,00</td> </tr> </tbody> </table>		Parâmetro	Mínimo	Sólidos solúveis em água a 20°C	11,00	pH	3,00	Ácido ascórbico (mg/100g)	30,00	<p>REGULAMENTO TÉCNICO PARA FIXAÇÃO DOS PADRÕES DE IDENTIDADE E QUALIDADE PARA SUCO DE LIMÃO</p> <p>1. DEFINIÇÃO</p> <p>O suco de limão é o produto definido no art. 18 do Decreto nº 6.871/2009, obtido da parte comestível do limão (<i>Citrus limon</i> L., <i>Citrus limonia</i> e <i>Citrus aurantifolia</i>); através de processo tecnológico adequado.</p> <p>2. COMPOSIÇÃO</p> <p>O suco de limão deve obedecer às características e composição abaixo:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Parâmetro</th> <th>Máximo</th> <th>Mínimo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Acidez titulável em ácido cítrico (g/100g)</td> <td>9,00</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Ácido ascórbico (mg/100mg)</td> <td>70,00</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Óleo essencial de limão (%) 450</td> <td>-</td> <td>0,025</td> </tr> </tbody> </table>		Parâmetro	Máximo	Mínimo	Acidez titulável em ácido cítrico (g/100g)	9,00	-	Ácido ascórbico (mg/100mg)	70,00	-	Óleo essencial de limão (%) 450	-	0,025										
Parâmetro	Mínimo																																
Sólidos solúveis em água a 20°C	11,00																																
pH	3,00																																
Ácido ascórbico (mg/100g)	30,00																																
Parâmetro	Máximo	Mínimo																															
Acidez titulável em ácido cítrico (g/100g)	9,00	-																															
Ácido ascórbico (mg/100mg)	70,00	-																															
Óleo essencial de limão (%) 450	-	0,025																															
<p>REGULAMENTO TÉCNICO PARA FIXAÇÃO DOS PADRÕES DE IDENTIDADE E QUALIDADE PARA SUCO DE ABUÍ</p> <p>1. DEFINIÇÃO</p> <p>O suco de abuí é o produto definido no art. 18 do Decreto nº 6.871/2009, obtido da parte comestível do abuí (<i>Pouteria Calamito</i>), através de processo tecnológico adequado.</p> <p>2. COMPOSIÇÃO</p> <p>O suco de abuí deve obedecer às características e composição abaixo:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Parâmetro</th> <th>Mínimo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sólidos solúveis em água a 20°C</td> <td>15,00</td> </tr> <tr> <td>pH</td> <td>3,00</td> </tr> <tr> <td>Acidez Total expressa em ácido cítrico (g/100g)</td> <td>5,00</td> </tr> <tr> <td>Acidez Total (g/100g)</td> <td>10,00</td> </tr> <tr> <td>Ácido ascórbico (mg/100g)</td> <td>5,00</td> </tr> </tbody> </table>		Parâmetro	Mínimo	Sólidos solúveis em água a 20°C	15,00	pH	3,00	Acidez Total expressa em ácido cítrico (g/100g)	5,00	Acidez Total (g/100g)	10,00	Ácido ascórbico (mg/100g)	5,00	<p>REGULAMENTO TÉCNICO PARA FIXAÇÃO DOS PADRÕES DE IDENTIDADE E QUALIDADE PARA SUCO DE LARANJA</p> <p>1. DEFINIÇÃO</p> <p>O suco de laranja é o produto definido no art. 18 do Decreto nº 6.871/2009, obtido da parte comestível da laranja (<i>Citrus sinensis</i>); através de processo tecnológico adequado.</p> <p>2. COMPOSIÇÃO</p> <p>O suco de laranja deve obedecer às características e composição abaixo:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Parâmetro</th> <th>Máximo</th> <th>Mínimo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sólidos solúveis em água a 20°C</td> <td>16,46</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Relação de sólidos solúveis em bruxelador em g/100g de ácido cítrico padrão</td> <td>7,00</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Ácido ascórbico (mg/100mg)</td> <td>25,00</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Acidez total natural da laranja (g/100g)</td> <td>-</td> <td>11,00</td> </tr> <tr> <td>Óleo essencial de laranja (%) 500</td> <td>-</td> <td>0,045</td> </tr> </tbody> </table>		Parâmetro	Máximo	Mínimo	Sólidos solúveis em água a 20°C	16,46	-	Relação de sólidos solúveis em bruxelador em g/100g de ácido cítrico padrão	7,00	-	Ácido ascórbico (mg/100mg)	25,00	-	Acidez total natural da laranja (g/100g)	-	11,00	Óleo essencial de laranja (%) 500	-	0,045
Parâmetro	Mínimo																																
Sólidos solúveis em água a 20°C	15,00																																
pH	3,00																																
Acidez Total expressa em ácido cítrico (g/100g)	5,00																																
Acidez Total (g/100g)	10,00																																
Ácido ascórbico (mg/100g)	5,00																																
Parâmetro	Máximo	Mínimo																															
Sólidos solúveis em água a 20°C	16,46	-																															
Relação de sólidos solúveis em bruxelador em g/100g de ácido cítrico padrão	7,00	-																															
Ácido ascórbico (mg/100mg)	25,00	-																															
Acidez total natural da laranja (g/100g)	-	11,00																															
Óleo essencial de laranja (%) 500	-	0,045																															

Fonte: Diário Oficial da União (2016) ¹⁴⁴

É facilmente perceptível que há muito pouco conteúdo nos regulamentos, poucas palavras, escassas linhas, mas encontra espaço para determinar que suco de limão pode ser rotulado como “suco de lima ácida”. Trata-se apenas de um detalhe, mas expressa o ato descuidado, a permissividade, com os aspectos relacionados com identidade e denominação dos produtos, que é o fulcro primal no ato de rotular, quando consideramos o rótulo como um mediador de informação entre o fabricante e o consumidor.

Se considerarmos que uma norma dessas atende três demandas - regular a competitividade entre as empresas, atender os direitos da saúde pública e da economia popular e, é certo, instrumentalizar as agências governamentais em suas funções de registro e inspeção - não parece impróprio pressupor que apenas a última dessas demandas é atendida. Ou seja, o MAPA passa a ter um referencial, uma proteção jurídica, uma legislação feita para si próprio, para atender seus apequenados interesses como, por exemplo, isentar de riscos trabalhistas e criminais os servidores públicos que participam dos processos decisórios de liberação dos insumos químicos, alimentos e bebidas para consumo, desprezando atender as demais finalidades sociais e sanitárias dos atos regulatórios.

¹⁴⁴ BRASIL, MAPA, Portaria nº 58, de 30 de Agosto de 2016, publicada no D.O.U. de 01 de Setembro de 2016, Seção 1, pag. 2-10. Disponível em: <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=01/09/2016&jornal=1&pagina=3&totalArquivos=104> Acessado em 13 Janeiro 2017.

Observa-se, também facilmente, a ocorrência de lacunas nessa legislação de bebidas, as quais favorecem interpretações que fogem, ou até contrariam, o espírito do ato normativo e até mesmo facilitam a comercialização de sucos não regulamentados. Mudanças frequentes, e diferentes informações, nas legislações de rotulagem concomitantemente vigentes, além do uso indevido de expressões no rótulo, também podem levar à interpretação equivocada. Da leitura do Quadro 11, a seguir, onde esses atos normativos estão ordenada e resumidamente expostos, é possível extrair muitas outras constatações, que serão trabalhadas mais a frente, no capítulo que trata da “Discussão”. No entanto, o escopo desta tese não teria como incluir estudos sobre o processo de elaboração dos atos normativos, em camadas muito mais profundas do que estas até aqui perscrutadas. O aprofundamento se dá nas camadas de conteúdos e significados bromatológicos dos rótulos das bebidas; não caberia aprofundar as camadas da legislação, pois isso já representaria uma outra pesquisa, de larga dimensão também.

Nesse contexto, entende-se (e trata-se) o objeto “regulações” no “*mode*” imagens, pois da observação de suas aparências gráficas, de sua profusão de números e de parágrafos (e alíneas), escorrem constatações de que, ali, se dá, como nos rótulos se dá, aquele mesmo fenômeno de liquefações e hiper-realidades. Ou seja, a legislação é saturada de informações de tal forma que, com isso, propositalmente ou não (já que isto não foi pesquisado), a realidade termina ofuscada, enevoada ou, nos termos de Baudrillard, assassinada. Igualmente, a identidade da legislação sobre identidades termina por mostrar-se consoantemente líquida, efêmera, sempre sofrendo ajustes sucessivos, para que sucessivamente os rótulos sejam atualizados, linguisticamente, semiologicamente, para manter presente as mesmas velhas falácias. E isso será explorado, em detalhe, no segundo Estudo de Caso, mais a frente.

Quadro 11 - Legislação relacionada com Sucos e Néctares (período 1972-2016)

ANO	Ato Legal	Órgão emissor	Ementa não-oficial	Definições e Diretrizes sobre Suco e Néctar	
1923 (31/12/1923)	Decreto 16.300/23	Presidência da República dos Estados Unidos do Brasil	Aprova o regulamento do Departamento Nacional de Saúde Pública.	Os sucos de fructos não deverão apresentar qualquer indicio de alteração ou contaminação, nem poderão conter acidos, corantes, edulcorantes ou aromas que não sejam os exclusivos dos fructos a que devam o nome, e não deverão também conter substancias antisepticas e conservadoras ou substancias mineraes toxicas. (Art. 698) - Só productos que satisfizerem essas condições poderão ser vendidos como puros ou naturaes. - Succos naturaes de fructas, que tenham soffrido qualquer tratamento ou addição que lhes modifique as propriedades organolépticas, só poderão ser vendidos com a declaração de «commerciaes», devendo o fabricante, si assim julgar necessario a autoridade, declarar nos rotulos qual a addição ou o tratamento que soffrer o producto. - Si a addição ou o tratamento modificar de modo notavel as qualidades do succo, este só poderá ser exposto á venda com a declaração de «artificial».	
1969 (21/10/1969)	Decreto-Lei 986/69	Presidência da República	Institui normas básicas sobre alimentos	Alimento de fantasia ou artificial é “todo alimento preparado com o objetivo de imitar alimentar natural em cuja composição entre, preponderantemente, substância não encontrada no alimento a ser imitado (<i>note-se que não define alimento natural</i>). Rótulos de alimentos de fantasia ou artificial não poderão mencionar indicações especiais de qualidade, nem trazer menções, figuras ou desenhos que possibilitem falsa interpretação ou induzam a erro quanto à origem, natureza ou composição. Rótulos de alimentos que contiverem corantes artificiais deverão trazer na rotulagem a declaração “Colorido Artificialmente”. Rótulos de alimentos adicionados de essências naturais ou artificiais, com o objetivo de reforçar ou reconstituir o sabor natural do alimento, deverão declarar “Contem aromatizante...”, seguido do código correspondente e da declaração “Aromatizado Artificialmente”, no caso de ser empregado aroma artificial. As menções exigidas sobre emprego de aditivos deverão constar do painel principal do rótulo do produto em forma facilmente legível. Não poderão constar da rotulagem denominações, designações, nomes geográficos, símbolos, figuras, desenhos ou indicações que possibilitem interpretação falsa quanto à origem, procedência, natureza, composição ou qualidade do alimento, ou que lhe atribuam características nutritivas superiores àquelas que realmente possuem.	Revoga o Decreto-Lei 209/67, sobre aditivos alimentares, que havia revogado o Decreto 55.871/65.
1971 (26/10/1971)	Resolução 30/71	CNNPA Min. da Saúde	Institui a tipologia “Néctar de Laranja”.	Néctar de laranja, com base na legislação internacional, é o produto elaborado, pelo menos, com 50% de suco de laranja, permitida a adição de açúcar e conservadores constantes na Tabela I do Decreto nº /65 autorizados para sucos de fruta, incluída também permissão de acidulantes.	
1972 (14/11/1972)	Lei 5.823/72	Presidência da República	Dispõe sobre a padronização, classificação, inspeção e registro de bebidas.	Refrigerantes apresentando características organolépticas próprias de frutas deverão conter suco natural, concentrado ou liofilizado dessa fruta, em quantidade mínima a ser estabelecida pelo órgão competente. Isto aplicar-se-á também aos produtos cujo nome se assemelha ao da fruta.	

1973 (6/12/1973)	Decreto 73.267/73	Presidência da República	Regulamenta a Lei nº5.823/72	<p>Suco ou sumo é a bebida não fermentada, não concentrada e não diluída, obtida da fruta madura e sã, ou parte do vegetal (Art 58º).</p> <ul style="list-style-type: none"> - O suco não poderá conter substâncias estranhas à fruta ou parte do vegetal de sua origem, excetuadas as previstas na legislação específica, proibida a gaseificação. - No rótulo do suco será mencionado o nome da fruta, ou parte do vegetal, de sua origem. - O suco parcialmente desidratado deverá mencionar no rótulo o percentual de sua concentração, podendo ser denominado "suco concentrado". - Ao suco poderá ser adicionado açúcar na quantidade máxima de 10% (dez por cento) em peso, devendo contar no rótulo a declaração "suco adoçado". <p>Refresco de laranja ou laranjada, de tangerina e de uva deverá conter um mínimo de 30% (trinta por cento), em volume da bebida, do suco de laranja, de tangerina, ou de uva</p> <p>Soda limonada é o refrigerante que contiver de 2,5 (dois e meio) a 3% (três por cento) em volume, do suco natural de limão ou o equivalente em concentrado ou liofilizado, podendo ser adicionado de óleo essencial ou essência da fruta de sua origem.</p> <p>O rótulo não poderá conter denominação, símbolo, figura, desenho ou qualquer indicação que possibilite erro ou equívoco sobre a origem, natureza e composição do produto nem atribuir-lhe finalidade, qualidade ou característica nutritiva que não possua.</p>	Revogado pelo Decreto nº 2.314/97
1994 (14/7/94)	Lei 8.918/94	Presidência da República	Dispõe sobre padronização, classificação, registro, inspeção, produção e fiscalização de bebidas (competências do MAPA)	<p>Suco ou sumo é bebida não fermentada, não concentrada e não diluída, obtida da fruta madura e sã, ou parte do vegetal de origem, por processamento tecnológico adequado, submetida a tratamento que assegure a sua apresentação e conservação até o momento do consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - O suco não poderá conter substâncias estranhas à fruta ou parte do vegetal de sua origem, excetuadas as previstas na legislação específica. - No rótulo do suco será mencionado o nome da fruta, ou parte do vegetal, de sua origem. - O suco que for parcialmente desidratado deverá mencionar no rótulo o percentual de sua concentração, devendo ser denominado suco concentrado. - Ao suco poderá ser adicionado açúcar na quantidade máxima de dez por cento em peso, devendo constar no rótulo a declaração suco adoçado. - É proibida a adição, em sucos, de aromas e corantes artificiais. <p>A bebida conterá a matéria-prima natural responsável pelas suas características organolépticas, obedecendo aos padrões de identidade e qualidade previstos em regulamento próprio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - As bebidas que não atenderem ao disposto no caput deste artigo serão denominadas artificiais. <p>As bebidas dietéticas e de baixa caloria poderão ser industrializadas observadas as disposições desta lei, do seu regulamento e legislação complementar, permitido o emprego de edulcorantes naturais e sintéticos na sua elaboração.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Na industrialização de bebidas dietéticas e de baixa caloria, poderão ser feitas associações entre edulcorantes naturais e sintéticos, obedecido o disposto na regulamentação desta lei. - Na rotulagem de bebida dietética e de baixa caloria, além dos dizeres a serem estabelecidos na regulamentação desta lei, deverá constar o nome genérico e quantidade do edulcorante. - É livre a comercialização das bebidas dietéticas e de baixa caloria, nos termos desta lei. 	Revogada a Lei 5.823/72

<p>1997 (04/9/97)</p>	<p>Decreto 2.314/97</p>	<p>Presidência da República</p>	<p>Regulamenta Lei 8918/94, que dispõe sobre padronização, classificação, registro, inspeção, produção e fiscalização de bebidas.</p>	<p>Para os fins deste Regulamento, considera-se: - bebidas: todo produto industrializado, destinado à ingestão humana, em estado líquido, sem finalidade medicamentosa ou terapêutica; - ingrediente: toda substância, incluídos os aditivos, empregada na fabricação ou preparação de bebidas, e que esteja presente no produto final, em sua forma original ou modificada;</p> <p>Deve ser mencionado no rótulo do suco concentrado o percentual de sua concentração e, no rótulo do suco que for adicionado de açúcares, a expressão “suco adoçado” (Art 22º).</p> <p>Suco ou sumo é a bebida não fermentada, não concentrada e não diluída, destinada ao consumo, obtida da fruta madura e sã, ou parte do vegetal de origem, por processamento tecnológico adequado, submetida a tratamento que assegure a sua apresentação e conservação até o momento do consumo (Art. 40º), onde: - o suco não poderá conter substâncias estranhas à fruta ou parte do vegetal de sua origem, excetuadas as previstas na legislação específica. - o suco que for parcialmente desidratado deverá ser denominado de “suco concentrado”. - ao suco poderá ser adicionado açúcar na quantidade máxima fixada para cada tipo de suco, através de ato administrativo, observado o percentual máximo de dez por cento em peso, calculado em base de sólidos solúveis naturais do suco; - é proibida a adição, em sucos, de aromas e corantes artificiais; - sucos concentrado e desidratado adoçados, quando reconstituídos, deverão conservar os teores de sólidos solúveis originais do suco integral, ou o teor de sólidos solúveis mínimo estabelecido nos padrões para cada tipo de suco, excetuado o percentual de açúcares adicionados, - Suco desidratado é o suco sob o estado sólido, obtido pela desidratação do suco integral, devendo conter a expressão “suco desidratado”. - A designação “integral” será privativa do suco sem adição de açúcar e na sua concentração natural, sendo vedada o uso de tal designação para o suco reconstituído. - Suco misto é o suco obtido pela mistura de duas ou mais frutas e das partes comestíveis de dois ou mais vegetais, ou dos seus respectivos sucos, sendo a denominação constituída da palavra suco, seguida da relação de frutas e vegetais utilizados, em ordem decrescente das quantidades presentes na mistura. - Suco reconstituído é o suco obtido pela diluição de suco concentrado ou desidratado, até a concentração original do suco integral ou ao teor de sólidos solúveis mínimo estabelecido, sendo obrigatório constar de sua rotulagem a origem do suco utilizado para sua elaboração, se concentrado ou desidratado, sendo opcional o uso da expressão “reconstituído”. - Não será permitida a associação de açúcares e edulcorantes hipocalóricos e não-calóricos na fabricação de suco. - Polpa de fruta é o produto não fermentado, não concentrado, obtido de frutas, por processos adequados com teor de sólidos em suspensão mínimo, a ser estabelecido em ato do MAPA. - Néctar é a bebida não fermentada, obtida da diluição em água potável da parte comestível do vegetal e açúcares ou de extrato vegetais e açúcares, podendo ser adicionada de ácidos, e destinada ao consumo direto. E não será permitida a associação de açúcares e edulcorantes hipocalóricos e não-calóricos na fabricação de néctar (Art. 43º). - Refresco ou bebida de fruta ou de vegetal é a bebida não gaseificada, não fermentada, obtida pela diluição, em água potável, do suco de fruta, polpa ou extrato vegetal de sua origem, adicionada de açúcares (Art 44º).</p> <p>Os refrescos de laranja ou laranjada, de tangerina e de uva deverão conter no mínimo 30% em volume de suco natural.; o refresco de limão ou limonada deverá conter no mínimo 5% de suco de limão.; e o de maracujá deverá conter no mínimo 6% em volume de suco de maracujá.</p>	<p>Revoga Decretos 73.267/73 e 96.354/88 e 1.230/94.</p>
---------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	---	---	--

1998 (16/11/1998)	Portaria 544/98	MAPA	Fixa e aprova Padrões de Identidade e Qualidade, para refresco, refrigerante, preparado ou concentrado líquido para refresco ou refrigerante, preparado sólido para refresco, xarope e chá pronto para o consumo.	<p>Refresco, ou Bebida de Fruta, ou de Vegetal, é a bebida não gaseificada, não fermentada, obtida pela diluição, em água potável, do suco de fruta, polpa ou extrato vegetal de sua origem, adicionada de açúcares.</p> <p>Refresco com matéria-prima natural e adicionado de corante e aromatizante artificiais, deverá conter em seu rótulo as expressões "colorido artificialmente" ou "aromatizado artificialmente", de forma legível e contrastante, com caracteres gráficos em dimensão mínima correspondendo a um terço da maior letra do maior termo gráfico usado para os demais dizeres, excetuada a marca, não podendo ser inferior a 2 mm.</p> <p>- Refrescos que não contiverem a matéria-prima natural de sua origem, terão sua denominação seguida da palavra "Artificial", e da expressão "Sabor de ..." acrescida do nome da matéria-prima substituída, declarada de forma legível e visível de mesma cor e em dimensões gráficas mínimas não inferiores à metade da maior letra do maior termo gráfico usado para os demais dizeres, excetuada a marca.</p> <p>- Refrescos artificiais deverão mencionar rótulos a denominação, de forma visível e legível, da mesma cor e dimensão mínima correspondendo à metade da maior letra do maior termo gráfico usado nos demais dizeres, excetuando-se a marca, sendo vedado declarar designação, figura ou desenho que induza a erro de interpretação ou dúvida sobre a origem, natureza ou composição.</p>	Revogada pela Instrução Normativa MAPA nº 17 de 2013.
2000 (7/01/2000)	Instrução Normativa 01/2000	MAPA	Aprova os Padrões de Identidade e Qualidade para polpa de fruta. E para: acerola, cupuaçu, graviola, açaí, maracujá, caju, manga, goiaba, uva, cajá, mamão, mangaba e melão. E para suco de: maracujá, caju, abacaxi, uva, pêra, maçã, limão, lima ácida e laranja.	<p>Polpa de fruta é o produto não fermentado, não concentrado, não diluído, obtido de frutos polposos, através de processo tecnológico adequado, com um teor mínimo de sólidos totais, proveniente da parte comestível do fruto.</p> <p>O teor mínimo de Sólidos totais será estabelecido para cada polpa de fruta específica.</p> <p>Suco de laranja é bebida não fermentada e não diluída, obtida da parte comestível da laranja (<i>Citrus sinensis</i>), através de processo tecnológico adequado.</p> <p>O suco de laranja deverá apresentar cor amarelo; sabor próprio; aroma próprio; mínimo de 10,5°B; ácido ascórbico 25mg/100g (mínimo); e máximo de 13 g/100g de açúcares totais naturais da laranja, podendo ser incorporadas as células da própria fruta.</p>	Revoga a Instrução Normativa nº 12, de 10 setembro de 1999
2000 (16/06/2000)	Decreto 3.510/00	Presidência da República (em exercício)	Altera dispositivos do Regulamento aprovado pelo Decreto nº 2.314/97, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.	<p>A bebida terá sua denominação seguida da palavra "artificial" e da expressão "sabor de ...", acrescida do nome da matéria-prima substituída, declarada de forma legível e visível e em dimensões gráficas mínimas correspondendo à metade da maior letra do maior termo gráfico usado para os demais dizeres, excetuando-se a marca.</p> <p>Suco tropical é o produto obtido pela dissolução, em água potável, da polpa de fruta polposa de origem tropical, não fermentado, de cor, aroma e sabor característicos da fruta.</p> <p>Preparado líquido ou concentrado líquido para refresco é o que contiver suco, polpa ou extrato vegetal de sua origem, com ou sem açúcar, adicionado de água potável.</p>	Revoga o Art. 76 do Regulamento aprovado pelo Decreto 2.314/97.
2003 (4/9/2003)	Instrução Normativa 12/03	SDA/MAPA	Aprova o Regulamento Técnico para Fixação dos Padrões de Identidade e Qualidade para Suco Tropical; e para Sucos Tropicais de Abacaxi, Acerola, Cajá, Caju, Goiaba, Graviola, Mamão, Manga, Mangaba, Maracujá e Pitanga; e os Padrões de	<p>O néctar, cuja quantidade mínima de polpa de uma determinada fruta não tenha sido fixada em Regulamento Técnico específico, deve conter no mínimo 30% (m/m) da respectiva polpa, ressalvado o caso de fruta com acidez ou conteúdo de polpa muito elevado ou sabor muito forte e, neste caso, o conteúdo de polpa não deve ser inferior a 20% (m/m).</p> <p>Suco Tropical é o produto obtido pela dissolução, em água potável, da polpa da fruta polposa de origem tropical, por meio de processo tecnológico adequado, não fermentado, de cor, aroma e sabor característicos da fruta, submetido a tratamento que assegure sua conservação e apresentação até o momento do consumo.</p> <p>O Suco Tropical, cuja quantidade mínima de polpa de uma determinada fruta não tenha sido fixada em Regulamento específico, deve conter um mínimo de 50% (m/m) da respectiva polpa, ressalvado o caso de fruta com acidez alta ou conteúdo de polpa muito</p>	Revogada pela Portaria 1059/13

			<p>Identidade e Qualidade dos Néctares de Abacaxi, Acerola, Cajá, Caju, Goiaba, Graviola, Mamão, Manga, Maracujá e Pêssego.</p>	<p>elevado ou sabor muito forte, quando o conteúdo de polpa não deve ser inferior a 35% (m/m).</p> <p>É obrigatória a declaração, de forma visível e legível, do percentual mínimo, em peso, da polpa da respectiva fruta utilizada na elaboração do Suco Tropical e, no Suco Tropical Misto, do percentual mínimo, em peso, do total das polpas que compõe o produto. E no Suco Tropical Misto é obrigatória a declaração, na lista de ingredientes, dos nomes das frutas que compõem o produto, em ordem decrescente de suas quantidades.</p>	
<p>2009 (04/06/2009)</p>	<p>Decreto 6871/09</p>	<p>Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas</p> <p>Aprova o Regulamento da Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção e a fiscalização da produção e comércio de bebidas.</p>	<p>- bebida: é o produto de origem vegetal industrializado, destinado à ingestão humana em estado líquido, sem finalidade medicamentosa ou terapêutica. E também a polpa de fruta, o xarope sem finalidade medicamentosa, os preparados sólidos e líquidos para bebida, a soda e os fermentados alcoólicos de origem animal, os destilados alcoólicos de origem animal e as bebidas elaboradas com a mistura de substâncias de origem vegetal e animal;</p> <p>- matéria-prima: todo produto ou substância de origem vegetal, animal ou mineral que, para ser utilizado na composição da bebida, necessita de tratamento e transformação, em conjunto ou separadamente;</p> <p>- ingrediente: toda substância, incluídos os aditivos, empregada na fabricação ou preparação de bebidas e que esteja presente no produto final, em sua forma original ou modificada;</p> <p>- aditivo: qualquer ingrediente adicionado intencionalmente à bebida, sem propósito de nutrir, com o objetivo de conservar ou modificar as características físicas, químicas, biológicas ou sensoriais, durante a produção, elaboração, padronização, engarrafamento, envasamento, armazenagem, transporte ou manipulação;</p> <p>- coadjuvante de tecnologia de fabricação: a substância ou mistura de substâncias empregadas com a finalidade de exercer ação transitória, em qualquer fase de elaboração da bebida, e dela retirada, inativada, ou transformada, em decorrência do processo tecnológico utilizado, antes da obtenção do produto final, podendo, no entanto, resultar na presença não intencional, porém inevitável, de resíduos ou derivados no produto final;</p> <p>- Rótulo é toda inscrição, legenda, imagem ou matéria descritiva, gráfica, escrita, impressa, estampada, afixada, afixada por encaixe, gravada ou colada, vinculada à embalagem, de forma unitária ou desmembrada, sobre: I - a embalagem da bebida; II - a parte plana da cápsula; III - outro material empregado na vedação do envase; ou IV - em todas as formas acima.</p> <p>- O rótulo da bebida deverá conter, em cada unidade, sem prejuízo de outras disposições de lei, em caracteres visíveis e legíveis, os seguintes dizeres:</p> <p>I - nome empresarial do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador; II - endereço do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador; III - número do registro do produto no MAPA; IV - denominação do produto; V - marca comercial; VI - ingredientes; VII - a expressão: Indústria Brasileira, por extenso ou abreviada; VIII - conteúdo, expresso na unidade de medida correspondente, de acordo com normas específicas; IX - graduação alcoólica, expressa em porcentagem de volume alcoólico, quando bebida alcoólica; X - grau de concentração e forma de diluição, quando se tratar de produto concentrado; XI - forma de diluição, quando se tratar de xarope, preparado líquido ou sólido; XII - identificação do lote ou da partida; XIII - prazo de validade; e XIV - frase de advertência, conforme estabelecido em legislação específica.</p> <p>O rótulo da bebida não deverá conter informação que suscite dúvida ou que seja falsa, incorreta, insuficiente ou induza equívoco, erro, confusão ou engano, em relação à identidade, composição, classificação, padronização, natureza, origem, tipo, qualidade, rendimento ou forma de consumo, nem lhe atribuir qualidade terapêutica ou medicamentosa.</p>	<p>Revoga os Decretos nºs: I - 2.314, de 4 de setembro de 1997; II - 3.510, de 16 de junho de 2000; III - 4.851, de 2 de outubro de 2003; e IV - 5.305, de 13 de dezembro de 2004</p>	

				<p>A bebida adicionada de corante e aromatizante, nos casos legalmente autorizados, observará, na rotulagem, a indicação destes aditivos, conforme legislação específica.</p> <p>O produto concentrado, quando diluído, deverá apresentar as mesmas características fixadas nos padrões de identidade e qualidade para a bebida na concentração normal.</p>	
2013 (19/06/13)	Instrução Normativa 17/13	Gabinete do Ministro do MAPA	<p>Estabelece em todo o território nacional a complementação dos padrões de identidade e qualidade para as seguintes bebidas:</p> <p>I - preparado sólido para refresco; e</p> <p>II - preparado sólido para bebida composta. (Art. 1º)</p>	<p>Para efeito desta Instrução Normativa considera-se:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fruta: a designação genérica do fruto comestível, incluído o pseudofruto e a infrutescência, apresentados na forma de suco desidratado de fruta ou de polpa desidratada de fruta, e destinados à produção do preparado sólido previsto nesta Instrução Normativa; - vegetal: a planta e suas partes, exceto a fruta, apresentadas na forma de suco desidratado de vegetal, e destinadas à produção do preparado sólido, a soja em suas diversas formas de apresentação, previstas em legislação específica da Anvisa, também é considerada vegetal; - bebida pronta para consumo: a resultante da diluição adequada do preparado sólido, em água potável, e que atende ao padrão e à complementação do padrão de identidade e qualidade. <ul style="list-style-type: none"> - É vedado o uso de recipientes e embalagens tipo flaconetes, conta-gotas, <i>spray</i>, ampolas, copos-medidas ou outros que caracterizem os produtos similares àqueles de uso farmacêutico, medicamentoso ou terapêutico. - É permitido o uso de aditivo e coadjuvante de tecnologia autorizado em legislação específica da Anvisa, salvo aquele proibido ou com restrição de uso pelo Mapa. <p>Art. 10 - É proibida a presença nas bebidas de: I - contaminante microbiológico em concentração superior ao limite estabelecido pela Anvisa; II - resíduo de agrotóxico não autorizado para a fruta ou vegetal empregado como matéria-prima; III - qualquer contaminante orgânico ou inorgânico em concentração superior ao limite estabelecido pela Anvisa; e IV - qualquer contaminante em quantidade que possa se tornar nociva para a saúde humana.</p> <p>Quanto à declaração quantitativa de ingredientes, estabelece que “A quantidade de polpa de fruta e de suco de fruta na bebida pronta para o consumo, obtida pela diluição do preparado sólido, deve ser declarada no painel principal do rótulo, isolada, em destaque, com caracteres em caixa alta, em percentagem massa por volume (m/v), com duas cifras decimais, de suco integral ou polpa ou o somatório destes, conforme o caso, de acordo com o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) 5% (cinco por cento) de suco desidratado de tangerina em 30 g (trinta gramas) de preparado sólido com indicação de diluição para 1 (um) litro de refresco, deve ser escrito no painel principal a expressão "0,15% de SUCO, APÓS A DILUIÇÃO"; b) 1% (um por cento) de suco desidratado de laranja e 1% (um por cento) de suco desidratado de maçã, em 30 g (trinta gramas) de preparado sólido com indicação de diluição para 1 (um) litro de bebida composta, deve ser escrito no painel principal a expressão "0,06% DE SUCO, APÓS A DILUIÇÃO"; ou c) 5% (cinco por cento) de suco concentrado de laranja e 1% (um por cento) de suco desidratado de tomate em 30 g (trinta gramas) de preparado sólido com indicação de diluição para 1 (um) litro de refresco, deve ser escrito no painel principal a expressão "0,18% DE SUCO, APÓS A DILUIÇÃO". <p>O valor numérico e o sinal de porcentagem devem ter, no mínimo, o dobro do tamanho da</p>	Revogada a Portaria 544/98.

				<p>denominação do produto, e a expressão "DE SUCO, APÓS A DILUIÇÃO" ter, no mínimo, uma vez e meia o tamanho da denominação do produto, podendo também ser feita, opcionalmente, na lista de ingredientes, em percentagem de suco integral, ou polpa, imediatamente a seguir do nome da polpa de fruta ou do suco de fruta ou de vegetal que lhe deu origem, conforme o seguinte:</p> <p>I - Ingr: suco desidratado de laranja (equivale a 0,15% de suco integral após a diluição), suco desidratado de tangerina (equivale a 0,15% de suco integral após a diluição), açaí desidratado (equivale a 0,05% de polpa de açaí), extrato de soja em pó (equivale a 0,02% de proteína de soja após a diluição); ou</p> <p>II - Ingr: suco desidratado de laranja (= 0,15% de suco integral após a diluição), suco desidratado de tomate (= 0,06% de suco após a diluição), açaí desidratado (= 0,05% de polpa após a diluição), proteína de soja (= 0,05% de proteína de soja após a diluição).</p> <p>É proibida a especificação do nome da fruta, do vegetal e do extrato padronizado desidratado na denominação do preparado sólido para refresco.</p>	
2013 (11/9/13)	Instrução Normativa 42/13	MAPA	<p>Altera a Instrução Normativa 12/03, acrescentando um Artigo (3B), que modifica a quantidade mínima de suco de fruta exigido nos néctares de laranja e uva.</p>	<p>- O néctar de laranja e o néctar de uva deverão conter uma quantidade mínima de suco da respectiva fruta, conforme a seguir:</p> <p>I - 30% (m/m) (30% massa/massa) a partir da publicação desta Instrução Normativa;</p> <p>II - 40% (m/m) a partir de 31 de janeiro de 2015; e</p> <p>III - 50% (m/m) a partir de 31 de janeiro de 2016.</p> <p>O néctar cuja quantidade mínima da polpa de fruta ou do suco de fruta não tenha sido fixada em Regulamento Técnico específico e o néctar misto devem conter, no mínimo, 30% (m/m) da respectiva parte comestível do vegetal, ressalvado o caso de vegetal com acidez muito elevada ou sabor muito forte e, neste caso, o conteúdo da polpa de fruta ou do suco de fruta ou de vegetal não deve ser inferior a 20% (m/m).</p> <p>- A quantidade da polpa de fruta ou do suco de fruta ou de vegetal, no néctar e no suco tropical, deve ser declarada no painel principal do rótulo, isolada, em destaque, com caracteres em caixa alta, em percentagem massa/massa (m/m), com uma cifra decimal, de suco integral ou polpa ou o somatório destes, conforme o caso, de acordo com o seguinte:</p> <p>a) 10 gramas de suco concentrado de laranja a 66° Brix, devendo ser escrito no painel principal a expressão "62,9% DE SUCO";</p> <p>b) 10 gramas de suco concentrado de uva a 72° Brix, devendo ser escrito no painel principal a expressão "51,4% DE SUCO"; e</p> <p>c) 10 gramas de açaí especial a 15% de sólidos totais e 47,2 gramas de polpa de cupuaçu a 9° Brix, devendo ser escrito no painel principal a expressão "50,9% DE POLPA";</p> <p>- O valor numérico e o sinal "%" deve, no mínimo, ser o dobro do tamanho da denominação do produto; e a expressão "DE SUCO" ou "DE POLPA", no mínimo, uma vez e meia.</p> <p>Essa declaração pode ser feita na lista de ingredientes, em percentagem de massa/massa (m/m), com uma cifra decimal, de suco integral, ou polpa, imediatamente a seguir do nome da polpa de fruta ou do suco de fruta ou de vegetal, que lhe deu origem, conforme o seguinte:</p> <p>I - Ingredientes: suco concentrado de laranja (equivale a 30,0% de suco), suco concentrado de tangerina (equivale a 20,0% de suco); ou</p> <p>II - Ingredientes: suco concentrado de uva (equivale a 20,0% de suco), suco concentrado de tomate (equivale a 9,5% de suco)."</p>	<p>Revogadas as Instruções Normativas nº 21, de 27 de agosto de 2012, e nº 24, de 30 de agosto de 2012.</p>

2014 (15/10/2014)	Instrução Normativa 37/14	MAPA	Altera os Artigos 2 , 3 , 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, todos da Instrução Normativa n 17, de 19 de junho de 2013.	Fruta: a designação genérica do fruto comestível, incluído o pseudofruto e a infrutescência, apresentados na forma de suco desidratado de fruta, e destinados à produção do preparado sólido previsto nesta Instrução Normativa; A quantidade de suco de fruta ou de vegetal na bebida pronta para o consumo, obtida pela diluição do preparado sólido, com exceção do preparado sólido contendo somente extrato padronizado e ou aquoso como ingrediente característico, deve ser declarada no rótulo;	
2015 (23/6/2015)	Instrução Normativa 17/15	MAPA	Aprova requisitos para: - registro de produto e de estabelecimento; - elaboração de produto em unidade industrial; e - contratação de unidade volante de envase de vinho.	Caso o estabelecimento contratante ou a unidade central opte por não fazer constar do rótulo o nome empresarial e o endereço do contratado ou unidade industrial, deverá inserir no rótulo do produto uma das seguintes expressões: - PRODUZIDO E ENVASILHADO SOB RESPONSABILIDADE DE, seguida do nome empresarial e do endereço do estabelecimento contratante ou unidade central; ou - PADRONIZADO E ENVASILHADO SOB RESPONSABILIDADE DE, seguida do nome empresarial e do endereço do estabelecimento contratante ou unidade central.	Revogada a I.N. 19/03
2016 (23/8/2016)	Portaria 86/16	MAPA	Consulta Pública sobre Projeto de Instrução Normativa visando estabelecer a complementação dos padrões de identidade e qualidade de suco.	Na íntegra, tudo que o Regulamento Técnico para Fixação dos Padrões de Identidade e Qualidade para Suco de Laranja diz sobre suco de laranja é: O suco de laranja é o produto definido no art. 18 do Decreto nº 6.871/2009, obtido da parte comestível da laranja (Citrus sinensis); através de processo tecnológico adequado. O suco de laranja deve obedecer às características e composição os seguintes parâmetros: - Sólidos solúveis (mínimo) em °Brix, a 20° C = 10,50°B - Relação de sólidos solúveis em °B/acidez em g/100g de ácido cítrico anidro (mínimo) = 7,00 - Ácido ascórbico (mg/100mg) = 25,00 - Açúcares totais naturais (máximo) da laranja (g/100g) = 13,00 - Óleo essencial (máximo) de laranja (%v/v) = 0,035	

5.2 ESTUDO DE CASO 2 – LIQUEFAÇÕES IDENTITÁRIAS E HIPER-REALIDADES NO CENÁRIO DAS BEBIDAS DE FRUTAS

No Estudo de Caso 01, tomou-se por diretriz promover uma penetração nas camadas mais profundas do “objeto”, a partir do reconhecimento das gêneses do suco de laranja industrializado, com a tipologia original “concentrado e congelado”, nos Estados Unidos e no Brasil. Completado aquele exercício, que se mostrava bastante e suficiente, em seus “achados”, para dar completo atendimento ao escopo desta Tese, entendeu-se como relevante que, para além dos “aprofundamentos”, se buscasse também um “alargamento”, expandindo o “objeto”, incorporando outras tipologias e marcas de suco de laranja e, mais que isso, mantendo também o foco não reducionista nos eventos contemporâneos, e sim considerando outra vez, quando possível, as manifestações do fenômeno ao longo das três últimas décadas.

O desenho e implementação deste segundo “Estudo de Caso” viria evidenciar que o *Lanjál*, o caso estudado em profundidade, não se trata de um caso pontual, uma exceção, um ponto fora da curva, mas sim um paradigmático exemplar do universo de bebidas que têm sido feitas com as frutas laranjas, com imagens de laranjas ou com palavras e números associados, obliquamente que seja, com laranjas. Ou seja, o que ali, no “Caso *Lanjál*”, se identifica e se descreve não são particulares violações da legislação, ou do espírito desta, por um fabricante, por uma marca, por um único produto ou por um grupo de fabricantes, mas sim uma prática generalizada e, de certa forma, já naturalizada no espaço das “identidades” de alimentos e, pelo menos com os dados aqui expostos, no espaço das bebidas associadas com “laranjas”.

Partindo, ainda, da tipologia “suco de laranja concentrado e congelado”, agora, neste segundo caso, se aborda outra forma de sua colocação no mercado, qual seja a tipologia “suco concentrado, congelado, reconstituído, ou rediluído, pronto para consumo”, preservado por refrigeração ou por tratamento térmico conjugado com embalagens assépticas. Aborda-se como disso decorrem novas alternativas de consumo, como suco integral, pasteurizado, apenas refrigerado, que se contrapõe ao anterior, destacando que não é elaborado a partir do suco concentrado ou, nos EEUU e Europa, com o emprego do termo “*Not from concentrate*”, em primeiro plano na rotulagem frontal. As diferenciações - resultantes do emprego de novas tecnologias e conceitos - vão com o tempo se acentuando, trazendo ao mercado os

mimetismos, os simulacros e, ainda, os simulacros dos simulacros, tudo isso incorporado ao “objeto” deste segundo Estudo de Caso.

O “objeto” é, porém, muitíssimo mais ancho que isto, e abrange ocorrências relacionadas com o emprego de recursos, palavras e terminologias orientadas no sentido de lograr a liquefação de identidades; com o uso de números para enfatizar a presença de suco no produto; com a exposição de fotos e imagens, nos rótulos, que acentuam o fenômeno da hiper-realidade; com o lançamento da estratégia “*Story Telling*” para expressar uma origem natural, caseira, familiar, ecológica dos ingredientes selecionados; com os apelos e anúncios, também nos rótulos, que promovem associações com peculiaridades dietéticas, vantagens nutricionais ou propriedades funcionais saudáveis.

Se é suco de laranja reconstituído a partir do concentrado congelado; ou se é suco de laranja natural, sem adição de nenhuma outra substância e meramente pasteurizado para reduzir a carga microbiana, prolongando com isso o prazo de validade sob refrigeração ou embalagem asséptico; ou, ainda, se é meramente um suco de laranja espremido, natural, conservado apenas mediante refrigeração, sem aditivos ou tratamentos térmicos; se contém gominhos, células da fruta e se isso é indicativo de qualidade e integralidade; se é 100% orgânico e se 95% orgânico pode assumir a identidade de “orgânico”; o uso de classificações não oficiais e indefinidas, como “*Premium*”, “Natural”, “Caseiro”, “da roça”, “da fazenda” etc.; o uso de imagens de frutas em produtos que frutas não contém; o emprego de jogos de palavras, metáforas, eufemismos, pós-verdades e números para conferir aparente identidade “real” ao que não é outra coisa senão simulacro; a utilização do recurso “*Story telling*”, bem como imagens e referências a super-heróis, fadas e outros personagens de histórias infantis; os refrigerantes denunciados como não saudáveis e que, porém, têm menor teor de açúcares que o “saudável” suco natural de laranja, mesmo quando este é não adoçado; a transformação das bebidas de laranja como carreadores de produtos lácteos, de sais minerais e outras substâncias ditas “nutracêuticas”, incluindo a associação com as “águas minerais”, produtos de “caloria zero” e alegações funcionais diversas; a legislação que ousa inventar uma categoria de sucos para crianças e, sem nada ali que esteja *costumizado* para bebês, é oficialmente denominada e então regulada como “suquinho” (sic), tudo isso são fenômenos retirados do mercado e trazidos para o interior desta pesquisa, de forma a exaustivamente ilustrar e descrever, com muitas dezenas de imagens e comprovações, qual é o cenário onde se localiza e transita o produto selecionado para compor, como aprofundamento e desfecho, o “estudo de caso”.

Esta visão panorâmica do perfil bromatológico das *bebidas de laranja* no mercado brasileiro - mas também de alguns exemplos de rótulos de outros países - exhibe uma vasta e

complexa coleção de casos entreabertos, convidando para maiores aprofundamentos, que cobririam não apenas a sintaxe e a semiótica do material informativo ali impresso, e sim também as correlações com os conteúdos do conjunto de atos regulatórios, empurrando uma pesquisa sobre identidades para outra pesquisa sobre políticas públicas de promoção da saúde, vigilância sanitária e nutrição.

5.2.1 “*From concentrate*” versus Integral, Pasteurizado e Refrigerado

O suco de laranja, geralmente, é hoje um produto ofertado na modalidade “pronto para beber”, sendo desnecessário adicionar água ou açúcar. Mas, seis décadas atrás, quando de seu lançamento no mercado, predominava no formato “suco concentrado e congelado”, para diluição domiciliar realizada pelo próprio consumidor. O suco integral, extraído da laranja, sem a adição ou retirada de nada, sem adição de açúcar, água ou aromas, pode ser preservado mediante emprego de embalagem asséptica, longa-vida, em caixinhas, como no item anterior, mas também mediante ligeira pasteurização seguida de refrigeração.

Essa gênese foi descrita em detalhe, anteriormente, no interior do primeiro “Estudo de Caso”. Mas ao iniciar agora a exposição, sobre o panorama do mercado de suco de laranja, é imperioso um retorno àquela etapa, e abrir com a comparação entre os sucos elaborados “*from concentrate*” e “*not from concentrate*”. Ou seja, demarcar o registro que, no mercado, os sucos de laranja, prontos para beber, podem ter sido produzidos a partir da diluição do suco concentrado, assim como podem ter sido elaborados diretamente da laranja e sem passar – sendo pasteurizados ou tão somente refrigerados - pelo processo de concentração para posterior diluição. E então ressaltar que - ao contrário do que se observa, por exemplo, na rotulagem de produtos norte-americanos - no mercado brasileiro essa diferenciação tipológica não está analogamente bem informada ao usuário.

Nota-se que, nos EEUU, fica sempre bem claro, em destaque, e de forma razoavelmente padronizada, já que usam sempre a mesma denominação “*Not from concentrate*”, que se trata de um suco extraído das laranjas e vendido sem passar pela concentração industrial. O “*Minute Maid*”, da Coca-Cola, por exemplo, na Figura 18, evidencia, no rótulo frontal, que é “*Not from concentrate*”, uma “*Premium Choice*”, onde não há inclusão de água ou preservativos; que não é uma embalagem “longa-vida”, devendo assim ser mantido sob refrigeração, em intervalo de 33 a 40°F (0,6°C a 4,4°C), conforme informação oferecida em letras pequenas, já no rodapé do rótulo lateral.

Figura 18 – Rótulos de sucos de laranja dos EEUU, “não do concentrado” (s.d.)



Fonte: Acerco do LabConsS

Observar as similitudes e as diferenças entre a rotulagem praticada, em sucos do mercado brasileiro, em comparação com a rotulagem de outros países, seja nos EEUU e Europa, seja em países latino-americanos, sempre é um recurso que não deve ser desprezado se queremos melhor compreender o fenômeno. Nos rótulos da Figura 18 fica muito nítida, para o consumidor, que assim como existe suco “*Not from Concentrate*”, deve haver também marcas “*From Concentrate*”, o que orienta a busca dessa informação nos rótulos de empresas concorrentes.

Conforme veremos, exaustivamente, em rótulos brasileiros, de uma saturação de informações - e uma não padronização de terminologias - resulta que, pior que não saber que tipo de suco é, nem mesmo se fica com firmeza sabendo que existem esses dois tipos clássicos que, uma vez conhecido, seriam de reconhecimento mais fácil e imediato.

Abaixo, na Figura 19, vemos um rótulo de suco de laranja brasileiro feito do concentrado e, ao lado dele, da mesma marca, a embalagem do suco norte-americano, espremido e embalado a partir de frutas frescas, em vez de diluição de suco concentrado. A tipologia “néctar”, seja como neste caso, autodesignada e rotulada como “MAIS”, ou como em muitos outros casos rotulada como categoria PREMIUM, em nada contribui para esclarecimentos e orientações ao público. Ou seja, no Brasil ainda não alcançamos o patamar da diferenciação entre suco do concentrado e suco integral, pois não logramos ainda passar do

patamar de, inadvertidamente, confundir bebidas aguadas e adoçadas - os néctares - com os sucos, sejam eles integrais ou rediluídos do concentrado.

Figura 19 – A) *Minute Maid* brasileiro feito a partir do concentrado (de novembro de 2007); B) e C) *Minute Maid* norte-americano *Not from Concentrate* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

A Figura 20 ilustra a caracterização de um “*Premium Choice*”, um suco de categoria *Premium*, um suco que não é feito do concentrado, mas meramente pasteurizado, no caso um produto da marca *Minute Maid*, embalagem coletada nos EEUU.

Figura 20 – Rótulo de suco “*Minute Maid*, - *Premium Choice*”, dos EEUU (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Figura 21 – Rótulo de suco de laranja, do Canadá, feito não do concentrado (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

No Canadá, embora país bilíngue, o rótulo consegue ser objetivo, direto, esclarecedor, limpo, nas duas línguas, inglês e francês, sendo possível compreender, rápida e facilmente, conforme ilustra a Figura 21, que o suco de laranja é “*Not from Concentrate*” ou “*Non fait de concentré*”. Já no Brasil, os rótulos, em geral, não deixam claro nem mesmo isto que é positivo, um “*Plus*”; e, se sequer quando se trata de sucos integrais, então, menos ainda quando, inferiormente, são formulados a partir do suco concentrado, com adição de água. Essas circunstâncias podem ser melhor verificadas nos rótulos apresentados a seguir, na Figura 22.

Os dois rótulos do suco Nestlé evidenciam modificações na rotulagem no período de novembro de 1996 (parte superior da Figura 22A) para setembro de 2000 (parte inferior da Figura 22B), quando já não mais aparecia o termo “*Frutess*”, que antes era o grande destaque no rótulo frontal e lateral. Mais relevante é que, se antes era suco “integral”, mudou para suco “do concentrado”, desaparecendo o termo “integral” do rótulo frontal, detalhe talvez imperceptível para um consumidor padrão, ainda mais quando em meio de vasto texto e tantas imagens.

Figura 22 – A) Rótulo de *Frutess – Integral*, da marca *Nestlé* de novembro 1996; e B) Rótulo de “Suco de Laranja” da marca *Nestlé*, do concentrado, de setembro de 2000.



Fonte: Acervo do LabConsS

Essa diversidade de composição química, de ingredientes e de forma de extração - que já são de difícil compreensão mesmo para um consumidor tecnicamente preparado - é então acentuada pela diversidade de processos de preservação. A um tipo é exigido que permaneça no congelador, o outro tipo pode ficar fora da geladeira enquanto não for aberto e ainda outro, embora igualmente em caixinha, deve ficar sempre na geladeira, mesmo antes de aberto, já que uma das caixinhas é embalagem asséptica, enquanto a outra é apenas cartonada.

A coetânea embalagem da marca *Danone*, mais a frente, na Figura 23, datada como de maio de 1996, inaugurava ali um novo termo, o “Puro” suco de laranja, em vez dos então usuais termos identitários, como *Integral*, *Reconstituído*, *Rediluído* ou *Reprocessado*. E a rotulagem nutricional inovava parâmetros questionáveis. Esse suco da *Danone*, que não era produzido a partir do concentrado, assegurava um prazo de validade de 20 dias. No entanto, de Junho de 1998, esse prazo constava, nas embalagens, como estendido para 30 dias, se mantido em geladeira de 1 a 10°C.

O teor de vitamina C por 100 mililitros ou porção não estava ali informado, constando

porém uma afirmação de que “um copo de 200 mL atende 100% das necessidades diárias de Vitamina C”, isso “de acordo com as recomendações da Organização Mundial de Saúde”. Então, assim como não informava o quantitativo de vitamina C, tampouco registrava qual enfim o quantitativo de vitamina C recomendado pela OMS. O rótulo, assim, não constitui um espaço regulado para informação em saúde, e sim um território livre para todo tipo de criatividade, incluindo não só imperfeições e equívocos, mas ainda falácias ou fantasias.

Muitas novas transformações vêm sendo observadas nas embalagens, e o que antes eram latas ou caixinhas cartonadas, agora são vidros de múltiplos formatos e cores, mas também plásticos transparentes, que semiologicamente sinalizam uma identidade de suco fresco, não diluído do concentrado, não fervido, de curto prazo de validade e sensorialmente mais próximos do suco caseiro. Quando a embalagem simbolicamente “fala”, o fabricante já não necessita escrever que é caseiro, ou expor uma vovó no rótulo, já que é a embalagem, ela mesma, sem precisar de rótulo, que expressa um signo do artesanal, do “curta-vida”, de frescor.

Figura 23 – Rótulo de suco de laranja *Danone*, de junho de 1998



Fonte: Acervo do LabConsS

Figura 24 – Rótulo de suco de laranja de marca *Blissimo* de 14/Abril/2017



Fonte: Acervo do LabConsS

Acima, na Figura 24, é apresentado um exemplo desses produtos, sua embalagem e rótulo. E, mais a frente, nuances desses produtos serão analisadas, quando forem aqui incluídos os produtos elaborados pelos próprios supermercados ou seus terceirizados, registrando, desde já, que a embalagem funciona como rótulo e, sem palavras, junto com o alto preço, de alguma forma, inclusive semioticamente, fala de identidade e de qualidade.

Novamente, agora sob embalagens de vidro ou plástico, algumas marcas exigem permanecer dentro da geladeira, enquanto outras podem permanecer à temperatura ambiente, nas prateleiras. Essas transformações, embora radicais, permanecem muito mal explicadas para os consumidores, mas também para a cadeia varejista, de onde não fica muito claro entender que produtos devem ser mantidos em geladeira, que marcas podem ser expostas e mantidas sob temperatura sem refrigeração, ou qual a validade se dentro ou fora desses ambientes.

Um exemplo bem ilustrativo, dessa situação, são as marcas *Natural One* e *da Fazenda*, ambas fabricadas pelo Grupo Votorantim, ambas com embalagens iguais, ambas com rótulos com sutis diferenças, conforme se observa abaixo, na Figura 25. O tipo *Natural One* faz uso de tampinha com uma tonalidade verde claro. E, segundo informações do SAC da empresa¹⁴⁵, deveria ser mantido sob refrigeração, pois não sofre tratamento térmico, com microrganismos sendo eliminados mediante aplicação de processos de *alta pressão*. Já o tipo

¹⁴⁵ Consulta realizada por telefone, pelo autor, em 26 de Janeiro de 2017.

da Fazenda, com tampa plástica em verde escuro, passa por aquecimento visando eliminação parcial da contaminação microbiana e, então, pode ser mantido nas prateleiras, fora das refrigeradas gôndolas no varejo. Tal diferenciação, porém, não é percebida nem sequer pelos supermercadistas, onde ambos os tipos são encontrados em prateleiras sem refrigeração. E se o fabricante mescla um rótulo com o outro (Figura 25), então a diferenciação estará obstada para todos e talvez para sempre, se cristalizada uma primeira percepção do consumidor.

Figura 25 – A) Rótulo de suco de laranja de marca *Natural da fazenda* (s.d.); B) Rótulo de suco marca *Natural One* (s.d.); e C) Rótulo de suco marca *Natural One – Laranja da fazenda* (s.d.).



Fonte: Acervo do LabConsS

5.2.2 Gominhos, Caseiro, vovós, simulacros e simulacros de simulacros.

Dentre a inumerável quantidade de simulacros associados com bebidas de laranja, aquele rotulado como *caseiro* merece atenção particular, inclusive porque essa ocorrência não se limita a produtos comercializados no Brasil. Nos Estados Unidos destaca-se, dentre outros, o da marca *Tropicana*, anunciado como *Home Style*, estilo caseiro, *with juicy bits of Orange* ou *com gominhos de laranja*, na Figura 26A, abaixo.

Neste rótulo - informando que não é feito do concentrado, não é adoçado, nem há inserção de água ou aditivos químicos - o *Tropicana* destaca, em negrito, que nada foi retirado ou adicionado ao suco. No entanto, é bastante provável que os tais “gominhos” não sejam das exatas mesmas laranjas das quais o suco foi ali embalado, e que sejam gominhos pós-prensados, ressecados, buscados no descarte das máquinas, para ser *a posteriori* restituído ao suco. Já a inglesa marca *Somerfield*, Figura 26B, também investindo no conceito de suco

puro e não adoçado, destaca conter *Juicy 'Bits'*, ou seja, *gominhos*. Certo que é um detalhe de, aparentemente, somenos importância, mas é importante desvelar que, o tempo todo, de alguma maneira, as informações são sempre imprecisas, se não falseadas, induzindo consumidores e leitores a erro.

Figura 26 – A) Rótulo de suco de laranja dos EEUU, marca *Tropicana - Homestyle* (s.d.); B) Rótulo de suco de marca *Sommerfield - Juice bits*, da Inglaterra, do ano de 1991.



Fonte: Acervo LabConsS

Esse emprego, da denominação *Caseiro*, em vez da denominação *Estilo Caseiro*, mas *Caseiro* mesmo, é bastante praticado no Brasil, principalmente por néctares que não são sucos e, portanto, longe de serem sequer parecidos com alguma bebida “caseira”. E o emprego da alegação *contém gominhos* é igualmente bastante adotada na formulação e, então, na rotulagem, como veremos com os exemplos brasileiros a seguir.

No Brasil, a marca “*Top Fruit - CAMP*”, da *General Brands do Brasil Ltda.*, na Figura 27, também se anuncia, em seus rótulos, como uma bebida que é trazida para atender aqueles que buscam consumir um bom suco de laranja fresco e natural ou, nas exatas palavras trazidas pelo seu rótulo lateral: “*Para todas as famílias e aqueles que não abrem mão do suco de laranja feito na hora, Top Fruit Camp Caseiro traz para você um (...).*”

O problema é que o *Top Fruit Caseiro* - em que pese o largo destaque, no centro do rótulo frontal, para as propriedades “Caseiro” e “Com gominhos” - não é exatamente um suco, porém um néctar, conforme declarado no rodapé do próprio rótulo frontal.

As imagens acima, Figura 27, ilustram essas particularidades, merecendo destaque, ainda, um trecho do rótulo lateral, com aquela frase parcialmente pinçada e exposta dois

parágrafos acima, entre aspas, ali agora mostrada em sua integralidade. Tal destaque é merecido porque a frase ousa afirmar que, para toda família que aprecia um suco feito na hora, o fabricante oferece gominhos dentro de um simulacro de suco. Ou, novamente, em suas exatas palavras: *Para todas as famílias e aqueles que não abrem mão do suco de laranja feito na hora, Top Fruit Camp Caseiro traz para você um Néctar de laranja saboroso, de qualidade, com vitamina C e com gominhos de laranjas, do jeitinho que você faz em casa.*

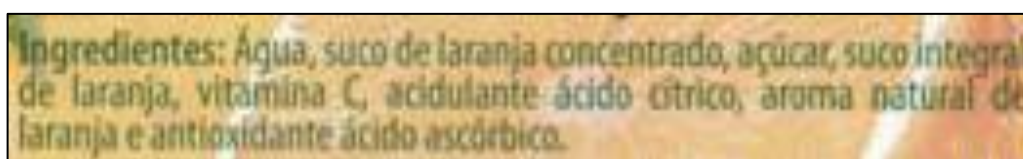
Figura 27 – Rótulo de suco de laranja “caseiro”, marca *Top Fruit – CAMP*, de Março de 2014.



Fonte: Acervo do LabConsS

Trata-se, o *Top Fruit Caseiro – CAMP*, de um produto que contém, em ordem decrescente, os ingredientes: *água, suco de laranja concentrado, açúcar, suco integral de laranja, vitamina C, acidulante ácido cítrico, aroma natural de laranja e antioxidante ácido ascórbico*. Não informa a quantidade presente de suco de laranja mas, como pode ser percebido naquela listagem, Figura 28, o suco de laranja integral é um ingrediente posterior e, portanto, em quantidade inferior ao açúcar. Anuncia presença de 21mg de vitamina C por 100 mL, mas essa vitamina não se sabe em que fração advém de laranjas, já que vitamina C de origem farmacêutica (denominada ácido ascórbico) está citada como ingrediente.

Figura 28 – Lista de Ingredientes do suco *Top Fruit Caseiro*, de março de 2014.



Fonte: Acervo do LabConsS

Em suma, os gominhos – que certamente não são daquelas poucas laranjas, tendo,

como resíduos do processo, ali sido, repita-se, *a posteriori* acrescentados, não aparecendo, contudo, na listagem dos ingredientes, nem como gominhos adicionados, nem como suco de laranja concentrado com gominhos, não tendo assim outra finalidade que não seja propiciar uma falsa impressão de muitas laranjas de verdade conter - não têm outro propósito senão e também a identidade de “caseiro” falsear.

É prudente repetir para, com outras palavras, deixar inquestionavelmente bem claro: i. gominho é ingrediente; ii. gominho deveria aparecer na lista de ingredientes ou como “gominho”, ou então como suco de laranja concentrado com gominhos; iii. gominho não aparece como ingrediente; iv. gominho não aparece quando descreve na lista a inserção de suco concentrado; v. é pequena a quantidade de suco de laranja integral ali presente, pois em quantidade inferior à quantidade de açúcar, segundo evidencia a lista de ingredientes, não podendo ser dali, desse suco usado como ingrediente, portanto, que vieram carregados os tais gominhos; vi. tudo indica que os gominhos foram buscados na área de descarte dos resíduos oriundos das máquinas.

Persiste, assim, sobre esses gominhos, uma indagação: “*qual poderia ser a finalidade de adicionar gominhos, de outras laranjas, ao suco de laranja embalado, que não é suco, mas néctar, embora o rótulo fale diversas vezes que esse néctar é um suco?*”.

Não há como se afirmar categoricamente - nem caberia uma vez que isto é um estudo sobre identidade de sucos, e não um relatório de fiscalização sanitária ou de órgãos de defesa do consumidor - mas a hipótese que prevalece é que se falseia informação, adicionando gominhos sem declarar isso no rótulo, para em seguida falsear a aparência, já que com gominhos fica parecendo que aquela bebida adveio, realmente, de laranjas, através de alguma peneira caseira não muito rigorosa ou até sem peneirar, escamoteando, em falseamento final, tratar-se de um néctar composto de água, açúcar, acidulante e aromatizante, onde até a própria vitamina C não é da laranja, mas adquirida de alguma indústria farmacêutica.

Mais grave ainda é o que se observa na marca *Sufresh*, da qual foram, na pesquisa, encontradas três embalagens a seguir expostas, uma com validade até Julho de 2011 (Figura 29), outra de Setembro de 2015 (Figura 30) e ainda outra com validade até Junho de 2017 (Figura 31), esta última já com a imagem de uma avó servindo ao neto o seu suco em “caixinha”.

Na primeira, de 2011, o rótulo frontal destaca ser CASEIRO e “com gominhos de laranja”, enquanto na face lateral do rótulo destaca - a exemplo do que é praticado pela acima apontada fabricante de *Top Frut CAMP* - que: “*É suco de fruta com sabor de carinho*”, prosseguindo com um pequeno texto, onde a palavra *SUCO* é duas vezes repetida:

*Você adora **suco** com aquele gosto incomparável de fruta fresquinha, né? (...) e colocamos na caixinha um **suco** igual ao que você bebe em casa: com o sabor e os gominhos da laranja. Aproveite..*

No entanto, no rodapé, à esquerda no rótulo frontal, em letras pequenas, confessa que o suco, em vez de ser o anunciado e reiterado suco, em vez de ser suco, não é suco, mas néctar.

Figura 29 – Rótulo de suco de laranja da marca *Su Fresh* de Julho de 2011.



Fonte: Acervo do LabConsS

Na segunda embalagem, de 2015, observa-se um novo elenco de informes, todos eles ajustes feitos sem modificar, porém, a conduta da empresa, ainda que, visualmente, a rotulagem se mostre bastante modificada. Surge, então, em grande destaque, o sinal gráfico mais (+), para sinalizar que o produto tem MAIS FRUTA. E, também, MAIS SABOR. E destaca que contém SUCO DE 9 LARANJAS, o que antes tampouco era informado. A palavra “néctar” permanece no rodapé, mas aparece, então, também, no centro do rótulo frontal, logo abaixo da marca do produto e do informe COM GOMINHOS. Igualmente relevante é a narrativa na face lateral do rótulo, enfatizando MUITO MAIS FRUTA POR LITRO, seguido de:

O nome já diz tudo. Sufresh +Fruta+Sabor tem mais polpa de fruta e, por isso, muito mais sabor. Um sabor mais acentuado e encorpado da fruta fresquinha, para você que prefere mais fruta e mais sabor com os gominhos da laranja. Só o que a fruta tem de melhor. Sem conservantes, sem corantes, sem aromas artificiais. Sufresh+Fruta+Sabor é rico em vitamina C. A laranja é uma fruta naturalmente rica em vitamina C, potássio e frutas.

De novo, temos ocorrências diretamente relacionadas com os conceitos de liquefação de identidades e de hiper-realidade. Se um fabricante denomina os gominhos como células de laranja, este *Sufresh* denomina “polpa de laranja”, enquanto já outros não incluem nada disso

na listagem de ingredientes, como se gominhos, polpa ou células viessem naturalmente com o suco, como se dá no suco caseiro. O termo “fruta fresquinha” é incompatível com um suco que, mais que há meses industrializado, é produzido a partir do “concentrado”, um suco que passou por fervura e, assim, já não poderia ser considerado uma “fruta fresca”. Adotar uma folhinha bem verde, para acentuar o *Sú*, nome da marca, é apenas um sutil detalhe a mais.

Figura 30 – Rótulo de suco de laranja da marca *Su Fresh* de Julho de 2015.



Fonte: Acervo do LabConsS

A aceitação desta narrativa, mais que aceitar confundir o consumidor, seria impossibilitar algum suco fresco refrigerado, mas até mesmo o suco pasteurizado integral, de qualquer declaração de qualidade superior, já que tais qualidades estariam sendo antes apropriadas por um néctar contendo açúcar e feito com água e suco concentrado. Tampouco é aceitável que o rótulo frontal anuncie, em letras de grande dimensão, que é um produto SEM CONSERVANTES, e o rótulo lateral informe SEM CORANTES E SEM AROMAS ARTIFICIAIS, quando em letra minúscula, escondido no meio de informações sobre o endereço do fabricante, apenas para cumprir uma legislação que é também um simulacro, enfim confesse ter adicionado um acidulante, o ácido cítrico, além do aroma natural de laranja. Uma coisa é o suco ter um aroma natural da própria laranja e outra coisa, bem diferente, é o suco sofrer alguma adição de outros aromas, quimicamente naturais, mas não naturais da mesmíssima laranja que ali virou suco.

Figura 31 – Rótulo de suco de laranja da marca *Su Fresh* de Julho de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

Já na embalagem e rotulagem mais recentes, acima, e com validade até junho de 2017, o mesmo *Sufresh*, agora com novo rótulo, apresenta na face frontal uma avó idosa servindo, ao seu netinho, um copo de suco de laranja de “caixinha” que, nessa face frontal destaca conter o suco de 9 laranjas, cada uma com aproximadamente 141 gramas, integrando 65,9% do produto final. E enfatiza não conter conservadores químicos, embora contenha aromatizante, estabilizante, antioxidante e acidulante, que são declarados em letras bem miúdas, escondidas no meio de outras informações, longe do rótulo frontal, prevalecendo a mensagem que o suco é da vovó, que não tem aditivo químico, que é feito com capricho e que contém sim gominhos.

Não é diferente a situação de produtos similares, de outras marcas, como o *Laranja Caseira*, abaixo, na Figura 32, comercializado pela *Del Valle/Coca-Cola*. Note-se, por exemplo, a publicidade da *Del Valle*, na revista *Época*, edição de Julho de 2015. Ali, não tem avó, mas tem pai, mãe e cachorrinho. E, se não tem avó, tem sofá com um tecido em padrão *vintage*, lembrando toalhas de mesa das cozinhas de avós. E independentemente de observações que possam ser desqualificadas como juízos de valor, temos a frase atravessando, no topo, as duas páginas da revista: “*Finalmente um suco de laranja em caixinha que tem gosto de laranja e não de caixinha*”. Ou seja, um *SUCO*. Mas novamente não é suco, mas néctar, com água, açúcar e aditivos químicos estranhos à fruta. A palavra *SUCO* é então novamente repetida embaixo das imagens do anúncio, à direita, onde promete: “*o primeiro SUCO com gominho e com carinho*.”.

Figura 32 – Publicidade da *Del Valle*, na revista *Época*, edição de Julho de 2015.



Fonte: Acervo do LabConsS

Esta pesquisa logrou obter uma vasta e diversificada coleção de embalagens deste específico produto, cobrindo o período 2008-17. E a seguir são apresentados alguns aspectos desses rótulos, começando por apontar as modificações de ordem semiológica, como o padrão de fundo do rótulo, similar à uma toalha de mesa de almoço ou café da manhã. Nos dois rótulos abaixo, vemos pequenas alterações, ocorridas na transição dos proprietários da marca, que transita de *MAIS/Minute Maid* (junho de 2008) para *Del Valle/Coca-Cola* (dezembro de 2009).

Figura 33 – Rótulos do suco de laranja *Minute Maid* de junho de 2008 e *Del Valle* de dezembro de 2009.



Fonte: Acervo do LabConsS

Já os rótulos do período Junho de 2011 (data de fabricação) até Março de 2017 (data de validade), após uma relevante alteração gráfica em relação ao período anterior, não fez mais modificações, exceto de ordem semântica e seus desdobramentos bromatológicos. Por exemplo, onde antes, no rodapé da face frontal, destacava tratar-se de um NÉCTAR DE LARANJA, agora destaca conter 66% DE SUCO.

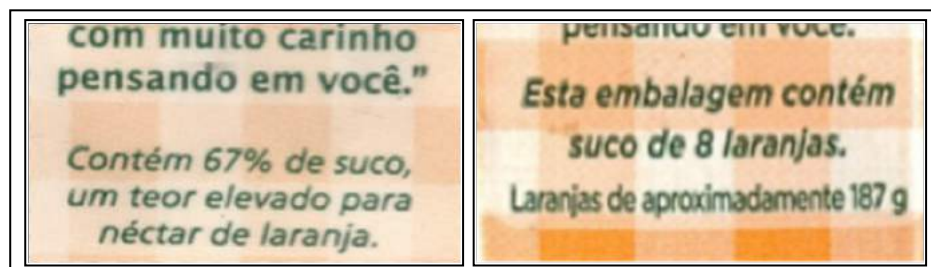
Figura 34 – Rótulos de suco de *Laranja Caseira del Valle* de Junho de 2011 e de Março de 2017.



Fonte: acervo do LabConsS

Merece registro que, desde 2011, o rótulo passou a informar que “*Esta embalagem contém suco de 8 laranjas*”, enquanto nos rótulos, de 2008 até 2011, conforme imagens abaixo, Figuras 35 até 40, dentre outros detalhes ali destacados, temos que, em vez de 66% informava, em letras minúsculas, conter 67%, argumentando “*um teor elevado para néctar de laranja*”. Ou seja, o teor de suco diminuiu enquanto o tamanho do anúncio aumentou, conforme exposto na Figura 35, a seguir:

Figura 35 – Detalhes sobre declaração de quantidade de laranja nos rótulos de suco de *Laranja Caseira del Valle* de Junho de 2011 e de Março de 2017.



Fonte: acervo do LabConsS

Uma das faces laterais do rótulo deste “*del Valle – Laranja Caseira*”, Figura 36, traz, desde pelo menos 2008, uma permanente ponderação que poderia ser classificada como um tipo de “*story telling*”, qual seja:

Sabe aquele suco de laranja fresquinha que você bebia em casa? A gente foi aprender com as mães essa receita com jeitinho de infância e trouxe para você Laranja Caseira, um néctar feito a partir de laranjas maduras especialmente selecionadas. Ele tem o sabor e os gominhos da laranja, com o aroma da fruta fresca e o aconchego do lar. Feito com muito carinho, pensando em você.

Figura 36 – Detalhes sobre *Story telling* no rótulo de suco de *Laranja Caseira del Valle* de Março de 2017.



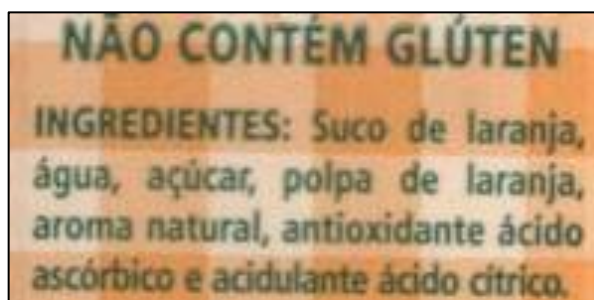
Fonte: acervo do LabConsS

Trata-se, visivelmente, de uma peroração muito similar àquela do néctar com gominhos da marca *Sufresh*, antes aqui já analisada. Ou seja, fala nas delícias do suco que serão asseguradas pelo néctar que não é suco, fala em fresquinhas, em infância, em receita caseira, como se para suco fresco alguma receita caseira, exceto lavar a mão e espremer, houvesse.

O fato, repita-se, é que um suco industrializado não pode conter gominhos, pois estes seriam, até porque irregulares e insolúveis, um expressivo fator de instabilidades que ameaçam a preservação da qualidade do suco. Por isso, a principal diferença de textura, entre o suco caseiro e o suco industrializado é que este é homogêneo, sem fragmentos. Assim, a inserção de simulacro de gominhos é a alternativa imaginada para mascarar o simulacro de suco, como se já não bastassem aromatizantes, ácido orgânico e óleos essenciais.

As modificações observadas na listagem de ingredientes, presente na face lateral dos rótulos, Figura 37 abaixo, demonstram irrefutavelmente a liquefação da identidade, evento que transcorre submerso na hiper-realidade provocada pela saturação de imagens e palavras em todas as faces dos rótulos, muitas alegações e escassas informações.

Figura 37 – Listagem de ingredientes no néctar *del Valle* nos rótulos do período 2008-11.



Fonte: acervo do LabConsS

A imagem, imediatamente acima, na Figura 37, traz a listagem de ingredientes no néctar “del Valle” nos rótulos do período 2008-11. Nota-se que o principal ingrediente era SUCO DE LARANJA. Já a partir de 2012, onde estava o ingrediente “*polpa de laranja*” aparece o ingrediente *células de laranja*, sem que seja possível compreender se o ingrediente passou a ser outro, ou se é o mesmo ingrediente que passou a ter outra denominação.

Figura 38 – Listagem de ingredientes no néctar *del Valle* nos rótulos do ano de 2012.



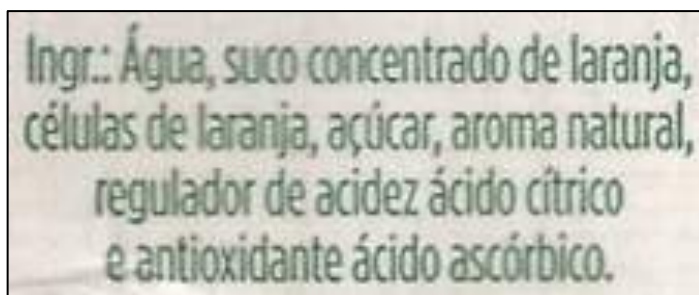
Fonte: acervo do LabConsS

No rótulo de 2014 observa-se que, na lista, o primeiro e, portanto, principal ingrediente já não é mais o “suco de laranja”, mas água. E isso porque o néctar passou a ser feito “do concentrado”. Ao contrário do que a pesquisa apontou para rótulos norte-americanos, esses detalhes simplesmente inexistem no rótulo deste produto, onde alterações na composição e identidade transcorrem sem que nada seja minimamente informado ao consumidor.

Um contraste que desperta atenção é o alerta NÃO CONTÉM GLÚTEN, em negrito e fonte com dimensões muito superiores ao da lista de ingredientes (Figura 38). Ou seja, os atos regulatórios concedem prioridade a informar não o que contém, mas o que não contém. E isso

é corroborado pelo destaque no rótulo frontal de muitas marcas de sucos, néctares e bebidas, novamente para rotular o que não contém: NÃO CONTÉM CONSERVANTES. E isto, repita-se, não é sinônimo para “não contém aditivos”, embora pareça querer forçar essa mensagem falsa.

Figura 39 – Listagem de ingredientes no néctar *del Valle* em rótulo do ano de 2014.



Fonte: acervo do LabConsS

Por fim, e a exemplo do que foi aqui demonstrado para outras marcas, também o *del Valle – Laranja Caseira* (e notemos que não é Caseiro, de suco, mas Caseira, de laranja, como se alguma laranja caseira houvesse), apresenta, ao longo do tempo, variações inexplicáveis na composição química.

O teor proteico, por exemplo, que no rótulo de 2017 consta como 0,9 gramas por copo de 200 mililitros, era zero no rótulo de 2008, sendo que, no rótulo de 2012, explicitava por extenso que: “Não contém quantidade significativa de proteínas (...)”.

O valor energético, de 2008 para 2017, caiu de 108 kcal para 103 kcal por copo de 200 mL, enquanto o teor de carboidratos caiu de 26 para 23 gramas por copo. E, no rodapé, em vez de carboidratos, informa que são 23 gramas de açúcares, fazendo, portanto, uso de terminologias diferentes para informar uma mesma propriedade, no mesmo rótulo, em nada contribuindo para a compreensão de consumidores. Ademais, se os açúcares são carboidratos, não são necessariamente açúcares os carboidratos, não cabendo então usá-los como sinônimos que bromatologicamente não são.

Causa estranhamento, que o teor de vitamina C seja permanentemente não informado, embora seja uma importante vitamina do suco de laranja, limitando-se a cumprir a legislação, a qual não obriga incluir esse nutriente na tabela de informação nutricional. A imagem a seguir, Figura 40, com as tabelas de anos diferentes, comprovam, reafirmam e ilustram as afirmativas destes últimos três parágrafos.

Figura 40 – Tabelas de Informação Nutricional do néctar *del Valle* nos rótulos dos anos de 2008 e 2017.

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL Porção de 200 ml (1 copo)		
Quantidade por porção		%VD (*)
Valor energético	107 kcal = 449 kJ	5
Carboidratos	26 g	9
Sódio	8,6 mg	0
Não contém quantidade significativa de proteínas, gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras <i>trans</i> e fibra alimentar.		
(*) % Valores Diários com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas.		

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL Porção de 200 ml (1 copo)		
Quantidade por porção		%VD (*)
Valor energético	103 kcal = 434 kJ	5
Carboidratos	23 g	8
Proteínas	0,9 g	1
Sódio	9,8 mg	0
Não contém quantidade significativa de gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras <i>trans</i> e fibra alimentar.		

Fonte: Acervo do LabConsS

Também pós artificiais para refresco, como é o caso do tradicional produto da marca *Tang*, anuncia que “SOMOS FEITOS EM CASA” – como sinónimo de “somos diluídos em casa” - e, nas campanhas publicitárias, faz uso de imagem de cenário familiar, todos fazendo refeição juntos na cozinha, com uma jarra de vidro sobre a mesa.

Figura 41 – Anúncio publicitário do produto *Tang* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Já a marca *Do Bem*, embora seja suco - que informa ser do tipo “integral”, ou seja, não é feito de concentrado congelado - igualmente, como aqueles néctares, faz uso da chamada “com gominhos”. E constitui mais um exemplo de como, para um consumidor, mesmo se diferenciado, participativo, mesmo se atento às informações dos rótulos, mesmo se estudioso do assunto, é improvável que consiga perceber e compreender a identidade dos produtos ofertados.

Trata-se de um exemplo bem ilustrativo da liquefação das identidades, da hiper-realidade que assassina a “realidade”, do uso das palavras em vez do uso de laranjas. A alegação “contém gominhos” termina se sobrepondo à informação sobre a identidade básica, ou seja, se é suco integral, se é suco reconstituído, se é néctar, se é refresco.

Figura 42 – Rótulos de suco de “Laranja Integral com Gominhos *do Bem*”, de Maio de 2013.



Fonte: Acervo do LabConsS

Acima, na Figura 42, temos um rótulo do Suco de Laranja Integral com gominhos da marca *Do Bem*, de Maio de 2013. Compará-lo com o rótulo a seguir, Figura 43, da mesma marca, mas de Outubro de 2015, evidencia alguns aspectos bem ilustrativos.

O teor de vitamina, segundo a tabela exposta no rótulo, permanece igual. Já o teor proteico teria subido, inexplicavelmente, de zero para 1,40 g por cada copo de 200 mL. Mais inexplicável é a redução do teor de carboidratos, de 21 para 20 g enquanto, paradoxalmente, o valor energético não acompanha essa redução e, pelo contrário, até se eleva de 84 para 85 kcal por 200 mL.

Pede atenção também a informação sobre quais seriam os ingredientes do suco. Enquanto o primeiro informa conter apenas “suco de laranja integral”, o mais recente informa “Suco de laranja integral com células de laranja”. Novamente temos de retornar à problemática identitária desses tais gominhos. De um lado, são denominados “gominhos” no rótulo frontal e, de outro lado, são denominados como “células de laranja” na lista de ingredientes. Ou seja, o fabricante assume uma terminologia, em negrito e larga dimensão, no rótulo frontal, mas adota outra terminologia no rótulo lateral, em letras minúsculas, um

precioso achado se estamos pesquisando com base em referenciais teóricos baseados nas contribuições de Bauman e Baudrillard.

Figura 43 – Rótulos de suco de “Laranja Integral com Gominhos do Bem”, de Outubro de 2015.



Fonte: Acervo do LabConsS

O fato é que o fenômeno não se limita a isso de terminologia e semântica, pois também a construção do fraseado não ajuda a enxergar a identidade ou origem dessas “células”. Notemos a afirmativa “suco com células” e busquemos identificar, mediante um exercício de imaginação, que gominhos enfim poderiam ser esses. A primeira indagação poderia ser sobre a peneira adotada na industrialização do “suco do Bem” sem gominhos, em relação à peneira do suco com gominhos. Seria acaso, este último, não peneirado? Ou teria uma peneira cuja tela dispõe de malhas com aberturas maiores, assim permitindo a passagem dos gominhos? A resposta é que se as células, os gominhos, são naturais no suco de laranja, e se os gominhos vêm junto com o líquido extraído, então não há motivo para escrever “suco com células”, deixando para o suco coado, o suco que foge da naturalidade, se apresentar como “suco sem células” ou “suco coado”.

Uma outra interpretação, para o termo “suco com células” seria que células foram adicionadas ao suco “coado”. Nesse caso, se as células são um ingrediente a mais, não é razoável a presença da proposição “com”, ao menos na lista de ingredientes, devendo haver uma vírgula separando - ou a conjunção “e” conjugando - esses dois ingredientes, se como dois, individualizados, eles venham para a formulação, se dois eles são, suco e *células prensadas*.

Por fim, se “células” é um ingrediente, um adicionado, um ingrediente adicionado ao “suco coado”, independente e externo ao suco ali coado, então esse ingrediente deveria ter uma definição, um padrão particular, próprio, de identidade e qualidade. E isso porque uma coisa são as células próprias, que saíam juntas com o suco de uma laranja para dentro da embalagem; e outra coisa, muito diferente, seria buscar-se - de anteriores frutas, de onde antes extraiu-se outro suco - o bagaço, então já ressecado pela extração severa, uma farinha desse bagaço prensado, para devolver ao suco. Ademais, é aproximadamente isso que se faz com os outros ingredientes presentes em várias marcas de bebidas, onde óleos essenciais e substâncias aromáticas, naturais da laranja, voláteis, são recuperadas do vapor resultante do aquecimento do suco, para posterior reposição.

Isto poderia ser de menor importância, não fosse a presença de gominhos adicionados ter o falseamento por finalidade, usados para emprestar, à bebida, uma aparência - como enfatizam os rótulos - de sucos de laranjas frescas, produzidos igual aos sucos caseiros, com o carinho de avós. A informação que falta, e que os rótulos não trazem, é como é que, no suco industrializado, os gominhos não decantam, não sobrenadam, não se separam da parte líquida, como transcorre nos sucos das avós, se eles ficarem por alguns minutos dentro da jarra ou do copo, enquanto na caixinha parecem permanecer perfeitamente em suspensão, durante meses.

Identidade, portanto, não é um problema apenas dos objetos “suco” e “néctar”, mas também dos demais termos que terminam sendo trazidos para a rotulagem, como “caseiro”, “gominhos”, “células”, “polpa”, “carinho”, “receita” etc.

Qual a identidade, por exemplo, de um “suco caseiro”? Se o conceito pretendido é que a bebida não traria nenhum ingrediente que não seja “caseiro”, então não faz sentido, já que não é com aqueles aditivos que as avós preparam sucos para seus netos. E receita – como espremer suco não tem receita - não é recurso que se aplique, ou prescreva, nos lares ou bares, no preparo culinário de sucos de laranja. Tampouco parece possível uma definição para “fabricação com carinho”, pois o carinho da avó não é direcionado ao suco, mas ao neto, enquanto as máquinas industriais focam estritamente no suco, sendo inimaginável, exceto como “rolando lero”, que e como tais máquinas acariciam as frutas, endereçando posterior carinho aos netos.

É certo que, nos Estados Unidos da América, como vimos, há rótulos anunciando um perfil *Home Style* para suco de laranja industrializado. Mas uma coisa é fabricar no *estilo caseiro*, outra muito diferente é afirmar que o suco é “caseiro”. Aliás, o rótulo do suco *del Valle* nem fala que é o suco que é “caseiro”, mas que a laranja, ela, é que é recatadamente “caseira”

O suco *Home Style*, cabe repetir, é um suco integral e não um suco rediluído de algum concentrado congelado, que sofreu altas temperaturas e processos para evaporação, antes de voltar a receber água, nunca da laranja, para uma reconstituição, que é o caso do nosso *del Valle* aqui analisado a partir de sua rotulagem. Ademais, o estilo é caseiro porque não contém nenhum outro ingrediente, nem açúcar, nem mesmo células ou gominhos adicionados.

Muitas outras são as coisas que podem ser também feitas com as palavras, no entorno da construção e percepção sobre sucos e bebidas de frutas, para além das substâncias da laranja e seus simulacros. Na sequência, por exemplo, o foco estará na origem, já não “caseira”, do suco, mas na origem das frutas que serão transformadas em suco, palavras como “da roça”, da “fazenda” etc.

5.2.3 *Orgânico, Bio, da Fazenda, da Toca, Ecológico: identidades “vintage”*

No Brasil, bem como no Exterior, não são raros os sucos de laranja rotulados como “orgânicos”. Abaixo, vemos rótulos de produto norte-americano, da marca *Juniper Valley* e de produto inglês, da marca *Tesco*, este último sendo produzido mediante diluição de suco concentrado.

Figura 44 – A) Rótulo de suco de laranja orgânico, da marca *Juniper Valley*, dos EEUU, (s.d.) e B) suco orgânico da marca *Tesco*, da Inglaterra (s.d.)



Fonte: Acervo LabConsS

O termo “Orgânico” vem sendo usado como palavra isolada, embora seja óbvio que, semanticamente, quimicamente, toda e qualquer laranja é, não inorgânica, mas sempre

orgânica. “Organicamente cultivadas” seria um termo mais próximo da realidade, mas não é assim que a “informação” é escrita nos rótulos, como vemos nos exemplos aqui estampados.

Se o termo “orgânico” confere uma especial qualificação ao produto, então a permissão para seu emprego deveria ser melhor regulada pois, já de saída, vemos que os dois casos acima – nas figuras 44A e 44B - não são exatamente iguais, embora igualmente rotulados como “orgânicos”. Ou seja, um dos orgânicos, o da marca “Tesco”, é produzido a partir da diluição de suco concentrado, e isso talvez não seja exatamente o que um consumidor comum possa entender como “alimento orgânico”. Com essa conduta, as duas marcas buscam se diferenciar, para melhor, das outras marcas concorrentes, mas não se diferenciam uma da outra, embora diferentes.

Ao estampar, no rótulo, o termo “orgânico”, um fabricante, cabe aqui insistir, está buscando se diferenciar das marcas concorrentes, emprestando ao seu produto uma aparência de qualidade superior. Porém, a diferenciação na etapa agrícola não se manteve na etapa de processamento e embalagem. E seria razoável se isto estivesse melhor declarado ao consumidor que, ao adquirir um alimento orgânico, talvez espere estar adquirindo um alimento não apenas elaborado com uma fruta cultivada com agricultura orgânica, mas também elaborado sem aditivos ou contaminantes.

Esse paroxismo fica melhor evidenciado no rótulo da marca brasileira *Native*, cujo rótulo está apresentado abaixo. Se no rótulo frontal destaca o termo “ORGÂNICO”, no rótulo posterior, em letras pequenas, no interior de uma listagem de ingredientes, confessa conter “mais que 95%” de ingredientes orgânicos.

Figura 45 – Rótulo de suco de laranja orgânico, da marca *Native*, de Janeiro de 2016.



Fonte: Acervo do LabConsS

Persistindo aqui nesse raciocínio analítico, mas agora por outra linha, consideremos que cerca de 90% é água. E desprezemos o fato que a água não é *orgânica* e a consideremos

como orgânica sendo. Sobrariam 10 % de sólidos solúveis, principalmente carboidratos, já que o rótulo informa conter 9,5 gramas destes e um total de 40,5 kcal por cada 100 mililitros da bebida. Se cada grama de carboidrato fornece 4 kcal, então, 38 kcal advém dos carboidratos. O suco não pode, portanto, ter muito mais que um grama de outros sólidos solúveis além dos 9,5 gramas de açúcares declarados, já que esses outros sólidos contribuem com apenas 2,5 kcal. Se tal parte fosse gordura, teríamos mais 0,3 gramas de gordura. Se proteína, 0,6 g. Em suma, embora o rótulo não declare quanto tem de água, sabe-se, por meio deste raciocínio composicional-energético, que o teor de água é no mínimo 89,5 mL/100 mL. E, enfim, sabemos que o teor de outros ingredientes totaliza algo na casa dos 10 %. Portanto, como o rótulo afirma que 95 % dos ingredientes são orgânicos, e sabemos que os ingredientes totalizam 10 g/100 mL, conclui-se que cerca de 5 das 100 gramas seriam orgânicas, o que é paradoxal, se contém 9,5% de açúcar orgânico.

Por outro lado, se tratar-se apenas de má redação, sendo que não são 95% os ingredientes que são orgânicos, mas apenas um único dos cinco ingredientes, o suco de laranja, então apenas isso deveria estar rotulado, sem aquilo de percentuais que levam ao hiper-real. O suco não é orgânico, contém substâncias não orgânicas, aditivos não orgânicos, água que não é das laranjas orgânicas. A descrição apropriada seria simplesmente: “Suco Reconstituído de Laranjas Orgânicas”.

Embora a bibliografia ainda não ofereça dados sobre a percepção pública em relação sobre essas organicidades identitárias de um suco de laranja orgânico, é insustentável abraçar o conceito de “Suco Orgânico” quando, reconhecidamente, 5% dos ingredientes não são “orgânicos” e, pior ainda, se esses tais 5% são aditivos. É que se de uma laranja orgânica se espera uma fruta sem resíduos químicos, então, de um suco orgânico, se espera uma bebida sem aditivos. Ademais, o percentual 5% também não é correto, pois mais de 85% do produto é a água que foi adicionada ao suco concentrado e, então, essa água não é orgânica, nem veio das laranjas orgânicas. Ou seja, de laranjas orgânicas, aquele produto deve ter um pouco menos de 12%.

Essa linha desviante se repete em outras marcas. Vemos, na Figura 46, o rótulo da marca *Fazenda da Toca*, que se identifica como “Suco de Laranja Orgânico”. Ora, uma coisa é um suco de laranjas organicamente cultivadas; e outra coisa muito diferente é um suco orgânico de laranjas. Qual a definição para “suco orgânico”? E esta necessária indagação não encontra resposta ou amparo na legislação.

Figura 46 – A) Rótulo de suco de laranja orgânico (s.d.); B) Anúncio publicitário do suco da "Toca – orgânico" em folheto do Supermercado Zona Sul (RJ), da marca "da Toca" (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Este não é, porém, um fenômeno exclusivo da identidade e rotulagem de sucos de laranja, sendo observável de forma generalizada, em todos os demais produtos, em todas as demais legislações governamentais. Dentre incontáveis “cases”, temos o da identidade, por exemplo, do pickles, em suas modalidades “pickles natural” e “pickles fermentado”.

Observemos a definição que o Ministério da Saúde estabelece para “pickles natural”, ao afirmar, em resolução da CNNPA¹⁴⁶, que: “Quanto ao tipo de preparação, *Natural* é aquele preparado com frutos e hortaliças sem fermentação natural prévia”. Ou seja, para o Ministério da Saúde, *natural* - e rotulado então como *natural* - é aquele que não tem fermentação natural, mas apenas adição de vinagre, muito provavelmente nem isso, mas um simulacro do vinagre, o “agrin”, um tipo de vinagre artificial, naturalmente liberado pelas agências regulatórias, para ser vendido com embalagens, rótulos e marcas análogas ao vinagre.

Já para o pickles fermentado “naturalmente”, o Ministério da Saúde estabelece que deve ser rotulado, não como natural que naturalmente é, mas pejorativamente rotulado como “fermentado”. Ora, muito mais natural seria se, bromatológica e semanticamente, as classificações fossem “fermentação natural” para o pickles fermentado, e “acidificado artificialmente” para aquele que sofre adição de vinagre, para mimetizar a acidez natural.

A classificação de sucos de frutas é, porém, ainda mais complexa. E agravada quando se multiplicam os conceitos e as terminologias livremente imaginadas, adotadas e rotuladas, pelos fabricantes. Na Figura 47, temos o exemplo de uma outra denominação, adotada pela

¹⁴⁶ Resolução - CNNPA nº 14, de 15 de julho de 1977 que estabelece as características mínimas de identidade e qualidade para pickles. Disponível em: http://www.anvisa.gov.br/anvisa/legis/resol/14_77.htm. Acessado em 12 Maio 2017.

marca *Ecocitrus*, para suco de tangerina, onde em vez de “orgânico”, rotula-se como o termo “ecológico”:

Figura 47 – Rótulo de suco de tangerina “ecológico” da marca *Ecocitrus* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Não é raro, ainda, que em vez do termo “orgânico”, rótulos adotem o termo “Bio”. Ou inclua esse termo dentro da própria denominação da marca, como é o caso do suco Bionative (Figura 48), que surgiu como uma marca própria da então rede Sendas de supermercados, que além de doce de leite, de abóbora e geleias, incluía também o suco de laranja¹⁴⁷.

Figura 48 – Rótulo de suco de laranja orgânico da marca *Bionative* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

¹⁴⁷ “Alimentos orgânicos conquistam consumidor”, reportagem publicada pelo jornal O Globo, edição de 17 maio 2003. Disponível em: <http://www.agrisustentavel.com/san/conquista.htm> Acessado em 21 Abril 2017.

Consumidores comuns poderiam subentender tratar-se de laranjas produzidas mediante agricultura biológica, não apenas isenta de agrotóxicos e adubos químicos, mas também usuária de técnicas de equilíbrio ecológico, com insetos e microrganismos empregados para combater os insetos daninhos. E isso não seria verdadeiro.

5.2.4 Autenticidades, falsidades ideológicas e o conceito de “Premium”

Caixinhas opacas e garrafas transparentes são duas tipologias hegemônicas de embalagens para sucos. As garrafas transparentes, de vidro, são geralmente eleitas pelos fabricantes de sucos de padrão “premium” (Figura 49). Ou seja, sucos anunciados como “orgânicos”, sucos integrais, sucos sem adição de água, açúcar ou ingredientes e aditivos outros. Mas embalagens de plástico, transparentes, são também muito adotadas por refrescos artificiais de laranja. Dada a dificuldade - seja pela complexidade das informações obscuras, seja pelo pouco esforço do consumidor para decifrar tais informações - um indicador preliminar, imediato, automático, da qualidade do suco é seu preço. E os sucos atualmente embalados em vidro têm, em geral, padrões e preços elevados, como os da marca Suco&Só, na Figura 49, abaixo:

Figura 49 – Rótulo do suco de laranja da marca *Suco&Só*, de março de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

O suco *Maisa*, de caju, por exemplo, na Figura 50, anunciava que visivelmente era possível constatar que havia muito mais caju, dentro de suas garrafas, que dentro das garrafas

das marcas concorrentes, conforme ilustrado no anúncio publicitário a seguir¹⁴⁸, com o slogan “Maísa tá assim de caju”:

Figura 50 – Anúncio publicitário em revista provavelmente do início dos anos oitenta.



Fonte: Acervo do LabConsS

Esse entendimento é, porém, controverso, pois uma correlação com o suco de maçã, em mercados mais desenvolvidos, apontaria que alta qualidade é aquela onde, no suco, não há fragmentos, sedimentos, resíduos de cascas, sementes, caroços, celulose, protopectina. Para obter aquele suco translúcido, usam-se enzimas hidrolíticas - que reduzem por hidrólise em moléculas menores e então solúveis as moléculas maiores - ou também aplicando processos físicos, como a centrifugação.

Esse mesmo discurso é igualmente praticado por uma marca concorrente, o suco Jandaia, de caju, que no rótulo frontal destaca “ALTO TEOR DE POLPA” (Figura 51). Mas aquilo decantado, insolúvel, que enxergamos dentro das garrafas, não pode ser definido como polpa. É que há frutas que oferecem polpas, como goiaba, manga, mamão, morango, pêsego que então podem ser diluídas em água, com ou sem adição de açúcar, para se transformar em uma bebida. Não é o caso da laranja, do limão, do caju, da maçã, que têm altos teores de líquido passível de extração, propiciando não polpa a ser diluída, mas suco propriamente dito.

¹⁴⁸ Anúncio publicitário em revista supostamente do início dos anos oitenta.

Para isto ficar ainda mais claro, imagine-se um caju sendo colocado na boca. A fruta será mastigada, espremida, e o líquido, que é suco, será extraído e ingerido, enquanto o resíduo sólido será, em geral, expelido, porque suco não é, polpa não é. Diferente transcorre quando, na boca, colocamos um morango, um pedaço de mamão, goiaba ou pêssego, que será mastigado até se tornar polpa e, aí sim, ser como polpa ingerido. O caju, portanto, tem suco, mas não tem exatamente polpa; e aquilo que enxergamos dentro da garrafa é um bom indicativo de que o suco veio de caju natural, mas não é indicativo de que o suco é de alta qualidade, pois quanto mais resíduos sólidos estiverem presentes, menor a fração presente de suco puro.

Esse excesso de informações truncadas, manipuladas, contraditórias, associadas com imagens, novamente acarreta o fenômeno apontado por Baudrillard, o hiper-real que assassina a realidade, substituindo-a por simulacros. Temos, então, simulacros de sucos, simulacros de polpa, simulacros de rótulos.

Figura 51 – Suco de caju Jandaia com “alto teor de polpa”



Fonte: Acervo do LabConsS

No entanto, em mercados assolados por bebidas parcial ou totalmente artificiais, que se anunciam como naturais, integrais, feitas de fruta - iguais às caseiras feitas pelas avós - é compreensível que os que fazem sucos a partir de frutas procurem outras narrativas, inclusive semióticas, de persuasão. E, como podemos observar com os exemplos aqui já expostos, embora sendo bebidas feitas de fruta, artificializam a narrativa da mesma maneira que artificializam o discurso as bebidas artificiais. Caso exemplar é da “autêntica *naranjada*”, abaixo, na Figura 52:

Figura 52 – Rótulo da *naranjada Bonafina*, de Novembro de 2016



Fonte: Acervo do LabConsS

Bonafina se apresenta como “uma autêntica laranjada”, mas não é elaborada com autênticas laranjas, conforme pode ser facilmente observado na listagem de ingredientes apresentada no rótulo lateral da embalagem. Não contém sequer alguma pequena fração de suco ou de concentrado de suco. Seus ingredientes, basta ler para saber, são água, açúcar e aromas, junto com espessantes e corantes, que não permitiram mimetizar um suco, mas mimetizam algum néctar, que aqui, obviamente, agora já não convém denominar como néctar, sendo então “laranjada”.

Orangeade - definido pelo *Cambridge Dictionary*¹⁴⁹ como “a fizzy sweet drink (with bubbles), that tastes like orange” (Reino Unido) ou como “a drink that tastes like oranges, made by adding water to very strong, sweet orange juice” (EUA) - é um termo adotado para bebidas com sabor laranja, feitas de água, suco de laranja, algumas vezes adoçadas.

A *Orangeade* exposta na Figura 53, da marca *Minute Maid*, por exemplo, e contendo 12,5% de açúcares, lista como ingredientes: água pura filtrada, xarope de milho com alto teor de frutose, suco de laranja do concentrado (menos de 5%), aromas naturais, ácido cítrico adicionado como acidulante e também corantes cúrcuma (*turmeric*) e urucum (*annatto*). Trata-se de um refresco, como muitos comercializados no Brasil, apenas que os norte-americanos são de laranja, menos artificializados portanto que os brasileiros.

¹⁴⁹ Disponível em: <http://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/orangeade> Acessado em 12 Junho 2017.

Figura 53 – Rótulos de “Orangeade” da marca Minute Maid (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

No Brasil, o termo *laranjada* não é usual em bebidas industrializadas de laranja, embora o termo *limonada* o seja, conforme pode ser observado na coleção de imagens abaixo (Figura 54), com bebidas da marca *Su@fresh*. Se, de um lado, denomina como “Limonada” a bebida a partir de suco de limão e água, de outro lado não usa o termo “laranjada”, mas sim “néctar”, quando é de laranja, e não de limão, o suco diluído e adoçado.

Figura 54 – Embalagens de “limonada” e néctar de Laranja da marca *Su@fresh* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

A exemplo da marca “Estilo +”¹⁵⁰, também a marca “do Bem”, ambas na Figura 55, a seguir, lançou uma “limonada”, complementando sua coleção de sucos de laranja, tangerina, maçã, abacaxi com hortelã etc. Mas procurou explicar, no rótulo, com muita ênfase, esta iniciativa de produzir uma bebida contendo água e açúcar, o que é negado e destacado, como “valor”, em seus outros produtos:

Nosso produtor de laranjas nos fez uma proposta irrecusável: ‘Tenho limões fantásticos em minha fazenda! Vai ser a bebida mais refrescante da do bem!’. Nós até tentamos falar que nossos sucos não levam adição de açúcar e água. Mas ele nos dobrou, mostrando a delícia que é uma limonada geladinha, feita com um puro sumo de limões selecionados, água e açúcar. OK! Se vai ser bom para você, vai ser bom para a do bem. Mas também é só o que você vai encontrar nessa caixinha. Nada de química, apenas produtos naturalmente selecionados para sua praticidade, seu bom gosto e sua sede.

Figura 55 – Limonadas das marcas *do Bem* e *Estilo* de abril de 2017



Fonte: Acervo do LabConsS

A marca *del Valle*, da empresa *Coca-Cola*, preferiu criar um trocadilho e denominar não de limonada, mas de *Limão&Nada*, destacando que é uma bebida “com fruta e nada de conservantes”, conforme observa-se no material publicitário exposto abaixo, na Figura 56.

¹⁵⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/beba.estilo/photos/a.639455969591034.1073741828.600009750202323/677419795794651/?type=3&theater>. Acessado em 12 Junho 2017.

Figura 56 – Anúncio publicitário da bebida *Limão&Nada*, de abril de 2017.



Fonte: acervo do LabConsS

Dentre as muitas palavras e denominações que são colocados nos rótulos, não para informar - porque nenhuma identidade informativa têm - mas para tentar fazer a promoção sem fundamentos do produto, uma palavra muito comumente usada é a “*Premium*”, que expressaria uma “Qualificação especial e superior”. Indaga-se, então: mas superior a quê? Superior a um outro tipo de produto da mesma marca? Haveria acaso uma margarina *Qualy*, ou *Doriana*, feita de óleo de soja transgênica e uma outra *Qualy*, rotulada como *Premium*, que seria feita hidrogenando óleo de canola ou de girassol? Ou, indaga-se ainda, seria “*Premium*” porque superior aos produtos de algumas outras marcas?

Seja a indagação que for feita, seja a resposta que for oferecida, falaciosa ou não, parece pouco razoável que, como vemos nas imagens a seguir, algum néctar pudesse ousar trazer, em seu rótulo, esse destaque “*Premium*”.

Um Néctar, para ser “*Premium*” deveria oferecer que qualidade especial? Ter um percentual de suco mais elevado que os sucos da concorrência? Usar tipologia de suco de laranja de valor comercial maior? Ter um percentual de suco superior a 80%? Onde isto está contratualizado, definido, regulado? O pior, porém, é que se procurarmos, nesses rótulos, algo que inspire ou justifique essa autotransclassificação como “*Premium*”, não a encontraremos. E *Premium* mostra-se, assim, um termo muito igual a algum outro como “Muito gostoso”, “Muito Saudável”, “Beba que faz bem”, qualquer coisa que qualquer vendedor imagine que seja positivo emprestar ao seu processo de promoção e vendas, já que o que como um rótulo vem sendo definido, a isso tem se prestado, sem limites.

Figura 57 – Sucos de laranja das marcas *Minute Maid*, *Tropicana* e *da Fruta* que se rotulam “Premium (s.d.)”



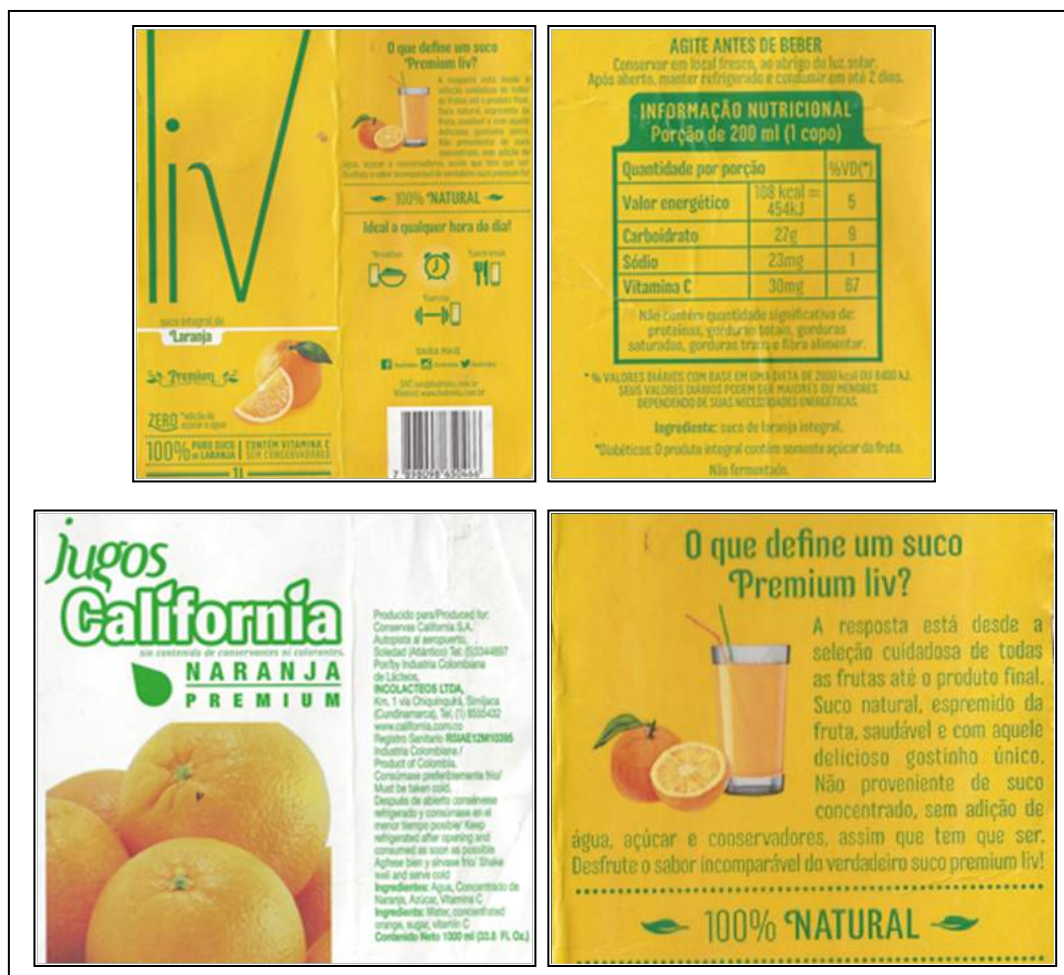
Fonte: Acervo do LabConsS

O termo “Premium” é também encontrado em outros países, como este da *Minute Maid*, na Figura 57, acima, coletado dentre vários outros, também “Premium”, no mercado norte-americano, que destaca ser uma “Premium Choice”, uma alternativa “Premium”. Vai ser visto, por exemplo, em sucos integrais, que não são feitos a partir do concentrado congelado. Mas então é uma informação sobre a diferenciação qualitativa do produto ali embalado, e não uma mera ação promotora de vendas, vazia de significado bromatológico. Não é diferente o que transcorre com o suco da marca *Jugos California*, abaixo, na Figura 58.

Em todos os sucos de laranja rotulados como *Premium* ou *Pure Premium*, nos Estados Unidos, disponíveis no acervo do LabConsS, o produto era um suco integral, sem outros ingredientes que não suco fresco, nunca sequer composto apenas de suco concentrado rediluído. Já a amostra encontrada, de uma marca brasileira, que se auto rotula como Premium, que é o “*da fruta*” (Figura 57), trata-se não de um suco, mas um néctar. E, néctar, certamente, não é um produto *Premium*, a menos que se acreditasse possível comercializar néctares “Premium” e “não Premium” mas, ainda assim, ainda que no restrito universo dos néctares, a marca “*da fruta*” não poderia ser considerada como um “néctar premium”, se elaborado a partir do concentrado, se com teor de suco não declarado, se com teor de vitamina C inferior ao das marcas que não estão rotulando como “Premium”.

Ainda na Figura 58 temos sucos nacionais, da marca *LIV*, que se anunciam como *Premium*, mas são suco, ao contrário de outros que são apenas néctares mas se dizem *Premium*, conforme aqui apontado para outras marcas em outras Figuras.

Figura 58 – Sucos das marcas *Liv* e *California* rotulados como “Premium” (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

O que se observa, nos rótulos analisados, é que os néctares buscam uma infinidade de termos para obstar a percepção de que suco não é, mas uma “laranjada”, onde a laranja não apenas está em teor escasso, mas muitas vezes artificializada. Nessa tentativa, a legislação acaba permitindo de tudo, imagens e terminologias como *Caseiro*, *Caseira*, *Gominhos*, *Premium*, *Avós*, *Netinhos* etc. Se é certo que não é simples estabelecer atos regulatórios para tão diversificada variedade de bebidas, é porém também certo que seria muito fácil regular ou vetar o emprego de qualquer designação, símbolo e imagem indevida, esses recursos sempre presentes, sem qualquer controle ou critério, nos rótulos e propagandas de néctares e bebidas com sabor laranja.

Como temos até aqui observado, nas páginas anteriores, e prosseguiremos assistindo nas páginas subsequentes, é apenas mais uma demonstração de como as palavras são utilizadas no processo de rotulagem brasileiro, à margem de qualquer legislação ou cuidados minimamente preventivos de desvios e, então, quando no mercado um desvio é permitido ou tolerado, os concorrentes comerciais mostram-se forçados a fazer, defensivamente, o uso de recursos análogos.

Disso, poderíamos concluir que, quando as agências regulatórias permitem essa ocorrência em um ou dois produtos, são as agências, e não os fabricantes de alimentos, que estão provocando o festival de absurdos que ocorre na rotulagem e propaganda de alimentos brasileiros.

O descuido do Ministério da Saúde, assim como do MAPA, com o emprego de termos e palavras categorizantes, nos rótulos, é enorme e muito antigo. Trata-se de liberar, completamente, o emprego de termos classificatórios sem que a(s) classificação (ões) receba (m) definições. Um caso exemplar é a norma da CNNPA, do Conselho Nacional de Saúde, sobre o emprego de expressões superlativas de qualidade em açúcares refinados, tais como “super”, “superior”, “extra” e “especial”¹⁵¹.

Entende, o Ministério da Saúde que as indústrias podem, a seu próprio critério, utilizar qualquer uma dessas diferentes expressões nos rótulos, sempre que houver um máximo de impurezas de até 1%, ou seja, de substâncias que não sejam exatamente o açúcar sacarose, além de ser isento de ferro e resíduo mineral inferior a 0,2%.

Conclui-se, disso, que as autoridades sanitárias entendem que escrever, nos rótulos, palavras desse tipo – palavras díspares para expressar uma única exata e mesma coisa - têm a legítima razão propagandística, e que essas palavras, em vez de ser categorias distintas e classificadoras dos produtos, são apenas inofensivos termos auto-elogiativos, como delicioso, feito com carinho, da roça ou *Premium*.

Se alguma evidência dessa causalidade fosse ainda necessária, bastaria um retorno ao citado *Tang*, poucas páginas atrás. Se um pó artificial para refresco pode ser anunciado, em campanhas publicitárias, como “SOMOS FEITOS EM CASA”, fazendo-se acompanhar de fotos de “casa”, com almoço em família, com a jarra de *Tang* sobre a mesa de uma família saudável - nas dimensões todas da definição ampliada de Saúde - então, se um suco artificial pode anunciar isso, compreende-se, mas não se poderia tolerar, que os néctares anunciem

¹⁵¹ Resolução - CNNPA nº 18, de 1976. D.O 14/07/1976 Disponível em: http://www.anvisa.gov.br/anvisa/legis/resol/18_76.htm. Acessado em 12 Junho 2017.

vantagens muitíssimo maiores, ainda que, igualmente, tenham , depois, quase nada disso para entregar a quem, nisso crendo, os adquire e ingere.

5.2.5 Sucos em pó e pós para refresco: imagens e autenticidade

Um produto em forma de pó para, mediante adição de água, propiciar uma bebida com sabor de laranja, pode ter diversas e radicalmente diferentes identidades. Por exemplo, pode ser um suco desidratado por liofilização, contendo nada mais além de laranja pura.

Abaixo temos, como exemplo, na Figura 59, o produto da marca *Sun-Ripe*, que não é exatamente um suco em pó, embora a partir dele produzido. O principal ingrediente, em termos quantitativos, é suco de laranja liofilizado, com posterior adição de açúcar, goma metil-celulose, amido modificado, aromas naturais, corantes, ácido cítrico e ácido ascórbico (de forma a propiciar 50 mg de vitamina C por 100 mL quando reconstituído). Trata-se de produto que talvez já não esteja no mercado, pois aquela imagem é de uma embalagem *vintage*, anunciada para venda como antiguidade na *internet*¹⁵², com preço variando entre trinta e quarenta dólares.

Também abaixo, ainda na Figura 59, um outro exemplo é o *Orange Powder*, fabricado na China pela Lyphar Biotech¹⁵³. No entanto, não é comercializado como “suco em pó” e sim como ingrediente para emprego por outros fabricantes de alimentos.

Figura 59 – Suco de laranja em pó das marcas “Sun-Ripe” e “Lyphar Biotech”



Fonte: Acervo do LabConsS

No mercado brasileiro houve um produto com essa identidade – suco natural de laranja em pó - com a marca EBE, fabricado pela indústria VEPÊ, conforme observa-se em

¹⁵² Disponível em: <https://www.terapeak.com/worth/vintage-sun-ripe-freeze-dried-orange-mix/232179027707/> Acessado em 23 Junho 2017.

¹⁵³ Disponível em: http://www.lyphar.com/a/en/Plant_extracts/20170616/190.html, Acessado em 23 Junho 2017.

anúncio publicitário publicado em revista, supostamente na primeira metade dos anos 80, e apresentado abaixo, na Figura 60:

Figura 60 – Anúncio publicitário de suco desidratado da marca *EBE* (s.d.)

A LEI SÓ PERMITE QUE SE MOSTRE A FRUTA SE ISSO FOR CEM POR CENTO VERDADE

Suco Natural 100%
DE LARANJA DESIDRATADO ADOÇADO EBE

Você só vai encontrar fruta numa embalagem de suco em pó se o suco for cem por cento feito de fruta. Por isso, você só vai encontrar laranja no suco Ebe de laranja. Abacaxi, no suco Ebe de abacaxi. E uva, no suco Ebe de uva. Suco Ebe tem fruta na embalagem porque é o único em pó, cem por cento natural. Se você ainda duvida, ligue para o fabricante: 457-6966

Fonte: Acervo do LabConsS

O anúncio enfatiza que outros pós, para bebidas sabor laranja, estão proibidos de estampar, na rotulagem, imagens de fruta, exceto se esse produto concorrente, como seria o *EBE*, fosse 100% de fruta. Naquela mesma época, note-se, o rótulo do *Tang-Laranja* não exibia a fruta laranja em seu rótulo (Figura 61).

Figura 61 – Rótulo de pó para refresco da marca *Tang* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

No entanto, violando o espírito da legislação colocava, ao lado da jarra, a casca da laranja, bem como um ramo de folhas de laranjeira. Se o fabricante de refresco artificial fazia uso desta prática é porque, de alguma forma, a legislação deixou espaço para tal violação do conceito, bem como a fiscalização era igualmente permissiva, senão conivente.

Esse mesmo artifício era adotado pelas marcas concorrentes, conforme se observa nos rótulos do *Fresh* e do *Clic*, apresentados abaixo, na Figura 62, e ambos com o mesmo artifício de saturar o rótulo com folhas de laranjeira, ou até mesmo de inventar um copo que aparenta ser uma laranja ele mesmo.

Figura 62 – Rótulo de pós para refrescos da marcas *Fresh* e *Clic-Nestlé* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Então, se em um extremo, havia um suco em pó feito 100% de laranja com suco liofilizado, no outro extremo havia um pó inteiramente artificial, nada mais que uma quantia de açúcar misturada com aditivos químicos, artificialmente colorida e aromatizada, por trás de um rótulo com a palavra laranja em destaque e toda uma simbologia cítrica. Complementarmente, anúncios na TV apregoavam insistentemente o *slogan* “*Tang é igual ao suco das melhores laranjas*”.

Durante muitos anos o mercado brasileiro foi dominado por produtos com esse perfil, como é o caso principalmente do *Ki-Suco*, cujo anúncio sem data, mas provavelmente dos anos 60, apresenta-se abaixo¹⁵⁴, na Figura 63.

¹⁵⁴ Disponível em: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/ce/13/88/ce138854ff1df8c5494a4f702708434d.jpg>. Acessado em 24 Junho 2017.

Figura 63 – Rótulo de pó para refresco da marcas *Ki-Suco* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Merece atenção o fato de um produto, trazendo ostensivamente o vocábulo “suco” em seu nome de marca, o *Ki-Suco*, não ser um suco, não ter nem uma gota de suco, não conter nenhum ingrediente de fruta. Nos Estados Unidos, um produto muito similar, e com uma embalagem exatamente igual, com *layout*, fontes, cores, tudo similar ao *Ki-Suco* brasileiro, exposto na Figura 64, em nenhum espaço, de nenhuma forma, se refere ao vernáculo “Juice”, ou “suco” em inglês.

Figura 64 – Rótulos de pó para refrescos da marcas *Ki-Suco* e *Kool-Aid* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

A listagem de ingredientes, em ambos os produtos, é muito similar, incluindo substâncias como Aromatizante F.1, Corante C.II, Acidulante H.II e H.IV, Estabilizante ET.3 e Umectante U.III, no Brasil. Já nos Estados Unidos os ingredientes, também pela ordem, eram: Açúcar, Frutose, Ácido Cítrico como supridor de acidez, menos de 2% de ácido ascórbico (vitamina C), acetato de vitamina E (antioxidante), aromas natural e artificial, fosfato de cálcio como antiaglomerante, citrato de sódio como regulador de acidez, corantes artificiais “yellow 5, yellow 6, red 40 Lake, BHA (preservativo de frescor)”. Ou seja, os ingredientes são similares, mas a listagem não, já que nos EEUU os corantes são especificados, os demais aditivos estão também identificados e não apenas citada a sua categoria. Em suma, o mesmo produto oferece rotulagens bastante distintas nos EEUU e no Brasil, sendo aqui muito mais precária, muito mais poderosa na indução do consumidor a erro, bem mais ambígua no que tange à identidade.

Não pode deixar de ser registrado, conforme abaixo se evidencia, na Figura 65, que na listagem de ingredientes do *Ki-Suco*, em maiúsculas, em negrito, em fonte bem maior que todos os ingredientes, se destaca a alegação: **INGREDIENTES REGISTRADOS NO MINISTÉRIO DA SAÚDE**, o que assegura a ausência de riscos toxicológicos, com a chancela ministerial.

Figura 65 – Lista de Ingredientes do produto *Ki-Suco*, pó para refresco (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Na contemporaneidade, o mercado favorece o predomínio de um produto híbrido, que não é mais um pó 100% laranja, tampouco é um pó 0% laranja, mas formulações com diferentes percentuais de laranja em pó, sempre em largo destaque no rótulo frontal.

O mais usual, ao menos no mercado brasileiro, é que seja um híbrido dessas duas alternativas, ou seja, uma mimetização artificial de laranjada, onde se adiciona, compulsoriamente, alguma pequena quantidade de suco de laranja, por determinação expressa da legislação.

Figura 66 – Fragmento de anúncio publicitário do produto *Tang* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

A propaganda já não se contenta em falar “suco das melhores laranjas”, mas quer fazer uso também do termo “caseiro”, mesmo quando não é um suco, mesmo quando não é sequer um néctar, mesmo quando não fantasia adicionando farinha de bagaço denominando como “gominhos”.

A propaganda do pó artificial para refresco sabor a laranja enfatiza, repetidamente, largamente o “somos feitos em casa”, conforme observa-se na Figura 66, acima.

Nas redes sociais, no *website* do *youtube*¹⁵⁵, com a *internet*, acessa-se uma campanha massiva para diferenciar positivamente os pós para refresco dos refrigerantes e, abaixo, na Figura 67, temos alguns exemplos dos anúncios dessa campanha publicitária, envolvendo crianças e imagens de mães e famílias.

Por um certo ângulo, é razoável, na medida que seu referencial, seu concorrente comercial principal, já não é o suco de laranja, mas o refrigerante. Ou seja, ao contrário do refrigerante, que vem pronto para beber, dentro de uma lata ou garrafa, o pó para refresco é diluído em casa, com água da casa, dentro de uma jarra caseira. Em outras palavras, seria algo como “não somos suco mas, como o suco, e ao contrário do refrigerante que você não sabe onde e como é feito, nós, os *Tangs*, somos feitos por você, em sua casa”.

¹⁵⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MP89uTmi9v8> e em: <https://www.youtube.com/watch?v=j7QRloNxzCc>. Acessado em 21 Junho 2017.

Figura 67 – Cenas de anúncios do produto *Tang* divulgados na *internet*



Fonte: acervo do LabConsS

Indiretamente, novas mensagens vão sendo adicionadas, do tipo “não somos suco de laranja, mas somos também saudáveis, somos diferentes dos nocivos refrigerantes (ocultando que contém as mesmas substâncias químicas), não somos ricos em açúcar, temos bem menos calorias que o suco de laranja, temos a vitamina C e inclusive temos vitaminas e minerais que as laranjas não têm”.

O rótulo frontal, em destaque, passa a anunciar que contém vitamina A e Ferro, além da vitamina C. Também com destaque, apresenta um selo de certificação “concedido” pela Sociedade Brasileira de Pediatria, garantindo que o *Tang* é uma fonte dessas vitaminas e desse sal mineral, conforme ilustrado abaixo, na Figura 68.

Figura 68 – Rótulo do produto *Tang* estampando selo da Sociedade de Pediatria



Fonte: acervo do LabConsS

O objeto “pós para bebidas” oferece oportunidade para infinitos indicadores e “cases”, mas um deles, imperioso, que não pode ser desprezado, é a visibilidade das letras e, dentro disso, o quesito “dimensionamento” das fontes e, então, a comparação das fontes dentre as diferentes tipologias de informação, como na Figura 69, a seguir. Compare-se, com as dimensões e localização das palavras sobre ingredientes, as informações sobre inclusão de fruta, bem como com informações compulsórias sobre presença de alergênicos, ou sobre aprovação obtida junto ao Ministério da Saúde, e será notório que não há simetria ou proporcionalidade.

Já vimos, aqui, o fenômeno da tipologia da fonte adotada para informar que os ingredientes todos, por mais estranhos que possam parecer como “alimento”, são REGISTRADOS NO MINISTÉRIO DA SAÚDE. Abaixo, vemos como o alerta para alérgicos é estampado em fontes largamente distintas das informações sobre aditivos e ingredientes.

Figura 69 – Detalhe do rótulo posterior do produto *Tang*, com a lista de ingredientes (s.d.)



Fonte: acervo do LabConsS

Merece particular atenção o fato do corante tartrazina, conhecido alergênico, e reconhecidamente presente, não merecer nenhum destaque, bem ao contrário do que transcorre acerca da presença e riscos de traços de derivado de soja, que sequer é ingrediente do pó para refresco.

Nessa diversidade de rótulos, um tema tão discutido, objeto de tantas reformulações normativas, observa-se o “FRUCTUS”, comercializado na Argentina, que no seu rótulo frontal, em dimensões razoáveis, informa sobre a natureza do produto e, então, a natureza dos aditivos presentes, conforme pode ser observado na Figura 70. Ali está exposto, frontalmente, legivelmente, que o preparado é “con tartrazina”.

Figura 70 – Rótulo do produto *Fructus* e informação lateral sobre aditivos (s.d.)



Fonte: acervo do LabConsS

Não bastasse essa infinidade de nuances bromatológicas, essa saturação de palavras e imagens, que conduz à hiper-realidade destruidora da possibilidade de se perceber a realidade, surge mais uma particularidade complexa, que é a adição de pequenas frações de suco natural em pó dentre os ingredientes. Então, se antes as identidades eram sólidas, bem definidas - ou era laranja em pó ou era açúcar colorido e aromatizado - agora temos um produto que contém alguma coisa de laranja, ora descrita como polpa, ora descrita como suco, variando, de uma marca para outra, também o percentual presente no produto final.

O produto de marca *Panc*, por exemplo, na Figura 71, destaca no topo do sachê, que é “Com suco de fruta”, mas não diz se é suco ou o percentual de suco que contém. Essa informação vai aparecer em outro local do rótulo, no outro extremo, no rodapé, com terminologia já bromatológica: “0,05% de suco após a diluição”. Ou seja, não temos 0,05% no pó, mas 0,05% no produto diluído. E havemos de convir que isso é tão insignificamente

absurdo que, uma hipótese, é que seja uma informação equivocada, com um número equivocado. Mais provável é que contenha 0,05% de suco em pó, o que equivale a 0,4% de suco líquido no produto PANC pronto para beber. Ademais, se esse declarado percentual - de 0,05% - for verdadeiro, melhor seria a informação ser tratada como é tratado o risco de talvez conter traços de soja, alertando que: “Pode conter traços de laranja”.

Figura 71 – Rótulo frontal e detalhes do produto *Panc*



Fonte: Acervo do LabConsS

Enquanto o rótulo do *Panc* informa o percentual já no suco diluído, o rótulo do *Tang* não se refere a suco, mas à polpa (Figura 72). E não referencia se o percentual é no pó ou no suco final. Um ato regulatório, sobre rotulagem de pós para preparo de bebidas, não poderia ter esquecido de estabelecer como e onde tal informação deveria ser exposta, bem como de estabelecer a unidade de medida.

Figura 72 – Lista de ingredientes em rótulo do produto *Tang* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Já de início, portanto, fica impossível correlacionar um produto com outro, nesse quesito, para fazer valer o poder da opção de compra racional, sem efetuar cálculos demorados. Se aquele 1% não é no produto final, mas no pó para preparo, emerge a indagação “quanto enfim teremos de suco, ou de polpa, no produto final?”.

Efetuando um cálculo que um consumidor terá dificuldade para realizar, consideremos que esse 1% de polpa é no pó. Então, se tivermos um sachê com 45 g para diluição em um litro de água, isso significaria 4,5g em 100 mL e, portanto, 4,5% de pó presente diluído no produto final pronto para beber. Então, se tínhamos 1% de polpa no pó inicial, agora teríamos 1% de 4,5%, ou ínfimos 0,045% de polpa no copo a ser bebido, que é muito próximo do 0,050 anunciados no concorrente *Panc*. No entanto, ao consumidor, uma leitura semântica simplória, em lugar de uma leitura matemática complexa, um produto tem 1% enquanto o outro contém 0,05%. O pior de tudo, porém, é que isso é um exemplo gritante de hiper-realidade, já que seja 0,05%, ou seja 1,00%, ambos os produtos estarão absurdamente distantes dos 100%, que é algo que se pretende afirmar, com slogans do tipo *feito em casa*, com mensagens contendo, como imagens e como palavras, laranjas, no rótulo.

Outro aspecto marcante é a substituição do açúcar por adoçante artificial, de tal forma que torna-se menos calórico que o suco natural, adquirindo uma aparente saudabilidade, superior ao produto natural, para quem entende e defende que, quanto menor o teor de açúcar, mais saudável é o alimento, ainda que saturado de adoçantes químicos artificiais. Quando um rótulo, em vez de informar o que contém, apregoa o que não contém, ser “zero açúcar” pode ser “mais uma vantagem”.

Figura 73 – Anuncio Publicitário do produto *Magro* (s.d.)



Neste anúncio do pó *Magro*, Figura 73, deveria chamar atenção a alegação “O puro sabor da fruta”, o que de maneiras diversas é reproduzido em produtos de outras marcas, que estampando conter aromatizantes “naturais”, não demonstram simétrico esforço para informar que os corantes são não apenas artificiais, mas muitas vezes corantes comprovadamente alergênicos, como é o caso da já citada tartrazina.

A liquefação das identidades fica substantivamente perceptível quando observa-se a evolução das dimensões de seus sachês e da alteração nos graus recomendados de diluição. Se antes era necessário um pacote de 135 gramas para fornecer um litro de *Tang*, agora desse mesmo *Tang* bastam 25 gramas e, no caso do *Fresh*, são suficientes 7,5 gramas, com o sachê de 15 gramas propiciando dois litros da bebida. Tudo isso decorre da substituição do açúcar natural pelos adoçantes artificiais, sendo que os fabricantes parecem, hoje, preferir nem aproveitar no rótulo a exposição da identidade *light* ou *diet*, anteriormente sempre tão festejada.

Figura 74 – Rótulos dos produtos *Tang* e *Fresh*(s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Nesse rol de lances criativos, não poderia deixar de ser destacada uma frase escrita na vertical, nas beiradas do rótulo do *Fresh*, quase imperceptível, e inclusive inviável de ser copiada para colagem neste trabalho acadêmico (Figura 74). Abaixo, na Figura 75, configurada uma resolução em 2400 dpi no escaneamento, e com ampliação da imagem, mostra-se enfim possível ler que está ali escrito, como defesa prévia do pecado cometido, que as laranjas do rótulo são meramente “*Imagem ilustrativa para referência de sabor*”.

Para anunciar a adição de ácido ascórbico (vitamina C), não foi usada fonte minúscula, nem as letras têm impressão borrada que inviabilizam qualquer tentativa de leitura ou reprodução. Como agravante, e ainda de mais difícil leitura, na face posterior do rótulo, em letras de dimensões radicalmente minúsculas, consta que esse sabor, na verdade, é um aromatizante sintético, ao contrário dos concorrentes que fazem uso de aromas naturais.

Figura 75 – Detalhe do rótulo do produto *Fresh* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Evidencia-se, portanto, que os atos regulatórios, as normas técnicas dos Ministérios da Saúde e da Agricultura, não apenas são danosas aos interesses e direitos dos consumidores, mas são também daninhas contra qualquer empresa que, com um mínimo de compromisso ético, na formulação, na rotulagem ou na promoção de seus produtos, operar com ética e honestidade.

Fossem, todos estes produtos, muitíssimo bem explicados aos consumidores, ainda assim seria muito provável um largo insucesso no processo comunicativo. Muitos não estariam mobilizados para o esforço de sequer ler mais este “manual de instruções”, enquanto outra larga faixa populacional, principalmente nos segmentos sociais que consomem estes produtos de preços mais acessíveis, é analfabeta ou analfabeta funcional. Porém, se além destes óbices naturais, as empresas se empenharem, com vastos recursos e criativas inteligências, em criar outros intransponíveis obstáculos, realmente, e ainda que as agências governamentais não fossem negligentes ou coniventes, será sempre impossível o consumidor compreender se esses pós são ou não são de laranja, se contêm alguma fração de suco de laranja, os aspectos toxicológicos implicados e até mesmo o significado calórico ou energético da porção ingerida. Um consumidor, supostamente, beberá isso da mesma forma que assina um contrato de plano de saúde ou de operadora de telefonia celular: desconfiado, desprotegido e resignado.

Procurar orientações, com uso da *internet*, tampouco parece solução satisfatória, se tais *sites*, em vez de fornecer orientações, se ocupam principalmente de captar pacientes para seus consultórios, fazer proselitismo com denúncias em parte caluniosas, ou até mesmo

instaurar o medo para então venderem suas informações a quem contribuir financeiramente, em troca de uma senha de acesso, a opção de um segundo rótulo, mas apenas para quem pagar para ter uma versão particular de rótulo honesto, como se impostos, e muitos, e bem elevados, não houvessem sido antes já pagos, para que tal serviço informativo fosse prestado, direta ou indiretamente, pela ANVISA e pelo Ministério da Saúde, mas também pelas universidades públicas, em seus projetos de Extensão.

Muitíssimos seriam os exemplos disponíveis, mas tomemos como ilustração a tabela abaixo (Figura 76), disponível em *site* de profissional de saúde, na *internet*¹⁵⁶, informando sobre as vantagens nutricionais do suco de laranja natural em relação ao Tang.

Já de início, o profissional de saúde, com descuidos semânticos, denomina o *Tang* como suco industrializado, à revelia do fabricante e da legislação que, respectivamente, não rotulam nem consideram esse pó como suco. Afirma que o açúcar do suco é frutose, o que não é verdade, já que apenas 25% dos açúcares da laranja são desse tipo, além de que, ao contrário do senso comum vigente no Brasil, a frutose vem sendo acusada de nociva à saúde. Tampouco é verdade que o aroma do *Tang* é sintético. Em suma, *websites* da *internet*, mesmo quando de profissionais da saúde, só pioram o já deteriorado quadro comunicacional.

Figura 76 – Material informativo disponível em *website*, na *internet*, correlacionando características do produto *Tang* com o suco de laranja “Natural” (s.d.)

Suco Industrializado	X	Suco Natural
		
Açúcar (Ingrediente em maior quantidade)		Frutose (Açúcar da própria fruta)
Sódio (8mg em 1 colher de sopa do pó)		Zero Sódio
Aroma sintético		Aroma natural
Substâncias Desconhecidas		Zero substâncias desconhecidas
Polpa de laranja desidratada (1%)		100% Frutas Naturais
Preparado sólido		Suco Natural
Adoçantes Artificiais Antiiumectante Regulador de Acidez Espessantes		
nutricionista		
Beba suco de verdade!		

Fonte: Acervo do LabConsS

¹⁵⁶ Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=nutricionista+graziela+rezende+suco+laranja&tbm=isch&tbo=u&source=univ&as=X&ved=0ahUKEwjZjtPm9ufUAhXBEZAKHWsfCeU4ChCwBAGn&biw=2426&bih=1246&dpr=1#imgrc=u4M-5n0yRUy8GM>. Acessado em: 23 Junho 2017

5.2.6 Simulacros frutíferos, regulações infrutíferas e o fetiche do número

Além de palavras, também números, sobre muitas alegadas propriedades bromatológicas, são empregados no processo de submeter os rótulos ao fenômeno da “hiper-realidade” que - ao intensificar mensagens, signos, percentagens, dígitos, fotos, figuras, imagens - confunde a compreensão do consumidor, induzindo ao erro e, nos termos de Baudrillard (1997), assassinando a “realidade”, substituindo-a por simulacros.

São aqueles números, no rótulo frontal - e ainda os números nas demais faces das embalagens, acerca de aspectos convencionais como, por exemplo, os teores de componentes químicos, percentuais das oficiais recomendações diárias, quantidade de porções por embalagem, proporções de ingredientes de caráter “orgânico” etc. - empregados para anúncios de caráter publicitário.

Já aqueles destaques numéricos, na face frontal dos rótulos, focam no suposto número de laranjas para produzir o suco que está dentro da caixinha; em números que expressam a percentagem de suco presente na formulação do produto; em números indicando o percentual reduzido de calorias; e também em números que praticam a ousadia de objetivar abstrações, como o anúncio “100% puro”.

A marca *Pakt*, norte-americana, na Figura 77, por exemplo, destaca que se trata de suco de laranja “100% puro”, anunciando então uma escala que poderíamos pressupor, incluiria sucos, por exemplo, 83% ou 39% puros, como se pureza fosse uma dimensão quantificável:

Figura 77 – Rótulo do suco marca *Pakt* anunciado como 100% puro (s.d.)



O mesmo pode ser observado no suco *Cepita*, argentino, que no topo do rótulo frontal, conforme abaixo se observa, se anuncia como “100% suco puro”. Note-se a ambigüidade programada, já que alega ser 100% suco puro, mas não 100% suco puro de laranja. Na face lateral do rótulo pode ser constatado o que entende o fabricante por “100% suco puro”, algo nunca puramente de laranja já que, na lista de ingredientes, nota-se o emprego de aditivos químicos como óleo essencial de laranja e, não bastando, informa a inserção de conter 40% de suco de uva diluído do concentrado.

Figura 78 – Rótulo de suco *Cepita*, argentino, que se anuncia como “100% Puro” (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

A marca *Florida's Choice*, norte-americana, na Figura 79-A, também insiste em numeralizar o grau de pureza, anunciando-se como 100% puro”, ainda que elaborado a partir da diluição do concentrado congelado. E, então, um suco reconstituído não é exatamente garantido sequer como cem por cento elaborado com laranjas da Florida, o que torna duvidoso inclusive o nome da marca *Florida's Choice*, com elevado percentual de probabilidade de conter suco importado do Brasil.

E suco *Tropicana*, também abaixo, na Figura 79-B, faz uso igualmente desse termo “Puro”, associando a ele o termo “Premium”, destacando em outro ponto, do rótulo frontal, que os 100% referem-se ao fato de ser 100% laranjas espremidas, e 100% suco de laranja da Flórida. Ou seja, percebe-se que há um duelo de narrativas nos rótulos, com cada fabricante, dentro de certos limites, procurando corrigir as tendenciosidades que legislações, também nos Estados Unidos imperfeitas, não previnem.

Figura 79 – A) Rótulo de suco de laranja dos EEUU, marca *Florida's Choice* (s.d.): B) Rótulo de suco *Tropicana - Original* (de Julho de 2000)



Fonte: Acervo do LabConsS

Já a marca *Safeway*, da Inglaterra, anuncia que é também um suco de laranja “puro”, mas não quantifica - nem deveria, é certo, quantificar - algum grau dessa anunciada pureza (Figura 80). Números também vêm sendo usados publicitariamente, para destacar a quantidade de frutas teoricamente espremidas para produzir o suco que está dentro da embalagem, conforme observamos no rótulo do suco *Natural One*, na Figura 81 abaixo, que assegura conter, dentro da embalagem, o suco de doze laranjas e meia:

Figura 80 – Rótulo de suco de laranja de marca “*Safeway*”, da Inglaterra (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Figura 81 – Rótulo de suco *Natural One*, que se anuncia “laranja de verdade” (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Mais complexo, porém muito mais frequente, é o número que informa o percentual de suco dentro de uma bebida formulada a partir do suco, como é o caso, por exemplo, dos néctares. Abaixo, na Figura 82, vemos rótulos do néctar de laranja da marca “Já”, uma marca própria da rede de supermercados Zona Sul, do Rio de Janeiro. Com validade até maio de 2018 (fabricado em maio de 2017), o primeiro destaca conter 50% de suco em sua composição, embora não enfatize que é 50% de suco de laranja, embora seja. Já o segundo rótulo do “Já”, com validade até agosto de 2015 (e supostamente fabricado em 2014), não informa o percentual de suco presente, como era comum para as demais marcas então presentes, naquela época, no mercado.

Figura 82 – A) Rótulo de suco da marca *Já*, de maio de 2018; B) Rótulo de suco *Já* de agosto de 2015



Fonte: Acervo do LabConsS

A bebida “*Jandaia – Laranja*”, na Figura 83, com validade até Julho de 2017 e, portanto, coetânea do néctar anterior, da marca “*Já*”, mostra um rótulo que acentua a conduta desviante. Primeiro, e ao contrário de outros rótulos dessa mesma marca, em outros momentos, ali não coloca o vocábulo “suco”, nem como *Suco Jandaia*, nem como “Suco de Laranja”, mas destaca a palavra “Laranja” e reforça com uma imagem da fruta que ocupa metade do espaço do rótulo. No entanto, conforme pode ser observado no rodapé do rótulo, em imagem destacada também abaixo, observa-se que contém apenas 30% de suco e que, surpreendentemente para quem ler, esses escassos 30% de suco não são totalmente de laranja, mas também suco de maçã concentrado, misturado e diluído em água. E, se destaca conter menos 50% de açúcar adicionado, não informa que isso não se dá devido ao incremento no teor de suco das frutas, mas sim através do emprego do edulcorante artificial sucralose, que aparece em letras minúsculas, ocultadas numa listagem de ingredientes na face posterior do rótulo. Não se trata, apenas, de prejuízo aos consumidores mas, antes disso, um dano à concorrência leal com as demais marcas contendo maior percentual de suco e, acentue-se, suco de laranja, consoante com as imagens presentes no rótulo.

Figura 83 – Rótulo de suco de laranja da marca Jandaia, de Julho de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

Em Portugal, o suco de laranja *Libby's* (Figura 84), com validade até abril de 2004, já tratava de destacar conter 100% suco de laranja. A presença do percentual, o emprego de números, se mostrava relevante, como ainda hoje se mostra, para diferenciar suco de néctar, seja porque as palavras não são bem compreendidas pelos consumidores, seja porque a

palavra “néctar” está muitas vezes ocultada, seja ainda porque, por algum outro motivo, as legislações não controlam devidamente a qualidade da informação, nem asseguram a leal concorrência entre as empresas.

Figura 84 – Rótulo de suco de laranja português, da marca *Libby's* de abril de 2004.



Fonte: Acervo do LabConsS

Voltando ao Brasil, temos o exemplo da *Sufresh*, de Agosto de 2015, onde além de salientar o número 100%, em letras brancas contra o fundo negro de um box em destaque, amplia as fontes para escrever “SÓ laranja”, no rótulo frontal (Figura 85).

Figura 85 – Rótulo de suco de laranja da marca *Sufresh*, de Agosto de 2015.



Fonte: Acervo do LabConsS

Se o “*Sufresh Só laranja*” não é apenas laranja, mas sofre adição de água, pectina e aromatizante, a marca *Suco & Só*, Figura 86A, se apresenta como de verdade estritamente suco. E a *Del Valle*, com seu menu de múltiplos produtos diferentes e sempre sofrendo modificações, também oferece, no Brasil e noutros países, um suco de *Laranja & nada*, conforme exposto na Figura 86B..

Figura 86 – A) Rótulo de suco de laranja da marca *Suco&Só* (s.d.); B) Rótulo do suco *Laranja&Nada* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

O suco da marca Jandaia, na Figura 87, desperta atenção com os rótulos do período 2003-2009, destacando a designação “suco”. No produto com validade até fevereiro de 2004 (fabricado em 2003), Figura 87A, vemos *Jandaia – suco de laranja*. Já no produto com validade até setembro de 2009, Figura 87B, vemos *Suco Jandaia – Laranja*. Nenhum dos dois é misturado com suco de maçã, nenhum dos dois contém edulcorantes artificiais, nenhum dos dois se apresenta como néctar mas, naquilo que tange à identidade e sua expressão linguística, cabe a indagação sobre o significado de ora chamar de Suco de Laranja, ora chamar de Suco Jandaia, a menos que Suco Jandaia não seja um Suco de Laranja, mas um Néctar. Igualmente, e ainda no campo da semântica, parece relevante observar como esta marca, mas também outras, destacarem que é “Néctar com aroma de laranja”, quando na verdade é “Néctar com aromatizante de laranja adicionado”, o que, convenha-se, não é a mesma coisa.

Figura 87 – A) Rótulo de suco da marca *Jandaia*, de Fevereiro de 2004; B) Suco Jandaia de Setembro de 2009.



Fonte: Acervo do LabConsS

Em março de 2015 (limite da validade impressa no rótulo), esse mesmo produto apresentava outras inconveniências numa rotulagem já bem diferente, conforme pode ser observado nas imagens a seguir expostas (Figura 88). A palavra “maçã” tampouco aparece em destaque, mas sim apenas a palavra “laranja”. E no rótulo frontal é apresentada unicamente a imagem da “laranja”, ocupando metade da área disponível. Só que uma imagem de maçã aparece no rótulo lateral, com a palavra laranja em cima. Para melhor visualização, as duas faces são ali apresentadas separadamente; e registre-se que não contém edulcorante artificial e o percentual de suco não é informado.

Figura 88 – Rótulo de bebida de laranja (e maçã) da marca *Jandaia*, de Março de 2015.



Fonte: Acervo do LabConsS

Em suma, em fevereiro de 2004 era “Suco de Laranja Adoçado Reconstituído” no rótulo frontal. Em janeiro de 2008 e em setembro de 2009 era ainda “Suco de Laranja”, mas não informava o “Adoçado Reconstituído”, embora feito com suco concentrado e açúcar, com os mesmos 78 kcal em cada 200 mililitros. Em 2004 era *Jandaia – Suco de Laranja*. Em 2008 e 2009 era *Suco Jandaia – Laranja*. Em 2015, Figura 88, tornou-se “Jandaia – Laranja”, nem Suco Jandaia, nem Suco de Laranja. E no rodapé informava, em letras muito menores, tratar-se de “Néctar Misto de Laranja e Maçã com aroma de Laranja. Não aromatizante de Laranja, mas aroma, como se fosse o aroma do suco, e não o aroma de um aromatizante adicionado. E a maçã só aparece na face lateral do rótulo. Em 2017 enfim revela e oculta números, o percentual de suco presente, apenas 30%, mas de maçã com laranja, não informando quanto de cada fruta, e desaparecendo com a imagem de maçã também da face lateral do rótulo.

A marca *Mais* com a grife *Minute Maid*, da empresa *Coca-Cola* (com validade Novembro de 2007), não apresentava números, mas em rótulo recente, com validade até Julho de 2016 informa, em destaque, conter 30,0% de suco (de maçã e laranja), conforme mostra a Figura 89. Não informa a proporção de cada um dos sucos, desapareceu o *Minute Maid* e amplia largamente a palavra “néctar”, agora no topo do rótulo frontal, quando estava em fonte minúscula e no rodapé. Uma outra alteração chama atenção: retirou todo o açúcar, incluiu edulcorante artificial e isso não aparece no rótulo, exceto na semioculta lista de ingredientes.

Figura 89 – A) Rótulo de néctar de laranja da marca *Mais – Minute Maid*, de Novembro de 2007; B) Rótulo de néctar *Mais - laranja*, de Julho de 2016.



A rotulagem do néctar de marca *Maguary*, com validade até abril de 2017, Figura 90, se comparada com a de outras marcas, oferece alguns substratos para reflexões. No rótulo frontal, em destaque, salienta que é “SEM MISTURA DE FRUTAS”, ou seja, os 50% de suco presentes são estritamente de “laranja”, sem adição de suco de maçã. E, como ao fabricante interessa promover esta informação, observa-se, como agora espaço é encontrado, em todas as faces da embalagem, com letras de larga dimensão. Numa lateral, destaca que o néctar “Traz mais laranjas para você” e que, por ser *sem mistura de frutas*, traz ‘6,5 laranjas’, inclusive desenhando cuidadosamente um renque com seis laranjas e mais uma metade. Já na outra lateral novamente destaca que é “SEM adição de maçã”, complementando que “*Dentro dessa caixinha, você vai encontrar somente seu delicioso néctar de laranja*”. Além de tudo isso, ainda inclui outra figura, com laranjas circuladas pela frase: “*Não é misto-Sem frutas intrusas ou camufladas*”. Dentre outras constatações possíveis, uma é a que concorrenciaisidade leal é prejudicada por uma legislação, no mínimo, mal elaborada; outra é que, na rotulagem, uma empresa sabe muito bem como destacar informações bromatológicas, quando a ela convém.

Figura 90 – Rótulo de néctar marca *Maguary*, de Abril de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

Situação similar – abrindo-se um rápido parênteses no tema laranja - é encontrada em rótulo de néctar de goiaba, conforme registra-se abaixo, na Figura 91, onde é afirmado que o número de goiabas utilizadas para produzir a quantidade de polpa diluída em água, com açúcar, com letras minúsculas informando o tamanho médio das goiabas. Ou seja, nem é essa quantidade de goiabas, nem são goiabas de tamanho constante, quando o dimensionamento da presença da fruta deveria ser em base seca, em quantidade de sólidos solúveis da goiaba ali

presentes. Como não se sabe o teor de água original na polpa, a inserção desses números são impróprios para contraturalizar quanto de fruta existirá dentro da mercadoria adquirida pelo consumidor, novamente identidade líquida, novamente hiper-realidade com imagens e, como se pretende demonstrar, números em ações simbólicas.

Figura 91 – Rótulo do néctar de goiaba da marca *del Valle*, de Dezembro de 2015.



Fonte: Acervo do LabConsS

Observemos, então, as informações presentes nos rótulos da *Del Valle*, na Figura 92, abaixo:

Figura 92 – A) Rótulo de suco *del Valle* de Setembro/2003; B) Rótulo de néctar *del Valle*, Novembro/2007.



Fonte: Acervo do LabConsS

Naqueles dois rótulos *del Valle*, o primeiro com validade até setembro de 2003, o segundo até novembro de 2007 nota-se que, se antes era destacado tratar-se de “*suco de laranja*”, agora foi deletado o termo “*suco de*” e transferiu a palavra laranja para a região inferior do rótulo, minimizando e dissipando a palavra “*néctar*”, já que embora com embalagem praticamente igual, agora é néctar e já não suco. E fez desaparecer o selo que antes havia, com o APROVADO concedido pela Sociedade Brasileira de Cardiologia.

O rótulo do *Néctar del Valle* de Laranja, com validade para março de 2015, Figura 93A, destaca conter o suco de 5 laranjas. E o suco com a mesma validade informa conter 12 laranjas. Três meses depois, com validade para junho do mesmo ano, o Néctar destaca “Mais Nutritivo” e, sem informar o número de laranjas, estampa conter 40% de suco, mas já com maçã misturada à laranja, embora no rótulo só tenha imagens de laranja, embora no topo informe “*Néctar – laranja*”.

Figura 93 – A) Rótulo de néctar de laranja de marca *del Valle*, de Março de 2015; B) Rótulo de suco de laranja *del Valle* de Março de 2015.



De um lado, no topo, destaca, em negro sobre amarelo, que é “100% suco”, mas, por outro lado, no rodapé, em letras de tamanho muito reduzido, quase imperceptíveis, declara tratar-se de “alimento à base de suco de laranja com fibras (Figura 93B)”.

Figura 94 – Rótulo de néctar de marca *del Valle* de Junho de 2015.



Fonte: Acervo do LabConsS

O néctar (validade junho/2015), na Figura 94, destaca que é “Mais Nutritivo!” e, logo abaixo, “agora com vitamina C e fibras”, como se antes não contivesse vitamina C, embora sempre contendo laranjas. Esse paroxismo advém do fato de, até então, a tabela de composição não incluir o teor de vitamina C, mas apenas o teor energético e nutrientes exigidos pelas recorrentemente questionáveis legislações. Ou seja, nessa sequência desinformativa, informa que antes não continha vitamina C e agora contém, enquanto deveria escrever é que agora está rotulando também o teor de vitamina C, o que antes não fazia.

Figura 95 – Rótulo do suco de marca *del Valle* de Dezembro de 2016.



Fonte: Acervo do LabConsS

Também com fibras e vitamina C adicionadas, assim como o Néctar, está agora o suco *del Valle*, anunciando-se como 100% suco, *elaborado com aproximadamente 12 laranjas de aproximadamente 190 g* cada uma, cujo rótulo, com data de validade até maio de 2017, está apresentado acima, na Figura 95.

Coetâneo é o néctar misto de laranja e maçã, da *del Valle*, apresentado abaixo na Figura 96, com validade até agosto de 2017, destacando conter 40% de suco, mas longe do rótulo frontal é que informa ser 30% de laranja e 10% de maçã. E a imagem de maçã aparece não no lado das imagens da laranja, ou na mesma proporção, e sim dentro de um círculo pequeno, buscando fugir da revelação de se tratar de um néctar misto, e não puramente de laranja. Outra ousadia é ressaltar que, embora misturado com maçã, possui “sabor laranja”. Menos impróprio seria talvez confessar a adição de aromatizante de laranja.

Figura 96 – Rótulo de néctar misto de laranja e maçã *del Valle*, de Agosto de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

Para uma melhor visualização comparativa, evidenciando como variam enormemente as identidades - mas também as informações e até mesmo os ingredientes, dentro de uma mesma marca, ao longo do tempo - apresenta-se mais a frente uma tabela que reúne dados sobre os rótulos de bebidas de laranja, da marca *del Valle*, no período entre 2003 e 2017 (Quadro 12). Sendo néctares de um mesmo fabricante, surpreende a variação da quantidade de ingredientes de um ano para o outro, ainda mais quando se compara com os ingredientes do Néctar de “naranja”, do mesmo fabricante *del Valle*, na Figura 97, comercializado no México, com validade até outubro 2014, que contém apenas “*Jugo y polpa naranja de concentrado (50%), água, azúcares y concentrado del Valle sabor naranja*”. Ou seja, suco concentrado, água e açúcar, uma laranjada sem inserção de muitos aditivos.

Figura 97 – Rótulo de néctar de marca *del Valle*, do México, de Outubro de 2014.



Fonte: Acervo do LabConsS

Quadro 12 - Informações em rótulos de sucos e néctares marca Del Valle

Data Validade	Tipologia	Designação principal	Ingredientes	% de suco	Frutas (quantidade)
2003 setembro	Suco adoçado	Suco de laranja	Suco e polpa de laranja, açúcar, acidulante: ácido cítrico e vitamina C.	-	-
2007	Néctar	Laranja	Água, suco concentrado de laranja, açúcar, acidulante: ácido cítrico, estabilizante: carboximetilcelulose de sódio, aroma idêntico ao natural de laranja, antioxidante: ácido ascórbico, antiespumante: polidimetildioxiano e corante natural: urucum.	-	-
2011 outubro	Néctar	Néctar de laranja	Água, açúcar, suco concentrado de laranja, aroma natural, acidulante ácido cítrico e antioxidante ácido ascórbico.	-	5
2015 maio	Néctar	Néctar de laranja	Água, açúcar, suco concentrado de laranja, aroma natural, acidulante ácido cítrico e antioxidante ácido ascórbico.	-	5
2015 agosto	Suco	Novo! 100% suco	Suco reconstituído de laranja, fibra alimentar (goma acácia), vitamina C e aromatizante.	-	12
2015 setembro	Néctar	néctar de laranja	Água, açúcar, suco concentrado de laranja, aroma natural, regulador de acidez ácido cítrico e antioxidante ácido ascórbico.	40	5
2017 agosto	Néctar misto	Sabor Laranja	Água, açúcar, suco concentrado de laranja, suco concentrado de maçã, vitamina C, regulador de acidez ácido cítrico e aroma natural.	40	-

Por tudo isso, no conflito da concorrenciaisidade, o suco de laranja *Natural One*, Figura 98, com validade até Maio de 2017, adota imagens para correlacionar a sua identidade com a identidade de néctares que não fabrica. E a imagem é cristalina: o suco “*natural One*” contém 100% de suco, enquanto a garrafa de néctar contém suco apenas pela metade, ou seja, contém 50% de suco e o restante é água. Fica faltando evidenciar que aqueles 50%, provavelmente, não serão inteiramente de laranjas, embora o néctar possa estar rotulado como “sabor laranja”.

Figura 98 – Rótulo de suco de laranja de marca *Natural One*, de Maio de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

Os escassos teores de suco, por força da legislação, adicionados aos refrigerantes são também largamente destacados nos rótulos frontais, conforme observa-se nos exemplo abaixo estampados. A tradicional *Fanta* anuncia presença de 5% de suco o que, então, justificaria mostrar-se como um “refrigerante de fruta”. Já a *Sprite*, sabor limão, anuncia conter 2,5% de suco, sendo que ambos os rótulos, apresentados na Figura 99, são de Setembro de 2017.

Figura 99 – Rótulos de refrigerantes de marca *Fanta* (laranja) e *Sprite* (Limão), de Setembro de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

A bebida *del Valle*, não gaseificada, de 2017, exibe em destaque, na Figura 100, a informação de conter 10% de suco, sendo uma “bebida de fruta adoçada”. Conter 5% ou 10% não parece atingir um percentual minimamente suficiente para constituir identidades de “bebida de fruta” ou de “refrigerante de fruta”.

Figura 100 – Rótulo de bebida de laranja, de marca *del Valle*, de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

Também rotulado como “refrigerante de fruta”, o *Mountain Dew*, de março de 2017, Figura 101, sequer informa qual é a fruta, limitando-se a alegar que contém 5% de suco. É forçoso reconhecer que, percentuais dessa dimensão, de laranja, limão, uva ou de qualquer fruta, com 5% de um suco em 200 mL, que é a porção estabelecida, são apenas 10 mL de suco de laranja na porção, que jamais representarão algum significativo aporte nutricional.

Figura 101 – Rótulo do refrigerante de marca *Mountain Dew*, de Março de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

5.2.7 Palavras e terminologias na liquefação das identidades

Refrigerantes de laranja, refrigerantes com laranja, refrigerantes com nome de fruta, com foto de fruta no rótulo, somam-se aos sucos, néctares e refrescos que, além dos pós para refresco, fazem uso impróprio de palavras e imagens para falsear identidades. A “*Fanta Sabor Naranja*”, do México, Figura 102, de outubro de 2014, no rótulo frontal informa que se trata de “*refresco sabor natural a naranja*”, e no posterior, em letras miúdas “NO CONTIENE JUGO. INGREDIENTES: água carbonatada, azúcares, concentrado fanta naranja, saborizante natural de naranja, benzoato de sódio, estévia (3,8mg/100mL), amarillo 6, amarillo 5 y rojo 40”.

Figura 102 – Rótulo do refrigerante *Fanta* (laranja), do México, de Outubro de 2014.



Fonte: Acervo do LabConsS

Figura 103 – A) e B) Rótulos de refrigerantes *Fanta* do Brasil (s.d.); C) Rótulo de *Fanta* dos EEUU (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Ao longo do tempo, em vários momentos e diferentes países, em espanhol, em inglês, sempre com a mesma marca *Fanta*, os rótulos seguem um mesmo padrão, com alteração quase que apenas no nome de Laranja para *Naranja* ou para *Orange*, sempre com a imagem da fruta, como demonstrado acima, na Figura 103:

Diversos outros refrigerantes, como é o caso da *Sukita*, criam uma marca com denominação derivada da palavra “suco”, mesmo quando suco não está presente entre seus ingredientes (Figura 104). Se a legislação atual obriga adicionar uma pequena fração do suco de laranja, isso não altera a trajetória do produto, que se denominava “*Sukita*” já muito antes de ter algum suco compulsoriamente adicionado.

Figura 104 – Rótulos do refrigerante de marca *Sukita* sabor laranja (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Trata-se de fenômeno muito usual, ainda que fazendo uso parcial (ou até mesmo integral) do vocábulo suco ou fruta, conforme observa-se, abaixo, na Figura 105, em diversas marcas como “*Con-frutta*” (com duas letras “t”), “*Fast Fruit*” (fazendo uso do inglês), “*Top Fruit*” (também em inglês), “*Su-fresh*”, sinalizando tratar-se de “suco fresco” ou “*Frutix*”, uma bebida mista de frutas e aromatizantes de laranja, tangerina, e limão.

Figura 105 – Rótulos de bebidas cujas marcas associam nomes com o vocábulo “fruta” (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

O “*Da Fruta Premium*”, de Julho de 2017, Figura 106, é outro caso de marca que toma “fruta” como denominativo. E coloca várias laranjas no rótulo que, em letras muito menores, confessa ser não um suco, mas um néctar. E, em letras todavia mais reduzidas, na face posterior do rótulo, então revela que não apenas não é suco, mas tampouco é de laranja, mas sim um néctar misto com maçã

Figura 106 – Rótulo de néctar de marca *da Fruta*, de Julho de 2017.



Fonte: Acervo do LabConsS

Exemplo marcante é aquele representado pelo emprego do termo “*Citrus*”, que se disseminou de tal forma, entre os produtos de vários fabricantes, que terminou sendo enxergado ora como uma marca, ora como um sabor de uma bebida cuja marca não está estampada em destaque (Figura 107).

Figura 107 – Rótulos de refrigerantes, de variadas marcas, usando o vocábulo “*citrus*” (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Anúncio do refrigerante *Crush*, sem registro de data, supostamente dos anos cinquenta, na Figura 108, evidencia que a informação, no passado, já foi todavia mais distorcida, assegurando que não apenas era uma bebida produzida a partir da fruta ‘laranja’, mas sim um refrigerante “feito com suco de laranjas selecionadas”.

Figura 108 – Anúncio publicitário de refrigerante de marca *Crush* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Merece igualmente registro o refrigerante *Grapette*, que se permite estar no “*sabor framboesa*”, sem contudo retirar o nome *grape* que, em inglês, significa “uva”.

Figura 109 – Rótulo de refrigerante de framboesa de marca *Grapette* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

5.2.8 *Story telling* e personagens de ficção

Neste segmento da pesquisa, o foco aponta para o emprego de personagens de ficção, incluindo nisso o recurso de “*Story telling*”, para promover as vendas de sucos de frutas. No interior deste cenário de denúncias, dos mais diversos tipos, seja nas compras para merenda escolar, seja pela má rotulagem induzindo consumidores a erro, que levam ao descrédito generalizado sobre a identidade e qualidade de bebidas embaladas em caixinhas, foi lançada uma nova marca, a “*do Bem*”, com sucos de frutas e sabores variados, tais como laranja, laranja com gominhos, tangerina, maçã, abacaxi com hortelã etc.

Se o nome marca, em si - ao lado de alguns slogans - já constitui uma narrativa, o fabricante amplia a iniciativa, com a inserção de narrativas diretas sobre as frutas e seus produtores. Começamos por aquela presente em rótulo lateral do produto limonada, de maio de 2011, exposto abaixo, na Figura 110:

Figura 110 – Rótulo de limonada de marca *do Bem*, de Maio de 2011



Fonte: Acervo do LabConsS

Como se vê, para fugir do compromisso de trazer ao mercado um produto diferenciado, sem água, sem açúcar - o que não seria possível cumprir em uma limonada - cria-se uma narrativa onde a ideia não nasceu na indústria, mas tem uma origem purificada, já que teria vindo de um produtor das ótimas laranjas, que também produz “limões fantásticos”. Diz então, o fabricante, que até tentou, a princípio, resistir, ponderando que os sucos do Bem “não levam adição de açúcar e água”.

A narrativa sobre a criação da empresa e seu suco *do Bem*, é ainda mais apelativa, criando um personagem, o Sr. Francisco, dono de um pomar de onde emana aroma de succulentas laranjas-pera, descoberto depois de longas viagens pelo interior do Estado de São Paulo, que veio atender o desejo que tinham de colocar frutas frescas dentro de caixinhas.

Consoante com essa narrativa, o rótulo frontal da caixinha destaca, Figura 111, que se trata de um suco, ressalte-se bem, sem adição de açúcar e água (o que não é vantagem, já que a lei proíbe essas adições de açúcar em todas e quaisquer marcas de suco). E salienta que é um suco “feito por jovens cansados da mesmice”, contrapondo aquele outro suco, que em verdade não era suco, mas néctar, feito pelas avós para seus netinhos.

Figura 111 – Rótulo de suco integral de laranja de marca *do Bem*, de Novembro de 2012.




Fonte: Acervo do LabConsS

Essa narrativa foi apresentada no rótulo do suco com data de fabricação de Novembro de 2012, Figura 112. Ainda em Novembro, outra embalagem, do mesmo suco, Figura 113, fabricada no mesmo dia, trazia um texto diferente, onde é descrita e defendida a opção tecnológica da empresa, alegando que na caixa está o suco, em média, de 17 laranjas, junto com uma lista comentada “do que entra e do que não entra nas nossas caixinhas do bem.”. Ambas as acima citadas faces laterais, dessas duas caixinhas, são expostas a seguir:

Figura 113 – Rótulo lateral de suco integral de laranja de marca *do Bem*, de Novembro de 2012, com “*story telling*” focada na opção tecnológica do fabricante.

De olho nos rótulos



Pode ser pelo dia-a-dia corrido, mas quando o assunto é prestar atenção no que bebemos, deixamos passar cada coisa estranha, né?! Por isso resolvemos dar uma ajuda para sua saúde e fizemos um guia simples do que entra e do que não entra nas nossas caixinhas do bem™.

O que entra:
 +- 17 laranjas-pêra (em média, por caixinha)
 Começa com nosso apaixonado suqueiro selecionando as melhores e mais docinhas. Fica tão bom que nem precisamos adicionar água, açúcar e aditivos químicos. Só fruta e mais nada. E você ainda leva 72mg de vitamina C.

O que não entra:
Suco concentrado – Nele você encontra no máximo o antepassado das frutas, porque elas mesmas foram cozidas por várias horas, perdendo seus nutrientes originais e sendo reconstituídas com água, açúcar e outros aditivos.
Água – O bem mais precioso não precisa ser coadjuvante para deixar sucos aguados (como os conhecidos néctares). Preferimos usá-la onde ela pode brilhar na receita.
Açúcar – Bom para fazer suspiro, nem tanto para esconder o gostinho natural da laranja e garantir umas calorias extras.
Conservadores – São vários tipos, com nomes diferentes e esquisitos, mas o objetivo é sempre o mesmo: quimicamente fazer com que as bebidas durem mais que uma gestação de elefante.
Aromatizantes e Acidulantes – Figurinhas mais que repetidas em rótulos. Servem para bombar sabores, aromas e validades.

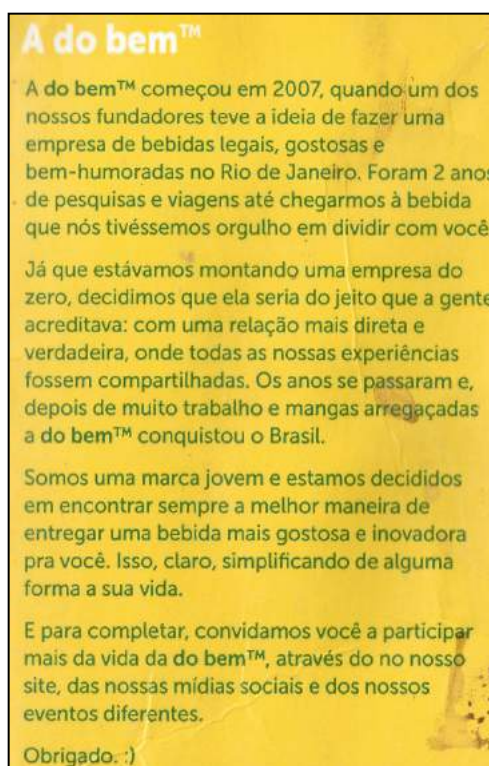
Fonte: Acervo do LabConsS

Uma terceira narrativa, agora começando por “Olá! Este *recado* marca uma nova evolução na nossa história”, mas ainda dentro daquela tipologia denominada *story telling*, foi coletada em uma embalagem, Figura 114, com data de fabricação de março de 2017 (e validade até julho de 2017), quando a *do Bem* já havia sido adquirida pela multinacional

AMBEV, segundo divulgado pela revista Veja-SP, que na mesma reportagem, daquela edição de 26 de abril de 2016, informava:

A estratégia, no entanto, foi alvo de representação no Conar, órgão que regula campanhas publicitárias, em 2014. A empresa foi acusada de utilizar laranjas processadas por empresas como a Brasil Citrus, que também fornece matéria-prima para outras fabricantes de sucos. Em sua defesa, a Do Bem reafirmou que utilizava frutas vindas da fazenda do seu Francisco ¹⁵⁷

Figura 114 – Rótulo lateral de suco integral de laranja de marca *do Bem*, de Julho de 2017, com “story telling” focada na origem e histórico da empresa fabricante.



Fonte: Acervo do LabConsS

Em que pese toda esse discurso “do Bem”, o fato é que nunca, em nenhuma de suas versões, esses rótulos informaram aquilo que realmente importa, como por exemplo: onde fica esse pomar do Seu Francisco e qual sua dimensão, para dar conta dos sucessivos incrementos de produção ocorridos e, mais ainda, projetados. Também não está suficientemente convincente que não seja um suco feito a partir do concentrado, pois a safra de laranja pera não ocorre por muitos meses, de tal forma que permita uma produção permanente. Ao afirmar que toda laranja vem do pomar do Seu Francisco, e que toda ela é pêra, parece razoável concluir que não há um *blending* com outras variedades. E que, considerando os sucessivos incrementos na produção, e agora com incrementos muito maiores, com os investimentos da

¹⁵⁷ Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/cidades/ambev-suco-bem/> Acessado em: 05 Abril 2017.

AMBEV, o pomar do Seu Francisco mais parece um arquipélago de mega-fazendas do agribusiness citrícola. Nada é revelado, tampouco, sobre o tipo de processamento aplicado, definindo o binômio tempo-temperatura, no processamento térmico que antecede a embalagem asséptica em caixinhas. Ou seja, “do Bem” informativo, o rótulo não é.

Com outro tipo de personagens fictícios, a indústria *Maguary* lançou, em maio de 2015, uma linha infantil de produtos, a “*Vitakids Frozen*”, com personagens da famosa animação cinematográfica (Figura 115). Junto com a linha de “fadas” nos rótulos, direcionando seus produtos para meninas, a *Maguary* lançou também uma linha para meninos, com imagem de protagonistas do filme “*Cars*”.

Figura 115 – Rótulos de néctares da “linha infantil de produtos” da indústria *Maguary*, de Maio de 2015.



Fonte: Acervo do LabConsS

Reportagem da Revista “*Alimentos & Bebidas*”¹⁵⁸, edição de maio de 2015, relata que:

A Maguary convida as crianças para uma aventura deliciosa na companhia dos personagens de “Frozen Uma Aventura Congelante”, animação da Disney com grande sucesso de bilheteria. A Princesa Anna, o boneco de neve Olaf e a Rainha Elsa, que já ilustram cerca de 80 licenciados no Brasil, agora também estão nas embalagens da linha infantil Vitakids, nos sabores Laranja do Verão e Morango do Inverno, que alia sabor, diversão e nutrição. As belas caixinhas de 200 mL são colecionáveis e trazem uma criativa brincadeira no verso.

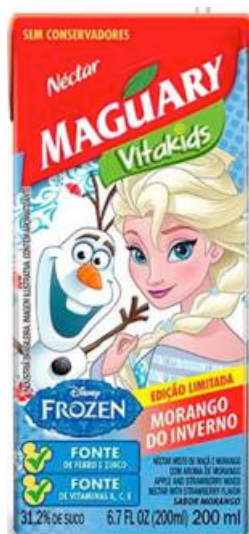
Complementando, a reportagem daquela Revista pondera que as embalagens são práticas, que os sucos contêm vitamina A, C e E - além de sais de ferro e zinco - visando trazer “os benefícios das frutas para o dia a dia das crianças de forma lúdica e prática”,

¹⁵⁸ Disponível em: <http://www.alimentosebebidas.com.br/2015/05/18/maguary/>. Acessado em: Em 21 janeiro 2017

onde: “Anna, Olaf e Elsa se juntam a Relâmpago McQueen, Mate, Francesco Bernoulli, Luigi, Guido, Cinderela, Ariel, Branca de Neve, Bela e Rapunzel para animar a hora do lanche.”.

A embalagem com a princesa do filme *Frozen*, contendo néctar com sabor “morango de inverno” e, portanto, um também ficcional sabor, é apresentada, com maior destaque, logo abaixo, na Figura 116:

Figura 116 – Rótulo de néctar de fruta da “linha infantil de produtos” da indústria Maguary, onde o sabor é um ficcional “morango de inverno” (s.d.).



Fonte: Acervo do LabConsS

5.2.9 Sucos e bebidas no mundo do saudável e das calorias reduzidas

Suco *Diet*, Suco *Light*, Suco *Zero*, Bebida Saudável, tudo isso constitui um conjunto de terminologias que tornam todavia mais complexo o universo conceitual das bebidas de frutas, com frutas ou com sabor de frutas, começando pelo termo “saudável”, que aqui adquire outras tonalidades.

Suco de laranja é açúcar. Suco de laranja tem o açúcar que a laranja tem, 10,5% de açúcares. Suco de laranja tem tanto açúcar quanto caldo de cana¹⁵⁹ tem. E se tirarmos, do caldo de cana, ou do suco de laranja, o açúcar contido, então não será mais suco de laranja, não será mais caldo de cana, porque o açúcar é que é a identidade daquelas duas bebidas.

Bebidas de laranja, sabor laranja, existem porém no mercado. É que as bebidas de laranja, mas sem laranja, essas sim podem ter perfeitamente açúcar nenhum, ou açúcar

¹⁵⁹ De 21,2 gramas de sólidos solúveis no caldo de cana, 20,5% é açúcar, conforme consta na Tabela de Composição dos Alimentos. ENDEF/IBGE (Rio de Janeiro, 1977).

reduzido. É o caso dos pós para refresco, é o caso dos refrigerantes. É tecnicamente, bromatologicamente, possível produzir uma *Fanta Zero* ou um *Tang Zero*, mas não há como produzir, industrialmente ou não, um Suco de Laranja ou um Caldo de Cana com zero calorias. Essa meta é porém buscada, por outros meios, ou dentro de outros limites, como veremos nos exemplos a seguir, começando pelos sucos Dietético e *Light* da marca *Watt's*:

Figura 117 – Rótulos de sucos de laranja *light* de marca *Watt's*, do Chile (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Trata-se de uma marca de sucos comercializada no Chile (amostra coletada em Janeiro de 2003) e embalagens, como as expostas acima, na Figura 117, são facilmente encontradas em *websites* na *internet*¹⁶⁰, E no acervo do já citado LabConsS-UFRJ, está disponível uma outra embalagem, de Janeiro de 2003, que a seguir será exposta e particularmente analisada.

Em destaque, na Figura 118, o rótulo informa que o suco dietético contém 68% menos calorias, ou como também ali registra, contém 16 kcal por 100 mL, contra 50 kcal do suco regular. A listagem de ingredientes inclui, pela ordem: “suco de laranja concentrado, água e aspartame, e também aroma natural, vitamina C, betacaroteno e fenilalanina). Ou seja, para lograr tal redução calórica, não inclui açúcar entre seus ingredientes, embora isto não reduza em nada o valor calórico, já que nenhum açúcar deveria ser adicionado em suco nenhum. Então, na verdade, a redução do teor de açúcares é viabilizada mediante substituição de mais

¹⁶⁰ Sucos de laranja regular e dos tipos tipo dietético e *light*, da marca “Watt’s”, tem alguns de seus rótulos disponíveis em: https://www.google.com.br/search?q=jugo+de+naranja+watts+dietetico&tbo=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKewi7iLT_o_HUAhWGTZAKHYIVCM0QsAQIOg&biw=1630&bih=1202&dpr=1#imgrc=NYGTs7Mnq8C_1M. Acessado em 11 Maio 2017.

da metade do suco por água adoçada com edulcorante, colorida com betacaroteno, com um reforço mediante adição de aromas industriais, recompondo a vitamina C perdida com a inserção de ácido ascórbico de origem farmacêutica.

Figura 118 –Rótulo de suco *Watt's - Dietético*, do Chile, em Janeiro de 2003.



Fonte: Acervo do LabConsS

Em suma, não é um suco de laranja, mas uma laranjada, onde a água vem colorida e aromatizada. E continua com pelo menos 4% de açúcar, o que não é exatamente algo que se possa prescrever aos diabéticos como alternativa sem nenhum açúcar. E, do ponto de vista calórico, contém 40% do que contém um refrigerante sabor laranja, o que pode ser uma boa redução, mas uma redução que poderia ser também alcançada simplesmente bebendo apenas metade do refrigerante. Nada, portanto, zero em calorias ou zero em açúcares, como poderia fazer sonhar quando se lê que é um suco “dietético”.

E o “*Watt's light*” não melhora esse perfil pois, segundo dados nutricionais extraídos da rotulagem e disponíveis em site da *internet*¹⁶¹, informa conter 19 kcal por 100 g e 5 g de carboidratos totais, ou seja, um pouco mais que o suco dietético da mesma marca chilena.

Já no Uruguai, o “*laranja Light*”, da marca *Conaprole*, de Agosto de 2016, na Figura 119, que não destaca se é suco, néctar ou refresco, é adoçado com a natural “estévia”, oferecendo perfil similar, ao totalizar 18 kcal e 4,5 g de carboidratos por 100 mL. De resto, os ingredientes são praticamente os mesmos, incluindo água, suco concentrado de laranja, acidulante ácido cítrico, antioxidante ácido ascórbico, edulcorante glicósidos de esteviol (em

¹⁶¹ Disponível em: <http://www.myfitnesspal.com/es/food/calories/401752779> Acessado em 11 Maio 2017.

vez de aspartame, do suco chileno), aromatizantes e, igualmente, colorido com betacaroteno. Ou seja, a redução é obtida retirando metade (49%) do suco e substituindo por água colorida aromatizada.

Figura 119 – Rótulo de néctar de laranja *Conaprole*, do Uruguai em Agosto de 2016.



Fonte: Acervo do LabConsS

No Brasil também já houve, no mercado, um “*Laranja Caseira Light*”, com gominhos, da marca *Del Valle-Mais*, em cujo rótulo de novembro de 2010 (Figura 120), disponível no acervo do LabConsS-UFRJ, apresenta-se como um “néctar de laranja de baixa caloria”, com sucralose e acesulfame de potássio substituindo o açúcar. Na composição nutricional, segundo o rótulo, continha 4,5 g de açúcares e 20 kcal por 100 mL. Basicamente, portanto, valores bastante próximos das marcas chilena e uruguaia, instituindo assim um certo padrão energético para bebidas *light* com suco de laranja.

Figura 120 – Rótulo do néctar de laranja de marca *del Valle – MAIS*, de Novembro de 2010.



Fonte: Acervo do LabConsS

Já o néctar marca “*Leve*”, de Dezembro de 2012, na Figura 121 abaixo, não é nem *Light*, nem *Leve*, embora adotando água mineral para diluir o suco de laranja concentrado. Reconhecendo o que significa, ao adotar como marca a palavra *Leve*, inicia sua lista de ingredientes já se auto-protégendo com um alerta “Diabéticos: contém sacarose”, ainda que em letras minúsculas em um canto recôndito da rotulagem.

Figura 121 – Rótulo do néctar de laranja de marca *Leve*, de Dezembro de 2012.



Fonte: Acervo do LabConsS

Perseguindo essa meta de vender bebidas de laranjas próximas de zero caloria, sem açúcar, a imaginação bromatológica vem expandindo o menu de ofertas no mercado brasileiro. Um dos exemplos é o produto *Eklo water*. No folheto de promoções semanais do Supermercado Zona Sul (Rio de Janeiro), Figura 122 abaixo, de 13 de janeiro de 2016, página dupla anuncia que “Chegou EKLO WATER”, a opção mais saudável de hidratação neste verão”. E complementa: “Bebida de baixa caloria EKLO WATER CITRUS”.

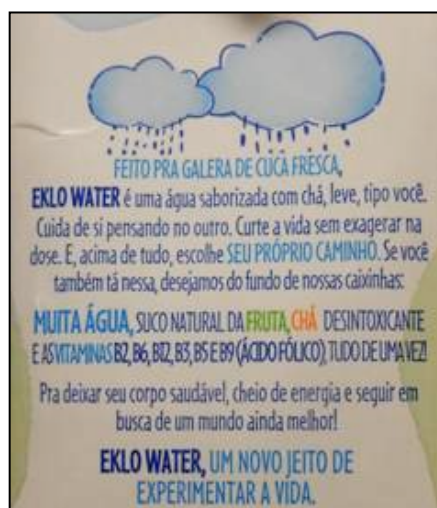
Figura 122 – Folheto promocional do Supermercado Zona Sul, anunciando o produto *Eklo Water*, em Janeiro de 2016.



Fonte: Acervo do LabConsS

Trata-se de uma bebida que, em seu rótulo frontal, estampa “citrus com chá branco, com estévia, sem adição de açúcar ou conservantes.”. Promocionalmente, o *Eklo Water* se apresenta como “uma água saborizada, conforme imagem abaixo, Figura 123:

Figura 123 – Anúncio do produto *Eklo Water*, de Janeiro de 2016.



Fonte: Acervo do LabConsS

No *website* da “Packaging”¹⁶², uma empresa de branding - incluindo planejamento, embalagem, comunicação e experiência de marca - o *Eklo Water* é apresentado como “Energia saudável para mudar o mundo é o que Eklo representa.”. A empresa então revela que foi a partir desse conceito que criou esta “nova marca de água saborizada: desde naming, branding e posicionamento até as embalagens”, afirmando que ‘o objetivo é falar com o carioca que gosta de um estilo *outdoor*, se importa com o corpo e, principalmente, preza por sua qualidade de vida.’.

A mensagem tem como desfecho, então, aquilo que mais aqui nos interessa, ou seja: “Uma bebida leve e zero caloria”. Ocorre que, bromatologicamente, não pode ser zero caloria uma bebida que contenha alguma fração de “suco natural da fruta”, conforme aparece na campanha promocional.

Diversas outras bebidas, mesclando esses conceitos de água mineral com suco de frutas - mas com zero calorias ou próximo disso - estão buscando espaço no mercado, como alternativa às outras bebidas, inclusive contra o próprio suco natural de laranja, acusado de altamente calórico, com altos teores de açúcares que vêm da fruta. Como exemplo temos, na Figura 124, a bebida de marca *H2OH!*

¹⁶² Disponível em: <http://www.packaging.com.br/work/cases/eklo-water.html>. Acessado em 14 março 2017.

Esta se anuncia como “diferente de tudo o que você já bebeu. Levemente gaseificada, zero açúcar e com casca de limão”, no anúncio publicitário abaixo¹⁶³. Em outro anúncio, seu frasco é colocado em cima de meia laranja que, se estiver presente no produto, então este já não poderia ser zero em calorias.

Figura 124 – Anúncio publicitário do produto *H2OH* (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

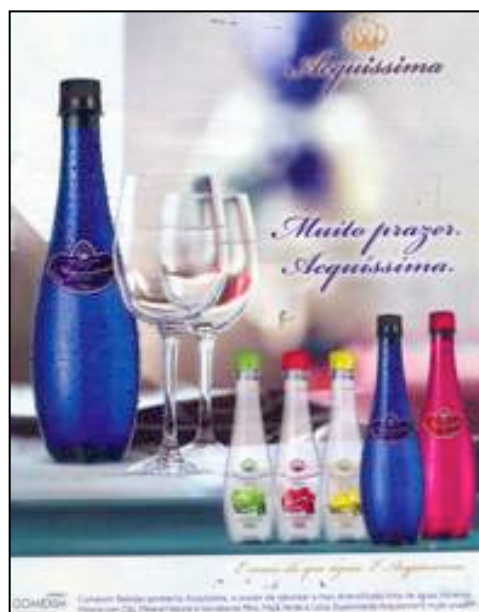
Outro exemplo é a *Acquíssima*, Figura 125, que a empresa *Mambo Delivery*, em seu website de vendas¹⁶⁴, apresenta como “*água mineral natural, Acquíssima Personnalité é extraída de fontes próprias localizadas na região de Águas de Lindóia. É classificada como Água Mineral Fluoretada Radioativa na fonte, fornece nutrientes*”. Já no website *Gourmet Virtual*, de entretenimento e informação em gastronomia¹⁶⁵, são apresentadas “*dicas Acquíssima para uma vida mais saudável*”, para que o consumidor “*saiba mais sobre as propriedades da água e mantenha-se hidratado neste verão*”. E afirma, sobre essa “*Linha Acquíssima*”, tratar-se de “*Resultado da excelente combinação da composição química e características físico-químicas que a natureza fornece*”.

¹⁶³ Disponível em: <http://aforesti.zip.net/images/h2o9.jpg> Acessado em 14 Abril 2017.

¹⁶⁴ Disponível em: <http://www.mambo.com.br/agua-mineral-com-gas-aquissima-pet-151/p> Acessado em 14 Abril 2017.

¹⁶⁵ <http://www.gourmetvirtual.com.br/noticias/dicas-acquissima-para-uma-vida-mais-saudavel-2>. Acessado em 21 Junho 2017.

Figura 125 – Anúncio promocional do *Acquíssima*, em catálogo semanal do supermercado Zona Sul (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Um produto “água” que merece também ser aqui observado (Figura 126) é a *Glaceau Vitamin Water*, um produto da *Coca-Cola* comercializado em 26 países, e que no *website*¹⁶⁶ da empresa matriz, dos Estados Unidos, é apresentado como um conceito muito simples, ou:

Água com sabores frutados e apenas a quantidade certa de açúcar para torna-lo delicioso e, ainda por cima, com um pouco de nutrição extra, e que nunca teria aparecido se alguém não houvesse olhado para uma garrafa de água e perguntasse se aquilo não poderia ser um pouco melhor. E tornar as coisas um pouco melhores é o que faz a 'glaceau vitamin water' ser ótima.

O rótulo informa tratar-se de água purificada mediante filtração por osmose reversa, contendo açúcar, aromas naturais, suco de fruta, cálcio, magnésio, potássio, vitamina C, vitamina E, extrato de *ginseng*, vitamina B3, ácido pantotênico, vitamina A e vitamina B6. Um dos muitos tipos do produto é o “Laranja”.

¹⁶⁶ Informação coletada no website da Coca-Cola. Disponível em: <https://www.dropbox.com/s/6r6os8oh2ax0dw9/Captura%20de%20tela%202017-07-10%2001.42.56.png?dl=0> Acessado em 24 Junho 2017.

Figura 126 – Embalagens do produto *Glacéau Vitamin Water* (s.d.)



Fonte: website do fabricante

Imerso em imagens produtoras de hiper-realidades, o que era água, o que era sem açúcar, e então uma alternativa aos sucos e refrigerantes açucarados, é na verdade uma bebida que contém também açúcar adicionado. Em poucas palavras, no lugar do “real”, um simulacro; mas agora um simulacro do simulacro.

5.2.10 Suços funcionais, enriquecidos com nutracêuticos e minerais

O Suco *Grand Union*, Figura 127, marca própria de cadeia de lojas supermercadistas, traz um selo da “*American Cancer Society*”, parceira na luta contra o câncer e anuncia, no rótulo, que “*Dietas baixas em gorduras e ricas em frutas e vegetais, contendo vitamina A, vitamina C e fibras podem reduzir alguns tipos de câncer. E suco de laranja da Flórida é uma excelente fonte de vitamina C*”.

Trata-se de um exemplo claro de saturação de informações ambíguas e embaralhadas, pois se frutas contêm fibras, que são recomendadas para prevenir câncer, o fato é que laranjas são ricas em fibras, mas o produto embalado não é laranja, mas sim o suco delas, sendo o suco um resultado de procedimentos também para a retirada daquelas fibras que, ademais, não têm o teor informado na rotulagem.

Figura 127 – Rótulo do suco de marca *Grand Union*, dos EEUU, em Julho de 2013.



Fonte: Acervo do LabConsS

Já o *Juicy Juice*, fabricado pela *Nestlé*, também nos EEUU, rotula alegações de propriedades em saúde, como “*Immunity*” ou “*Brain Development*”¹⁶⁷, conforme estampado nos rótulos mostrados a seguir, na Figura 128:

Figura 128 – Rótulos do suco de marca *Juicy Juice*, norte-americano (s.d.)



Fonte: *website* do fabricante (ver nota de rodapé)

¹⁶⁷ Disponível em: https://www.google.com.br/search?q=juicy+juice+brain+development+commercial&dc=0&tbn=isch&source=iu&pf=m&ictx=1&fir=CJv0fEDG2y9mDM%253A%252Cq38rRxYDxLJTIM%252C&usq=aZ1qDDnXv5_P5exy51KczWEISXA%3D&sa=X&ved=0ahUKEwj4juLof_WAhWDI5AKHaq0AXUQ9QEIINzAD#imgrc=CJv0fEDG2y9mDM; Acessado em 22 março 2017.

O pó para refresco, da Marca *Zuko*, comercializado no México, embora sendo um refresco artificial, é recomendado, em campanhas publicitárias, como certificado pelo “Colégio Mexicano de Obesidade y Nutricion”, conforme observa-se na Figura 129, abaixo, em foto de um painel fixado no interior de estações de metrô da capital, mas também nos rótulos frontais do produto mexicano.

Alguns detalhes chamam atenção: no anúncio, é ressaltada, por duas vezes, a ausência de açúcar - “*SIN azúcar añadido*” e “*no contiene azúcar*” - enquanto, no rótulo frontal, em destaque, informa um aporte de “*100% vitamina C en 4 vasos de 200 mL*”. Ou seja, o consumidor obterá a necessária porção diária de vitamina C se ingerir, sozinho, quatro porções da bebida. A ingestão recomendada não fica nítida, restando duas dúvida: i. a porção recomendada é uma porção ou quatro porções? ii. e em ingerindo quatro porções, quais as influências sobre os limites de ingestão de edulcorantes e outros aditivos?

Figura 129 – Publicidade do produto *Zuko* em estação de metrô na Cidade do México, em Outubro de 2015.



Fonte: Acervo do LabConsS

No Brasil, essa prática também foi promovida por várias sociedades médicas, por mais de vinte anos, conforme reportagem da Revista Exame¹⁶⁸, edição de 30 de agosto de 2012, apontando como exemplo o hambúrguer com selo da Sociedade Brasileira de Cardiologia, que em seu *website* justificava tratar-se de alimento com “*baixo teor calórico e reduzido teor de gordura e sódio*”.

¹⁶⁸ Disponível em: <http://exame.abril.com.br/brasil/selo-de-garantia-da-sociedade-de-cardiologia-aprova-ate-hamburger/> Acessado em 17 abril 2017.

No acervo do LabConsS/UFRJ encontram-se amostras de pós para refresco e outras bebidas, com selos da Sociedade Brasileira de Pediatria. Uma delas é o *Tang* com o selo abaixo, Figura 130, certificando que se trata de um produto que “é fonte de vitaminas A, C e ferro.”, atestando tratar-se de um produto saudável e recomendado para crianças.

Figura 130 – Certificado da Sociedade Brasileira de Pediatria estampado em rótulo do produto de marca *Tang* (s.d.)



Fonte: acervo do LabConsS

O mesmo produto, *Tang*, em outras oportunidades¹⁶⁹, produz ele mesmo um “selo” alternativo, destacando tratar-se de uma contribuição para o desenvolvimento físico e mental, conforme aponta a imagem da embalagem exposta a seguir, na Figura 131:

Figura 131 – Rótulo do pó para refresco da marca *Tang* (s.d.)



Fonte: *website* do fabricante (ver nota de rodapé)

¹⁶⁹ Disponível em: http://i2.wp.com/fz-imagens.s3-sa-east-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/2013/02/14181437/tanglaran_ja.jp_g?fit=401%2C500 Acessado em 14 Maio 2017.

Prosseguindo na observação sobre bebidas de laranja, com particularidades dietéticas especiais ou com alegações diretas ou indiretas, explícitas ou implícitas, de propriedades em saúde, mostra-se relevante expor produtos da marca “Hit”, existente na Colômbia, e que oferece vários tipos de sucos de laranja, seja na linha *light*, seja na linha enriquecidos com vitaminas, minerais ou com ômega-3. Abaixo, na imagem 132, apresenta-se algumas amostras disponíveis em *websites* na *internet*¹⁷⁰.

Figura 132 – Rótulos do suco de laranja da marca *Hit*, da Colômbia (s.d.)



Fonte: *website* do fabricante (ver nota de rodapé)

Outro exemplo, também bastante comum, para além dos sucos com nutrientes adicionados, é o caso de bebidas de frutas baseados em águas minerais. A marca *Glacier Ridge*, norte-americana, com rótulo apresentado na Figura 133, a seguir, traz uma bebida não-carbonatada, ou seja, sem gás, com “100% *spring water natural*” e suco de fruta. Na listagem de ingredientes informa que contém: *spring water*, frutose, sucos concentrados de laranja e maracujá, aromas naturais, gomas, ácido cítrico e corante natural *annato*. Por fim, informa conter 20% de suco de laranja; e 39,6 kcal por 100 mL, com 6,7 g de açúcar por 100 mL.

¹⁷⁰ Disponível em: <http://tomatelavida.com.co/etiquetado-gda/fruta/hit-jugo-naranja-postobon/> Acessado em 15 Abril 2017

Figura 133 – Rótulo do produto *Glacier Ridge*, dos EEUU (s.d.)



Fonte: acervo do LabConsS

O “*Detox-Monstro*”, da marca “*do Bem*”, Figura 134, configura uma proposta na linha “suco verde”, baseado em suco de maçã com pepino e couve. A alegação de que é um produto “desintoxicante” demanda comprovações que, entretanto, precisariam ser antecedidas de uma definição descritiva e explicativa, cientificamente fundamentada, do que é entendido e aqui assumido como “intoxicação” e “desintoxicação”. E, seja como for, seria razoável haver uma normativa regulando essas alegações e terminologias nos rótulos e propagandas.

Também da marca “*do Bem*”, e novamente com alegações de ordem fisiológica, é o produto “*Vem meu bronze*”, onde ao suco de laranja ocorre adição de beterraba e cenoura, do que resulta uma bebida com teor mais elevado de betacaroteno. E, novamente, também, faz uso de terminologia praticada popularmente em lanchonetes especializadas em sucos e muito disseminada pelas redes sociais, conforme pode ser observado em destaque naqueles rótulos na Figura 134, a seguir:

Figura 134 – Rótulos de sucos de marca *do Bem* para fins dietéticos especiais (s.d.)



Fonte: website do fabricante

Aplicando-se, no buscador “Google”, por exemplo, entre aspas, as palavras “suco rosa”, obtém-se, como resposta, em 0,51 segundos, “aproximadamente 113 mil resultados”. Para o termo “suco verde”, obtém-se 806 mil resultados em 0,43 segundos. Não é diferente a busca para “suco detox”, com 965 mil resultados em 0,44 segundos. Tais resultados, neste último caso, estão associados com promessas de emagrecimento, perda de barriga, queima de gordura, detonação da celulite, desinchamento, ganho de energia e outras decorrências que não se conectam com algo que se possa compreender como “desintoxicação”. No final das contas, se o fabricante não promete isso explicitamente nos seus rótulos, o fato é que isso é prometido alhures, com grande capilaridade, servindo indiretamente para promover o produto industrializado “alternativo”.

Temos então mais um paradoxo, pois o “alternativo” não é mais um produto caseiro, artesanal, não industrializado, mas um produto que é alternativa ao produto “alternativo”, um simulacro dentre tantos outros já aqui apontados no universo dos sucos e bebidas.

Daí para a oferta de “Suco da Luz do Sol” é um salto pequeno, com produtores artesanais fabricando e anunciando sem qualquer controle, conforme se vê no folheto abaixo, oferecendo um número de telefone e um email abaixo da mensagem “Receba em casa ou no trabalho”, assegurando que “A Saúde é verde” e que o produto é “*alcalinizante, rico em*

enzimas e antioxidante. Regula o intestino (auxilia no emagrecimento), melhora a imunidade e retarda o envelhecimento. Sem adição de água ou açúcar.”

Figura 135 – Folheto promocional do “Suco da Luz do Sol”, de maio de 2016



Fonte: acervo do LabConsS

De alimento saudável a fitoterápico o atalho é pequeno, e o *Melagrião* vai buscar não a laranja, mas a foto dela, para estampar no rótulo, Figura 136, de forma que o consumidor não se equivoque: as cápsulas são de sabor laranja, ainda que de laranja tenha apenas a foto.

Figura 136 – Rótulo do produto *Melagrião* pastilhas (s.d.)



Fonte: acervo do LabConsS

5.2.11 Uma “Legislaçãozinha” para *suquinhos infantis* (sic)

Um segmento que, pesquisado, pode fornecer “achados” preciosos para a compreensão de como a identidade de bebidas de frutas é trabalhada pelas empresas e pelas instituições regulatórias, é o de “sucos para bebês”.

Figura 137 – Rótulo do produto *BIB – Orange Juice*, dos EEUU (s.d.)



Fonte: *website da internet* (ver nota de rodapé)

Levantamento realizado, na *internet*, resultou na obtenção de imagens do suco de laranja da marca *Bib*¹⁷¹, Figura 137, direcionado para o público infantil, como evidencia o rótulo posterior, onde um bebê engatinha em direção à uma mamadeira contendo o suco “modificado”. Para melhor ajustar-se às demandas de um bebê, nota-se no rótulo que o açúcar glicose foi adicionado (*dextrose added*), o que torna o produto mais calórico, mas também mais doce e, então, melhor aceitável. Além disso, informa que os óleos da laranja foram minimizados, mantendo o valor de vitamina C.

¹⁷¹ Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=bib+orange+juice+can+baby&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKewjNhM7aj-7UAhWCI5AKHVR6AUyQsAQILQ&biw=2426&bih=1246#imgrc=xhENVcAa9H3-IM>: Acessado em 21 Junho 2017

Figura 138 – Face posterior do rótulo do suco *BIB – Orange Juice*, dos EEUU (s.d.)



Fonte: *website da internet* (ver nota de rodapé)

Outras marcas e produtos são também facilmente localizáveis, e são apresentados a seguir, na Figura 139: um suco de laranja¹⁷² e uma polpa mista, de banana com laranja¹⁷³. E, na figura 140, o produto *Nestlé – Fruit*, também uma bebida para bebês.

Figura 139 – Rótulo de suco de laranja para bebês, da marca *Gerber* (s.d.)



Fonte: *website da internet* (ver nota de rodapé)

¹⁷² Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=%22orange+juice+baby%22+photos+image&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiOyLjSm-7UAhVCFpAKHSdZBWAQsAQIlg&biw=2426&bih=1246#imgrc=bJwTnk7kmriqXM>; Acessado em 21 Junho 2017.

¹⁷³ Disponível em: http://www.gerber.com/images/default-source/products/410x410/0150000767_19b5d7ec49_4f5a65bd85d5ff000_02d9e_9e.png?sfvrsn=2; Acessado em 21 Junho 2017.

Figura 140 – Rótulos de bebidas para bebês, de marca *Nestlé* (s.d.)



Fonte: *website da internet* (ver nota de rodapé)

Pesquisa efetuada por Longo-Silva *et alli* (2015), sobre introdução de sucos industrializados e refrigerantes, na dieta de lactentes que frequentam creches públicas com base em uma amostra de 636 crianças (de zero a 36 meses), entrevistando as mães sobre idades na introdução de alimentos, concluiu que tanto sucos, quanto refrigerantes, são introduzidos antes de completar o primeiro ano de vida em mais da metade da amostra, com 10% consumindo antes dos 6 meses, quando se recomenda exclusivamente o uso de leite materno. E é diante dessa conjuntura que a propaganda, a rotulagem e os atos regulatórios de identidade e qualidade devem ser considerados.

A Portaria nº 34, de 13 de Janeiro de 1998¹⁷⁴, da extinta Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde, aprovou um Regulamento Técnico para Alimentos de Transição para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, em face da necessidade de fixar a identidade e qualidade desses produtos, aí incluídos os sucos e purês anunciados como especiais para esse grupo etário. E, de início, traz a definição:

Entende-se por Alimentos de Transição aqueles alimentos industrializados para uso direto ou empregado em preparado caseiro, utilizados como complemento do leite materno ou de leites modificados introduzidos na alimentação de lactentes e crianças de primeira infância com o objetivo de promover uma adaptação progressiva aos alimentos comuns, e de tornar essa alimentação balanceada e adequada às suas necessidades, respeitando-se sua maturidade fisiológica e seu desenvolvimento neuropsicomotor. Não estão cobertos por este regulamento as Fórmulas Infantis e os Alimentos Processados à Base de Cereais para Alimentação Infantil.

¹⁷⁴ Disponível em: <http://www.saude.rj.gov.br/comum/code/MostrarArquivo.php?C=MTk4NQ%2C%2C> Acessado em: 18 Junho 2017.

A identidade estabelecida pela ANVISA, já na definição, não esclarece quais e se alguma propriedade particular deve ser apresentada por esses alimentos de transição. Começa mal, também, quando afirma que Alimentos de Transição são estritamente aqueles industrializados, como se não fosse possível a produção caseira de Alimentos de Transição. Em outras palavras, entende-se que o Ministério da Saúde, primeiramente, deveria caracterizar, bromatologicamente, o que é um Alimento de Transição. Por exemplo, em que um suco de laranja para bebês deveria diferir de um suco de laranja integral convencional, se é que alguma diferença deva apresentar. E, caso não precise ter particularidades próprias, então, suco de laranja para transição não caberia existir. Lá no suco da marca “Bib”, por exemplo, vimos que há uma redução nos óleos de laranja presentes e que há uma adição de glicose, o que talvez no Brasil seria proibida, uma vez que não se permite adição de água ou açúcares ao suco de laranja como tal rotulado. Outro questionamento, derivado de uma análise comparada é que, se para essa idade o leite é ‘modificado’, talvez o suco pudesse ou devesse ser igualmente objeto de modificações.

Este questionamento mostra-se mais pertinente quando se observa que, o suco de laranja, para “transição”, não é denominado, no Regulamento, como “suco”, mas determina que seja designado como “suquinho”. Então, o mínimo que se esperaria é que o ato regulatório diferenciasse o que é que entende por suco e o que é que entende por “suquinho”, exceto se for uma concordância com os slogans comuns em algumas marcas, e então suquinho seria “um suco industrializado feito com carinho”.

Se a regulamentação brasileira estiver sendo elaborada com base nas recomendações da *Codex Alimentarius Commission*, seria razoável ali encontrarmos alguma referência a um termo equivalente a “suquinhos”, algo como *mini-juice*, *little juice*, *small juice*, ou *Juice Junior*, mas nada disso foi localizado na busca em inglês. Tampouco o termo “*baby juice*” aparece no conjunto de atos regulatórios, embora apareça em um produto fabricado pela *Heinz*¹⁷⁵, nos Estados Unidos, assim como ali o termo “*Junior*” também aparece em rótulos¹⁷⁶, como o do suco de maçã, que destaca ser recomendado para crianças com idade superior a 6 meses, ambas embalagens a seguir apresentadas, na Figura 141, a seguir:

¹⁷⁵ Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=%22heinz+baby+juice%22&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwj5Yf8xe7UUhWHDJAKHeBBAdcQsAQIKQ&biw=1630&bih=1246#imgrc=YrPnK0EYIR3knM>: Acessado em 16 Junho 2017.

¹⁷⁶ Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=baby+juice&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEWjp4sG0qu7UUhVGgpAKHXaFCi4QsAQIKw&biw=2426&bih=1246#imgrc=0nNrtfH6meDQ3M>: Acessado em 16 Junho 2017.

Figura 141 – Rótulo de suco de maçã, para bebês, dos EEUU (s.d.)



Fonte: *website da internet* (ver nota de rodapé)

Em suma, de um lado o Regulamento de Identidade não expressa a identidade de “transição” para os sucos propostos para bebês. E, de outro lado, embora determine que é “vedada nas embalagens e/ou rótulos a utilização de ilustrações, fotos ou imagens de bebê ou outras formas que possam sugerir a utilização do produto como sendo o ideal para alimentação do lactente”, nota-se que os produtos, em geral, contêm alguma imagem com, aí sim, identidade infantil, nem que seja um boneco ou uma logomarca que é um rosto de bebê.

5.2.12 Suco com leites e suco com cálcio como leite

Para muito além da questão identitária entre sucos, néctares e pós para refresco, estas bebidas acrescentam, progressivamente, mais e mais peculiaridades que então demandam novas conceituações, novas definições, para essa diversidade de identidades. É o caso das modificações nutricionais, onde o suco embora ainda suco, já não é um suco mas o ingrediente de uma outra bebida, uma outra “coisa”.

É, por exemplo, o “Plus”, Figura 142, comercializado no Uruguai pela Conaprole, um suco de laranja enriquecido com vitaminas A, D3 e E, mas principalmente com cálcio lácteo, de tal forma que possa ser anunciado como um sucedâneo parcial do leite no café da manhã.

As marcas *Tropicana* e *Minute Maid*, também na Figura 142, mas nos Estados Unidos, também igualmente oferecem suco de laranja com esse perfil lácteo, onde o suco “*never from concentrate*”, sempre integral e nunca a partir do concentrado, é enriquecido com o cálcio e a vitamina D, que são nutrientes fornecidos normalmente pelo leite. Desta maneira, uma nova identidade é propiciada ao que seria tradicionalmente suco de fruta.

Figura 142 – Rótulos de bebidas de laranja anunciando conter cálcio



Fonte: Acervo do LabConsS

Ainda no acervo do LabConsS/UFRJ são encontrados rótulos de sucos similares, de outras marcas, bem como de produtos que já estiveram no mercado brasileiro, fabricados pela Nestlé, onde suco de laranja é misturado, por exemplo, com iogurte. É o caso do “Frutess-Mix”, uma bebida que se anuncia como “à base de suco de laranja com iogurte”. Ou ainda um “iogurte integral, com cenoura, suco de laranja e mel”. Ambos produtos – sendo o *Frutess-MIX* datado de abril de 1996 - têm seus rótulos apresentados ilustrativamente a seguir, na Figura 143.

Figura 143 – (A) Rótulo do *Frutess*, da marca Nestlé, contendo iogurte e suco de laranja, de 1996; (B) Rótulo de iogurte Nestlé contendo cenoura e suco de laranja (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

Uma vez lançado suco de laranja com iogurte de leite de vaca, é natural que, na sequência, surjam também produtos sucedâneos, com fontes proteicas de menor custo, como extrato aquoso de soja ou mesmo soro de leite. É o caso das bebidas anunciadas como à base de soja, ofertadas no mercado brasileiro, onde se destaca, dentre muitas, aquela de marca *ADES*, cujas imagens de alguns de seus rótulos são apresentados a seguir, na Figura 144, bem como do *Mango Drink*, comercializado na Suíça, à base de soro de leite, que será comentado logo mais à frente, na Figura 145.

Figura 144 – Rótulos de bebidas de laranja contendo extrato aquoso de soja (s.d.)



Fonte: Acervo do LabConsS

O *Mango Drink*, na Figura 145, embora não seja uma bebida de laranja, merece ser aqui também analisado. Fabricado pela “*Migros – Queen*”, comercializado na Suíça, com o rótulo nas três línguas nacionais - francês, alemão e italiano - é um produto que não se apresenta nem como “Suco”, nem como “Néctar”, mas como “*Drink*”, inserindo assim uma quarta língua, o inglês, no rótulo. Conforme destacado no *box* com fundo amarelo, no rótulo frontal, trata-se de uma bebida com soro de leite.

Se com água e açúcar um suco, uma polpa, passam a ser denominados e rotulados como “néctares”, como deveriam ser denominados quando, em vez de água, o que se adiciona é soro de leite? São indagações cujas respostas dificilmente poderão ser engessadas dentro das paredes estabelecidas pelas leis. E, ao não conseguir fazê-lo, abrem as portas para todo tipo de denominação. Ou, até mesmo, denominação classificatória nenhuma, com a bebida passando a ser denominada pela marca de fantasia, algo como *Grapette*, *ADES*, *Crush*, *Mirinda*, *Fanta*,

Mineirinho, Seven Up. São fenômenos de um mundo *gourmetizado*, onde já não existem, em todos os restaurantes, pratos com um mesmo nome camarão à grega, lagosta à *Thermidor*, linguado a *belle meuniere*, supremo de frango mas pratos com vigência efêmera no cardápio e com nomes exclusivos que desaparecem no curto prazo e na memória.

Figura 145 – Rótulo do *Mango Drink*, da Suíça, rotulado como *drink*, de Julho de 2008.



Fonte: Acervo do LabConsS

Como pode ser observado, para além dos refrescos, dos néctares, dos concentrados congelados e dos sucos integrais, as identidades vão se superpondo, onde já não é mais suco nem leite, não é mais suco nem iogurte, não é mais suco nem água mineral, mas água como suco e suco como leite. Mais que isso, talvez já nem seja mais o caso de ter uma identidade para água, para suco, para néctar, para refresco, mas sim uma identidade para a marca, para *Frutess*, para *ADES*, para *Mango Drink*, para *Water Vitamin*, para *Minalba*, sendo a marca a nova identidade vigente.

6 DISCUSSÃO

A palavra *laranja* - incluindo as imagens de *laranjas* - é, em vez de laranjas elas próprias, o ingrediente principal dos sucos e outras bebidas de laranja no mercado brasileiro, sendo ineficaz intensificar qualquer fiscalização, pois as grosseiras e graves violações comunicacionais observadas nos rótulos (e aqui exaustivamente comprovadas), mostram-se consoantes com as exigências das legislações vigentes.

Da análise desse fenômeno emerge a hipótese de que, se mantidas as históricas circunstâncias conjunturais – e se este quadro for recorrente nas demais classes de alimentos rotulados - então rotulagem não se presta como recurso operacional para políticas públicas voltadas para a promoção da alimentação saudável ou prevenção e combate à obesidade.

Este, acima, é o *achado-chave*, segundo os resultados propiciados pelos dois Estudos de Caso conduzidos nesta investigação, respondendo assim à indagação central originalmente estabelecida.

Alguns achados inesperados - parte deles emergindo já bem depois de iniciada esta investigação – vieram reforçar esta interpretação dos dados coletados. O fato do suco puro, integral, fresco, de laranjas frescas, espremidas na hora, ter hoje, por exemplo, 55% mais açúcares que o refrigerante “sabor de laranja”, satanizado e com venda interdita em cantinas escolares, é um dos exemplos desses achados.

Outro exemplo outrossim relevante, constituindo-se, apesar de sua igual simplicidade, em um dos principais achados, é que se constata, no mercado, que há néctares – essa terminologia que a legislação fornece para maquiagem, enobrecer e premiar o pouco suco misturado com muita água, açúcar, corantes, aromatizantes e outros aditivos – com teores muito superiores de vitamina C, quase o dobro, daqueles presentes no suco fresco integral qualidade *premium*.

Nessa mesma linha, outro achado – que igualmente surpreende pelo paroxismo – é que os pós artificiais para refresco mostram-se muitíssimo mais saudáveis que o suco *natural*, fresco, orgânico, se for tomado como indicador de *saudabilidade*, as quantidades presentes de açúcar; e isto porque está acima de 400%, a proporção desse carboidrato no suco natural em relação ao pó artificial.

Este quadro – reduzidos teores de açúcar e adição de nutrientes de origem farmacêutica na formulação, ao lado do *engenheiramento* de artefatos alimentares – é, porém, não mais que um detalhe, uma decorrência, um sintoma dos atos de fala produzidos em matriz falaciosa, dissolvidos no interior das liquefações identitárias e nublados pela instauração de

hiper-realidades, que ocultam o “real” e reforçam a cultura dos simulacros, onde a própria legislação, a própria narrativa sobre esse cenário, torna-se igualmente um simulacro.

Se os atos regulatórios forem tomados como objeto subjacente da pesquisa – em vez de serem enxergados e tratados como “dados” – daí é possível extrair também curiosos achados e, em especial, sobre os arranjos adotados para permitir que a lei permita misturar outros sucos no néctar de laranja, sem que isso seja, sem dificuldades, perceptível pelo consumidor nos respectivos rótulos.

Neste caso, da rotulagem ilegítima mas legal, os achados não carecem de dados que os sustentem, sendo eles próprios, os achados, os dados que a si próprios emprestam inequívoca sustentação. Uma ordenação desses dados é tabulada abaixo, no Quadro 13.

Quadro 13 - Listagem de dados selecionados sobre composição de laranja, bebidas de laranja e refrigerante sabor laranja¹⁷⁷

45 mg/dia de Vitamina C é o recomendado pela ANVISA para adultos
70 mg de vitamina C é o que uma única laranja oferece, em média
62 kcal, em média, são fornecidas por uma única laranja
148,5 kcal há por copo de 330ml de suco de laranja (ou 225 kcal/500 ml)
132 kcal por lata de Fanta de 355ml (suco tem 55,5% a mais)
149 kcal por lata de Coca-Cola de 350ml (também inferior ao suco)
31,4 kcal por copo de 330ml de TANG pronto para beber (diluído)
Suco de laranja “del Valle” aporta 50 kcal (por 100ml), muito mais, 25% mais, que o néctar de laranja da mesma marca
Suco de Laranja DO BEM (uma marca <i>premium</i>) fornece 30mg de vitamina C por 100 ml, muito menos que o Néctar Maguary com teor de 45mg (50% mais vitamina C no Néctar)
Sacarose (4,1%), frutose (2,4%) e glicose (2,3%) são os açúcares do suco
Açúcar invertido (sacarose hidrolisada, com separação parcial das moléculas de glicose e frutose que a compõem), é uma mistura similar dos três açúcares que adoça o Lanjal

Fonte: produção do autor da Tese

¹⁷⁷ Os dados sobre composição química da laranja e suco de laranja, aqui citados, foram extraídos de “**Composition of Foods Fruits and Fruit Juices: Raw-Processes-Prepared**.” Agriculture Handbook nº 8-9. USDA – Human Nutrition Information Service. Washington, D.C., 1982. Os demais dados foram obtidos na rotulagem dos próprios alimentos.

A hipótese estabelecida para a investigação, portanto, vem se confirmar com bases achadas, evidenciando que há sim um excesso, uma saturação, de elementos informativos – verbais e imagéticos - que instaura um ambiente de hiperrealidades, as quais ocultam ou assassina a realidade, de tal forma que não apenas as bebidas são simulacros, mas também simulacros tornam-se as narrativas e os atos regulatórios sobre as mesmas, muito também para isso contribuindo o contemporâneo fenômeno da liquefação de identidades.

Não é difícil compreender porque as coisas são assim, quando se observa que a própria definição para rótulo, expressa na legislação, não posiciona o rótulo como uma mídia, como uma mediação comunicativa entre o fabricante e o consumidor, preferindo definir rótulo em outra matriz conceitual, não vinculada aos seus propósitos comunicacionais, mas naturalizada em sua materialidade gráfica, alguma etiqueta colada, um plástico ou um papel, um relevo ou uma tintura, algo impresso ou esculpido no vasilhame.

Para descrever ou interpretar os fenômenos relacionados com identidades e rotulagens são, talvez, infinitas as narrativas possíveis, mas aqui, na arena científica, serão sempre hipóteses submetidas aos rigores do método. E, independentemente do autor, do enfoque ou da origem, do “lugar de fala” da narrativa, a Bromatologia falará mais alto que: há dados aqui, de Química, que não são dados de opinião e, portanto, não são eles que estarão em discussão, mas sim o desprezo que se observa sendo praticado contra eles.

Não será por causa do açúcar que uma criança deveria abandonar a “Coca-Cola” para beber suco de laranja (pois os conteúdos de açúcar são análogos num e noutra); nem será por conta dos teores de vitamina C que uma criança deixaria de tomar néctar para beber suco de laranja (há néctares açucarados com mais vitamina C que o bom suco “puro”); e tampouco para diabéticos poderíamos prescrever, como saudável, o suco fresco de laranja frescas (porque tão açucarado quanto um caldo de cana ¹⁷⁸). Hiper-realidades podem *baudrillardianamente* assassinar a realidade lá nos rótulos, nos *blogs*, nas revistas, mas aqui, nesta arena, os dados científicos, a razão, a realidade arduamente por aproximação esculpida, se impõem.

De toda forma, e ainda assim, um copo de suco de laranja é – ao menos intuímos que o seja - muitíssimo mais saudável que uma latinha de Fanta, ou que uma que jarra de TANG, o que compõe uma hipótese muito forte, uma hipótese pela qual todos temos muita simpatia. Mas, reconhecido seja, trata-se, sempre, de uma hipótese e, se os indicadores forem açúcar e vitamina C, o fato é que a hipótese estaria “*popperianamente*” espancada e morta.

¹⁷⁸ Isso, segundo a Tabela de Composição de Alimentos do ENDEF/IBGE.

Para que essa hipótese permaneça aceita como, digamos, “conhecimento científico”, exige-se dados, outros dados, não estes dados - teores comparados de açúcar – pois estes, se algo comprovam, não é senão que o suco é um dos itens menos saudáveis desse menu de bebidas.

Um possível argumento de defesa seria que o suco de laranja é natural e isento de aditivos químicos, enquanto os refrigerantes, como afirma o Ministério da Saúde em seus Guias, contém substâncias que são nocivas à saúde. Mas a realidade é que, de um lado, o suco exportado pelo Brasil tem enfrentado pesadas resistências, no Exterior, por conta da presença residual de agrotóxico proibido. De outro lado, se os aditivos são tóxicos, o Ministério da Saúde deveria tê-los proibido, em vez de aprovar seu emprego. Também não será por esta trilha, portanto, que nossa simpática hipótese virá exibir identidade de “conhecimento científico”.

Esses achados decorrem da implementação de dois Estudos de Caso, debruçados sobre rótulos reais, do *mundo da vida*, representativos de três décadas de pesquisa, coletados em pontos de varejo, do Brasil e de outros países da América Latina, bem como da Europa, Canadá, Estados Unidos e Ásia. Trata-se de uma pesquisa historiográfica do mercado de sucos, com amostras reais, coletadas em campo, escaneadas pelo próprio autor da tese, propiciando acesso a todas as faces do rótulo – frontal, laterais e posterior - e não amostras coletadas em *websites* da *internet*, ofertando apenas o rótulo frontal e sem a data ou a época da ocorrência. Complementarmente, a revisão bibliográfica é, mais que tudo, alimentada por farta *literatura cinzenta*, relatórios e processos governamentais, ofícios, atas, cópias de mensagens por *telex*, pareceres-técnicos etc., o que fornece registros e informações inexistentes nos materiais propiciados pelos bancos de dados bibliográficos acessíveis por computador.

As boas práticas de pesquisa recomendam comparar teses com teses, artigos com artigos, autores com autores, rótulos com a legislação. Antes disso, porém, adota-se aqui o exercício de comparar um rótulo com outros rótulos, uma legislação com outras legislações, uma época com outra época, para disso extrair os dados, cientificamente produzidos, que são comparados aos dados do simulacro, bem como com os dados de um modelo ideal que tomamos como expressão da realidade.

Popperianamente, tudo isso pode ser espancado, no exercício da refutabilidade. Mas, se há dificuldade para provar bem provado o que aqui se afirma, havemos de conceber que, enquanto não puderem ser desmentidas, então como verdades científicas deveriam ser tomadas (ou toleradas).

Não é, porém, o caso de propostas de políticas em rotulagem que pregam a adoção de semáforos. Ovos teriam sido rotulados com luzes vermelhas, equivocadamente, durante décadas, para depois voltarem ao verde. *Fanta* e suco de laranja teriam luz vermelha, devido ao elevado teor de açúcar, só que os pós para refresco teriam lâmpada verde, e depois os refrigerantes e por fim também os néctares, à medida que fabricantes forem trocando o açúcar pelos questionáveis edulcorantes artificiais. No final, todos teriam luz verde, ficando apenas o suco de laranja como não recomendado, estampando uma luz vermelha de alerta.

Nota publicada pelo Portal Brasil, em 21 de Janeiro de 2014¹⁷⁹, anunciou que, segundo o Ministério da Agricultura, é necessário que o consumidor seja informado com maior clareza, sobre as bebidas que no mercado são ofertadas, justificando assim a edição das Instruções Normativas nº 17, 18, 19 e 42, publicadas em 2013, por aquele MAPA, após amplo debate com os integrantes da cadeia do agronegócio de bebidas.

Em cumprimento daqueles citados atos normativos, a bebida, para ser rotulada como *suco*, deve conter 100% da fruta; já no caso dos néctares, sua composição deveria oferecer, pelo menos, um percentual mínimo do suco ou polpa que, a partir de 2015, para os néctares de laranja e uva, teria aumentos graduais, evoluindo dos então 30% para 40% em janeiro de 2015 e, enfim, 50% em janeiro de 2016.

Para ilustrar, criticamente, os resultados dessas medidas do MAPA, a empresa *Alimentus-Consultoria*, em seu *website*¹⁸⁰, apresentou a imagem contida na Figura 146.

Figura 146 – Seleção de informes sobre teor de suco em néctares de várias marcas



Fonte: *website* da empresa *alimentus-consultoria*

¹⁷⁹ Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2014/01/quantidade-de-fruta-tera-destaque-no-rotulo-das-bebidas> . Acessado em 30 de outubro de 2017.

¹⁸⁰ Disponível em: <https://alimentusconsultoria.com.br/aspectos-regulatorios-de-sucos-e-bebidas/> Acessado em 30 de outubro de 2017.

A Figura 146, acima, com veemência ilustra o problema da identidade liquefeita dos néctares e outras bebidas contendo suco de laranja. Isto já foi fartamente exposto ao longo do Estudo de Caso 2, mas cabe reforçar, com renovadas comprovações, se pretendemos discutir a questão identitária das bebidas, e de como essas indefinições decorrem, mais que tudo, das incorreções dos atos normativos do Governo Federal.

Merece atenção especial o fenômeno recente, onde suco de maçã começou a ser adicionado ao suco de laranja presente no néctar. O rótulo do néctar “*dafruta*”, apresentado na Figura 147, a seguir, recém lançado no mercado, é exemplar. Pouco mais da metade do espaço do rótulo frontal é ocupada por imagem com laranjas. Na parte superior do rótulo, com destaque, o fabricante reforça as imagens com a palavra *laranja* dentro de um box com fundo vermelho. Dificilmente, na prateleira de um supermercado, um consumidor poderá perceber que se trata de um néctar misto de maçã e laranja, mesmo porque as proporções dessas misturas não são declaradas em nenhum ponto das seis faces do rótulo. O que temos é uma única minúscula maçã, disfarçada e escondida dentro de um círculo com fundo branco e anel verde, no rodapé, em letras de dimensões diminutas, a informação de que é um néctar misto de laranja e maçã.

Até este ponto, não é mais que a repetição acentuada de eventos descritos no Estudo de Caso 2. Há agora, porém, uma novidade. É que no entorno da maçã vem anunciado que é *feito com maçã* e então, por isso, *reduzido em açúcar*, como se fosse a maçã um novo e poderoso edulcorante.

Figura 147 – Rótulo do néctar *Dafruta*



Fonte: Acervo do LabConsS

Observando-se então a tabela com informação nutricional, no rótulo posterior, somos surpreendidos pelo fato de ser verdade, pois esse néctar, com nova fórmula, contém agora apenas 48 kcal por copo de 200 ml, enquanto anteriormente continha 88 kcal¹⁸¹. Como não faz sentido que a adição de maçã possa manter o grau de doçura e, ao mesmo tempo, reduzir o teor de açúcar pela metade, observou-se então a listagem de ingredientes, onde enfim estava a explicação de tudo. Sem adotar, em seu rótulo, a anteriormente tão desejada e destacada identidade *light* ou *diet*, o néctar conseguiu reduzir o teor de açúcar não porque adicionou algum suco de maçã muito doce mas, paradoxalmente, sem açúcar – o que não existe – mas sim porque cuidou de adoçar, não com a doçura do açúcar de cana, não com a doçura do açúcar de maçãs, mas com a simulada doçura dos escondidos, mas presentes, acessulfame-K e sucralose, dois edulcorantes, adoçantes, artificiais.

Essas turbulências legalizadas, na identidade dos alimentos, é provavelmente a principal porta para a permanente prática de uma política deliberada de desinformar ou mesmo atordoar a percepção dos consumidores. Como vimos no Quadro 1, no primeiro dos estudos de casos, no mundo sólido suco é suco, laranjada é laranjada, bebida mista de laranja e maçã é também possível, mas não podem a ANVISA e o MAPA produzirem atos normativos que, aparentemente ameaçadores e disciplinadores em seus primeiros artigos, alíneas e parágrafos, terminam por encontrar, mais a frente, alguma alternativa de abrir uma fresta para a fraude.

Para que isso fique mais claro, observemos a Figura 148, que apresenta um segmento da Instrução Normativa nº 42, de 2013, editada pelo MAPA¹⁸². Em seu Artigo 3º, o ato regulatório estabelece as quantidades mínimas toleráveis que um néctar deve conter da *respectiva fruta*. Ou seja, se o néctar for de laranja, então ele deve conter e anunciar, no rótulo frontal, o percentual que contém dessa mesma exata fruta.

Em outras palavras - caso ainda não esteja suficientemente claro - se a norma exige 50% de suco no néctar de laranja, então esses 50% - a partir de janeiro de 2016 - teriam de ser também de laranja, unicamente de laranja, e não de algum ou qualquer outro suco. No entanto, no néctar de laranja, observa-se que esse percentual mínimo de suco só é alcançado devido à mistura com suco de maçã concentrado congelado importado da China, o que não é declarado ali onde o rótulo destaca que o néctar contém 50% de suco, pois não especifica qual o suco. E isso só se dá porque, no Artigo 3º, também na Figura destacado em fundo verde,

¹⁸¹ Rótulo de néctar da mesma marca, com validade até 03 Julho 2017. (Disponível no acervo do LabConsS).

¹⁸² Disponível em: <https://alimentusconsultoria.com.br/aspectos-regulatorios-de-sucos-e-bebidas/> Acessado em 30 de outubro de 2017.

aquela norma inventa uma identidade *suco tropical*, ou *suco misto*, e já não explicita a exigência do termo *fruta respectiva*.

Figura 148 – Fragmento da Instrução Normativa – MAPA nº 42/2013

http://www.lex.com.br/legis_24833424_INSTRUCAO_NORMATIVA_N_42_DE_11_DE_SETEMBRO_DE_2013.aspx

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO GABINETE DO MINISTRO
INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 42, DE 11 DE SETEMBRO DE 2013
 MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO
 GABINETE DO MINISTRO
 DOU de 12/09/2013 (nº 177, Seção 1, pág. 3)

O MINISTRO DE ESTADO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, no uso das atribuições que lhe confere o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição, tendo em vista o disposto no Decreto nº 6.871, de 4 de junho de 2009, no Decreto nº 1.355, de 30 de dezembro de 1994, e o que consta do Processo nº 21000.001251/2013-12, resolve:

Art. 1º - Alterar o art. 3º da Instrução Normativa nº 12, de 4 de setembro de 2003, e acrescentar o art. 3º-B, que passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º - O néctar de laranja e o néctar de uva deverão conter uma quantidade mínima de suco da respectiva fruta, conforme a seguir:

I - 30% (m/m) (trinta por cento massa massa) a partir da publicação desta Instrução Normativa;

II - 40% (m/m) (quarenta por cento massa massa) a partir de 31 de janeiro de 2015; e

III - 50% (m/m) (cinquenta por cento massa massa) a partir de 31 de janeiro de 2016.

Parágrafo único - O néctar cuja quantidade mínima da polpa de fruta ou do suco de fruta ou de vegetal não tenha sido fixada em Regulamento Técnico específico e o néctar misto devem conter, no mínimo, 30% (m/m) (trinta por cento massa massa) da respectiva parte comestível do vegetal, ressalvado o caso de vegetal com acidez muito elevada ou sabor muito forte e, neste caso, o conteúdo da polpa de fruta ou do suco de fruta ou de vegetal não deve ser inferior a 20% (m/m) (vinte por cento massa massa)."

(NR)

"Art. 3º-B - A quantidade da polpa de fruta ou do suco de fruta ou de vegetal, no néctar e no suco tropical, deve ser declarada no rótulo.

§ 1º - A declaração prevista no *caput* deve ser feita obrigatoriamente:

Fonte: *website* da empresa *alimentus=consultoria*

Chegamos, então, a um ponto que é chave para entendermos o que é violação de identidades, bem como a diferença em relação à liquefação de identidades, segundo o conceito de Bauman. Fraudar grosseiramente identidades, colocando água no leite, fubá no pó de café, corante em farinha de mandioca comum para vendê-la como da nobre variedade amarela, são exemplos de ocorrências historicamente reconhecidas e tratadas nos livros de Bromatologia. Se o método de verificação da identidade do leite era dimensionar sua densidade, o que denunciaria a mistura com água, então o fraudador passava a misturar urina da vaca, cuja densidade é muito próxima da densidade do leite.

Mais recentemente, essas ocorrências sofisticaram-se, conforme foi extensivamente demonstrado, no interior do Estudo de Caso 2, onde nomações, imagens e rótulos dedicam-se a insinuar que é suco uma bebida que suco, puramente suco, não é. Não é nada disso,

porém, o que se enquadra como liquefação de identidades. É que, na modernidade líquida, as instituições, os indivíduos, os produtos de consumo, somos todos mercadorias com identidades transitórias, permanentemente se ajustando às expectativas ou demandas de algum mercado. Em suma, a identidade das coisas, porque são coisas líquidas, é a identidade já não propriamente delas, mas dos frascos onde estão contidas. Já não é mais o caso de algum néctar vir a ser rotulado como suco, mas sim de já não haver aquilo de, o tempo todo, refrigerante ser refrigerante, suco ser suco, néctar ser néctar, água ser água. As identidades, em suma, são instáveis ou, como denomina Bauman, líquidas.

No Quadro 1, foi apresentado um imaginário cardápio teórico de bebidas de laranja com identidades constantes, ou seja, sólidas. Trata-se de um elenco de bebidas possíveis, ideais, mas que gradualmente foram sofrendo liquefação identitária, com a ajuda, é fato, das normas e padrões de identidade e qualidade dispostas pelos Ministérios da Agricultura e da Saúde, este último através da ANVISA.

Figura 149 – Bebidas anunciadas em catálogo semanal do Supermercado Mundial (RJ)



Fonte: catálogo da semana em Outubro de 2017

Observemos, por exemplo, a Figura 149, acima. Temos ali um recorte de catálogo de promoções semanais da rede de supermercados *Mundial*, atuante no Rio de Janeiro. Três bebidas são ofertadas com a denominação *Del Valle FRUT*, sem declarar se aquilo é suco, néctar, refresco ou refrigerante. Não tem identidade; não há designação tipológica; denominação; o nome da coisa é a marca, e o nome da bebida não é mais suco, não é mais néctar E o nome, o tipo da bebida, passa a ser *Del Valle*. Não é diferente de produtos como Qualy, Danette, Catupiry, Yakult, Danoninho, Todinho, Pizza de mozzarella de búfala - que nem é de leite de búfala e nem mais no rótulo assim se autodenomina), embora pelo consumidor continue sendo tratada por esse qualificativo denominador.

A Figura 150, abaixo, radicaliza esse fenômeno, onde produtos de uma mesma marca, anunciam, em seus rótulos, que um deles é *Néctar Mais laranja* enquanto o outro é simplesmente *Mais laranja*. Um é um néctar e o outro, completamente diferente, é uma mistura sólida, um pó para preparo caseiro de refresco. Não se percebe isso olhando o rótulo e, então, quem comunica a identidade não é o rótulo, mas a embalagem, já que um está dentro de um sachê, enquanto o outro está dentro de uma caixinha, as identidades se ajustando aos respectivos frascos.

Figura 150 – Pó para Refresco e Néctar da marca *Mais*



Fonte: Acervo do LabConsS

A Figura 151, trazida para esta Discussão, é um recorte de catálogo de promoções da rede Guanabara de supermercados, atuante também no Rio de Janeiro. Dentre as diversas tipologias de bebidas, temos o néctar da marca *Dafruta*, que o supermercado anuncia como suco, ladeado por dois néctares anunciados como néctares que de verdade são. Ou seja, a identidade do conteúdo já não é declarada com exatidão ou disciplina, e para o consumidor, para o vulgo, tudo é visto, identificado, compreendido, nomeado e falado, já vulgarizadamente, apenas como “suco em caixinha”.

Figura 151 – Bebidas anunciadas em catálogo semanal do Supermercado Guanabara (RJ)



Fonte: catálogo da semana de a de 2017.

Uma hipótese que algum pesquisador poderá abraçar – mas que desde já e daqui refutamos – é aquela de natureza maniqueísta, de que os consumidores são vítimas indefesas e as indústrias perversas só pensam em aumentar os lucros, nem que para isso tenham de mentir, fraudar, envenenar o público. Uma narrativa dessa natureza pode fazer algum sucesso, em alguns ambientes, mas provavelmente, como hipótese, não lograria sustentação científica, nem daria conta de expressar a complexa realidade das relações de consumo.

Observemos, por exemplo, o gráfico apresentado, na Figura 152, informando sobre a variação de preços, no mercado futuro, da *commodity* suco de laranja, ao longo do período 2006-15. O setor citrícola não é um carrinho de cachorro-quente, onde o proprietário soma o custo da salsicha, do pão, de outros insumos, calcula um percentual de lucro e tenta vender seu produto. Ou seja, não se trata apenas de negociar com os que estão vendendo as laranjas, somar os custos de industrialização, transporte, armazenagem e ditar o preço. O gráfico alerta para uma realidade muito diversa desta, onde é o *mercado* internacional, em função de estoques mundiais, de implicações atmosféricas, de movimentos especulativos, de oscilações na demanda, quem opera a definição dos preços. Nos últimos dez anos, os preços variaram muito, subindo e caindo sucessivamente, em um intervalo entre US\$ 65 e US\$ 220.

Figura 152 – Variação de preços do suco de laranja na bolsa NASDAQ (2006-16)



Fonte: NASDAQ¹⁸³

Para entendermos essa recente tendência de misturar suco de maçã em bebidas de laranja, mas também de uva, no mercado brasileiro, convém pesquisar e correlacionar os preços dessas duas commodities, suco concentrado de laranja e de maçã. Como pode ser constatado no gráfico exposto na Figura 153, os preços do suco concentrado de maçã vêm caindo fortemente nos últimos anos, custando hoje metade do que custava em 2013¹⁸⁴. Isso está certamente pressionando o uso do suco de maçã, exportado pela China, que parece estar encontrando dificuldades para se manter em mercados de primeiro mundo. E não seria arriscado supor que isso se dá por conta das denúncias do suco vir sendo produzido com frutas fisicamente prejudicadas, amassadas, que não encontrariam demanda no mercado e são então aproveitadas para transformação em suco, ainda que frutas em condições precárias fiquem vulneráveis ao crescimento de bolores que, nas maçãs, liberam uma toxina, a patulina, que causa sérios agravos à saúde do consumidor. Como vemos, os problemas com as atividades do MAPA não se limitam ao que pratica no interior de suas normas de identidade e

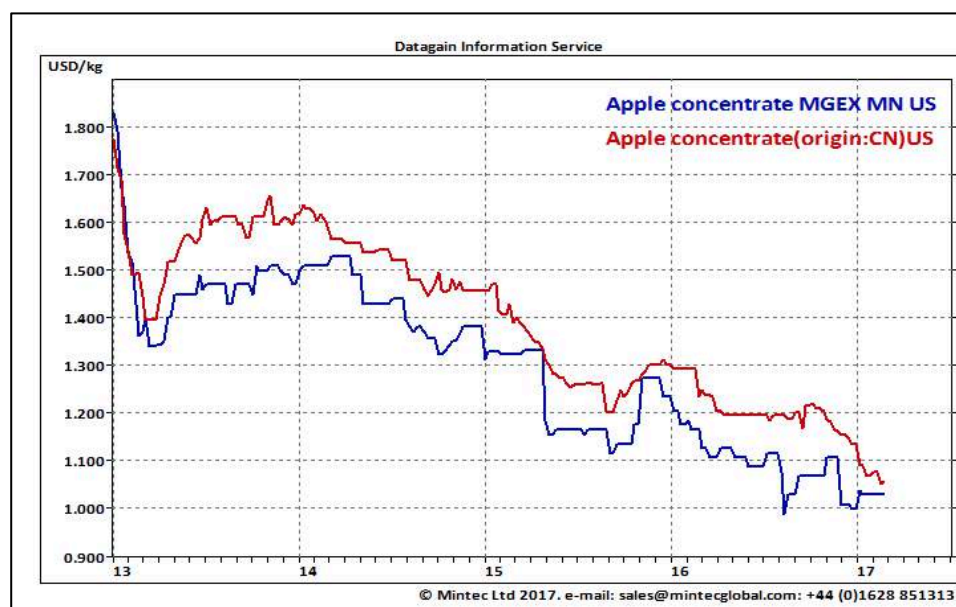
¹⁸³ Disponível na bolsa NASDAQ, em: <<http://www.nasdaq.com/markets/orange-juice.aspx>> Acessado em 12 Setembro 2017.

¹⁸⁴ Disponível em: <<https://www.mintecglobal.com/2017/03/apple-juice-concentrate-prices-continue-falling-us/>> Acessado em 12 Setembro 2016

qualidade, incluindo rotulagem, de néctares e outras bebidas, estendendo-se também para defesa sanitária e seus desdobramentos em espaços de saúde pública.

Ainda com relação à micotoxina patulina, cabe registrar que a ANVISA baixou a Resolução nº 7, em 18 de fevereiro de 2001¹⁸⁵, estabelecendo limites inclusive para patulina em suco e polpa de maçã. Mas não consta que esse indicador venha sendo fiscalizado nos volumes importados.

Figura 153 - Variação de preços do suco de maçã no mercado internacional (2013-16)



Fonte: MINTECGlobal

Esta discussão não poderia tangenciar a questão do “saudável”, ainda que não esteja isso contemplado na indagação ou na hipótese desta investigação. É que as denúncias e decorrentes desdobramentos na mídia, principalmente acerca dos dados à nutrição e saúde infantil, pelo consumo de néctares e refrigerantes, tem estado muito presente na agenda nacional. Primeiro de tudo, deve ser enfatizado que, em nenhum momento, ao longo desta Tese, houve qualquer afirmação que sucos são saudáveis e néctares e refrigerantes não são, mesmo porque não foram levantados dados para sustentar alguma manifestação nessa temática.

O que aqui se aborda é como isso, de teores de açúcar, de vitamina C, de aditivos químicos, aparece nos rótulos das bebidas, e de como isso interfere na percepção da identidade da mercadoria pelo consumidor. O que se percebe é que parece prevalecer um

¹⁸⁵ Disponível em: http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2011/res0007_18_02_2011_rep.html Acessado em 12 setembro 2017.

conceito de que, para ser saudável, deve conter pouco açúcar. E que, portanto, teríamos de um lado o suco que é natural, espremido na hora, de frutas, que embora industrializado é igual aos sucos que as avós carinhosamente ofereciam para seus netos, enquanto, de outro lado, teríamos produtos que integram uma categoria indefinida, denominada como “ultraprocessados”, cujo consumo deve ser desestimulado ou mesmo vetado.

O problema é que, paradoxalmente, as indústrias de alimentos se ajustaram rapidamente a tais narrativas e, atualmente, oferecem alternativas de refrigerantes, de néctares, até mesmo de pós artificiais para refresco, com bem menos açúcar que o suco de laranja, e mesmo com teores mais elevados de vitamina C, o que pode parecer uma fraude, mas é apenas uma verdade paradoxal.

Alguém poderia dizer que o açúcar do suco de laranja é diferente, é natural, é da própria fruta, ao contrário do açúcar das demais bebidas. Mas o açúcar dos néctares é a mesma sacarose que, a princípio, é também um produto natural, não-artificial, pois que extraído do vegetal natural que é a cana-de-açúcar. Ademais, o açúcar da laranja é metade sacarose, enquanto a outra metade divide-se, outra vez meio a meio, entre glicose e frutose. Ou seja, é a mesma situação do tecnicamente denominado “açúcar invertido”, produto que é utilizado para adoçar o Lanjal, já que não prejudica sua viscosidade, nem traz risco de provocar a formação de cristais, que possam danificar a qualidade sensorial do suco concentrado, congelado e adoçado.

A hipótese, de que o suco é mais saudável que o pó artificial para refresco, fica, portanto, na dependência de se adotar algum outro indicador de saudabilidade, que não seja estritamente o açúcar ou o teor vitamínico. Um caminho para isso seria colocar em dúvida a segurança dos corantes e aromatizantes, o que provocaria um merecido desconforto para o Ministério da Saúde, já que ele próprio, se de um lado prega por alimentação saudável, é quem, por outro lado, libera o uso dessas substâncias para alimentos infantis, assegurando que são toxicologicamente seguras.

Uma laranja, um suco de laranja, por serem constructos da natureza, têm resistências para modificação de suas propriedades. Não parece razoável imaginar uma laranja transgênica sem açúcar, ou com açúcar reduzido, capaz de produzir, então, um suco “light”. A única forma de atingir essa meta seria adicionando água, transformando o suco em laranjada, e manter o sabor doce mediante inserção de edulcorantes artificiais. Ou seja, transformar o suco em néctar, mas já não mais um suco.

É preciso entender que o açúcar da laranja é o suco da laranja e que suco de laranja é o açúcar da laranja, disso dependendo não apenas seu sabor, mas também sua densidade, sua

textura, sua viscosidade, tudo. Assim, mesmo que possível fosse produzir uma laranja transgênica, com menos ou nenhum açúcar, o que dela se espremesse não teria nenhuma semelhança com aquilo que identificamos como suco de laranja.

Já um pó para refresco, ou um refrigerante, são constructos não da natureza, mas da mão, do cérebro e da criatividade humana. São produtos *científicos*, com identidades esculpidas pelo trabalho de atores sociais, podendo reduzir ou aumentar, enormemente, sua doçura, sua viscosidade, seus aromas, mediante inclusão de novos aditivos e coadjuvantes tecnológicos. Também os teores vitamínicos, e não apenas o de vitamina C, incluindo mesmo sais minerais como ferro, cálcio, ou zinco, dentre outros, podem ser largamente ampliados, mediante adição de nutrientes de origem farmacêutica.

Nesse contexto, portanto, essas definições - *precrastinadas* quanto ao termo “saudável” - podem terminar muito prejudiciais para o suco de laranja, em sua rotulagem. Provavelmente, a definição de saudável precisa ser muito bem repensada, para que o suco fresco continue classificado como saudável, em vez de perder, por esquemas artificiais, essa qualificação para os produtos artificiais, de fantasia ou *engenheirados*.

Uma rotulagem não explicativa descritiva mas que, arbitrária e reducionista, seja operada no sistema de “semáforos”¹⁸⁶, com luzes verde, vermelha ou amarela – alertas e ordens em vez de informações descritivas ao consumidor, sobre as características, impropriedades ou riscos dos alimentos - poderá, portanto, representar mais um equívoco, fruto de esforços amadores, voluntariosos, passionais, acerca de um fenômeno que é técnico. E que fique bem claro: um suco de laranja poderá ter luz vermelha para o teor de açúcar, enquanto pós artificiais e refrigerantes, neste quesito, terão luz verde. Ou seja, o delineamento de alternativas, para rotulagem de alimentos, demanda estudo, *expertise*, capacidade técnica em Bromatologia, e demanda lucidez e humildade dos ativistas que atuam como lobistas nos processos de formulação de políticas e medidas em Saúde.

Segundo Mantoanelli *et alli* (1999), muitas vezes as informações são apresentadas intencionalmente de maneira confusa, de forma a privilegiar o apelo comercial, minimizando a função de orientação ao consumidor. Outros estudos confirmaram esta conclusão, destacando-se o estudo de Graciano *et alli* (2000) que, analisando 375 rótulos de produtos industrializados, identificou a ausência do número do lote em 53,6% destes produtos.

Já Marins (2004) cuidaram de avaliar a rotulagem de onze categorias de alimentos fracionados, verificando que todos os rótulos apresentavam falhas, principalmente no que

¹⁸⁶ Indicadores como sódio, açúcar e gorduras saturadas recebem luzes, na rotulagem, sendo verde para ingestão liberada, amarela para ingestão controlada e vermelha para ingestão com risco.

dizia respeito a abreviação ou ausência da denominação de venda dos produtos, a ausência da lista de ingredientes e de informação sobre a origem do produto. Por outro lado, foi constatado um percentual relevante de conformidades para conteúdo líquido e prazo de validade. Mantoanelli *et alli* (1999) afirmam que tais dados, com exceção da lista de ingredientes, foram confirmados na pesquisa que realizaram. E aponta outra irregularidade - a ausência da identificação do INS e/ou função do aditivo alimentar utilizado (22,6%). E pondera que, embora esta informação seja importante para os órgãos fiscalizadores, pode não ser relevante para o consumidor, uma vez que o mesmo desconhece seu significado.

Sobre hiper-realidades e liquefações identitárias, assim como sobre a Teoria dos atos de fala – e suas correlações com rotulagem de mercadorias – a busca bibliográfica, em bases de dados, se mostrou infrutífera. E dos artigos sobre rotulagem que, pelo título, pareciam se prestar à promoção de um diálogo entre pontos de vista discordantes ou convergentes, também nada se encontrou, tratando da realidade brasileira, que não fossem abordagens típicas de procedimentos adotados no exercício da vigilância sanitária, que pesquisa rótulos mediante emprego do recurso de *check list*, coletando dados enquanto preenche formulários para cotejar o que há (ou não há) nos rótulos, em relação às exigências da legislação pertinente. Infelizmente, para dialogar em torno da necessidade de se construir novas metodologias, para descrever e analisar este fenômeno bromatológico, bem como para encaminhar esforços para a construção de fundamentos teóricos que possam representar tentativas explicativas das causalidades, nada foi encontrado.

Essa conversação, entretanto, foi realizada durante meses, com outros pesquisadores do campo da Saúde, que emprestaram suas expertises e doaram seus tempos, para ler, ouvir e comentar os questionamentos que a eles foram submetidos.

Uma Discussão, em uma Tese, é o inverso da Introdução. Se esta sai do geral e vai afunilando - em direção ao específico, ao pontual, ao recorte, ao sub-recorte - aquela, a Discussão, parte do pontual, do sub-recorte do objeto e, com base nos resultados e achados assim produzidos, persegue,, alargando, a generalização.

Se não é possível generalizar que todos os cisnes são brancos – e que não existem cisnes negros – que todos os rótulos de todos os sucos e de todas as bebidas, ou de todo qualquer outro alimento são todos assim, ao menos generalizar é possível que é impossível assumir que os rótulos são, hoje, mídias educadoras de alguma coisa, porque nem sequer informativas o são. Em outras palavras, as constatações permitem generalizar que, se nem todos os cisnes são brancos, tampouco negros todos são, porque se não todos, pelo menos uma vasta fração dos rotulos apresenta uma larga variedade de estratégias para liquefazer

identidades, instaurar hiper-realidades, otimizar desvãos das legislações, talvez desvãos propositalmente criados, em sequência, uns novos substituindo os anteriores denunciados.

No mundo líquido, impossível ignorar que o próprio rótulo tem, hoje, uma identidade liquefeita. Mesmo a definição simplória, mal posicionada, da legislação para o objeto *rótulo*, mostra-se obsoleta até naquele objetivo mirrado que traduziu. Ainda que olhado apenas como *mídia*, e não como ato comunicacional – cuja definição seria muito mais desafiante e sujeita, então, a imperfeições – o rótulo não é mais uma etiqueta colada, impressa ou marcada em relevo na embalagem. Muitas são as mídias que, próximo ou distante da prateleira do ponto de venda, informam ao consumidor sobre as propriedades dos produtos. Inquestionável, por exemplo, que há rótulos virtuais, não regulados, nos *websites* de lojas e supermercados. Mais que isso, porém, são os *blogs*, os cartazes, as reportagens na TV ou revistas e, agora a expansão total, com o surgimento do recurso denominado *QR Code*, onde com um celular apontado para o rótulo (ou anúncio publicitário), ao consumidor é oferecido um vasto menu de catálogos, vídeos e mesmo diálogo direto, imediato, com o serviço de atendimento a consumidores pelo fabricante. O rótulo, ao contrário do que afirma a legislação, não está fixado apenas na embalagem, mas está também na *nuvem*¹⁸⁷.

A hipótese central da investigação, em outras palavras repita-se, é que se os rótulos são um espaço para um emissor, respeitando a legislação, veicular informações técnico-científicas, do mundo da racionalidade, então o receptor deveria estar habilitado para atentar aos fatos informados, bem como para compreendê-los. Não há quase nada ali, nos rótulos, de saberes de Química ou Biologia, que não esteja no currículo escolar do Nível Fundamental, mas mesmo profissionais de nível superior, inclusive de Química, de Ciências Agrárias ou Biomédicas – até mesmo uma fração relevante de professores dessas Faculdades – não lembram e não se esforçam para recuperar esses saberes imprescindíveis para compreender o que os rótulos podem e devem informar. Transformado em *bem de consumo*, o rótulo passa a ser consumido no “mode” *fast food*, um “*fast label*”, na modalidade “*semáforo*” ou números que, também rapidamente, informam o “prazo de validade”, um *deadline* em vez de um “*best before*”, que desobriga o cidadão de compreender, pensar, tomar decisões com autonomia.

Esta conjuntura corrói a hipótese de que, nos rótulos de alimentos, se instaure um ambiente onde haja potencialidades para a vigência do Agir Comunicativo, imaginado por Habermas embora, como afirma Uribe Rivera¹⁸⁸, “um rótulo é uma declaração de identidade”. Ou seja, que com base na ética e na razão, com diálogo, fundados em atos de fala

¹⁸⁷ Sistema de armazenamento de dados à distância.

¹⁸⁸ Frase extraída do conteúdo de entrevista do autor da Tese com aquele professor.

e de escuta, fabricantes e consumidores, com a mediação dos rótulos alimentares, pudessem fazer emergir uma contratualização objetiva e amigável.

Nesse mesmo cenário de dificuldades e paradoxos, os ativistas e simpatizantes dos movimentos anti-nutricionismo – onde o que importa é pensar simbolicamente os alimentos expostos e não racionalmente os nutrientes contidos – mostram-se, concomitantemente, ativistas e simpatizantes do “rotulicismo”, rótulos ideais que identificariam, informariam e explicariam tudo que o alimento é ou contem, ainda que os consumidores não tenham como ler, nem no cotidiano o pratiquem uma vasta fração, inclusive porque analfabetos funcionais.

Para explicar esse fenômeno, Bauman e Baudrillard trazem importantes contribuições sociológicas e filosóficas, que se somam ao reconhecimento das limitações das palavras para relatar o que tem dentro da embalagem, atrás do rótulo, bem como as limitações das palavras para, como palavras, normatizar as palavras que podem estar ou não podem estar nos rótulos ou, em suma, explicar com palavras como é o uso das palavras para regular o uso das palavras nos rótulos.

E’ com tal recorte da realidade contemporânea – configurado de laranjas e de palavras - que se deu a tessitura do objeto da pesquisa imaginada para compor esta Tese de Doutorado. Sem ignorar, desprezar ou passar ao largo das outras muitas questões que o fenômeno desperta ou inspira, indagou-se: “As coisas que têm sido feitas, com palavras, sobre e contra essas bebidas todas, pelo Estado, pelas indústrias, pela academia, têm acaso obtido algum sucesso para descrever ou regular as coisas que continuam sendo feitas com essas laranjas ou em nome delas?”.

A resposta para tal indagação será renovada, a seguir, na Conclusão. Antes, porém, devemos ter sempre claro que, apesar dos óbices, dos nós críticos, gerados e nutridos no interior das agências regulatórias, uma outra rotulagem é sim imediatamente possível, bastando ignorar ou descartar as normas específicas sobre rotulagens e os regulamentos técnicos sobre identidades, tanto do MAPA, quanto da ANVISA, passando-se a aplicar tão somente, ou acima de tudo, o Código de Defesa do Consumidor – que assegura o direito a ser informado sobre a natureza de cada produto do mercado - e o Artigo 21 do Decreto-Lei 986, de 1969, que ao instituir normas básicas sobre alimentos dispõe que:

“Não poderão constar da rotulagem denominações, designações, nomes geográficos, símbolos, figuras, desenhos ou indicações que possibilitem interpretação falsa, erro ou confusão quanto à origem, procedência, natureza, composição ou qualidade do alimento, ou que lhe atribuam qualidade ou características nutritivas superiores àquelas que realmente possuem.”. (BRASIL, 1969).

Após a realização e redação dos Estudos de Casos, após escrita e revisada toda a Tese, incluindo a Discussão e a Conclusão, depois de já agendada a Defesa e distribuída a Tese para os membros da Banca, continuaram transcorrendo mais e mais eventos de alta relevância no cenário dos sucos e bebidas de laranja, sendo aqueles então integrados, com imagens e análises, no constructo submetido à apreciação da Banca e, para registro, aqui resumidamente também registrados. De um lado, teve início uma campanha com anúncios na TV e páginas inteiras de jornais, lançada pelo movimento social denominado “Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável”, em defesa do direito de se saber o que se está comendo. De outro lado, o suco de laranja “*do Bem*”, lançado com um diferencial, de que não tinha água, nem açúcar - aquele com a *story telling* de empresários jovens cansados da mesmice – está no mercado agora em outro formato, já não mais “suco de laranja”, mas “bebida de fruta com 82,7% de suco”, escondendo que não é suco de laranja, mas suco misto com maçã, provavelmente importado da China, com adição de água. Destaca imagens e a palavra “laranja” no rótulo, para com letras pequenas, no rótulo posterior, confessar adição de suco concentrado de maçã, de aroma de laranja, de ácido cítrico. Não é mais o mesmo suco. E o néctar “del Valle” - agora que a legislação acordada, com a mediação de movimentos sociais, e com prazo de carência superior a dois anos, passou a exigir um mínimo de 50% de suco no néctar, após janeiro de 2017 – não vem mais rotulado como néctar. Desapareceu com essa designação do rótulo, para a legislação de néctar não ter de cumprir, passando a ser rotulado não mais como néctar, mas como “bebida de laranja”, o que uma legislação mal elaborada permite que seja vendida como se néctar fosse, na mesma embalagem do suco, mas sem adição daquele 50% mínimos de suco. Essa legislação, ressalte-se, não especifica que os 50% de suco devem ser da respectiva fruta e, com isso, o néctar de laranja vem com suco de maçã, e desinforma o consumidor alegando que com isso, com a adição de *maçãs doces*, consegue reduzir largamente o teor de açúcar adicionado e, assim, a quantidade de calorias por porção, escondendo que isso só é alcançado pelo emprego generalizado, e não devidamente informado, de adoçantes artificiais. E a *Coca-Cola* lançou uma versão “*Orange*”, a tradicional *Coca-Cola* agora vem com sabor laranja, evidenciando que a liquefação das identidades, aqui, não é apenas um fenômeno social da contemporaneidade, mas decorrência também do rompimento programado, juridicamente amparado, das fronteiras naturais entre cada tipologia de bebida de laranja, geralmente com permanência efêmera no mercado.

7 CONCLUSÃO

Há um amplo, complexo e diversificado conjunto de mecanismos linguísticos e semióticos utilizado pelas empresas, com a conivência ou cumplicidade do Estado, na rotulagem de sucos e bebidas de laranja que, se também praticados em outros tipos de alimentos, inviabiliza completamente a adoção dessa *mídia* como instrumento e estratégia de políticas públicas orientadas para a promoção da saúde.

Os dados - sólidas materialidades de parágrafos regulatórios tabulados e de rótulos estampados ao longo das páginas desta tese - são inquestionáveis, na medida que não são produzidos pela investigação, a qual meramente os procurou, coletou e ordenou, na condução deste procedimento investigativo e, ainda mais, porque não são números mas imagens, porque não são opiniões resultantes de entrevistas ou questionários mas extratos de legislações governamentais, porque não são anotações observatórias mas retratos, sem retoques, da realidade, porque não são privados mas públicos.

O cenário assim desvelado – junto com o exercício de desconstrução das inverdades bromatológicas declaradas aos consumidores – mostra-se refratário, e mesmo imune, a mudanças decorrentes de eventuais medidas de intensificação dos atos de fiscalização, bem como a medidas de revisão dos atos regulatórios, quando e se realizada pelos mesmos atores e pela mesma máquina administrativa até aqui responsável por estas atribuições.

Constatou-se é que as informações desviantes, encontradas nos rótulos, não violam os regulamentos sanitários, estando em perfeito respeito e consonância com as exigências da legislação ministeriais. E que o senso comum, sobre tais produtos, conflita radicalmente com os saberes ofertados pelas ciências de alimentos, destacando-se por exemplo a questão de teores calóricos, que tem sustentado a criação de leis sobre cantinas escolares, proibindo a venda de refrigerantes, para com isso supostamente prevenir e combater uma apontada epidemia de obesidade infantil que, se assim enfrentada, não parece retroceder.

A Química Analítica – e então os próprios rótulos – indica um gritante paradoxo: o suco fresco de laranja contem 55% mais calorias que um refrigerante sabor laranja; e uma correlação na casa dos 400%, quando comparado a um pó artificial para refresco sabor laranja. Ademais, há néctares que – embora sofrendo elevada adição de água e açúcar – ainda assim, no copo, apresentam teores de vitamina C de cerca do dobro desse teor vitamínico no suco integral.

Reconhecendo esses números, o mercado consumidor, em países do primeiro mundo, vêm reduzindo o consumo de sucos, dando preferência a águas minerais aromatizadas, bem

como ao consumo direto da fruta. Portanto, as orientações nutricionais, das políticas públicas brasileiras, precisariam estar fundamentadas na Ciência na razão, e não no senso comum, no voluntarismo, nas paixões e nos interesses conflituosos e ilegítimos.

Os rótulos mostram-se saturados de palavras e imagens, que terminam por instaurar o hiper-real, que oculta as realidades características dos produtos. O mais grave talvez não seja o que está ausente dos rótulos, a informação que não foi oferecida mas, pelo contrário, aquilo que está lá informado, saturadamente. Nesse contexto, em vez de movimentos de consumidores assumirem slogans do tipo “põe no rótulo”, mais saudável seria adotar e propor o avesso disso, um slogan como “tira do rótulo, deixando apenas o essencial”.

Igualmente simplório e contraditório é concentrar os esforços do Estado em intervenções arbitrárias, totalitárias, fechando as cantinas escolares, proibindo a venda de refrigerantes aos alunos, aumentando exageradamente os tributos para obstar o consumo. Assumir que, no interior de uma escola, no ambiente de uma casa de saberes e aprendizados, de formação de cidadãos, a única solução – abdicando da persuasão com argumentos - seja impor proibições, opressões, coerções, não parece corresponder a um procedimento social saudável, nem parece representar uma eficaz estratégia pedagógica. Menos ainda parece uma contribuição alinhada com proposições para a construção de uma sociedade de direitos, de uma nação fundada na liberdade, na democracia, na ética e na razão e em condições, portanto, de reconhecer e valorizar o livre arbítrio e a argumentação.

Se o problema, na regulação oficial dos atos de rotular, for decorrência da falta de vontade política e escassa expertise técnica, deveria ser lembrado que, mesmo com vontade política e capacitação dos quadros técnicos atuantes neste campo, ainda assim, seria muito difícil assegurar uma rotulagem perfeita. É que a criatividade dos marqueteiros, aliada com os esforços lobistas, sempre poderão, respectivamente, encontrar ou criar desvãos normativos para, com criatividade, com habilidades linguísticas e semiológicas, produzir – ou viabilizar a produção – de rótulos com impropriedades e, no entanto, consoantes com os termos das leis, ao tempo em que burlam o espírito destas.

As palavras apresentam dificuldades para dar conta de regular o uso delas próprias, as palavras. Uma solução definitiva seria as empresas assumirem o compromisso ético de não buscar meios criativos para legalisticamente violar o espírito das leis. Ou mesmo, como já acontece com os produtores de derivados do café e do amendoim – estabelecerem pactos contratualizados, o que implica em mútuos procedimentos de fiscalização privada, de forma a assegurar uma leal concorrencialidade comercial.

Mesmo, porém, com atuações ancoradas na ética e na razão, mesmo com vontade política e expertise técnica, ainda restarão óbices ou nós críticos para termos um mercado com rótulos apropriados. É que, no contemporâneo mundo líquido descrito por Bauman, já não há a solidez dos tradicionais referenciais jurídicos, cabendo adotar um novo referencial para balizar condutas, que há de ser a Ética, se é que isso é possível em um mundo não de cidadãos, mas agora de consumidores.

Nesse mundo agora instável, as identidades também se tornam instáveis, com a fluidez identitária passando a ser valorada como flexibilidade e capacidade de adaptação à nova ordem mundial. Então, a identidade de um alimento se mostraria também fluida, líquida, em busca de se adaptar às demandas fluidas dos mercados de consumo nessa modernidade líquida.

A habilidade humana para construir, verbalizar e manter identidades sólidas – que possam construir normas e regulações para rotular bebidas de laranja e, provavelmente, todos os demais alimentos, designando-os com vocábulos inteligíveis, de forma nítida e cristalina – permanecerá como questão contenciosa, com um complicador que é as limitações metodológicas.

A conclusão, a resposta que esta investigação oferece para a indagação central, é que as coisas que, com palavras, têm sido feitas, pelo Estado, pela academia e pelos fabricantes - sobre ou contra aquelas coisas que têm sido feitas com laranjas ou em nome delas - não têm até o momento logrado algum sucesso nos esforços de descrição ou regulação do fenômeno. E ao encerrar, fortalecendo tal conclusão, mostra-se oportuno, como na abertura desta Tese, lembrar de Emile Durkheim, agora parafraseando o prefácio da primeira edição do *Les règles de la méthode sociologique*, de 1895, cambiando-se fatos sociais por rótulos, Sociologia por Bromatologia:

O tratamento científico dos rótulos é tão pouco habitual, que algumas das proposições contidas nesta Tese correm o risco de surpreender o leitor. Todavia, se existe uma ciência dos rótulos, é de esperar que ela não se limite a ser paráfrase de preconceitos tradicionais, e, sim, que mostre as coisas de maneira diferente da encarada pelo vulgo; pois o objetivo de toda ciência é descobrir, e toda descoberta desconcerta mais ou menos as opiniões formadas. É preciso que o bromatólogo tome resolutamente o partido de não se intimidar com os resultados alcançados pelas pesquisas, quando metodicamente conduzidas, a menos que, em Bromatologia, se conceda ao senso comum uma autoridade de que há muito tempo não goza nas outras ciências e que aliás não vemos de onde lhe poderia provir (...)

REFERÊNCIAS

ALAMI, S. **Os métodos qualitativos**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Circulação polifônica: comunicação e integralidade na saúde**. In: PINHEIRO, R.; MATTOS, R. A. (Org.). *Construção social da demanda: direito à saúde, trabalho em equipe, participação e espaços públicos*. Rio de Janeiro: Abrasco, 2005.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e saúde**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007.

ARAÚJO, T. O. **Paisagens identitárias no discurso de professores de inglês da rede municipal**: um estudo de práticas narrativas e avaliativas. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem), PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2014.

ARCOVERDE, W. **A contaminação de alimentos**. Depoimento realizado pelo Ministro da Saúde, Waldir Arcoverde, perante a Comissão de Inquérito destinada a apurar a contaminação de alimentos por excesso de aditivos e a eficácia dos controles atualmente existentes. Brasília, 1980.

ARES, G. et al. **Food labels: do consumers perceive what semiotics want to convey?** *Food Quality and Preference*, Amsterdam, v. 22, n. 7, p. 689-698, Oct. 2011. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/232405616_Food_labels_Do_consumers_perceive_what_semiotics_want_to_convey>. Acesso em: 4 mar. 2016.

AUSTIN, J. **Como hacer cosas con palabras**. 9. ed. Madrid: Paidós, 2010.

BAUDRILLARD, J. **El crimen perfecto**. Barcelona: Anagrama, 1996.

_____. **Las estrategias fatales**. Barcelona: Anagrama, 1984.

_____. **Por qué todo no há desaparecido aún?** Buenos Aires: Zorzal, 2009.

_____. **Selected writings**. Stanford (EUA): Stanford Univ. Press, 1988.

_____. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

_____. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Z. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005b.

_____. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Zahar, 2005a.

_____. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BERTRAND, M.; CAUWENBERGH, R. Van; DEELSTRA, H. **Availabilities of calcium, iron, and zinc from dairy infant formulas is affected by soluble dietary fibers and modified starch fractions**. *Nutrition*, Amsterdam, v.19, p. 641-645, 2003.

BLECHER, E.; LIBER, A. C.; DROPE, J. M.; NGUYEN, B.; STOKLOSA, M. **Global trends in the affordability of sugar-sweetened beverages, 1990–2016.** *Preventing Chronic Disease*, Atlanta, GA, v. 14: 160406, May 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.5888/pcd14.160406>. Disponível em: <https://www.cdc.gov/pcd/issues/2017/16_0406.htm> Acesso em: 23 ago. 2017.

BOBBIO, F. O.; BOBBIO, P. A. **Introdução à química de alimentos.** 3. ed. São Paulo: Varela, 2003.

BONOMA, T. V. **Case research in marketing: opportunities, problems, and a process.** *Journal of Marketing Research*, Chicago, IL, v. 22, n. 22, p. 199-208, 1985.

BOURDIEU, P. **Coisas ditas.** São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **A economia das trocas linguísticas.** São Paulo: EDUSP, 2008.

_____. **A influência do jornalismo.** In: BOURDIEU, P. Sobre a televisão. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

_____. **Sobre o Estado: cursos no Collège de France (1989-92).** São Paulo : Companhia das Letras, 2014.

_____ et al. **El oficio de sociólogo: presupuestos epistemológicos.** Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2004.

BRASIL. **Decreto nº 4.680**, de 24 de Abril de 2003. Regulamenta o direito à informação sobre alimentos que contenham ou sejam produzidos organismos geneticamente modificados. Disponível em: <http://agrobiobrasil.org.br/wp-content/uploads/2014/01/Decreto-4680-de-2003-Alimentos-produzidos-a-partir-de-OGM.pdf>. Acesso em: 24 abril 2016.

BRASIL. **Decreto Lei nº 986** de 21 de outubro de 1969. Institui normas básicas sobre alimentos. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil.** 21. out. 1969, p. 008935 Seção 3.

BRASIL. **Lei nº 6.360**, de 23 de setembro de 1976. Dispõe sobre a vigilância sanitária a que ficam sujeitos os medicamentos, as drogas, os insumos farmacêuticos e correlatos, cosméticos, saneantes e outros produtos, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil.** 24. set. 1976, p. 012647 Seção1.

BRASIL. **Lei nº 9.782**, de 26 de janeiro de 1999. Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil.** 27. jan. p. 000001, Seção I.

BRASIL. Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Tabela de Composição de Alimentos.** Rio de Janeiro, 1977.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa** de 04 de setembro de 2003. Aprovar o Regulamento Técnico para Fixação dos Padrões de Identidade e Qualidade Gerais para Suco Tropical; os Padrões de Identidade e Qualidade dos Sucos Tropicais de Abacaxi, Acerola, Cajá, Caju, Goiaba, Graviola, Mamão, Manga,

Mangaba, Maracujá e Pitanga; e os Padrões de Identidade e Qualidade dos Néctares de Abacaxi, Acerola, Cajá, Caju, Goiaba, Graviola, Mamão, Manga, Maracujá, Pêssego e Pitanga, constantes dos Anexos I, II e III, respectivamente, desta Instrução Normativa. Brasília, 2003a.

_____. **Instrução Normativa 21** de 27 de agosto de 2012. Fixar a quantidade mínima de cinquenta por cento de suco de laranja no néctar de laranja. Revogada pela Instrução Normativa nº 42 de setembro de 2013. Brasília, 2012a.

_____. **Instrução Normativa 24** de 30 de agosto de 2012. Fixar a quantidade mínima de cinquenta por cento de polpa ou suco de uva no néctar de uva. Revogada pela Instrução Normativa nº 42 de setembro de 2013. Brasília, 2012.

_____. **Instrução Normativa nº 42** de 11 de setembro de 2013. Alterar o art. 3º da Instrução Normativa nº 12, de 04 de setembro de 2003, sobre quantidade de suco de laranja e de uva em néctares e acrescentar o art. 3ºB sobre obrigatoriedade da declaração das quantidades de frutas nos néctares. Brasília, 2013.

BRASIL. Ministério da Educação. **Posicionamento da Coordenação Geral do Programa de Alimentação Escolar a respeito da aquisição de suco de laranja para a alimentação escolar**. Nota Técnica nº 01, de 21 de Agosto de 2012 – CGPAE/DIRAE/FNDE. Brasília, 2012.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar: como ter uma alimentação saudável**. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_alimentacao_saudavel.pdf> Acesso em: 11 nov. 2016.

_____. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Rotulagem nutricional obrigatória: manual de orientação aos consumidores**. Brasília: UnB, 2001.

_____. Secretaria de Atenção à Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável**. Brasília, 2008. 210 p. (Série A. Normas e Manuais Técnicos.)

_____._____. Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição - CGPAN. **Alimentação saudável para todos: siga os 10 passos**. Disponível em: <<http://189.28.128.100/nutricao/docs/geral/10passosAdultos.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

_____._____. **Guia alimentar para a população brasileira**. Série A. Normas e Manuais Técnicos. Brasília, 2005. Disponível em: <http://www.ccs.saude.gov.br/visa/publicacoes/arquivos/guia_alimentar_pop_bras_MS.pdf> Acesso em: 14 nov. 2016.

_____._____. Departamento de Atenção Básica. **Política Nacional de Alimentação e Nutrição**. Brasília, 2013. 84 p. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/politica_nacional_alimentacao_nutricao.pdf> Acesso em: 10 fev. 2017.

BUSCH, L.; GUNTER, V.; MENTELE, T.; TACHIKAWA, M.; TANAKA, K. **Socializing nature: technoscience and the transformation of rapeseed into canola**. *Crop Science*, Madison, WI, v. 34, n. 3, p. 607–614, 1994.

CÂMARA, M. C. C.; MARINHO, C. L. C.; GUILAM, M. C. R. **Análise crítica da rotulagem de alimentos *diet* e *light* no Brasil.** *Cadernos Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 35-52, 2008. Disponível em: http://www.cadernos.iesc.ufrj.br/cadernos/images/csc/2008_1/artigos/CSC_IESC_2008_1_3.pdf> Acesso em: 16 maio 2015.

CANESQUI, A. M. **Ciências sociais e humanas.** In: HORTALE, V. A. et al. Pesquisa em saúde coletiva: fronteiras, objetos e métodos. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2010. p. 57-83.

CARDOSO, C. F.; BRIGNOLI, H. P. **Os métodos da história.** 5. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1990.

CARDOSO, J. **Comunicação e saúde: desafios para fortalecer o SUS, ampliar a participação e o controle social.** In: BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. Coletânea de comunicação e informação em saúde para o exercício do controle social. 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2007. p 45-55.

_____. **Novo campo tem a marca do processo da reforma sanitária.** *RADIS - Comunicação em Saúde*, Rio de Janeiro, n. 100, p. 31-33, dez. 2010. Entrevista.

CARVALHO, L. E. **Muito aditivo e pouca ação.** *Veja*, São Paulo, p. 146, 06 maio 1986. Artigo de opinião.

_____. **Rotulagem de alimentos no primeiro e no terceiro mundo.** *Boletim da Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos*, Campinas, v. 3, p. 111-121, 1990. Disponível em: <http://www.farmacia.ufrj.br/consumo/leituras/ld_sbcta90jul.htm> Acesso em: 14 out. 2016.

_____. **Rotulagem e propaganda na educação alimentar.** *Alimentação e Nutrição*, v. 2, p. 28-37, 1980.

_____; DIAS, M. S. **Identidade e legislação de alimentos infantis.** In: CARVALHO, M. R.; TAMEZ, R. N. (Org.). Amamentação: bases científicas. 2. ed. Rio de Janeiro: Guanabara-Koogan, 2005. p. 315-29.

CATÃO, M. H. C. de V. et al. **Propriedades físico-químicas de preparados sólidos para refrescos e sucos industrializados.** *Revista da Faculdade de Odontologia*, Passo Fundo, v. 18, n. 1, p. 12-17, jan./abr. 2013.

CELESTE, R. K. **Análise comparativa da legislação sobre rótulo alimentício do Brasil, Mercosul, Reino Unido e União Europeia.** *Revista de Saúde Pública*, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 217-223, 2001.

CODEX ALIMENTARIUS COMMISSION. Joint FAO/WHO Food Standards Program. **Draft Revised Standard for Processed Cereal-Based Foods for Infants and Young Children** (at Step 6 of the Procedure). In: _____. ALINORM 05/28/26. Report of the 26th Session of the Codex Committee on Nutrition and Foods for Special Dietary Uses, Bonn, 1-5 nov 2004. Appendix V, p. 66-77.

_____. **Standard for Infant Formula and Formulas for Special Medical Purposes Intended for Infants Section;** a Draft Revised Standard for Infant Formula (At Step 6 of the Procedure). In: _____. ALINORM 05/28/26. Report of the 26th Session of the

Codex Committee on Nutrition and Foods for Special Dietary Uses, Bonn, 1-5 nov 2004. Appendix IV (A), p. 46-62.

CORREA NETO, R. S.; FARIA, J. A. F. **Fatores que influem na qualidade do suco de laranja.** *Ciênc. Tecnol. Aliment.*, Campinas, v. 19, n.1, jan./abr. 1999. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-20611999000100028. Acesso em: 16 nov 2016.

COUTINHO, J. G.; RECINE, E. **Experiências internacionais de regulamentação das alegações de saúde em rótulos de alimentos.** *Revista Panamericana de Salud Pública/Pan American Journal of Public Health*, Washington, DC, v. 22, n. 6, p. 432-437, 2007.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBRAY, R. **El Estado seductor: las revoluciones mediológicas del poder.** Buenos Aires: Manantial, 1995.

DESCAMPS, C. **As ideias filosóficas contemporâneas na França.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.

DIAZ, E. **Metodologia de las ciencias sociales.** Buenos Aires: Biblos, 1997.

DONAIRE, D. **A utilização do estudo de casos como método de pesquisa na área de administração.** *Revista IMES*, São Caetano do Sul, v. 40, p. 9-19, 1997.

DORFMAN, A.; FRANÇA, A. B. C.; DURAN R. C. Barreiras comerciais, agências nacionais de saúde e o uso de agrotóxicos nos cítricos brasileiros. *Boletim Gaúcho de Geografia*, Porto Alegre, v. 40, p. 34-52, maio 2013. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/bgg/article/view/37213>. Acesso em: 17 maio 2017.

DU, H.; Li, L.; BENNETT, D.; GUO, Y. et al. **Fresh fruit consumption in relation to incident diabetes and diabetic vascular complications: a 7-y prospective study of 0.5 million Chinese adults.** *PLOS Medicine*, San Francisco, CAL, v. 14, n. 4, April 2017. Disponível em: <<http://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.1002279>>. Acesso em: 8 out. 2017.

DURAN, R. C. et al. **Quem regula o suco de laranja? As barreiras sanitárias americanas e a citricultura brasileira.** Disponível em:

<http://www.academia.edu/1821604/Quem_Regula_o_Suco_de_Laranja_As_Barreiras_Sanit%C3%A1rias_Americanas_e_a_Citricultura_Brasileira_Who_Regulates_the_Orange_Juice_The_American_Sanitary_Barriers_and_Brazilian_Citriculture> Acesso em: 14 out. 2017

DURKHEIM, E. **As regras do método sociológico.** 9. ed. São Paulo: Nacional, 1978.

_____. **As formas elementares da vida religiosa.** 3. ed. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **O suicídio: estudo de sociologia.** São Paulo: Martins Fontes, 2011.

ECHEVERRIA, R. **Ontología del lenguaje.** Santiago, Chile: Dolmen, 1994.

FALCHI, H. **Contribuição ao Código Nacional de Alimentação**. Resumo de trabalho apresentado na II Jornada Brasileira de Bromatologia. In: *Anais de Farmácia e Química de São Paulo*, São Paulo, v. 8, 1957. Suplemento, p. 165.

FERRAREZI, A. C. et al. **Consumer attitude towards purchasing intent for ready to drink orange juice and nectar**. *Nutrition & Food Science*, Bingley, UK, v. 43 n. 4, p. 304-312, 2013. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/NFS-03-2012-0021>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

_____.; SANTOS, K. O.; MONTEIRO, M. **Avaliação crítica da legislação brasileira de sucos de fruta, com ênfase no suco de fruta pronto para beber**. *Revista Nutrição*, v. 23, n. 4, 2010.

FEYERABEND, P. **Adieu la raison**. Paris: Ed. du Seuil, 1989.

_____. **Contre la méthode: esquisse d'une théorie anarchiste de la connaissance**. Paris: Ed. du Seuil, 1979.

FIGUEIRA, R. et al. **Análise físico-química e legalidade em bebidas de laranja**. *Alimentos e Nutrição*, Araraquara, v. 21, n. 2, p. 267-272, 2010.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed-Bookman, 2009.

FOUREZ, G. **A construção das ciências: introdução à filosofia e à ética das ciências**. São Paulo: UNESP, 1995.

GERRING, J. **Case study research**. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

_____. **What is a case study and what is it good for?** *The American Political Science Review*, Washington, DC, v. 98, n. 2, p. 341-354, 2004.

GIL, A. C. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

GRACIANO, R. A. S.; GONZÁLES, E.; JORGE, L. I. F.; SILVA, M. L. P. **Avaliação crítica da rotulagem praticada pela indústria alimentícia brasileira**. *Higiene Alimentar*, São Paulo, v. 14, n. 73, p. 21 - 27, 2000.

HABERMAS, J. **Conhecimento e interesse**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

_____. **Passado como futuro**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1993.

_____. **Razão comunicativa e emancipação**. 3. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1979.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HASSE, G. **A laranja no Brasil 1500-1987: a história da agroindústria cítrica brasileira, dos quintais coloniais às fábricas exportadoras de suco do século XX**. São Paulo: Suprat & Lobe, 1987.

IRLANDA. Food Safety Authority of Ireland. **Labelling of fruit juices and related products**. Dublin, 2014. Disponível em: <<https://www.agriculture.gov.ie/media/>>

migration/foodsafetyconsumerissues/labellingoffruitjuicesandrelatedproducts/LabelingofFruitJuices2014FINAL250214.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2017.

KAARBO, J.; BEASLEY, R. K. **A practical guide to comparative case study method in political psychology**. *Political Psychology*, Hoboken, New Jersey, v. 20, p. 369-391, 1999.

KING, A. **A critique of Baudrillard's hyper reality**: towards a sociology of postmodernism. *Philosophy and Social Criticism*, Thousand Oaks, CAL, v. 24, n. 47, 1998.

LARA, J. C. et al. **Obtenção de suco concentrado de laranja a partir de variedades precoces**. *Boletim do ITAL*, Campinas, 1977.

LASTE, G.; HOSS L.; ANTONIAZI, S. **Suco de laranja concentrado**: histórico da evolução do suco de laranja concentrado congelado na indústria citrícola brasileira 2002. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alimentus/feira/prfruta/SLC/pr_HistLarConc.htm>. Acesso em: 30 ago. 2014.

LAZZARINI, S. G. **Estudo de caso: aplicabilidade e limitações do método para fins de pesquisa**. *Economia & Empresa*, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 16-26, out./dez. 1995.

LIMA, F. C. C.; MONTEIRO, C. A. **Comunicação na promoção da alimentação saudável via rótulos: uma análise dos discursos**. Dissertação (Programa de Pós-Graduação de Nutrição em Saúde Pública), Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2014.

LIMA, M. F.; ROSENTHAL, A.; DELIZA, R. **Semáforo nutricional (Traffic light labelling): uma alternativa para melhores escolhas alimentares**. *Alimentação Humana*, Porto, v. 20, n. 2/3, p. 39-46, 2014.

LIMA, T. C. **Projeto-Suco de laranja concentrado**. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/317043732/Projeto-Suco-de-Laranja-Concentrado-Congelado-doc>> Acesso em: 12 fev. 2017.

LIN, L. et al. **Evidence of health benefits of canola oil**. *Nutrition Reviews*, Hoboken, NJ, v. 71, n. 6, p. 370–385, 2013.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2008.

LONGO-SILVA, G. et al. **Introdução de refrigerantes e sucos industrializados na dieta de lactentes que frequentam creches públicas**. *Revista Paulista de Pediatria*, São Paulo, v. 33, n. 1, p.34-41, 2015.

LYOTARD, J. F. **A condição pós-moderna**. 5 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

MAFFESOLI, M. **El conocimiento ordinario: compendio de sociología**. México: EFE, 1993.

MALIK, V. S.; SCHULZE, M. B.; HU, F. B. **Intake of sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review**. *American Journal of Clinical Nutrition*, Rockville, MD, v. 84, p. 274-88, 2006.

MANTOANELLI, G. et al. **Avaliação de rótulos e embalagens de alimentos infantis: bebidas lácteas, iogurte e queijo tipo “Petit Suisse”.** *Higiene Alimentar*, Mirandópolis, SP, v. 13, n. 60, p. 21-8, 1999.

MARINS, B. R. **Análise do hábito de leitura e entendimento/recepção das informações contidas em rótulos de produtos alimentícios embalados, pela população adulta frequentadora de supermercados, no Município de Niterói/ RJ.** Dissertação (Mestrado) – Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde, Fundação Instituto Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro, 2004.

_____. **A vigilância sanitária, o cidadão e o direito à comunicação: um estudo sobre a rotulagem de alimentos.** Dissertação (Doutorado) – Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde, Fundação Instituto Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<https://teses.iciet.fiocruz.br/pdf/BIANCA-RAMOS-MARINS.pdf>>. Acesso em 27 maio 2016.

MARTINS, G. A. **Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MELO, H. B. **A cultura do simulacro: filosofia e modernidade em J. Baudrillard.** São Paulo: Loyola, 1988.

MERLEAU-PONTY, M. **O visível e o invisível.** São Paulo: Perspectiva, 2012.

MIGUEL, P. A. C. **Estudo de caso na engenharia de produção: estruturação e recomendações para sua condução.** *Production*, São Paulo, v. 17, n. 1, p. 216-229, 2007.

MILES, M. B.; HUBERMAN, A. M. **Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods.** Newbury Park, CA: Sage Publ., 1984.

MINAYO, M. C. S. **Caminhos do pensamento: epistemologia e método.** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003.

_____. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.** Rio de Janeiro: Hucitec/Abrasco, 1992.

MITCHELL, A. **Terrorism defined: beyond intractability.** Eds. Guy Burgess and Heidi Burgess. School of Conflict Analysis and Resolutions, George Mason University, Fairfax, Virginia, 2012 <<http://www.beyondintractability.org/essay/terrorism-defined>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

NEVES, M. F. et al. **O retrato da citricultura brasileira.** In: NEVES, M. F. (Coord.). Ribeirão Preto: Markestrat, 2010. Disponível em: <http://www.citrusbr.com.br/download/Retrato_Citricultura_Brasileira_Marcos_Fava.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2016.

OLIVEIRA, J. C. et al. **Características microbiológicas do suco de laranja *in natura*.** *Ciênc. Tecnol. Aliment.*, Campinas, v. 26, n. 2, p. 241-245, 2006.

PARISH, M.; HIGGINS, D. **Isolation and identification of lactic acid bacteria from samples of citrus molasses and unpasteurized orange Juice.** *Journal of Food Science*, Hoboken, NJ, v. 53, p. 645-646, 1988.

PAVANI, L. **Os alternativos.** *Alimentação*, v. 5, n. 33, p. 12-15, 2000.

PENNA, F. J.; NORTON, R. C.; CARVALHO, A. S. T. et al. **Comparação entre uma fórmula infantil pré-espessada e fórmula de espessamento caseiro no tratamento do refluxo gastroesofágico.** *Jornal de Pediatria*, Rio de Janeiro, v. 79, n. 1 p. 49-54, 2003.

PICCHIONI, M. S. Y. **Modernidade líquida**, de Z. Bauman. Revista ACOALFAplp para o Ensino: São Paulo, v. 2, n. 3, 2007. Resenha. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/reaa/article/view/11478/13246> ou <http://www.mocambas.org> ou <http://www.acoalfaplp.org>. Acesso em: set. 2007

PINELL, P. **Análise sociológica das políticas de saúde.** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2011.

POSTER, M. **Introduction.** In: BAUDRILLARD, J. Selected Writings. Stanford, CAL, Stanford University Press, 2001. Disponível em: http://faculty.humanities.uci.edu/poster/books/Baudrillard,%20Jean%20-%20Selected%20Writings_ok.pdf. Acesso em: 18 out. 2016.

POZZEBON, M.; FREITAS, H. M. R. **Pela aplicabilidade – com maior rigor científico – dos estudos de caso em sistemas de informação.** *Revista de Administração Contemporânea*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 143-170, 1998.

RODRIGUES, J. D. et al. **Produção e qualidade de frutos cítricos.** I Simpósio Internacional de Fruticultura. Anais. Botucatu, SP, FAPESP, 1999.

RODRIGUES, O. et al. **Citricultura brasileira.** 2. ed. Campinas: Fundação Cargil, 1991. v. 1

SALADO, G.; SILVA, K.; NOGUEIRA, J. **Processamento e qualidade nutricional de suco de laranja pasteurizado concentrado.** *Boletim Cultura da Universidade do Sagrado Coração*, Bauru, SP. 1988. v. 3

SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade.** 2 ed. São Paulo: Paulus, 2011.

SANTOS, R. M.; NÄÄS, I. A.; MOLLO NETO, M.; VENDRAMETTO, O. **An overview on the Brazilian orange juice production chain.** *Revista Brasileira de Fruticultura*, Jaboticabal, SP, v. 35, n. 1, p. 218-255, 2013.

SCHEURICH, J. J. **Research method in the postmodern.** London: Falmer Press, 1997.

SCHWARSTMAN, H. **Lost in translation.** Folha de São Paulo, 15 abr. 2016, p. 2. Artigo de opinião. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/helioschwartzman/2016/04/1761087-lost-in-translation.shtml?cmpid=newsEN> Acesso em: 16 abr. 2016.

SCHWARTZENBERG, R. G. **O estado espetáculo,** Rio de Janeiro: Difel, 1978.

SEARLE, J. R. **Expressão e significado: estudos da teoria dos atos de fala**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. **O que é linguagem: algumas observações preliminares**. In: TSOHATZIDIS, S. L. (Org.). **A filosofia da linguagem de John Searle: força, significação e mente**. São Paulo: UNESP, 2012.

SENHORAS, E. M.; TAKEUSHI, Kelly P.; TAKEUCHI, Katiuchia P. Estrutura da indústria de suco de laranja concentrado: uma investigação do complexo agroindustrial cítrico paulista. Trabalho apresentado ao III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 1997. Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos06/639_SucoLaranja.pdf> Acesso em: 17 set. 2016.

SHERMAN E.; REID, J. W. **Qualitative research in social work**. New York: Columbia University Press, 1994.

SILVA, R. B.; MENDES, J. P. S.; ALVES, R. S. L. **O conceito de líquido em Zygmunt Bauman: contemporaneidade e produção de subjetividade**. *Athenea Digital*, Barcelona, v. 15, n. 2, p. 249-264, jul. 2015

SILVA, T. D. **O caso do estudo de caso: a preferência metodológica na produção discente do núcleo de pós-graduação em administração da Universidade Federal da Bahia no período de 1999 a Julho de 2001**. *Caderno de Pesquisas em Administração*, São Paulo, v. 09, n. 3, p. 81-88, 2002.

SOUZA, J. C. **Avaliação "ex-post" de três programas de intervenção nutricional: Gente da Gente I, Gente da Gente II e Prodea**. Dissertação (Mestrado em Interunidades em Nutrição Humana Aplicada). Universidade de São Paulo. São Paulo, 1999.

SWAISGOOD, H. E. **Características de los fluidos nutritivos de origen animal: leche**. In: FENNEMA, O.R. *Química de los alimentos*. Zaragoza: Acríbia, 1993.

THIRY-CHERQUES, H. R. **Baudrillard: trabalho e hiper-realidade**. *RAE eletrônica*, v. 9, n. 1, jan./jun. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482010000100008> Acesso em: 14 jan. 2017.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

URIBE RIVERA, F. J. **Agir comunicativo e planejamento social: uma crítica ao enfoque estratégico**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1995.

VIEGAS, F. **A industrialização dos produtos cítricos: processamento dos produtos cítricos com máquinas - FMC**. Seminário. 1983. p. 1-6.

VIRGOLIN, L. B.; TRIVELATO, A. A.; JANZANTTI, N. S. **Avaliação sensorial e da rotulagem de sucos de laranja integral**. Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciência e Tecnologia de Alimentos. Gramado, 2016. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/sbctars-eventos/xxvcbcta/anais/files/867.pdf>> Acesso em: 12 set. 2017.

YIN, R. K. **Estudo de casos: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

YOSHIZAWA, N. et al. **Rotulagem de alimentos como veículo de informação ao consumidor: adequações e irregularidades**. *B. CEPPA*, Curitiba, v. 21, n. 1, p. 169-180, jan./jun. 2003.

ZIZEK, S. **Bem-vindo ao deserto do real**. São Paulo: Bomtempo, 2005.

_____. **Primeiro como tragédia, depois como farsa**. São Paulo: Bomtempo, 2011.
