



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Alimentos e Práticas de Saúde: Biossociabilidades do Consumo de Café¹

Lucas de Vasconcelos Teixeira²

ESPM

Resumo

A relação entre café e saúde sob a perspectiva comunicacional é investigada por meio do consumo da bebida para fins medicinais. Enunciados como o que diz que beber 3 a 4 xícaras de café é benéfico para prevenir e tratar um grande número de enfermidades ensejam questões sobre a produção de sentidos para algo que outrora era apenas uma forma prazerosa de começar o dia e agora incorpora facetas de um elixir para a boa saúde. A análise de textos publicados pela Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC) se dá por meio da Análise de Discurso de Linha Francesa (ADF) e da articulação de conceitos da comunicação, do consumo e da biossociabilidade. Os resultados apontam que a lógica capitalista contemporânea modifica os vínculos de sentido, estabelecendo a utilização de terminologias médico-fisicalistas e promovendo biossociabilidades, ao mesmo tempo em que ressignifica o consumo alimentar como práticas de saúde.

Palavras-chave: Comunicação; consumo; biossociabilidade; alimentação e saúde; café.

Introdução

Nós somos o que comemos e comer é parte integrante das nossas relações com o outro. A bebida também possui esse papel de ser um marcador social (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006), sendo assim as comidas e as bebidas conformam sociabilidades e identidades, pertencimentos e vínculos, comunicação e consumo. Contudo, muitos desses temas já foram debatidos por este pesquisador em trabalhos como *Café e cenas culturais na cidade de São Paulo: consumo, memória e ambiências comunicacionais* (TEIXEIRA; NUNES, 2016). Com efeito, a discussão sobre o café

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 9 - Comunicação, Discursos da Diferença e Biopolíticas do Consumo -, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Doutorando e Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM. Pela mesma instituição, vinculado aos Grupos de Pesquisa Biocon (Comunicação, discursos e biopolíticas do consumo) e Nema (Neurociência aplicada ao marketing). Bolsista Capes/Prosup. E-mail: lvteixeira@gmail.com



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

continua, mas adquire aqui outros prismas. Esse artigo é uma primeira visada que tematiza a relação café e saúde em enunciados midiáticos.

Com efeito, esse artigo pretende elucidar a seguinte questão: *Como uma bebida que outrora era apenas uma maneira prazerosa de começar o dia converte-se em uma poção mágica de boa saúde, vitalidade e longevidade?*

O objetivo é investigar as práticas discursivas em torno do consumo de café com fins medicinais, em que se receita que o uso moderado da bebida é benéfico para a prevenção e até para o tratamento de uma série de enfermidades, de dores de cabeça a problemas cardíacos, passando por doenças respiratórias e até mesmo neurodegenerativas. Enfim, uma panaceia que além de curar, deve ser consumida antes, durante e após atividades físicas e ainda pode ser princípio ativo para cosméticos dos mais diversos.

A metodologia utilizada baseia-se na Análise de Discurso de Linha Francesa (ADF), conforme Maingueneau (1989), recorrendo também aos estudos de linguagem e ideologia de Bakhtin (1997). O *corpus* de pesquisa compõe-se de 16 textos publicados na seção *Café e Saúde* do site da Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC).

Já a fundamentação teórica é composta pelo eixo da biossociabilidade – autores como Rabinow (1999), Ortega (2003) e Rabinow e Rose (2006) – pelo eixo da comunicação e consumo – passando por Hoff (2015), Baccega (2007), Freitas e Trindade (2016), Casaqui (2011) – e pelo eixo do café propriamente dito, constituído primordialmente por referências documentais, visando embasar os debates teóricos e empíricos.

Os resultados apontam que a lógica capitalista sistematicamente interfere nos vínculos de sentido, promovendo novas sociabilidades e também biossociabilidades, a partir da associação da esfera social com a esfera da saúde e da vida. O café, apesar de não ser um alimento ultraprocessado, recebe outros aditivos simbólicos para ser incorporado em um estilo de vida de cuidados extremos com o corpo – bioascese corporal (ORTEGA, 2003).

O desenvolvimento do artigo se dará do seguinte modo. A seção 2 conceitua biossociabilidade e a articula com o consumo alimentar. Já a seção 3 apresenta a ABIC: origem, relevância para o setor e parametrização de qualidade. Enquanto que a seção 4 analisa o universo discursivo e ideológico que se faz presente no site da ABIC em relação café e saúde. Por fim, o último trecho do *paper* é



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

dedicado a algumas considerações provisórias – afinal, esse texto é apenas o pontapé inicial da pesquisa de doutorado.

Biossociabilidades no consumo alimentar

De acordo com o antropólogo Paul Rabinow (1999), é nas práticas da vida que se encontram os objetos mais potentes para a concepção de novos saberes e poderes. O autor destaca a engenharia genética e o genoma humano. Tanto é verdade que seu conceito de biossociabilidade está intimamente ligado à genética que

se tornará uma rede de circulação de termos de identidade e lugares de restrição, em torno da qual e através da qual surgirá um tipo verdadeiramente novo de autoprodução: vamos chamá-lo de biossociabilidade. Se a sociobiologia é cultura constituída com base numa metáfora da natureza, então na biossociabilidade a natureza será modelada na cultura compreendida como prática; ela será conhecida e refeita através da técnica, a natureza finalmente se tornará artificial, exatamente como a cultura se tornou natural. (RABINOW, 1999, p. 143-144).

Dessa forma, Rabinow considera que esse entrelaçamento seria a base para a superação entre cultura e natureza e a dissolução da sociedade moderna, o que acarretaria um novo conjunto de problemas sociais, culturais e éticos, como a formação de novas identidades e práticas individuais e grupais.

Vale destacar que essa politização da vida, ou esse poder exercido ao nível da vida, conforme Rose e Rabinow (2006), já era algo teorizado por Foucault no seu diagrama de biopoder, em que de um lado tem-se a anatomo-política do corpo humano e no polo inverso os controles reguladores de uma biopolítica da população. Com efeito, o biopoder engloba estratégias e contestações sobre vitalidade e mortalidade, atualmente operando primordialmente na lógica liberal da vitalidade: cuidados com a saúde, medicamentos e alimentação visando uma melhor qualidade de vida dos indivíduos, mas com todo um aparato capitalista de grandes corporações para ampliar mercados e aumentar os lucros.

Contudo, os autores alegam que o conceito de biopoder necessita incluir discursos de verdade hibridizados sobre os processos de vida vitais dos seres humanos; estratégias de intervenção sobre a existência humana em nome da vida e da morte, ou seja, as relações de poder que adotam o biológico da humanidade como seu objeto; e, modos de subjetivação por meio dos quais os sujeitos invariavelmente “são levados a atuar sobre si próprios, sob certas formas de autoridade, em relação a



discursos de verdade, por meio de práticas do self, em nome de sua própria vida ou saúde” (RABINOW; ROSE, 2006, p. 28). O que o sociólogo Nikolas Rose analisa sob a ótica da individualidade somática e Rabinow em termos de biossociabilidade.

Desta feita, faz-se necessário esclarecer as diferenças entre os conceitos aqui apresentados de biopolítica e biossociabilidade. A pesquisadora Tânia Hoff explica que:

Enquanto a biopolítica se vincula ao fortalecimento do Estado e à medicalização e normalização da sociedade, isto é, à qualidade biológica das populações, a biossociabilidade refere-se aos critérios de mérito e reconhecimento; aos valores com base em regras higiênicas, aos regimes de ocupação de tempo, à criação de modelos de sujeito baseados no desempenho físico. (HOFF, 2015, p. 172).

Assim, a biossociabilidade concatena sociabilidades formadas na interação do capital com as biotecnologias e a medicina amalgamadas na sociedade do consumo em que vivemos. Com efeito, os regimes de convocação a uma alimentação saudável e a boa forma também configuram biossociabilidades que, para o médico Francisco Ortega (2003), se definem mais corporalmente do que em nível psíquico. Portanto, bioidentidades nas quais o corpo carrega a auto-reflexividade que outrora condizia com a alma. Como consequência, há a emergência de termos médico-fisicalistas baseados em

constantes biológicas, taxas de colesterol, tono muscular, desempenho físico, capacidade aeróbica populariza-se e adquire uma conotação ‘quase moral’, fornecendo os critérios de avaliação individual. Ao mesmo tempo todas as atividades sociais, lúdicas, religiosas, esportivas, sexuais são ressignificadas como práticas de saúde. (ORTEGA, 2003, p. 64).

São processos de subjetivação nos quais as práticas ascéticas imperam, como por exemplo, nos procedimentos de cuidados corporais (médicos ou estéticos) em que o próprio indivíduo é o seu vigia ou, segundo o filósofo sul-coreano Byung-Chul Han (2017), vivemos em uma sociedade do desempenho e do controle na qual o sujeito se autoexplora, sendo esse autocontrole “muito mais eficiente do que a exploração do outro, pois é acompanhada por um sentimento de liberdade; o sujeito do desempenho submete-se a uma coação livre, autogerada.” (HAN, 2017, p. 112). Esse autogoverno “livre” se reflete em estilos de vida nos quais somos gestores do nosso corpo e de nossa saúde. O ponto delicado desse quadro é atribuir culpabilidade ao sujeito a qualquer enfermidade que a ele se apresente. Como se fosse fruto de alguma falha de caráter ou fraqueza individual se não conseguimos manter o peso considerado padrão, se temos que enfrentar alguma doença hereditária, se não nos exercitamos três ou mais vezes por semana ou mesmo se comemos doces ou alimentos gordurosos.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Com efeito, os alimentos surgem como cura e doença, como remédio e veneno que dependem, além da dose consumida, do tipo de alimento ingerido. Neste sentido, a alimentação moderna industrialmente processada supriu necessidades vitamínicas e minerais de grandes contingentes populacionais, mas ao mesmo tempo colaborou, por exemplo, com o aumento da obesidade entre crianças, jovens e adultos. “Entende-se como processamento de alimentos a quantidade de aditivos químicos que o insumo alimentar recebe para que seja transformado em produtos atrativos e de valor comercial.” (FREITAS; TRINDADE, 2016, p. 213). Aditivos como corantes artificiais e ingredientes sintéticos ou mesmo gordura, sal ou açúcar. Com essa comodidade da vida na contemporaneidade, a de ter alimentos processados sempre à disposição, muitos jovens que habitam as grandes cidades não sabem ou aprendem somente com mais idade que o leite comprado no supermercado vem da vaca ou que o café torrado e moído das prateleiras é oriundo de uma fruta.

Os pesquisadores Adriana Freitas e Eneus Trindade (2016) apresentam uma escala de processamento dos alimentos baseada nos estudos de Monteiro *et al.* Assim, o primeiro grupo diz respeito aos alimentos não transformados ou minimamente processados – por exemplo: legumes, grãos e frutas. Já o segundo grupo trata dos alimentos transformados, como amidos, farinhas e óleos. Enquanto que o terceiro e último grupo engloba os alimentos ultraprocessados – *fast foods* em geral, *nuggets* e refrigerantes – e que são somente alguns dentre muitas comidas e bebidas que se poderia enumerar de alimentos palatáveis, e até de certa forma viciantes, mas que pouco preservam de natural. A natureza modelada na cultura, conforme analisado por Rabinow (1999).

Para o autor, uma vez que a natureza é continuamente modificada de acordo com diretrizes industriais, sujeita-se também a satisfazer necessidades biopolíticas de nutrição, em que o valor do alimento ultraprocessado é aferido não só por quanto ele pode emular o não processado, “mas também em termos do valor para a saúde dos ingredientes de seus componentes – vitaminas, colesterol, fibra, sal.”. (RABINOW, 1999, p. 150). O pesquisador complementa esse raciocínio ponderando que alguns desses alimentos ultraprocessados podem ser alternativas até mesmo superiores às naturais.

Grosso modo, o café enquadra-se na primeira classificação, a de alimentos minimamente ou não processados, mas que não exclui a existência de toda uma cadeia produtiva que começa na fazenda e termina na xícara do consumidor que responde a interesses de grandes conglomerados industriais. Na próxima seção veremos como as indústrias ligadas ao café, por meio da associação



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

que as representa, configuram seus regimes de visibilidade e de positividade discursiva, visando à ampliação do consumo da bebida através de diversos argumentos, como o dos benefícios à saúde.

O café segundo a indústria

A ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café)³ foi criada em 1973 e representa as indústrias de torrefação e moagem de café. As empresas se reuniram para tentar resolver um problema, o de interromper uma forte queda no consumo de café no Brasil entre as décadas de 1970 e 1980. Situação ocasionada por uma série de razões, de interferência governamental a proliferação de empresas que adulteravam seus produtos. Então, em 1989, a ABIC lançou o *Programa de autofiscalização da indústria de café* com o objetivo principal de reduzir a quantidade de defeitos no processamento dos grãos, problema histórico da cultura cafeeira brasileira e que ainda reverbera, conforme analisa Martins:

No passado, as grandes exportações brasileiras, de fato, em face de um mercado menos exigente, despachavam o café mais barato. Tornou-se competitivo, também, por esta deficiência, isto é, pela possibilidade de venda a preços mais baixos, em razão da qualidade inferior do produto. Essa tendência de exportar mais, com menos qualidade, a preço baixo ainda se mantém e não é mais desejável (MARTINS, 2014, p. 299).

Afinal, quando se pensa no café como negócio, essa estratégia de produzir em larga escala sem se preocupar com a qualidade está desalinhada ao que se pratica em outros países. Por exemplo, a Colômbia investe há décadas na produção de um café de qualidade além de publicizar esse padrão de excelência, levando o país a ter uma posição de destaque no cenário mundial e a vangloriar-se por produzir os melhores cafés do mundo no imaginário do grande público.

Para a ABIC, a qualidade do café é definida por cuidados em todas as etapas da cadeia produtiva do café. Por isso, envolve boas práticas que começam na escolha do local de plantio, no espaçamento entre as plantas, na adubação para o controle de doenças e pragas, perpassam a colheita através da seleção dos frutos no ponto de maturação correto, assim como na limpeza, na secagem, no beneficiamento (retirada da casca) e no rebeneficiamento (em que são separados os grãos defeituosos) e chegam até a indústria, onde normalmente ocorre a torra e a moagem do grão para ser

³ Informação disponível em: <<http://abic.com.br/institucional/abic/>>. Acesso em 9 abr, 2018.



envasado e transportado até os pontos de venda. Portanto, percorrendo o percurso que vai da porteira à cidade.

Até os dias de hoje a ABIC bate na tecla do padrão de qualidade. O nome do programa mudou para *Programa de Qualidade do Café* em 2004, mas a essência continua. Por exemplo, as últimas campanhas publicitárias reforçam a qualidade por meio das certificações que a associação chancela. Em 2016, o mote da campanha foi *Café com qualidade é café certificado ABIC*. Enquanto que a de 2017 foi *Café certificado sempre vai bem*⁴.

Para a associação, se o resultado dos testes de degustação não superar em qualidade total (QT) a nota 4,5 em uma escala que vai de 0 a 10, o café não está apto para o consumo e nem preenche os requisitos de segurança alimentar, por conter alta incidência de defeitos – até pedras e gravetos são contemplados nesses problemas. Assim, entre 4,5 e 5,9 o café é classificado como *tradicional ou extraforte*, que é o mais popular nas casas brasileiras. Se o café estiver no intervalo entre 6 e 7,2 recebe o selo de *superior*. Já se atingir os 7,3 ou mais, o café é considerado *gourmet*, conforme ilustra a figura 1.

Figura 1: Escala do Programa de Qualidade do Café da ABIC.



Fonte: site da instituição⁵.

⁴ Informação disponível em: <<http://abic.com.br/cafe-com/campanhas/>>. Acesso em 9 abr, 2018.

⁵ Informação disponível em: <<http://abic.com.br/recomendacoes-tecnicas/recomendacoes-tecnicas-da-abic/categorias-de-qualidade-do-cafe/>>. Acesso em 9 abr, 2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Existem órgãos nacionais e internacionais com avaliações mais rigorosas para a determinação de um café considerado de alta qualidade tanto na pontuação sensorial que a bebida precisa atingir nos quesitos aroma, sabor, doçura, acidez, corpo e sabor residual quanto na inclusão dos fatores de responsabilidade social na produção e de rastreabilidade do produto. Contudo, a categorização da ABIC ocupa o papel de balizador no mercado ao estabelecer parâmetros para a produção industrial da *commodity* agrícola.

Ao compreender a lógica processual do capitalismo flexível da pós-modernidade (HARVEY, 2013), em que as corporações são pautadas comunicacionalmente sempre em busca da última novidade para renovar-se e expandir a capilaridade de produtos e de marcas, vislumbra-se as razões pelas quais a ABIC enfatiza, além da questão da qualidade, os benefícios que o consumo de café proporciona. Tanto é verdade que existe uma seção do *site* intitulada ‘Café e Saúde’⁶, na qual há reportagens que praticamente só destacam as vantagens da bebida para corpo e mente. É sobre isso que trataremos no seguimento deste artigo.

O café é o novo ovo?

Até bem pouco tempo atrás o ovo era simultaneamente herói e vilão das práticas alimentares de ascese corporal. Reportagens pró e contra o consumo do ovo proliferavam nos veículos de comunicação e nas conversas informais. Atualmente, outros alimentos parecem assumir esse protagonismo, dentre eles o café. Isso ocorre não só nos veículos de comunicação voltados à boa forma ou nas revistas especializadas no grão, mas também em publicações como a Exame⁷ e a BBC⁸, só para citar alguns exemplos. Curiosamente ou não, ambas as reportagens trazidas como contextualização argumentam respaldar-se em evidências/estudos científicos que atestam os benefícios de se consumir café de forma moderada e diária.

Doze dos dezesseis textos que a ABIC apresenta sobre café e saúde também buscam essa validação científica. Contudo, desses doze somente quatro referenciam a(s) fonte(s) em algum momento no texto, o que empobrece a formação discursiva e a chancela que determinada

⁶ Informação disponível em: <<http://abic.com.br/cafe-com/cafe-e-saude/>>. Acesso em 11 abr, 2018.

⁷ Informação disponível em: <<https://exame.abril.com.br/ciencia/veja-o-que-a-ciencia-diz-sobre-os-beneficios-e-maleficios/>>. Acesso em 10 abr, 2018.

⁸ Informação disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/geral-42092748>>. Acesso em 10 abr, 2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

universidade, hospital ou centro de pesquisas poderia significar para as pessoas. Ainda mais se observarmos, mesmo que seja através dos títulos, o campo discursivo desses oito textos, a saber: *Café: uma bebida natural e saudável*; *Café e depressão/risco de suicídio*; *Café e sistema digestivo*; *Café e metabolismo*; *Café e sistema músculo-esquelético*; *Café e sistema respiratório*; *Café e câncer*; *Café e gravidez*.

Por campo discursivo, entende-se conforme Maingueneau (1989, p. 116): “um conjunto de formações discursivas que se encontram em relação de concorrência, em sentido amplo, e se delimitam, pois, por uma posição enunciativa em uma dada região.”. Aí se configuram espaços discursivos que são, também de acordo com o autor, subconjuntos dos campos que mantêm relações cruciais para a compreensão dos discursos seguindo o olhar do pesquisador.

Nossa percepção é que associações como café e câncer ou café e depressão/risco de suicídio não podem ser trazidas a público de forma imprecisa, como nos trechos abaixo:

Pesquisas sugerem que o consumo moderado de café pode estar associado a um menor risco de desenvolver câncer. Pesquisas comprovam que a bebida é de aumentar [sic] o número de enzimas que combatem os radicais livres, responsáveis por algumas doenças.

Vários estudos epidemiológicos descrevem uma associação inversa significativa entre o consumo de café e o risco de suicídio. As razões desta associação não estão, ainda, totalmente esclarecidas. Sabe-se que doses moderadas de cafeína interferem positivamente no humor, na disposição, e na performance cognitiva devido ao seu efeito psicoestimulante.

Porém, há casos em que mesmo as fontes referenciadas – *O consumo de café pode estar associado a um menor risco de morte*; *Café e doenças neurodegenerativas (Parkinson e Alzheimer)*; *Cafeína e dependência*; *Café e sistema cardiovascular* – possuem fontes por vezes genéricas:

Segundo a Organização Mundial da Saúde, “não há nenhuma prova de que o uso de cafeína tenha consequências físicas e sociais comparáveis, ainda que remotamente, às consequências das drogas de abuso” e o Comitê Antidoping Internacional, tirou a cafeína da lista de drogas proibidas para atletas. O café deve ser visto como um alimento saudável. Consumido com moderação, pode evitar depressão e ajuda a controlar distúrbios na área do cérebro que controla o prazer.

O trecho final desta passagem abre possibilidades para se discutir as convocações de saudabilidade no café desconstruindo-o em discursos que revelam a linguagem e a ideologia se manifestando de modo articulado (BACCEGA, 2007). Porém, antes disso são pertinentes algumas definições. Para o entendimento da importância da linguagem e da ideologia, a pesquisadora Maria Aparecida Baccega cita expressão de Schaff sobre a palavra – ‘prática social solidificada’, que permite compreender a inter-relação entre campos de sentidos – e a ideologia como a materialização



da distância mediada entre a coisa representada e a representação presente no signo. Segundo a autora, a ideologia está nesse intervalo. É um recorte a partir do qual nos inserimos no mundo.

Pensamento alinhado ao do filósofo e pensador russo Mikhail Bakhtin (1997), que conceitua que a palavra é um signo neutro podendo, assim, assumir qualquer ideologia. Em outras palavras:

Um signo não existe apenas como parte de uma realidade, ele também reflete e refrata uma outra. Ele pode distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreendê-la de um ponto de vista específico, etc. Todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica (isto é: se é verdadeiro, falso, correto, justificado, bom, etc.). O domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico. (BAKHTIN, 1997, p. 32).

Ainda para o autor, neste processo forma-se a consciência individual, ao ser impregnada de conteúdo ideológico e semiótico e no processo de interação social. Neste sentido, o diálogo é que funda a linguagem e a linguagem estrutura a consciência. Além disso, nessa relação dialógica que penetra em todas as relações sociais são geradas as formações e discursivas e os campos de sentido que refletem e refratam a realidade em transformação.

Formações discursivas que nesse caso reforçam o ideário de vendas do produto. Afinal, mais café consumido está em relação direta com maior lucratividade para toda a cadeia produtiva que a ABIC representa. Exemplos de prescrições de consumo para aumento da vitalidade são muitos nos textos analisados. Os excertos abaixo foram retirados, respectivamente, dos artigos intitulados *O segredo é não exagerar!*, *Propriedades antioxidantes do café*, *Café e sistema digestivo* e *Café e sistema músculo-esquelético*.

O café é uma bebida estimulante e não se pode exagerar na quantidade. Cada pessoa deve buscar qual dose diária de café que a satisfaz. Lembre-se que o café é uma bebida diurna, que ajuda nas atividades do dia, mas seu consumo deve ser reduzido no período da noite, para não afastar o sono. A primeira xícara deve ser tomada na primeira hora após o despertar e as demais, com intervalos mínimos de duas horas.

O consumo de café como importante fonte de antioxidante da dieta, pode inibir as inflamações e, portanto, reduzir o risco de doenças cardiovasculares e outras doenças inflamatórias prolongadas. As inflamações têm muito a ver com o estresse oxidativo, e qualquer processo que reduza estas inflamações beneficia consideravelmente nossa saúde e bem estar.

Vários estudos em humanos sugerem que o consumo de café induz a perda de peso por aumento da termogênese, uma vez que se verifica um aumento do gasto energético após a ingestão de cafeína ou café. Existem evidências de que esse aumento é dependente da quantidade de cafeína ingerida, tendo sido estimado que a ingestão média de 6 xícaras de café diárias causa um aumento no consumo diário de energia de aproximadamente 100 kcal.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

E para os atletas, tanto profissionais, como aqueles de fim de semana, o café ajuda a ter mais pique para correr, pular, saltar, nadar, estimulando a ação dos músculos durante exercício prolongado, que passam a utilizar a gordura como fonte de energia em vez de açúcares encontrados nos carboidratos, reduz a sensação de fadiga melhorando o rendimento físico. Estudos mais recentes demonstram também um aumento da força muscular, já que retarda a fadiga muscular, possibilitando um maior grau de carga e repetições de execução do exercício após a ingestão de cafeína.

Mesmo conteúdos que poderiam ser contrários a essa ideologia são colocados com um verniz positivista, ou no mínimo de dúvida.

A ingestão de café ou cafeína durante a gestação não parece ser prejudicial, especialmente se em quantidades moderadas e vários estudos epidemiológicos que tentaram relacionar o consumo de cafeína e o risco de aborto espontâneo apresentaram resultados inconclusivos.

Em certos trechos os textos deixam o tom informativo/jornalístico adotando uma redação tipicamente publicitária, como nos fragmentos dos textos *Propriedades antioxidantes do café* e de dois extratos do artigo *Café: uma bebida natural e saudável*:

Não é por acaso que a humanidade adora esta bebida!

A maioria das pessoas que toma café diariamente ignora quais são as substâncias que estão presentes no café e pensa que a bebida contém apenas ou, principalmente, cafeína. Grande engano! O café contém uma grande variedade de macro e micro nutrientes, é uma da bebida natural, saudável e uma das mais populares do mundo, e por isso vale a pena considerar a contribuição de seus nutrientes a nossa dieta e bem-estar.

Nada como uma boa xícara de café seja ao acordar ou após uma refeição. Adoçado, amargo, com leite... à gosto de cada um!

Enfim, o consumo é midiaticizado por meio de processos de publicização, no qual se mantém “o sentido da comunicação persuasiva vinculada ao consumo, porém com modos complexos de configuração discursiva e de interlocução com os sujeitos identificados como consumidores.” (CASAQUI, 2011, p. 133). Processos que são constituintes das transformações do cenário midiático global, em que a publicidade ultrapassa as dimensões dos formatos publicitários tradicionais para constituir relações mediadas pelas empresas no dia a dia dos sujeitos. Conforme o sociólogo e filósofo Maurizio Lazzarato, ocorre então a produção de mundos possíveis em que “a criação e realização do sensível (desejos, crenças, inteligências) antecedem a produção econômica.”. (LAZZARATO, 2006, p. 100). Dessa forma, guerras estéticas acontecem antes da competição econômica na sociedade do consumo através da conquista de espaços simbólicos, construção de



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

subjetividades e modificações nos vínculos de sentido – nos quais os produtos são protagonistas em convívio profícuo com os sujeitos. (TRINDADE; PEREZ, 2013).

Considerações provisórias

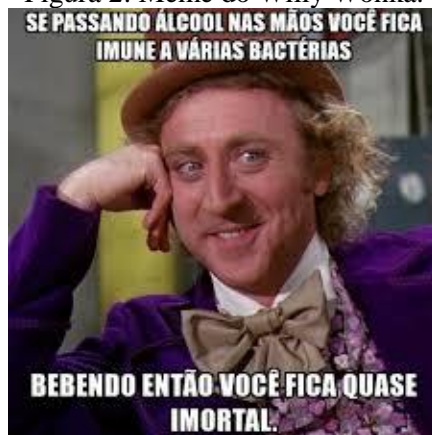
Para finalizar esta primeira aproximação entre café e saúde sob a perspectiva comunicacional, vale ainda destacar o fragmento do texto *O consumo de café pode estar associado a um menor risco de morte* que resume bem a lógica dessas biossociabilidades do consumo:

Todos esses estudos têm gerado uma mudança de paradigma, fazendo com que o café deixe de ser um “vilão” e se torne um “mocinho” com relação à saúde humana.

Enfim, a lógica liberal da vitalidade representada por uma alimentação voltada para uma vida com ‘mais qualidade’ e longevidade. Notadamente, a ABIC coloca-se como representante do poder hegemônico das indústrias cafeeiras para produção de sentidos voltados para convocações de uma vida mais saudável turbinada pelo café na qual a moral do sujeito precisa se moldar a fim de se enquadrar aos preceitos da sociedade do desempenho.

Espírito do tempo que é retratado no meme da figura 2, em que os regimes de convocação do consumo de café são escancarados (apesar da bebida citada na imagem ser o álcool). Isso porque a sensação transmitida nos textos da página ‘café e saúde’ do *site* da ABIC é que seremos praticamente imortais se seguirmos todas as recomendações listadas.

Figura 2: Meme do Willy Wonka.



Fonte: site Meme Generator⁹.

⁹ Informação disponível em: <<http://he.memegenerator.net/instance/55066025/willy-wonka-se-passando-lcool-nas-mos-voc-fica-immune-a-vrias-bactrias-bebendo-ento-voc-fica-quase-im>>. Acesso em 9 abr, 2018.



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Promete-se uma saúde plena e o organismo funcionando como uma máquina azeitada – para isso basta consumir café com regularidade e moderação. Todavia, a linguagem empregada nos textos analisados muitas vezes não condiz com um conteúdo informativo que pelo menos demonstre a intenção de ser isento. Falta o contraponto. Não há nenhum texto de teor negativo para com o consumo de café. Falta também o interdiscurso, as representações espontâneas, abertas e instáveis dos sujeitos (MAINGUENEAU, 1989). Nesse sentido, o *site* poderia abrir campos de comentários, mas o máximo permitido é o compartilhamento dos textos nas redes sociais, o que se realizado, só referenda o conteúdo.

Referências

BACCEGA, Maria. A. O Campo da comunicação. In: BARROS FILHO, Clóvis; CASTRO, Gisela. **Comunicação e práticas de consumo**. São Paulo: Saraiva, 2007, p.79-86.

BAKHTIN, Mikhail. Estudo das ideologias e filosofia da linguagem. In: BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 8ed. São Paulo: Hucitec, 1997, p. 31-38.

CASAQUI, Vander. Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário. **Revista Significação**. São Paulo: v. 38, n. 36, 2011, p. 131-151.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

FREITAS, Adriana; TRINDADE, Eneus. A economia e o consumo midiaticizado das marcas de alimentos e bebidas globais: algumas considerações. **Revista Comunicare**, São Paulo: Faculdade Cásper Líbero. v. 16. n.2, 2016. p.210-228.

HAN, Byung-Chul. **A sociedade da transparência**. Petrópolis: Vozes, 2017.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

HOFF, Tânia M. C. Biossociabilidades do consumo: regimes de visibilidade da diferença no discurso publicitário. In: ROCHA, Rose; PERES-NETO, Luiz (orgs). **Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções**. Porto Alegre: Sulina, 2015, p. 165-179.

LAZZARATO, Maurizio. **As revoluções do capitalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. Do discurso ao interdiscurso. In: MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes; Unicamp, 1989, p. 111-128.

MARTINS, Ana L. **História do Café**. São Paulo: Contexto, 2014.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

ORTEGA, Francisco. Práticas de ascese corporal e constituição de bioidentidades. **Cadernos Saúde Coletiva**, n. 24, 2006, p. 27-57.

RABINOW, Paul. Artificialidade e iluminismo: da sociobiologia à biossociabilidade. In: RABINOW, Paul. **Antropologia da Razão**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1999, p. 135-157.

RABINOW, Paul; ROSE, Nikolas. O conceito de biopoder hoje. **Revista de Ciências Sociais**, v. 11. n. 1, 2003, p. 59-77.

TEIXEIRA, Lucas. V.; NUNES, Mônica. R. F. Café e cenas culturais na cidade de São Paulo: consumo, memória e ambiências comunicacionais. **Razón y Palabra**, v. 20, n. 3-94, 2016, p. 347-383.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Rituais de consumo: dispositivos midiáticos de articulação de vínculos de sentidos entre marcas e consumidores. **Anais IX Seminário Internacional Imagens da Cultura – Cultura das Imagens**. São Paulo: ECA/USP. 2013, p. 1-12.