Obesitas in Brazilië



Afstudeerscriptie Journalistiek

Elissa Houmes

MinorMarkt & Maatschappij

*Begeleider:* Karlijn Goossen  
*Beoordelaars:* Bartho de Looij&Tjirk van der Ziel *Afstudeerperiode:* augustus 2013

**Inhoudsopgave**

**Samenvatting** …………………………………………………………….. 3  
**Inleiding** …………………………………………………………………… 4  
**Leeswijzer** ………………………………………………………………… 5

**1. Wat houdt obesitas in en hoe uit het zich in Brazilië?**

1.1 Obesitas door de jaren heen ………………………………… 6  
1.2 Definitie van obesitas ………………………………………… 7  
1.3 Obesitas in Brazilië …………………………………………… 8

1.4 Sociale acceptatie & emotionele impact ……………........... 9  
1.5 Kosten & economische acceptatie ………………………..... 12

**2. Wat wordt verstaan onder de Braziliaanse lichaamscultus?** 2.1 Het ideale lichaam …………………………………………….. 16  
 2.2 Hoe komt de lichaamscultus tot uiting? …………………….. 17

**3. Beeldvorming van het lichaam door media**3.1 Hoe beïnvloeden de media de kijk op het lichaam? ……….. 213.2 Obesitas in Braziliaanse geschreven pers ….………………. 25  
3.3 Obesitas op Braziliaanse televisie……………………………. 26

**4. Obesitas onder de Braziliaanse bevolking**

4.1 Waar in Brazilië komt obesitas het meest voor? ……………. 29  
4.2 Wie worden er het meest door getroffen? …………………… 29

4.3 Mannen versus vrouwen …..…………………………………… 324.4 Braziliaanse eetgewoonten & traditionele voeding ...……….. 34   
4.5 Nieuwe ontwikkelingen ………………………………………….. 36

**5. Hoe gaat de samenleving om met de toenemende zwaarlijvigheid?**

5.1 De rol van de commercie ……………………………………….. 38  
5.2 De Braziliaanse overheid ……………………………………….. 39  
5.3 Rol van de media ………………………………………………… 40

**6. Conclusie** …………………………………………………………………... 44

**Bronvermelding** ……………………………………………………………… 47

**Bijlage 1** – interview Fernanda Paulino ………………………..………….. 54

**Bijlage 2** – interview Marcela ………………………………………………... 57 **Bijlage 3** –interview Sander Oord ………………………………………….. 61  
**Bijlage 4** – interview José Leewenkamp …………………………………... 64Productiedossier BYW ……………………………..…………………………. 67

**Samenvatting**

Veel mensen zullen Brazilië en obesitas niet snel in één adem noemen. Toch bleek tijdens een studiereis naar Brazilië dat er veel zwaarlijvige mensen in het straatbeeld te zien zijn. Juist omdat hier in Nederland weinig over bekend is, vormde het voor mij reden om nader onderzoek te doen. Natuurlijk wilde ik voor mijn studie journalistiek de media graag bij het onderwerp betrekken. Er bestaat immers een grote link tussen media en beeldvorming over het lichaam. Het onderwerp werd de basis van mijn scriptie, met als hoofdvraag: hoe gaan Brazilianen om met het snel groeiende fenomeen van obesitas en welke rol spelen de media hierbij wat betreft beeldvorming over het lichaam?  
  
Om de vraag zo volledig mogelijk te kunnen beantwoorden, deed ik onder andere literatuurstudie, maakte ik gebruik van internationale onderzoeken en interviewde ik (ervarings)deskundigen op het gebied van gewicht en op het gebied van media.  
  
Uit het onderzoek bleek dat obesitas in Brazilië stijgt door een welvaartstoename, de overgang op een westers leefpatroon en een groei van het voedselaanbod.  
Enerzijds heerst in Brazilië een eetcultuur (die naar verwachting eerst groter wordt voordat er gedragsverandering optreedt,) terwijl er aan de andere kant een sterke bodycultus aanwezig is. Er ontstaat een tegenstelling: mensen willen steeds vaker dun en mooi zijn, maar eten meer.  
De media dragen in hoge mate aan deze tegenstelling bij: ze maken reclame voor ongezonde voeding en drank, maar brengen een onrealistisch lichaamsideaal naar buiten.   
De Braziliaanse overheid probeert obesitas intussen te bestrijden, maar pakt de basisoorzaken niet aan. Ook programma’s die de televisie (het populairste medium van Brazilië) over gewichtsverlies uitzendt hebben geen effect.  
De media hebben er geen baat bij om hun beleid te veranderen, maar doen er toch verstandig aan om het juiste gedrag bij hun publiek te stimuleren. Er is vrijwel geen overheidsregulering op het gebied van obesitas, maar met een vooruitzicht waarin meer dan de helft van de Braziliaanse bevolking te zwaar is, kan dit niet uitblijven. Advertenties voor tabak en alcohol zijn in veel landen bijvoorbeeld al gereguleerd of verboden. Waarom gebeurt dit niet voor reclame voor ongezond eten? Door het stimuleren van het juiste gedrag, kunnen de media dergelijke maatregelen misschien voorkomen. Die zouden hun belangen immers alleen maar schaden.  
**Inleiding**

Bij Brazilië denken buitenlanders al snel aan sportieve voetballers, slanke modellen en kleine Braziliaanse bikini’s. Dat het ook anders kan, is tegenwoordig duidelijk zichtbaar. Bijna de helft van de totale Braziliaanse populatie van 199 miljoen kampt met overgewicht en ongeveer 15% van de bevolking is zelfs al obees. Dat zijn meer mensen dan er in heel Nederland wonen.

Waar oud-president Lula tijdens zijn regeerperiode (2003-2011) nog een *‘Zero Hunger’* programma invoerde, lijkt dat nu overbodig te zijn. Hoewel ondervoeding als gevolg van te weinig eten in Brazilië nog steeds voorkomt, is obesitas een groter probleem aan het worden. Een zorgwekkende ontwikkeling.  
  
Dit onderzoek geeft antwoord op de vraag hoe de Brazilianen omgaan met het snel groeiende fenomeen van obesitas en welke rol de media hierbij spelen wat betreft de beeldvorming over het lichaam.

De opzet van het onderzoek is zowel praktisch als theoretisch. De hoofdvraag wordt aan de hand van ondersteunende deelvragen beantwoord. Hiervoor zijn onder andere artikelen, literatuur en onderzoeken bestudeerd. Daarnaast zijn er interviews afgenomen om het onderzoek te versterken en is er een journalistieke verantwoording terug te vinden in de bijlagen.  
   
Na het lezen van alle hoofdstukken, is duidelijk welke plaats obesitas in de Braziliaanse samenleving inneemt en hoe men in Brazilië tegen zwaarlijvigheid aankijkt. Ook wordt de lezer zich ervan bewust welke invloed de media hebben op het lichaamsbeeld. Daarnaast gaat het onderzoek in op de omgang met obesitas vanuit de Braziliaanse samenleving en is toegelicht op welke manier de media hierop inspelen.

**Leeswijzer**

In dit onderzoek naar obesitas in Brazilië staat de volgende hoofdvraag centraal: hoe gaan Brazilianen om met het snel groeiende fenomeen van obesitas en welke rol spelen de media hierbij wat betreft beeldvorming over het lichaam?  
  
De onderstaande hoofdstukken leiden tot beantwoording van de hoofdvraag:   
In *hoofdstuk 1* leest u meer over de geschiedenis van obesitas. Daarnaast wordt uitgelegd wat de definitie van obesitas precies inhoudt en is er aandacht voor obesitas in Brazilië. Verder is er aandacht voor de sociale acceptatie en de emotionele en economische impact en is er meer informatie te vinden over de kosten van zwaarlijvigheid in Brazilië.  
*Hoofdstuk 2* richt zich op de Braziliaanse lichaamscultus. Veel Brazilianen vinden het lichaam erg belangrijk en daarom gaan Brazilianen moeilijk met obesitas om. In dit hoofdstuk is toegelicht hoe het ideale lichaam eruit ziet en op welke manier de lichaamscultus in Brazilië tot uiting komt.  
*Hoofdstuk 3* gaat in op de rol van de media wat betreft beeldvorming over het lichaam. Tevens stellen we vast in welke mate obesitas in de (Braziliaanse) media aan bod komt. Hierbij is een onderverdeling gemaakt tussen de geschreven pers en televisie. *Hoofdstuk 4* gaat dieper in op de mate van obesitas bij de Braziliaanse bevolking. Want in welke regio van Brazilië komt zwaarlijvigheid het meeste voor? En zijn er meer mannen obees of spannen vrouwen de kroon? Hiernaast is er aandacht voor Braziliaanse eetgewoonten, traditionele voeding en nieuwe ontwikkelingen op het gebied van voeding.  
Niet alleen de mensen die aan obesitas lijden, hebben elke dag te maken met hun kwaal. De hele samenleving (bijvoorbeeld overheden, wergkevers en de zorgsector) komt ermee in aanraking. H*oofdstuk 5* gaat in op hoe overheid en mediamet de gewichtstoename onder de bevolking omgaan. Daarbij gaat specifiek aandacht uit naar de rol die de media innemen op het gebied van zwaarlijvigheid.  
De antwoorden uit bovengenoemde deelvragen komen samen in de overkoepelendeconclusie, die te lezen is in *hoofdstuk 6*.  
  
Daarnaast zijn er interviews aan het onderzoek toegevoegd, om de bevindingen meer kracht bij te zetten (zie bijlagen).   
**1. Wat houdt obesitas in en hoe uit het zich in Brazilië?**

**1.1 Obesitas door de jaren heen**

Het lijkt alsof obesitas de laatste paar decennia pas de kop op steekt. Sinds het einde van de tweede wereldoorlog zijn we bijna overal ter wereld welvarender geworden en dat houdt ook in dat we te maken krijgen met typische ‘welvaartsziektes’. Obesitas is er één van.   
De ’ziekte’ kwam vroeger echter ook al voor.Misschien wel het bekendste (en voor zover bekend ook het oudste) voorbeeld van obesitas is de Venus van Willendorf, een beeldje van 11 centimeter groot dat meer dan 22.000 jaar oud is.*[[1]](#footnote-1)* Lichaamsreconstructies aan de hand van de mummies van oude Egyptische heersers, zoals Koning Ramses III, tonen aan dat ze een forse omvang hadden. In de Oudgriekse periode verkondigde de Griekse arts Hippocrates al dat een plotselinge dood vaker voorkomt bij dikke mensen dan bij mensen die dun zijn*.*[[2]](#footnote-2) Verderop in de geschiedenis worden corpulente lichamen afgebeeld op schilderijen en in beeldhouwwerken. Denk bijvoorbeeld aan de barokschilderijen waarop voluptueuze vrouwen, mannen en engeltjes te zien zijn en aan de statige portretten die schilders in die tijd van welvarende en invloedrijke mensen maakten. Hoe dikker je in de 16e en 17e eeuw op een schilderij verscheen, des te machtiger je was. Vaak werd de lichaamsomvang dan ook overdreven.*[[3]](#footnote-3)*   
Nu is zwaarlijvigheid geen statussymbool meer. Vroeger kwam dikte alleen in de gegoede kringen voor, maar tegenwoordig ontkom je er nergens aan. Overgewicht is inmiddels uitgegroeid tot de meest voorkomende en duurste voedingsstoornis van de eenentwintigste eeuw.   
Obesitas komt het meest voor in landen waar de westerse commercie wortel heeft geschoten. In Brazilië, Chili, Colombia, Peru, Uruguay, Paraguay, Engeland, Finland en Rusland is de helft van de volwassen bevolking te zwaar of obees.[[4]](#footnote-4)  
Niet alleen volwassenen krijgen te maken met dit probleem. Ook steeds meer kinderen hebben overgewicht. De Engelse chef-kok Jamie Oliver verkondigde tijdens zijn programma *Jamie Oliver’s American Food Revolution*[[5]](#footnote-5) dat de volwassenen van de laatste generaties hun eigen kinderen hebben gezegend met een kortere levensspan dan die van henzelf. Nu besteedde Jamie Oliver in zijn programma uitsluitend aandacht aan de bestrijding van obesitas in de Verenigde Staten, maar in Brazilië is het probleem even hardnekkig. 33,5% van de kinderen is daar te zwaar of obees*.[[6]](#footnote-6)*

*Venus van Willendorf*

*Bron:*

[*http://www.kunstkopie.nl*](http://www.kunstkopie.nl)

**1.2 Definitie van obesitas**  
Wanneer iemand via eten en drinken meer energie binnenkrijgt dan diegene per dag verbruikt,is de kans groot dat dit zich op termijn doorzet in obesitas. De energie die je lichaam teveel binnenkrijgt, slaat het namelijk automatisch op in de vorm van vet. Dit aandeel groeit zodanig dat het tot lichamelijke problemen kan leiden.

Een persoon is doorgaans obees als hij of zij meer dan 20 procent boven zijn/haar ideale gewicht zit. Om die afweging te kunnen maken, moet men naar het geslacht, de lengte, leeftijd en de bouw van een persoon kijken.

De meest gebruikte maat om zwaarlijvigheid te berekenen is de *Body Mass Index* (BMI). De BMI kun je berekenen door het gewicht in kilogrammen te delen door de lengte in meters in het kwadraat. Iemand met een BMI van meer dan 25 is te zwaar en iemand met een BMI van meer dan 30 is obees. Er is sprake van morbide obesitas bij een BMI tussen de 36en 40.   
Morbide obesitas houdt in dat het risico op gezondheidsproblemen of ernstige ziekten als gevolg van obesitas aanzienlijk toeneemt. Deze gezondheidsproblemen en aandoeningen staan bekend onder de term ‘comorbiditeiten’. Voorbeelden hiervan zijn diabetes, een hoge bloeddruk en hart- en vaatziekten*.[[7]](#footnote-7)* De comorbiditeiten die morbide obesitas met zich meebrengt kunnen in het ergste geval tot de dood leiden.   
Bij een BMI tussen de 51 en 60 is sprake van super obesitas en een BMI van boven de 60 heet super super obesitas.  
Mensen met een BMI tussen de 18,5 en 25hebben een ideaal gewicht.

**1.3 Obesitas in Brazilië**Obesitas en een land als Brazilië lijken in eerste instantie een gekke combinatie te vormen. Vooral als je je bedenkt dat oud-president Lula tijdens zijn regeerperiode (2003-2011) nog een *Fome Zero* (ZeroHunger*)* programma invoerde, om ervoor te zorgen dat niemand meer aan ondervoeding leed. De partij van Lula veronderstelde altijd dat honger een van de grootste sociale problemen van Brazilië was en niet obesitas. Toch is het obesitaspercentage ook hier sinds het midden van de jaren 70 erg toegenomen.[[8]](#footnote-8)

Een van de redenen voor die toename is dat Brazilië zich in rap tempo ontwikkelt. Steeds vaker werkt zowel de man als de vrouw buitenshuis en blijft er minder tijd over om voor een gezonde maaltijd te zorgen. Mensen halen dan een snelle hap om thuis even op te warmen. Ook *fastfood* is naar verhouding niet duur. Naast deze ongezonde eetgewoonten krijgen de Brazilianen te weinig beweging. In São Paulo staan bijvoorbeeld elke dag kilometerslange files op de wegen, maar fietspaden zijn er nauwelijks te bekennen. Zelfs kinderen bewegen tegenwoordig vrijwel niet. Het is in sommige Braziliaanse plaatsen te gevaarlijk om buiten te spelen in verband met criminaliteit en schietpartijen. Daarnaast hebben ouders niet altijd genoeg geld om hun kinderen een sport te laten beoefenen.

Een andere verklaring voor de toename van obesitas, is de Braziliaanse voorkeur voor zoetigheid (lees hierover meer in hoofdstuk 5). Nu is dat misschien niet vreemd als je je bedenkt dat Brazilië wereldwijd de grootste suikerproducent is. *Brigadeiros* (bolletjes van gecondenseerde melk, cacaopoeder, boter en hagelslag), zoete gebakjes en koekjes bij het ontbijt: alles kan. Niet alleen het eten is zoet, maar Brazilianen zijn ook gek op drinken met een hoog suikergehalte. Typisch Braziliaanse drankjes die grote populariteit genieten onder de bevolking zijn onder andere *Guarana* (een blikje van deze frisdrank van 350 ml. bevat 35 gram suiker), *Cachaça* (nationale likeur van Brazilië o.a. gemaakt van gedestilleerde rietsuiker) en *Caipirinha’s* (meest populaire drank, gemaakt van cachaça, suiker en limoen).

De maaltijden die Brazilianen tot zich nemen zijn uitgebreid. Bij een traditionele maaltijd van bonen met rijst en vlees horen vaak allerlei bijgerechten.

Dat Brazilianen dol zijn op eten, blijkt ook uit het aanbod van de verschillende soorten restaurants. Bij de typisch Braziliaanse eetgelegenheden, zoals de *churasco* (barbecue), mag je voor één prijs zoveel vlees eten als je op kunt.Daarnaast bestaan in Brazilië *Comida a quilo*-restaurants. In dit soort eetgelegenheden schept de klant zelf op van een buffet. Bij de kassa gaat het eten op een weegschaal en de klant betaalt uiteindelijk voor het gewicht dat op zijn of haar bord ligt. Het is voor overige restaurants niet ongewoon om tweepersoons porties aan te bieden die eetgezelschappen samen delen.   
Door de (economische) ontwikkelingen die Brazilië op dit moment doormaakt, lijden tegenwoordig al meer mensen aan obesitas (< 10 miljoen mensen) dan aan ondervoeding (> dan 4 miljoen mensen). Volgens onderzoek van het Braziliaanse ministerie van volksgezondheid was in 2011 bijna de helft van de Brazilianen te zwaar (48,5%). Vijf jaar eerder lag dit percentage nog op 42,7%*.[[9]](#footnote-9)* Als de trend zich op deze manier voortzet, staat Brazilië in 2022 naar verwachting gelijk aan Amerika als men kijkt naar het aantal obese mensen. Het gewicht van de gemiddelde Braziliaan ligt dan misschien zelfs hoger dan dat van de gemiddelde Amerikaan. Mede door de economische en maatschappelijke ontwikkelingen die het land doormaakt en de Braziliaanse liefde voor voedsel en zoetigheid lijkt het erop dat overgewicht en obesitas problemen zijn waar het land in de toekomst nog vaak mee geconfronteerd wordt.

**1.4 Sociale acceptatie & emotionele impact**

Brazilië heeft de derde schoonheidsindustrie van de wereld en laat hiermee alleen de Amerikaanse en Japanse markt achter zich.[[10]](#footnote-10) Toch kom je in Brazilië op vrijwel elke hoek van de straat iemand tegen die te zwaar is. Mensen lijken elkaar niet op hun gewicht aan te kijken, maar ervaringsdeskundige Marcela vertelt in een interview (zie bijlage 2) dat obesitas *‘not don*e’ is. Zij woog zelf 150 kilo en vond haar gewicht niet zo’n probleem. Toch onderging ze een maagverkleining, puur omdat mensen in haar omgeving niet te spreken waren over haar gewicht. De groepsdruk om een gezond uiterlijk te hebben is groot, want volgens Marcela gaan mensen niet graag met je om als je te dik bent, omdat ze liever niet met een te dik iemand gezien willen worden. Wel voegde ze eraan toe dat ze het erger vond om stevig te zijn toen ze tijdelijk in Europa woonde. Vooral in Frankrijk had ze het moeilijk, want daar waren de mensen over het algemeen erg dun. Marcela verklaart dat het tegenwoordig geen taboe meer is om in Brazilië te dik te zijn en laat weten dat mensen er steeds meer over durven te praten.  
Dat obesitas voor veel mensen toch ‘not done’ is, bevestigt een Braziliaanse man wanneer hij zijn interviewafspraak met mij afzegt. Hij was herstellende van een *gastric* *bypass* operatie, maar schaamde zich zo voor zijn morbide obesitas dat hij mij er liever niet over te woord wilde staan.   
Toch lijkt het alsof de Braziliaanse overheid obesitas wel degelijk accepteert. Op stations in São Paulo staan sinds 2009 bijvoorbeeld extra brede stoelen die speciaal gemaakt zijn om meer gewicht te dragen dan een normale stoel (ze houden tot ± 250 kg). De stoelen zijn bedoeld om obese mensen aan te moedigen met het openbaar vervoer te reizen en gaan meestal gepaard met een bordje waarop staat dat zwaarlijvige personen voorrang hebben om erop te zitten. Maar vervoersbedrijven zien dat veel dikke mensen de stoelen bewust vermijden, omdat ze zich teveel schamen om er plaats te nemen*.[[11]](#footnote-11)*Niet alleen het openbaar vervoer wordt in veel deelstaten aangepast om in de trend van het toenemende lichaamsgewicht te kunnen voorzien. In het hele land zijn theaters, concertzalen en stadions bij wet verplicht om over speciale plekken voor corpulente bezoekers te beschikken. De stadions die Brazilië voor het aankomende WK voetbal aanlegt, vormen hierop geen uitzondering. In Fortaleza (Noordoost Brazilië) staat het gloednieuwe Castelão stadion waar verschillende clubs tijdens het kampioenschap in 2014 voetballen. Volgens de gehandicaptenwet moet het stadion één procent van de totale capaciteit (64.000 stoelen) apart houden voor minder validen. Hieronder vallen ook mensen die aan obesitas lijden. Het stadion telt daarom 120 aangepaste stoelen, die tijdens de wedstrijden tegen een dubbele prijs beschikbaar zijn.*[[12]](#footnote-12)* Ondanks dit soort maatregelen die in het voordeel van zwaarlijvigheid werken, onderneemt de overheid ook actie om obesitas terug te dringen (zie hoofdstuk 5)

*Speciale stoel op een station in São* *Paulo*

*Bron: The Telegraph*

Zwaarlijvigheid heeft grote invloed op mensen die ermee te maken krijgen. Wanneer obesitas je leven binnentreedt, beïnvloedt het je doen en laten namelijk op bijna elk vlak. Het bepaalt waar je werkt, hoeveel je verdient en met wie je uitgaat. Zwaarlijvigheid staat voor veel mensen gelijk aan persoonlijk falen*.[[13]](#footnote-13)* In een hoop landen bestaan vooroordelen tegenover personen die overgewicht hebben of die obees zijn. Omstanders gaan er bijvoorbeeld al snel vanuit dat te zware mensen lui zijn en op school krijgen stevige kinderen vaak te maken met pesterijen. Obesitas wordt geassocieerd met verschillende psychologische problemen (een negatief zelfbeeld, een laag zelfbewustzijn, angst en depressie) die de kwaliteit van leven negatief kunnen beïnvloeden.   
In 2006 is in Amerika onderzoek gedaan naar de manier waarop mensen tegen obesitas aankijken. Er waren meer dan 4000 respondenten, afkomstig uit Amerika, het Verenigd Koninkrijk, Canada, Australië en andere landen. Het gemiddelde BMI van de deelnemers lag op 29. (3% had ondergewicht, 41% had een normaal BMI, 21% had overgewicht, nog eens 21% was obees en 14% had een BMI van boven de 40). Uit het onderzoek bleek dat er een stigma kleeft aan obesitas. Zo gaf 46% van de ondervraagden aan liever minstens één jaar van hun leven in te leveren dan obees te zijn. 15% zou zelfs tot tien jaar of meer willen inleveren als ze zwaarlijvigheid daardoor kunnen vermijden. 30% van de deelnemers is liever gescheiden dan obees. Wat opviel was dat het aantal dunnere mensen dat bereid was deze dingen op te geven hoger lag dan het aantal zwaardere mensen. Toch bleek uit het onderzoek dat er onder elke gewichtsgroep een negatieve houding bestaat tegenover obesitas. Zelfs de deelnemers met de hoogste BMI toonden aan een voorkeur te hebben voor dunne mensen en kenden eigenschappen als luiheid eerder toe aan dikkere personen*.[[14]](#footnote-14)*De manier waarop men in een land tegen zwaarlijvigheid aankijkt, verschilt per cultuur sterk (lees hierover meer in hoofdstuk 2). In Brazilië bestaat er door de heersende lichaamscultus een grote drang om een gezond en afgetraind lichaam te hebben. Wanneer iemand niet aan dit beeld voldoet, is het voor diegene vaak lastig hiermee om te gaan. Brazilië staat hoog op de wereldwijde ranglijst van uitgaven aan plastische chirurgie en afslankmedicijnen. Na Zuid-Korea, Griekenland en Italië, voeren artsen in Brazilië de meeste cosmetische ingrepen uit.[[15]](#footnote-15)   
Ondanks het feit dat niet iedereen in Brazilië geld heeft om bijvoorbeeld te sporten (zie hoofdstuk 1.3), kunnen mensen uit de groeiende middenklasse wel een sportabonnement betalen. Dit is goed terug te zien, want het aantal sportclubs is in vier jaar tijd ruimschoots verdubbeld. In het hele land bestaan rond de 18.000fitnesscentra (alleen de USA weet dit aantal te overtreffen).[[16]](#footnote-16) Brazilianen zijn dus druk met hun uiterlijk en lichaam bezig.  
Uit Amerikaans onderzoek bleek dat gewichtsverlies bij volwassenen op de kortetermijn een positief effect heeft op de levenskwaliteit. In Brazilië is in 2009 een soortgelijk onderzoek uitgevoerd onder 13-19 jarigen om te bekijken of dit effect hetzelfde is bij jongeren. De testgroep nam deel aan traject van 24 weken, dat bestond uit medische aandacht, voedingsprogramma’s (de deelnemers mochten zelf hun calorie-inname bepalen, maar werden wel aangemoedigd om te minderen en uitgebalanceerd te eten), beweging en psychologische therapie. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat de meisjes na 24 weken minder symptomen van depressie vertoonden, dat de ontevredenheid over het eigen lichaam en het emotie-eten afnamen en dat de kwaliteit van leven vooruit ging. De jongens hadden minder last van angsten, presteerden beter op school en het emotie-eten nam bij hen eveneens af. Ook zij gaven aan dat hun levenskwaliteit omhoog is gegaan.[[17]](#footnote-17)De conclusies die uit dit onderzoek voortkwamen zijn op zichzelf staand. Er is namelijk niet uit op te maken of obese mensen een hogere kans hebben om mentale problemen te ontwikkelen dan personen die niet obees zijn. Om dat te achterhalen, moeten onderzoekers dit soort problemen nader beschouwen. Wat wel geconcludeerd kan worden is dat obesitas van grote invloed is op het leven van degene die ermee te maken heeft. Een beter lichaamsgewicht en goede hulp leiden tot een positiever zelfbeeld en een hogere kwaliteit van leven. Zoals het eerder genoemde Amerikaanse onderzoek uit 2006 (zie bladzijde 11) aantoonde, is het stigma dat aan zwaarlijvigheid kleeft bij personen uit elke gewichtscategorie aanwezig. De emotionele impact van obesitas is wereldwijd erg groot.

**1.5 Kosten & economische acceptatie**

Een probleem als obesitas drukt zwaar op de nationale gezondheidszorg. Mensen die zwaarlijvig zijn, maken een grote kans op chronische aandoeningen en lopen risico om aan hun gewicht te bezwijken. Wereldwijd sterven jaarlijks ten minste 2,8 miljoen mensen aan de gevolgen van overgewicht en obesitas. Gemiddeld overlijdt 44% daarvan aan diabetes, 23% aan coronaire hartziekten (bijv. een hartinfarct) en 7-41% sterft aan bepaalde soorten kanker die veroorzaakt worden door overgewicht en obesitas.*[[18]](#footnote-18)*   
In de grondwet van Brazilië is vastgelegd dat iedere inwoner van het land recht heeft op gezondheidszorg. De armere bevolking maakt gebruik van publieke gezondheidszorg die de SUS (Sistema Único de Saúde) levert. Mensen uit de middenklasse en de hogere klasse zijn vaak in staat om zelf een verzekering af te sluiten of te betalen voor aanvullende zorg.  
De publieke sector is in Brazilië echter het grootst. In 2010 waren 145 miljoen van de in totaal 199 miljoen Brazilianen afhankelijk van de nationale gezondheidszorg.[[19]](#footnote-19) De Braziliaanse regering financiert het merendeel van de SUS. Zij haalt het geld voor de bekostiging van het zorgstelsel uit de algemene inkomsten. Omdat de zorg gedecentraliseerd is, dragen de 26 afzonderlijke staten en de gemeentes bij aan het budget. De staten moeten minimaal 12% van hun totale budget bijdragen en gemeentes moeten 15% van hun eigen budget aan gezondheidszorg besteden*.[[20]](#footnote-20)* Er gaat ontzettend veel geld om in de Braziliaanse gezondheidszorg. Daarvan wordt ongeveer 41% besteed aan ziekten die verband houden met obesitas (diabetes, hart- en vaatziekten, kanker).   
Volgens de meest recente cijfers lagen de geschatte kosten voor alle obesitas-gerelateerde ziekten in Brazilië in 2010 op 2,1 miljard Amerikaanse dollars (bijna 1,7 miljard euro). Daarvan is 1,4 miljard dollar (ruim 1 miljard euro) besteed aan ziekenhuisopnamen en ging 679 miljoen dollar (ongeveer 520 miljoen euro) op aan poliklinische zorg.[[21]](#footnote-21)   
Sinds 1999 vergoedt de nationale gezondheidszorg operaties om morbide obesitas te bestrijden. Tussen 1999 en 2001 richtte het Braziliaanse ministerie van gezondheid door het hele land 22 centra op voor chirurgie die is gericht op gewichtsverlies (bariatrische chirurgie). Onderzoek toonde aan dat Brazilianen veelvuldig gebruik maken van deze centra. Het aantal maagoperaties nam tussen 1999 en 2006 namelijk flink toe (in 2006 zijn meer dan 2500 operaties uitgevoerd, tegenover 63 operaties in 1999). De trend is vooral zichtbaar in het best ontwikkelde deel van Brazilië (zuidoosten), waar ook de meeste mensen met morbide obesitas wonen. Het aantal bariatrische ingrepen dat de SUS vergoedt, stijgt nog steeds*.[[22]](#footnote-22)* De aanspraak die patiënten op dit soort operaties doen en de kosten die daardoor op de SUS drukken, nemen exponentieel toe wanneer men in Brazilië niets tegen obesitas onderneemt.Het is daarom noodzakelijk dat Brazilië maatregelen treft tegen de oprukkende epidemie (hoofdstuk 5 gaat verder op de maatregelen tegen zwaarlijvigheid in).   
Zoals aan het begin van deze paragraaf duidelijk werd, vormt obesitas een zware kostenpost voor de Braziliaanse overheid. Wanneer de gewichtstoename zich onder de bevolking blijft voortzetten, neemt de druk op de Braziliaanse economie in de toekomst alleen maar toe.   
De kwaal is ook belastend voor de mensen die er zelf aan lijden. Voor mensen die zwaarlijvig zijn, is het namelijk moeilijk om op economisch gebied geaccepteerd te worden. Vaak krijgen obese personen te maken met gezondheidsproblemen die ervoor zorgen dat ze in mindere mate (of soms zelfs helemaal niet) kunnen werken. Daarnaast tel je op de Braziliaanse werkvloer vooral mee als je jong bent en mensen proberen daarom zo lang mogelijk fit voor de dag te komen..[[23]](#footnote-23)   
Dat het voor zwaarlijvige mensen lastig is om werk te vinden, heeft een aantal Braziliaanse leraressen aan den lijve ondervonden. In 2011 rondden zij een cursus af en waren ze klaar om aan het werk te gaan. Gedurende een medische keuring bestempelden artsen de leraressen als ongeschikt. Een van de vrouwen kreeg zelfs van haar dokter te horen dat ze haar lichaam misvormt en dat ze in de toekomst kans loopt op gezondheidsproblemen. Naar aanleiding van de uitkomsten van de test, vertelden de toekomstige werkgevers van de vrouwen ze dat ze niet voor de klas konden staan. Naar verluidt vielen twee van de vijf leraressen in de categorie morbide obesitas.[[24]](#footnote-24) Het feit dat dit verhaal de krant haalde, geeft aan dat het geen alledaagse situatie is om mensen op deze manier werk te weigeren. Dat neemt niet weg dat meer obese mensen in Brazilië moeite hebben met het vinden van een baan. In een filmpje van het AFP (2012) komt bijvoorbeeld een Braziliaanse vrouw van 123 kilo aan het woord. Ze is van kinds af aan te zwaar en probeert nu haar leven te veranderen. De vrouw geeft aan dat ze met veel discriminatie te maken krijgt en ze vertelt dat het voor mensen met obesitas erg lastig is om werk te vinden.[[25]](#footnote-25)

De blootstelling aan gewichtsgerelateerde discriminatie zet zich op het werk voort en geldt niet alleen voor Brazilianen. Wereldwijd ervaren werknemers discriminatie op basis van gewicht. Volgens Amerikaans onderzoek hebben vrouwen op de werkvloer 16 keer meer kans op gewichtsgerelateerde opmerkingen dan mannen. Bij obese mensen ligt de kans hierop 37 keer hoger dan normaal en bij zeer zwaarlijvige mensen is de mogelijkheid op discriminatie zelfs 100 keer groter.[[26]](#footnote-26) Mochten obese mensen er dus al in slagen om werk te vinden, dan krijgen ze vaak te maken met discriminatie op basis van hun gewicht, wat het werken bemoeilijkt. Een slechte werksfeer zorgt immers voor improductiviteit en weinig betrokkenheid.[[27]](#footnote-27)

**2. Wat wordt verstaan onder de Braziliaanse lichaamscultus?  
  
2.1 Het ideale lichaam**

Brazilianen besteden erg veel aandacht aan hun uiterlijk. Vooral in de kuststreken dragen mensen vaak luchtige kleding, waardoor het lastig is om lichamelijke imperfecties te verbergen. Het is daarom ook niet verwonderlijk dat het lichaam een grote rol speelt binnen de Braziliaanse cultuur.   
Wat mensen als het ideale lichaam zien, verschilt er per land, cultuur en tijdsperiode. In Europa staat het publiek door de beelden op televisie en advertenties in tijdschriften bijvoorbeeld constant bloot aan afbeeldingen van slanke modellen(lees hierover meer in hoofdstuk 3). Terwijl mensen in de Westerse wereld tot het uiterste gaan om te voldoen aan het slanke lichaamsideaal dat de media naar buiten brengen, proberen mensen in sommige andere landen juist aan te komen. Neem bijvoorbeeld Congo: daar drinken mannen iedere dag *Mandale* (een drank gemaakt van maïsmeel) om er zoveel mogelijk gewicht bij te krijgen.. Groot en rond werkt in dit land statusverhogend. Als je stevig bent, krijg je meer respect en zien mensen dat je geslaagd bent in het leven. Voor Congolese vrouwen geldt hetzelfde, een dikke vrouw is belangrijk en kan rekenen op respect. Ze dwingt met haar corpulente lichaam zelfs meer respect af dan een dunne vrouw. Ook in landen in Latijns-Amerika is het niet erg om dik te zijn. In Bolivia verkopen de apotheken bijvoorbeeld pillen om aan te komen. Als je dikker bent, vinden Bolivianen je een stuk sympathieker. Er is veel vraag naar producten om zwaarder te worden, omdat overgewicht hier (net als in Congo) statusverhogend werkt. Mensen die stevig zijn, hebben namelijk geld. Bolivianen beschouwen dunne vrouwen als onaantrekkelijk en ongezond.[[28]](#footnote-28)Ook in Brazilië dient de vrouw *forte* (sterk) te zijn. Net als de mensen in Bolivia, zien Brazilianen een dunne vrouw als ongezond, zwak of mogelijk zelfs ziek. *Forte* houdt in dat er op de juiste plekken genoeg vet aan het lichaam moet zitten, zodat de vrouw er gezond uitziet. Wanneer men kijkt naar het lichaamsideaal voor de Braziliaanse vrouw, komt dit beeld terug. Traditioneel gezien is het ideale lijf voor Braziliaanse vrouwen de *corpo violão,* oftewel het gitaarvormige lichaam. Het bovenlijf van de vrouwen is smal, terwijl het onderlichaam juist breed is. De brede heupen en dijen die bij deze vorm horen, staan symbool voor vruchtbaarheid.   
In Brazilië ligt de focus veel meer op de billen dan op de borsten. Brazilianen zien volle en grote billen dan ook als schoonheidsideaal.   
Net als in veel Latijns-Amerikaanse landen, heerst in Brazilië een machocultuur. Mannen worden aangemoedigd om zich zo mannelijk mogelijk te gedragen en dus vooral hun moed, kracht en liefde voor vrouwen te tonen. Het uiterlijk is voor de Braziliaanse man minstens zo belangrijk als voor de vrouw. De mannen zijn erg ijdel en houden zich veel bezig met hun lichaam. De machocultuur gaat gepaard met het hebben van een gespierd lijf en daarom trainen Braziliaanse mannen hun lichaam vaak. Daarnaast slikken veel mannen voedingssupplementen.   
De overheid speelt handig op de aandacht voor het lichaam in: op stranden en in openbare parken vind je vaak apparaten om krachttraining te doen of er staan borden met uitleg over verschillende sportoefeningen.   
Waar het ideale vrouwenlichaam dus juist rond en goed gevormd dient te zijn, geldt voor het perfecte mannenlijf dat het mannelijk en gespierd is.

*Bord met oefeningen in een park in Campinas.*

*Bron: eigen foto*

**2.2 Hoe komt de lichaamscultus tot uiting?**

In Brazilië is er een uitdrukking die weergeeft hoe de Brazilianen over hun uiterlijk denken: *o mundo trata melhor quem se veste bem* (de wereld behandelt mensen beter wanneer zij zich goed kleden). Voor de lokale bevolking gaat dit gezegde echter verder dan alleen kleding, want door de heersende lichaamscultus bestaat er een druk om een mooi lichaam te hebben. Iedereen doet zijn best om er zo aantrekkelijk, jong en fit mogelijk uit te zien. Van jong tot oud zorgt men hier goed voor het eigen lichaam. Brazilianen doen dit voor een deel uit ijdelheid, maar ook deels om gezondheidsredenen. Zoals eerder genoemd is sporten voor de bevolking erg belangrijk.Gek genoeg zien de Brazilianen het niet als een manier om fit te blijven, maar sporten ze voornamelijk om te ontspannen.[[29]](#footnote-29)Sinds de Westerse mode-advertenties en reclamecampagnes in Brazilë hun intrede deden, verandert het lichaamsbeeld. Vooral bij vrouwen is dit goed zichtbaar. Enerzijds houden Brazilianen vast aan het traditionele vrouwelijke schoonheidsideaal, waarbij de aandacht uitgaat naar volle billen en brede heupen en dijen. Misschien wel het bekendste voorbeeld uit de Braziliaanse geschiedenis dat aan dit beeld voldoet is Heloísa Pinheiro, het meisje dat de inspiratie vormde voor de wereldhit *A garota de Ipanema* (The girl from Ipanema). In de jaren 60 trok de jonge Helô veel bekijks met haar uiterlijk. Ze liep vaak rond bij een populaire bar in Rio de Janeiro en ging niet onopgemerkt aan de schrijvers van het lied voorbij. Het meisje was lang, gebruind, had groene ogen en wiegde sensueel met haar heupen als ze ergens langs liep.[[30]](#footnote-30) Zoals op de foto te zien is, heeft Heloísa het Braziliaanse gitaarfiguur dat velen als ideaal beschouwen. Het meisje was in de jaren 60 hét icoon voor Braziliaanse vrouwelijkheid.   
Aan de andere kant heeft Brazilië te maken met de opmars van Westerse ‘schoonheidsidealen’. Op de covers van tijdschriften en in reclamespotjes op televisie zijn constant dunne modellen te zien. Terwijl voormalig president Lula aan het begin van de 21e eeuw nog volop strijd leverde tegen honger en ondervoeding, maakte Brazilië kennis met een heel ander probleem. In november 2006 kwam het bericht naar buiten dat het Braziliaanse topmodel Ana Carolina Reston op 21-jarige leeftijd in het ziekenhuis was overleden aan de gevolgen van de eetstoornissen anorexia en boulimia. Ze leefde op een dieet van appels en tomaten en woog ten tijde van haar dood nog maar 40 kilo bij een lengte van   
1.73 m. Binnen een paar maanden werd het land opgeschrikt door drie soortgelijke, nieuwe berichten. Ditmaal betrof het geen modellen, maar gewone meisjes van begin 20 die allemaal een studie volgden. Het was voor de Brazilianen moeilijk voor te stellen dat mensen zich vrijwillig uithongerden in een land waar men er zo hard aan werkte om te zorgen dat iedereen überhaupt iets te eten had. De nationale media pakten het onderwerp massaal op. Op televisie en in artikelen ging het voortdurend over de Braziliaanse obsessie voor het schoonheidsideaal die nu misschien te ver was doorgeslagen*.[[31]](#footnote-31)* Niet lang na dit nieuws vond de *São Paulo fashion week* plaats. De dood van de meisjes bracht veranderingen met zich mee: de organisatie stelde een minimumleeftijd van 16 jaar in voor de deelnemende modellen en ze moesten aan kunnen tonen dat ze in goede gezondheid verkeerden. Ook kondigden de organisatoren van de fashion week aan dat er meer aandacht voor eetstoornissen zou komen in de media. Deze toewijding is er nu nog steeds, want onlangs lanceerde een bekend Braziliaans modellenbureau (*Star Models*) een reclamecampagne tegen anorexia. In de advertenties is een tekening van een model te zien, met naast haar het levende (gephotoshopte) evenbeeld. De lichaamsverhoudingen zijn zowel bij de tekening als bij het echte model erg overdreven weergegeven. In de hoek van de advertentie staat ‘je bent geen schets, zeg ‘nee’ tegen anorexia.’ Star Models maakte wereldwijd veel indruk door deze campagne met choquerende afbeeldingen te lanceren.   
Naast het traditionele lichaamsideaal waar veel Brazilianen zich aan vasthouden en de kennismaking met het voor Brazilië ‘nieuwe’ fenomeen anorexia, is er een derde ontwikkeling waar te nemen: de stijging van het aantal mensen met obesitas.. Brazilianen zijn dol op eten en door de economische spurt die het land de afgelopen decennia nam, is voedsel tegenwoordig voor steeds meer mensen beschikbaar. Vooral het rijkere zuiden heeft veel inwoners die aan overgewicht lijden, maar de trend lijkt zich ook te verspreiden naar andere delen van het land (zie hoofdstuk 4).Sinds het obesitasgehalte van de Braziliaanse bevolking in 1974 voor het eerst werd vastgelegd, neemt het percentage zwaarlijvige mensen toe. Wanneer onderzoekers bekeken hoe deze ontwikkeling zich per geslacht voortzette, bleek dat de stijging onder vrouwen in eerste instantie het hardst ging (in 1989 was 12,4% van de vrouwen obees, terwijl dit bij de mannen 5,1% betrof). De vrouwen stabiliseerden in de periode erna echter wel, terwijl de mannen juist een grote toename in gewicht lieten zien. In 2002-2003 kwam het percentage obese vrouwen uit op 13% (stijging van 0,4% per jaar) en bij de mannen op 8,8% (stijging van 4,1% per jaar).*[[32]](#footnote-32)* Zoals eerder vermeld, blijkt uit recentere cijfers van het Braziliaanse ministerie van volksgezondheid (2011) dat inmiddels al bijna de helft van de Brazilianen overgewicht heeft. Ook al houden veel mensen nog vast aan het traditionele lichaamsideaal en vinden de meeste Brazilianen sporten erg belangrijk, het lijkt erop dat Brazilië langzamerhand overgaat op een westerse leefwijze en de daarbij horende lichaamsidealen.  
Om toch een mooi uiterlijk te hebben, maken Brazilianen gebruik van cosmetische ingrepen en van medicijnen die gewichtsverlies bevorderen. Operaties kosten relatief weinig geld en de kwaliteit is goed. Dat Brazilianen deze middelen vaak benutten, geeft aan dat ze ondanks de nationale toename van overgewicht en obesitas, nog steeds veel met hun uiterlijk en lichaam bezig zijn.

*Heloísa Pinheiro*

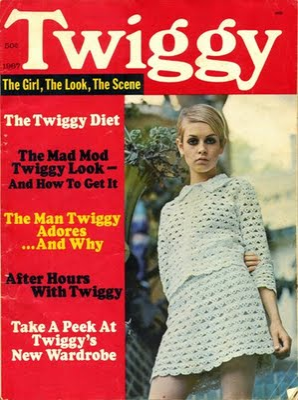
Bron:<http://wannabebrazilian.wordpress.com/tag/helo-pinheiro/>

*Topmodel Ana Carolina Reston*

Bron: <http://www.fashionscene.nl/industry/detail/123614/ana_carolina_reston>

*Say no to anorexia campagne*

*Bron: The Daily Mail*

**3. Beeldvorming van het lichaam door de media  
  
3.1 Hoe beïnvloeden de media de kijk op het lichaam?**Zoals in eerdere hoofdstukken naar voren kwam, hebben de media aanzienlijke invloed op het doen en laten van mensen. José Leeuwenkamp, hoofredactrice van het Nederlandse maandblad GezondNU beaamt dit. „Er bestaat een ontzettend grote link tussen hoe wij vinden dat we eruit moeten zien en de beelden die we krijgen vanuit de media.”   
Dit wordt bevestigd door Marcela, die eerder vertelde over haar zwaarlijvigheid en aangaf dat ze door sociale druk uiteindelijk voor een maagverkleining koos (zie hoofdstuk 1.4). In datzelfde hoofdstuk kwam naar voren dat er een stigma kleeft aan obesitas en dat er wereldwijd veel vooroordelen tegenover zwaarlijvige mensen bestaan.Deze overtuigingen over overgewicht en lichaamsidealen worden gevoed door het beeld dat de media de wereld in helpen. Maar op welke manier beïnvloeden de media de manier waarop mensen tegen hun lichaam aankijken?  
Om deze vraag te beantwoorden, moeten we een beroep doen op de geschiedenis. In de 20e eeuw is er niet alleen veel veranderd op het gebied van massamedia, maar ook op het gebied van lichaamsidealen. De druk die de media op vrouwen uitoefenen, nam sinds het begin van de 20e eeuw enorm toe. Zoals eerder vermeld, verandert het beeld van het ideale lichaam van tijd tot tijd. Juist hetgeen dat voor de meeste vrouwen in een bepaalde tijdsperiode moeilijk haalbaar is, hanteren de media als ideaal. Hoe meer vrouwen in staat zijn om aan het lichaamsideaal te voldoen, hoe verder dit vervolgens opschuift. Hierdoor is het ideaal steeds moeilijker te bereiken. .[[33]](#footnote-33)   
De basis voor het lichaamsideaal zoals we dat nu kennen, vindt zijn oorsprongin de jaren 60, toen de Engelse Twiggy (Lesley Hornby) uitgroeide tot een van de eerste internationale supermodellen. Het dunne, jongensachtige meisje sierde de covers van talloze tijdschriften (waaronder Vogue) en vloog de hele wereld over voor opdrachten. Door de aandacht die de media aan Twiggy schonken, ontpopte het model zich tot een mode-icoon. Twiggy werd echter niet door iedereen met open armen ontvangen. Vanaf het begin kregen de media kritiek op de foto’s die zij van het dunne model publiceerden. Veel mensen vonden dat de media met zulke publicaties een ongezond lichaamsideaal voor vrouwen promootten. Desalniettemin ontstond er een grote *merchandise* rondom Twiggy en ze verscheen in alle tijdschriften, op televisie en op de radio. Veel tieners zagen Twiggy als de ultieme schoonheid en probeerden haar zoveel mogelijk na te doen door zich bijvoorbeeld hetzelfde kapsel aan te laten meten.[[34]](#footnote-34)  
Dat de publiciteit rondom Twiggy commotie teweeg bracht bij het publiek, heeft te maken met de toegenomen invloed van de media. Waar je aan het begin van de 20e eeuw slechts geconfronteerd werd met je directe omgeving, breidde dit zich in de jaren 50 uit door de opmars van de televisie en in een later stadium door het internet. De verspreiding van nieuws en bepaalde overtuigingen gaat sneller en bereikt een breder publiek dan voorheen. De mate waarin die verspreiding plaatsvindt is ook anders dan vroeger. Door de beschikbaarheid van internet staan mensen continu bloot aan nieuws en informatie. De intensiteit van de berichtgeving is veel hoger. Daarnaast onderwerpt de constante informatiestroom mensen vaker aan de publieke opinie die over bepaalde onderwerpen (bijvoorbeeld over lichaamsbeelden) heerst. „We worden de hele dag gebombardeerd met beelden van hoe we eruit moeten zien. Ik denk dat deze beelden meer in ons onderbewuste gaan zitten dan we denken en ik ben ervan overtuigd dat iedereen er op een bepaalde manier mee bezig is,” aldus José Leeuwenkamp.  
Online mediadeskundige Sander Oord vertelt dat reclamemakers een ideaalbeeld van de vrouw proberen te creëren. „Je zet in reclames bewust geen personen neer met wallen onder de ogen, of hele dikke mensen, want dat zijn elementen die de klant meeneemt.” Dat vrouwen zo gevoelig zijn voor het beeld dat de media en de reclamewereld naar buiten helpen, heeft volgens Oord te maken met een psychologisch effect. „Mensen willen ook zo zijn als het beeld dat door de media en reclamewereld naar buiten wordt gebracht. Het publiek denkt dan ‘dat had ik kunnen zijn’ en streeft het beeld dat ze te zien krijgen na.”  
Ook na Twiggy bleef het lichaamsideaal dun. Waar topmodellen in 1975 over het algemeen 8% minder wogen dan de gemiddelde vrouw, is dat vandaag de dag opgelopen tot een verschil van 23%.[[35]](#footnote-35)  
Op televisie, in films en in tijdschriften zijn vaker mensen te zien die slank zijn dan personen die overgewicht hebben. Door herhaaldelijke blootstelling aan deze beelden accepteert het publiek dat de idealen die de media hanteren ook een weerspiegeling zijn van wat men in de realiteit verwacht. Het voorschotelen van een lichaamsideaal dat voor de meeste vrouwen niet haalbaar is, lijdt ertoe dat veel vrouwen onzekerheden ontwikkelen over hun eigen lichaam.[[36]](#footnote-36) Uiteindelijk kan het ideaal dat de media hanteren, bijdragen aan de ontwikkeling van bepaalde eetstoornissen.   
Toch is er tegenwoordig op televisie ook aandacht voor mensen die van het schoonheidsideaal afwijken. Vooral de opkomst van reality-series aan het eind van de jaren 90 bracht veel veranderingen met zich mee. De manier waarop menselijk leed in beeld wordt gebracht, is de laatste halve eeuw namelijk ingrijpend veranderd Vroeger gingen televisieprogramma’s namelijk niet op gevoelige zaken in, maar in het informatietijdperk van nu is er volop tijd en ruimte om persoonlijke problemen in het openbaar te bespreken (*De Media-explosie, 2007)*.[[37]](#footnote-37) Het populaire genre speelde hierop in door de menselijke gevoelens centraal te stellen.  
Een van de subcategorieën binnen het realitygenre bestaat uit transformatie-programma’s, waarin aandacht is voor mensen die hun leven graag op een bepaalde manier willen verbeteren of veranderen. In veel van deze series staat het uiterlijk centraal. Succesvolle programma’s binnen dit genre zijn bijvoorbeeld *Supernanny* (waarin ouders die worstelen met het gedrag van hun kind hulp krijgen van een nanny) en *Made* (waarin tieners centraal staan die zichzelf een bepaald doel stellen en dat proberen te behalen), maar ook andere formats die zich op fysieke en mentale ontwikkeling richten scoren bij het publiek. *Obese* en *The Biggest Loser* zijn bijvoorbeeld wereldwijd bekend. Bij veel van dit soort programma’s staat in elke aflevering iemand anders centraal. Er is altijd uitgebreid aandacht voor de emotionele kant van het verhaal. De sociale achtergronden, omgeving, redenen waarom de persoon in kwestie zo dik is geworden en de dagelijkse strubbelingen waar diegene naar aanleiding van zijn of haar gewicht vervolgens mee te maken krijgt: alles passeert de revue. In de programma’s is te zien hoe de deelnemers hun leven stuk voor stuk weten te veranderen. Ze houden zich aan een strikt sportschema (dat ze vaak met hulp van een *personal trainer* uitvoeren), krijgen diëten voorgeschreven en in sommige gevallen krijgt de kandidaten therapie aangeboden. Aan het einde van het afvaltraject vindt het laatste weegmoment plaats en is er voor de deelnemer gelegenheid om te vertellen hoe het programma en de nieuwe levensstijl zijn of haar leven hebben beïnvloed.   
De media spelen hiermee in op het toenemende obesitasprobleem en laten zien hoe je op een gezonde manier kunt afvallen. Zoals van Wijk in De Media-explosie beschrijft, zijn communicatieboodschappen doorgaans niet neutraal, maar geladen met normen, waarden en emoties. De zenders willen hun medemensen niet alleen informeren, maar ook motiveren en overtuigen.[[38]](#footnote-38) José Leeuwenkamp betwijfelt echter of dit soort televisie bij kijkers tot gedragsverandering leidt. „Het gaat in programma’s over afvallen altijd om hele normale mensen met extreem overgewicht. Ik kijk dat soort series ook graag en denk daardoor juist ‘bij mij valt het nog mee. Ik kan die chips gerust eten.’ De aandacht wordt niet gericht op het feit dat de deelnemers een serieus gezondheidsprobleem hebben en bijvoorbeeld risico lopen op hart- en vaatziekten, maar het bevestigt eigenlijk de hulpeloosheid waardoor kijkers thuis denken dat het hen zonder coach ook niet lukt om te veranderen.”   
Hoewel het dunne, haast onbereikbare lichaamsideaal in de media nog steeds de overhand heeft, zetten bedrijven zich in om een realistischer beeld te promoten. Een voorbeeld hiervan is de *Real Beauty Campagne* die Dove in 2004 lanceerde. Het bedrijf startte met de campagne nadat het cijfers vernam van een onderzoek waaruit bleek dat maar 2% van alle vrouwen zichzelf als ‘mooi’ omschreef. Dove riep de campagne in het leven om de discussie rondom ‘schoonheid’ op gang te brengen. De reclamefilmpjes waren gelijk een groot succes en nog steeds zijn er op televisie vaak spotjes te zien waarin het schoonheidsmerk ‘echte’ schoonheid promoot. Toch toonde Dove in 2011 aan dat de druk om aan het schoonheidsideaal te voldoen nog steeds toeneemt en het zelfvertrouwen over het eigen lichaam bij meisjes afneemt naarmate ze ouder worden. Uit onderzoek van dat jaar bleek dat maar 4% van de vrouwen over de hele wereld zichzelf als mooi beschouwde.[[39]](#footnote-39) Dat is weliswaar een stijging van 2%, maar het laat nog steeds veel te wensen over.  
Zoals bleek uit hoofdstuk 2.2 , is in Brazilië steeds meer zichtbaar hoe de westerse invloeden voet aan de grond krijgen. Door de heersende lichaamscultus ligt er van oorsprong al een grote druk op de mensen om veel met het lichaam bezig te zijn. Omdat Brazilianen zich geleidelijk overgeven aan Westerse leefpatronen, krijgen steeds meer mensen in de toekomst te maken met obesitas. Tegelijk met westerse leefpatronen, doen Westerse lichaamsidealen hun intrede (denk bijvoorbeeld aan de anorexiadoden) en neemt de druk om aan dit beeld te voldoen toe.

*Twiggy in de media*  
Bron: <http://www.squidoo.com/twiggy-supermodel-of-the-1960s>

**3.2 Obesitas in Braziliaanse geschreven pers**

Obesitas is een probleem dat wereldwijd in steeds hogere mate de kop opsteekt en daarom is er overal ter wereld veel belangstelling voor in de pers. De aandacht die de Braziliaanse media aan obesitas schenken, wijkt niet veel af van de hoeveelheid aandacht die de Nederlandse pers aan het onderwerp toekent.   
Sinds de jaren 90 heeft de krant in Brazilië erg aan populariteit gewonnen. Het land telt inmiddels meer dan 460 verschillende kranten die dagelijks in de verschillende regio’s worden uitgebracht. Bij elkaar verschijnen de dagbladen iedere dag in een oplage van 4,4 miljoen exemplaren. Ondanks de stijging van het aantal oplages lezen ongeveer 21 miljoen Brazilianen elke dag de krant. Dat is circa 11% van de hele bevolking.[[40]](#footnote-40) Ter vergelijking: in Nederland ligt dit percentage op ruim 60% van het totale aantal inwoners.   
De bekendste en meest wijdverspreide kranten van Brazilië (*Super Notíca, Folha de* São *Paulo, O Globo, O Estado de* São *Paulo* en *Journal do Brasil*) berichten regelmatig over obesitas in hun gezondheidskaternen. Omdat maar 21 miljoen Brazilianen de krant lezen, bereiken deze berichten niet iedereen. Daarnaast is in Brazilië is nog bijna tien procent van de totale bevolking ongeletterd, wat neerkomt op meer dan 14 miljoen mensen.[[41]](#footnote-41) Nu is het wel zo dat het aantal analfabeten bij ieder onderzoek verder terugloopt en dat ongeveer 70% van alle ongeletterden op het platteland woont. Ook komt analfabetisme vaker voor in het arme noordoosten van het land (17%) dan in het zuiden (4,7%). Door de ongeletterdheid in het noordoosten, komt het nieuws over obesitas dat daar in de kranten verschijnt in mindere mate bij de mensen terecht dan in het zuiden van Brazilië.   
De berichtgeving over obesitas betreft zowel nieuws uit andere landen (bijvoorbeeld onderzoeken waardoor nieuwe feiten over obesitas aan het licht komen) als nieuws uit eigen land (bijvoorbeeld een artikel in de Folha de São Paulo waarin men waarschuwt voor de opkomst van overgewicht en obesitas onder ouderen)[[42]](#footnote-42). De stukken zijn vaak makkelijk terug te vinden op het internet.  
Naast dagbladen, bestaan er net als in Nederland veel tijdschriften die specifieke onderwerpen behandelen. Een daarvan is *Revista Saude*, een maandelijks tijdschrift waarin gezondheid centraal staat. Revista Saude besteedt onder andere aandacht aan afvallen en goede voeding. Daarnaast hebben veel wekelijkse opinie- en nieuwsbladen (bijvoorbeeld *Veja* en *Época*) net als de kranten een gezondheidskatern met daarin artikelen over onderwerpen als obesitas. Ook zijn er bladen die speciaal bedoeld zijn voor de vrouw (*Claudia*) waarin de focus ligt op mode, schoonheid, voeding en recepten.  
Eens in de zoveel tijd doet het *Instituto Brasileiro de Geografica e Estatística* (het IBGE) onderzoek naar de gezondheid van de Braziliaanse bevolking. Veelal pikken (internationale) media deze cijfers op, die vervolgens als basis dienen voor onder meer artikelen over obesitas in Brazilië.  
 Naast de cijfers van het IBGE, staan op het internet veel publicaties van Braziliaanse en Amerikaanse onderzoekers.   
Hoewel de aandacht voor obesitas in de Nederlandse pers groot is, is er bij de massa weinig bekend over de mate waarin obesitas bij de Braziliaanse bevolking voorkomt. De meeste artikelen over dit onderwerp, zijn in het Engels geschreven en worden door Engelse kranten verspreid. Als je op dit moment meer wilt weten over obesitas in Brazilië ben je vooral aangewezen op ervaringen van Nederlandse mensen die in Brazilië wonen of mensen die door het land reizen en een weblog bijhouden.   
Wellicht komt hier binnenkort verandering in, want Brazilië organiseert in 2014 het WK voetbal en in 2016 de Olympische zomerspelen. De hele wereld volgt deze belangrijke sportevenementen op de voet. In aanloop naar 2014 en 2016 neemt de interesse van de media voor Brazilië en haar maatschappij naar verwachting toe en verschijnen er meer publicaties over het Zuid-Amerikaanse land. Misschien brengen de (internationale)media maatschappelijke problemen als obesitas dan ook ter sprake en krijgt het probleem ook in andere landen meer bekendheid.  
 **3.3 Obesitas op Braziliaanse televisie**

Ook al wonen veel mensen in Brazilië in een *favela* (sloppenwijk), hebben ze soms maar één kamer tot hun beschikking en lijken de basisvoorzieningen nauwelijks in de woonruimte aanwezig te zijn, ze hebben hoe dan ook ergens een televisie staan. De televisie is in Brazilië namelijk verreweg het populairste medium, met een bereik van meer dan 90% van de bevolking.[[43]](#footnote-43)  
 De typisch Braziliaanse *novelas* worden door mensen uit alle klassen en regio’s van het land omarmd. De novelas zijn soaps die vaak dagelijks op televisie te zien zijn. De verhalen bieden inzicht in de manier waarop mensen denken en leven. Zowel de hoge-, midden- als lage klassen worden in de series vertegenwoordigd. De verhaallijnen van deze verschillende klassen vermengen zich met elkaar zodat er verbanden ontstaan. Dit geeft de mix van de verschillende sociale klassen in Brazilië weer en zorgt ervoor dat elke inwoner zich met iemand kan identificeren. In de novelas komen allerlei verschillende onderwerpen ter sprake die kunnen variëren van historische tot politieke en maatschappelijke verhalen. Soms halen de makers van de novelas ook gevoelige kwesties aan. Of obesitas in de series aan bod komt is moeilijk na te gaan. Wel zijn er berichten bekend over Braziliaanse acteurs/actrices die voor een bepaalde rol aan moesten komen. Voorbeelden hiervan zijn Cristina Oliveira, die in 2011 vijftien kilo aankwam en Amandha Lee, die er twaalf kilo bij kreeg.[[44]](#footnote-44) Door de gewichtstoename stuitte Cristina destijds op veel vooroordelen door het publiek en de pers.   
Er zijn in telenovelas wel eens personages geweest die in de serie aan eetstoornissen lijden. In *Paginas da Vida* (2006-2007) was bijvoorbeeld een tienermeisje/ballerina te zien dat aan boulimia leed en in de serie *Rebelde* (2011) had een van de personages anorexia. Wat opvalt is dat Paginas da Vida samenvalt met de reeks aan anorexiadoden die Brazilië in 2006 te verwerken kreeg en waar toen veel aandacht voor was in de nationale media.   
Als de interesse voor obesitas toe blijft nemen, is er wellicht een keer een regisseur die een obees karakter in zijn of haar scenario opneemt.  
De Braziliaanse televisie-industrie is een van de grootste ter wereld. Brazilianen beschikken over legio gratis zenders die nationaal te ontvangen zijn en kunnen (indien ze dit nodig vinden) ook nog allerlei betaalzenders bijkopen. Programma’s over gezondheid en gewicht mogen in zo’n groot televisienetwerk natuurlijk niet ontbreken. Een voorbeeld hiervan is een realityshow die in 2011 werd uitgezonden tijdens het programma *Fantastico*. Zeca Camargo, de presentator van dat programma vond het tijd om iets aan de toenemende zwaarlijvigheid onder Brazilianen te doen. Hij besloot zelf (onder het toeziend oog van de camera) drie maanden lang een dieet te volgen, bij dokters langs te gaan en intensief te sporten. Hoewel de presentator niet obees was, wilde hij graag aan de kijkers laten zien op wat voor manier je snel kunt afvallen.[[45]](#footnote-45)  
Ook zenden Braziliaanse omroepen vaak buitenlandse formats uit. In 2005 en 2007 vertoonde het netwerk SBT (Sistema Brasileiro de Televisao) de Braziliaanse versie van het Amerikaanse programma ‘The Biggest Loser’, waarin mensen met overgewicht strijden om de meeste kilo’s te verliezen.   
Zoals eerder vermeld, lanceert de Braziliaanse overheid af en toe mediacampagnes gericht op obesitas. De meest recente campagne is van maart 2013. Daarnaast is er ook aandacht voor obesitas in Braziliaanse documentaires. Een voorbeeld hiervan is *Way Beyond Weight* (2012), een documentaire over obesitas bij Braziliaanse kinderen.  
Over de aandacht voor obesitas op de Braziliaanse radio is moeilijk informatie te vinden. Waarschijnlijk is het net als in Nederland niet gebruikelijk om spotjes over slankheidsmiddelen via de radio op het publiek over te brengen.   
Behalve obesitas ín de media bestaat er ook nog obesitas én de media. Vooral als het op televisiekijken aankomt leggen onderzoekers vaak een link met het krijgen van obesitas. Braziliaanse kinderen blijven tegenwoordig steeds vaker thuis om computerspelletjes te spelen en om televisie te kijken en verbruiken daardoor weinig energie, met een verhoogde kans op obesitas tot gevolg. Ook maken adverteerders tijdens kinderprogramma’s vaak reclame voor ongezond eten en drinken, dat kinderen vervolgens graag willen hebben.[[46]](#footnote-46) (zie hoofdstuk 5.1)  
Omdat de televisie in Brazilië zo populair is, bereiken programma’s een groot deel van de bevolking. Door de ongeletterdheid die nu nog in delen van Brazilië voorkomt, is de televisie een geschikt medium om bij de bevolking aandacht te wekken voor het obesitasprobleem, maar de televisie moet dan wél op de juiste manier ingezet worden (lees hierover meer in hoofdstuk 5.3).

**4. Obesitas onder de Braziliaanse bevolking**

**4.1 Waar in Brazilië komt obesitas het meest voor?**  
Over de hele wereld barstte de obesitasepidemie de afgelopen eeuw los. Vooral sinds het midden van de jaren 70 maakten veel delen van de geïndustrialiseerde wereld (de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en andere landen) een schrikbarende stijging van het obesitaspercentage mee. Ook nieuwere economieën moeten eraan geloven en Brazilië vormt hierop geen uitzondering. Hoewel obesitas nu voornamelijk voorkomt in het rijkere zuiden van Brazilië, verspreidt het zich over het hele land. Zelfs in de armste regio (het noordoosten), waar altijd meer sprake was van ondervoeding dan van overgewicht, heeft obesitas haar intrede gedaan. Volgens cijfers uit 2008 is het morbide obesitasgehalte in het noordoosten van Brazilië nog steeds het laagste van het hele land, maar dit percentage steeg in 2002-2003 met 760% wel het hardst van alle regio’s. Toch valt het noorden in het niet bij het zuidoosten, waar morbide obesitas bij 0,77% van de inwoners voorkomt en waar verreweg de meeste vraag is naar maagoperaties. Na het ontwikkelde Zuidoosten, is het Zuiden de regio waar de meeste zwaarlijvige mensen te vinden zijn (0.75%), gevolgd door het midden (0,49%) en noorden (0,51%) van het land. Ondanks de grote stijging van het aantal personen met morbide obesitas in het noordoosten van Brazilië, is deze regio nog steeds de hekkensluiter. 0,43% van de inwoners heeft daar een levensbedreigend gewicht.[[47]](#footnote-47)\*  
  
**4.2 Wie worden er het meest door getroffen?**In veel landen komt obesitas vooral voor onder mensen met een lage opleiding of een laag inkomen. Dat de armen meer last hebben van overgewicht dan de rijkere bevolking is al decennia lang waar te nemen in welvarende werelddelen als Noord-Amerika en West-Europa. In de Westerse wereld zijn diabetes, hartziekten en obesitas vaker problemen van armen dan van rijken.[[48]](#footnote-48)  
Vroeger kwam in Brazilië juist een ander patroon voor. In 1975, toen de IBGE voor het eerst een nationaal antropologisch onderzoek deed, viel op dat obesitas vooral voorkwam bij de hogere inkomensklasse. De meest welvarende mannen hadden elf keer meer kans op obesitas dan de armste mannen. Bij de rijkste vrouwen was er 3,4 keer meer kans op zwaarlijvigheiddan bij de armste vrouwen.[[49]](#footnote-49) Vanaf 1989 keerde de relatie tussen inkomen en obesitas zich om. Vooral bij vrouwen in de lagere inkomensklasse nam het aantal obesen snel toe. In 2009 kwam obesitas bij vrouwen uit alle inkomensgroepen ongeveer evenveel voor. 15,1% van de vrouwen uit de laagste inkomensgroepen was obees, terwijl dit in de hoogste klasse 15,8% betrof. Veel vrouwen met een goed salaris, investeren tegenwoordig geld om gewicht te verliezen of om dun te blijven.   
Bij mannen was het obesitaspercentage in 2009 ongeveer vergelijkbaar met dat van de vrouwen. Het enige verschil bij de mannen is de verdeling van overgewicht tussen de verschillende klassen. Bij mannen met lage inkomens komt obesitas naar verhouding minder vaak voor dan bij mannen die veel verdienen. Een verklaring hiervoor is het soort beroep dat de armere mannen uitoefenen. Vaak verrichten deze mensen werk dat fysiek zwaar is (boer/bouwvakker) en waardoor je veel energie verbruikt. [[50]](#footnote-50) Toch neemt zwaarlijvigheid (net als in een hoop andere landen) onder de lagere klassen het snelst toe.   
Dat obesitas tegenwoordig zo snel stijgt onder de armere bevolking kent meerdere oorzaken. Niet zo lang geleden kwam er in Brazilië veel ondervoeding voor. Rond de eeuwwisseling besloot de toenmalige president Lula da Silva om iets tegen honger en extreme armoede te ondernemen. Zoals eerder genoemd voerde hij in 2003 het Zero Hunger-programma in, waarin Lula liet opnemen dat iedereen recht heeft op toegang tot basisvoedsel. Het programma bestaat uit verschillende onderdelen. Zo krijgen de armste families financiële ondersteuning om eten te kunnen kopen en zijn er door de overheid restaurants opgericht die driemaal daags goedkope maaltijden verstrekken aan hulpbehoevenden. Om aanspraak te maken op het geld dat de overheid uitkeert voor het kopen van eten, moeten families ervoor zorgen dat hun kinderen naar school kunnen gaan. Het hebben van een goede opleiding is in de ogen van de overheid namelijk de enige manier om aan de vicieuze cirkel van ondervoeding en armoede te ontsnappen. Wat ze echter niet had voorzien, is dat veel families het geld (omgerekend zo’n 20 dollar per maand) vooral besteedden aan ongezond voedsel.[[51]](#footnote-51) Veel armere mensen doen dat omdat vet voedsel minder kost dan gezond eten. Een uitzending van het Nederlandse buitenlandprogramma *Metropolis* bevestigde dit beeld. In een van de afleveringen werd Fabio gevolgd, die in een *favela* woont en inmiddels teveel gezondheidsproblemen heeft om nog te werken. Hij probeert gezond te eten, zolang zijn inkomen dat toelaat. Fabio geeft aan niet elke dag te kunnen eten wat mensen uit de hogere middenklasse kopen, maar hij zoekt de dingen uit die hij volgens hem echt nodig heeft.[[52]](#footnote-52)   
Met dit gegeven is het best gek dat er geografisch gezien meer obesitas voorkomt in het rijkere zuiden van Brazilië dan in het arme Noorden en Noordoosten.   
Een verklaring hiervoor is de wijziging in het voedingspatroon van de Brazilianen. Volgens het *Nutrition Transition* model dat de Amerikaanse dr. Barry M. Popkin in 1993 ontwikkelde, verandert het voedingspatroon van mensen door de eeuwen heen onder invloed van economische, sociale en demografische ontwikkelingen. Volgens de theorie bestaan er vijf stadia waaronder je de voedingspatronen kunt indelen: eten verzamelen, honger, een terugloop in honger, voeding gerelateerde ziekten en gedragsverandering.[[53]](#footnote-53) De welvarende landen bevinden zich in de laatste categorie en de mensen die er wonen zijn zich bewust van de gevolgen van slecht eten. Ze nemen maatregelen om langer in goede gezondheid te kunnen verkeren en proberen het krijgen van (ouderdoms)ziekten te voorkomen of uit te stellen door gezond te leven. De meeste landen met een laag- of middeninkomen bevinden zich tussen het derde en vierde stadium. Dit is precies wat er in Brazilië aan de hand is. Vrijwel tegelijk met de terugloop van ondervoeding,, nam het aantal mensen met obesitas (vooral in het rijkere zuiden) enorm toe. De vierde categorie van de theorie wordt gekenmerkt door een voedingspatroon dat rijk is aan vet, cholesterol, suiker, koolhydraten en andere dikmakers. Als gevolg van deze levensstijl steken obesitas en obesitas gerelateerde ziektes de kop op.[[54]](#footnote-54)   
In Brazilië is de overgang tussen de verschillende categorieën duidelijk waar te nemen. Het Nutrition Transition model verklaart waarom obesitas in Brazilië op dit moment meer voorkomt bij mensen met een hoog inkomen dan bij de lage inkomens. Dat zwaarlijvigheid de laatste jaren hard toeneemt onder de lage inkomens en dat het arme noordoosten nu de grootste stijging in het obesitaspercentage vertoont, geeft aan dat ook het armste deel van het land langzamerhand een overgang maakt naar de vierde categorie.

**4.3 Mannen versus vrouwen**

Overgewicht en obesitas komen in Brazilië in alle leeftijdscategorieën en zowel bij mannen als vrouwen voor. Ongeveer 30 jaar geleden leed 37% van de Braziliaanse kinderen nog aan ondervoeding, maar in 2009 was één op de drie kinderen tussen de 5 en 9 jaar te zwaar. Van de kinderen die in deze leeftijdsgroep te zwaar zijn, is meer dan 14% obees. Jongens vallen vaker in deze categorie dan meisjes. Bij jongeren van 10 tot 19 jaar heeft ongeveer een vijfde deel te maken met overgewicht. Van die 20% is iets minder dan 5% obees. Net als bij de vorige groep valt op dat de jongens iets vaker te zwaar zijn dan de meisjes (respectievelijk 21,7% van de jongens tegenover 19,4% van de meisjes).   
Ook bij mensen van boven de 20 jaar is het gewicht de afgelopen decennia toegenomen. Sinds de jaren 70 is het aantal Braziliaanse mannen met overgewicht bijna verdrievoudigd, met als gevolg dat inmiddels meer dan 50% te zwaar is. Bij vrouwen ligt dit percentage op 48%.[[55]](#footnote-55)  
In de bovengenoemde leeftijdscategorieën valt op dat mannen over het algemeen zwaarder zijn dan vrouwen, maar wanneer het aankomt op het aantal gevallen van morbide obesitas bij volwassenen lijken de rollen zich om te draaien. In alle uithoeken van Brazilië ligt het percentage van vrouwen met obesitas namelijk hoger dan dat van de mannen (van alle vrouwen met overgewicht kreeg 16,9% in 2008-2009 obesitas. Bij alle mannen met overgewicht was dit 12,5%).Zoals eerder naar voren kwam, neemt obesitas onder de Braziliaanse mannen de laatste jaren veel sneller toe dan bij de vrouwen.[[56]](#footnote-56) Uit eerdere nationale onderzoeken van 1974-1975 en 1989, bleek dat de vrouw-man ratio 8:1 was. Voor elke obese man waren er acht obese vrouwen. In 2002-2003 was de verhouding tussen vrouwen en mannen teruggelopen tot 3:1. Waar morbide obesitas onder vrouwen tussen het eerste en tweede onderzoek (1974 en 1989) verdubbelde, nam het tussen het tweede en derde onderzoek (1989 en 2002) af. Bij mannen was een tegengesteld patroon waar te nemen. Het obesitasgehalte verdubbelde tussen 1974 en 1989, maar verviervoudigde nog eens tussen 1989 en 2002.[[57]](#footnote-57) Het lijkt erop dat dit bevestigt dat de druk om aan het lichaamsideaal te voldoen bij vrouwen hoger ligt dan bij mannen.  
Zoals eerder besproken hebben de media een flinke vinger in de pap wanneer het op het lichaamsbeeld aankomt en zijn vrouwen gevoeliger voor ideaalbeelden dan mannen.Als de ontwikkelingen op het gebied van obesitas zich op deze manier voort blijven zetten, is het in Brazilië slechts een kwestie van tijd voordat mannen in alle leeftijdscategorien de overhand hebben.   
**4.4 Braziliaanse eetgewoonten & traditionele voeding**  
  
Om het gedrag van Brazilianen ten aanzien van eten beter te begrijpen, is het eerst nodig om de Braziliaanse eetgewoonten en traditionele voeding in kaart te brengen.Brazilianen zien het nuttigen van een maaltijd als sociale aangelegenheid en nemen dan ook uitgebreid de tijd om te eten met collega’s, vrienden, of familie. Hierdoor zul je in Brazilië niet snel iemand aantreffen die lopend zijn voedsel verorbert, want dat ervaren de Brazilianen als onbeschoft. Zelfs drankjes en snacks worden eerst naar binnen gewerkt voordat iemand de straat weer op gaat.  
Het meest gangbare Braziliaanse ontbijt is koffie met brood en boter. Een typische ochtendmaaltijd van een *Paulista* (inwoner van São Paulo) bestaat bijvoorbeeld uit een *pingado* (caffe latte), *pao na chapa* (brood met boter), *pao de queijo* (brood met kaas) en *vitamina* (gemixte vruchtensap). Veel mensen uit São Paulo eten hun ontbijt bij de bakker, voordat ze naar hun werk gaan.   
De lunch is in Braziliië de belangrijkste maaltijd van de dag en lunchpauzes kunnen daarom oplopen tot een duur van twee uur. In kleine steden eten veel werknemers hun middagmaal huis, maar in de grotere plaatsen is het vooral gebruikelijk om naar een restaurant te gaan.[[58]](#footnote-58) Zoals eerder genoemd zijn de porties in veel restaurants groot genoeg voor twee personen en mensen vinden het niet vreemd om een extra bord te vragen en vaak worden de lunches dan ook gedeeld.  
Sommige bedrijven beschikken over een eigen kantine waar het personeel kan eten.   
Het avondeten vindt plaats tussen 19:00 en 20:00 uur. Wanneer mensen lang werken is het gebruikelijk dat de kinderen opblijven, zodat het gezin gezamenlijk kan eten. Door de grootte van het land en de invloed van vele verschillende groepen immigranten is de Braziliaanse keuken erg gevarieerd. De voeding verschilt per regio. De meeste traditionele gerechten zijn gebaseerd op Portugees en Afrikaans voedsel, maar er zijn tal van andere Braziliaanse maaltijden die invloeden kennen uit Europese landen als Italië, Spanje, Duitsland en uit Azië (voornamelijk Japan).*[[59]](#footnote-59)*  
Misschien wel het bekendste gerecht dat Brazilianen van oudsher eten is *feijoada*, dat zijn oorsprong vindt in Bahia (noordoost Brazilië). Feijoada is een stoofpot die bestaat uit zwarte bonen en verschillende soorten gedroogd, gezouten of gerookt vlees (meestal van een varken). Het gerecht is volgens de overlevering ontstaan ten tijde van de slavernij. Al het restvlees dat niet door de plantagehouders gegeten werd, kwam bij de slaven terecht, die het vervolgens met andere, goedkope bijgerechten aten. Feijoada is inmiddels uitgegroeid tot een nationaal gerecht en in sommige gebieden zijn er zelfs vaste dagen waarop de bevolking de maaltijd eet. Bijgerechten die Brazilianen er vaak naast nuttigen zijn witte rijst, *farofa* (gebakken cassavemeel dat gemengd wordt met andere ingrediënten zoals ui, ei of vlees),  
 fijngesneden kool en sinaasappelpartjes.   
Brazilië kent tal van regionale specialiteiten die onderling erg van elkaar verschillen. Langs de kuststreken en in het noordoosten komen onder andere veel gerechten voor die bereid zijn met zeevruchten. Een voorbeeld hiervan is *Moqueca de Peixe* (een visstoofpot die eveneens afkomstig is uit Bahia). Dit stoofpotje maakt men met kokosmelk en palmolie. Net als bij feijoada, bestaan de bijgerechten uit rijst en farofa, maar Brazilianen serveren er ook vaak gebakken banaan bij.   
Naast de visgerechten die mensen in het noordoosten eten, zijn maaltijden met gezouten en gedroogd vlees in deze regio en in de Braziliaanse binnenlanden erg in trek.. Voorbeelden hiervan zijn *carne de sol* (erg gezouten rundvlees) en geroosterde geit. In de gerechten uit de Amazone zijn exotische invloeden te bespeuren. Een bekende maaltijd uit die regio is *Pato no Tucupi* (eend met tucupi). Tucupi is een saus die wordt gewonnen uit de cassavewortel.[[60]](#footnote-60)   
Naast de dagelijkse maaltijden eten Brazilianen ook graag zoetigheid en snacks. Een voorbeeld van populaire Braziliaanse snacks zijn hartige *salgadinhos*. Dit zijn kleine deegballetjes die bijvoorbeeld gevuld zijn met kaas of kip. Brazilianen eten salgadinhos vaak in *lanchonetes*, lunchgelegenheden die veel weghebben van fastfoodrestaurants. *[[61]](#footnote-61)* Als zoete hap eten ze in Brazilië onder andere graag *brigadeiros.* Het is gebruikelijk om deze chocoladerondjes te serveren op verjaardagen of om ze te nuttigen na de maaltijd.. Brigadeiros zijn gemaakt van boter, cacao en zoete gecondenseerde melk.   
Brazilianen hebben een grote voorliefde voor toetjes. De desserts zijn vaak mierzoet en worden bereid met kokosnoot, fruit, eigeel of suiker. Brazilianen zijn ook dol op *docinhos*. Dit zijn miniatuurversies van de normale toetjes die je de hele dag door kunt eten.  
De nationale drank van Brazilië is koffie. Dit is niet zo gek, want Brazilië is ‘s werelds grootste koffieproducent. Naast koffie drinken Brazilianen graag vruchtensappen, gemaakt van ananas en banaan of van lokale vruchten als papaya, açai en acerola.  
  
 **4.5 Nieuwe ontwikkelingen**

*Brigadeiros*

Bron: <http://chopchilli.wordpress.com>

*Feijoada*

Bron: <http://www.brazilmax.com>

Traditionele Braziliaanse voeding is op zich niet ongezond. De uitgebalanceerde maaltijden bestaan uit vlees of vis, rijst en enkele bijgerechten. Wel zijn ze erg calorierijk. Wat de maaltijden ook minder gezond maakt, zijn de vele frituurgerechten die Brazilianen erbij eten. Deze zitten vol met suiker, zout en vet.  
Het frituren van voedsel wint in Brazilië aan populariteit. Ongezonde snacks dienen als vervanging voor gerechten die voorheen veel minder calorierijk waren omdat men ze kookte of stoomde.*[[62]](#footnote-62)* De calorierijke maaltijden worden nu dus aangevuld met calorierijke snacks.  
De bevolking houdt nog steeds vast aan traditionele maaltijden, maar dit eten kent tegenwoordig veel meer (en andere) bijgerechten dan vroeger. Zo eet men er nu bijvoorbeeld pasta of pizza naast.   
Ook bij Braziliaanse kinderen is een wijziging in het eetpatroon zichtbaar. Ze krijgen namelijk meer voedsel binnen dan vroeger. Een tijd geleden hadden veel gezinnen de middelen niet om ’s avonds een voedzame maaltijd voor hun kinderen te verzorgen. Vanaf 1955 leidden nationale campagnes (en decentralisatie van het nationale schoolvoedingsprogramma)ertoe dat scholen voedsel konden verstrekken aan hun leerlingen. Kinderen aten op school calorierijke lunches, zodat de ze toch genoeg eten binnen kregen. Tegenwoordig is de financiële situatie voor veel huishoudens verbeterd en kunnen ouders steeds vaker voor een warme maaltijd zorgen. De scholen zijn echter niet met deze verandering meegegaan en bieden nog calorierijke lunches aan. Schoolkinderen eten dus twee keer per dag een complete maaltijd.   
Het voedingspatroon van de Brazilianen is door de economische ontwikkeling en door westerse invloeden veranderd. In de tweede helft van de 20ste eeuw deden fastfoodrestaurants bijvoorbeeld hun intrede in Brazilië. De oudste Braziliaanse fastfoodketen, Bob’s, bestaat sinds 1952. Niet lang daarna kregen meer fastfoodbedrijven voet aan de grond. In 1979 opende McDonalds haar eerste restaurant op Braziliaanse bodem (ter vergelijking: in Nederland was dit in 1971). De Braziliaanse McDonalds groeide uit tot marktleider van Latijns-Amerika en naar verwachting wordt de keten hier in de toekomst nog groter. De fastfoodrestaurants in Brazilië richten zich steeds meer op de groeiende middenklasse en zullen zich over een aantal jaar ook in de kleinere steden gaan vestigen.   
Naast het ontstaan van fastfoodrestaurants, heeft de introductie van de moderne supermarkt ook bijgedragen aan een verandering van de Braziliaanse eetgewoonten. Grote supermarkten verdringen kleinere winkels en markten, die voornamelijk verse producten aanbieden. In toenemende mate vormen dit soort grote ketens de drijvende kracht op het gebied van voedselverstrekking in bepaalde regio’s of landen. Dit patroon is over de hele wereld zichtbaar. Waar in Latijns-Amerika in 1990 15% van alle verkochte voeding afkomstig was uit supermarkten, betrof dit percentage in 2000 60%. Ter vergelijking: in de Verenigde Staten kwam in 2000 80% van het verkochte voedsel uit een supermarkt.[[63]](#footnote-63) In een paar jaar is de rol van supermarkten in Latijns-Amerika met 45% gegroeid. Natuurlijk kun je in een supermarkt genoeg vers en gezond voedsel vinden, maar de markten bieden ook meer en gemakkelijker toegang tot ongezond eten en frisdranken.

*Docinhos*  
Bron: <http://comofas.com>

**5. Hoe gaat de samenleving om met de toenemende zwaarlijvigheid?**

**5.1 De rol van de commercie**  
  
Dat Brazilianen steeds dikker worden, is niet voor iedereen een problematische ontwikkeling. De commercie speelt bijvoorbeeld handig op de toenemende zwaarlijvigheid in. Zo is de afslankindustrie in Brazilië *big business*. Dankzij de ontwikkelingen die het land doormaakt en de groei van de middenklasse zijn steeds meer Brazilianen in staat om producten of diensten aan te schaffen die tot gewichtsverlies lijden.[[64]](#footnote-64)De meeste aandacht van bedrijven in de afslankindustrie gaat uit naar medicijnen en zorg, voedsel, commercieel gewichtsverlies, diëten en voorlichting over eten, sport en sportuitrustingen.[[65]](#footnote-65) Omdat de welvaart in Brazilië stijgt en meer mensen zich in de toekomst bewust worden van de gevolgen van obesitas, is de verwachting dat de industrie die zich op gewichtsverlies richt de komende jaren verder groeit..   
Ook voedselfabrikanten spelen op de toenemende welvaart in. Op televisie is bijvoorbeeld veel reclame voor ongezond eten en drinken te zien. Tijdens kinderprogramma’s adverteren bedrijven met voedselproducten die kinderen graag willen hebben. Koekjes en snoep in de vorm van tekenfilmfiguren of met mooie verpakkingen verleiden ouders tot de aankoop ervan. Het gebruik van bepaalde voedingsproducten in populaire series zorgt er bovendien voor dat de consumptie van de vaak ongezonde voedingsmiddelen of dranken stijgt.   
Voedselproducenten zijn ook om een andere reden debet aan het toenemende gewicht van de mensen. Ze stoppen namelijk bewust meer zout in hun producten dan wij thuis zelf in ons eten zouden doen. De reden hiervoor is dat eten met veel zout verslavend is. Hoe meer je ervan binnenkrijgt, des te meer je ervan wilt hebben. Bedrijven hopen dus niet alleen dat consumenten hun eten lekker vinden, maar ze proberen er ook voor te zorgen dat de klant steeds grotere porties van hetzelfde koopt.[[66]](#footnote-66)

**5.2 De Braziliaanse overheid**  
  
Zoals in hoofdstuk twee te lezen is, wordt obesitas in sociaal opzicht redelijk geaccepteerd. De Braziliaanse overheid heeft ervoor gezorgd dat zwaarlijvigheid onder de gehandicaptenwet valt, waardoor ze eigenlijk aan het probleem toegeeft. Toch probeert de overheid maatregelen te nemen om obesitas tegen te gaan.   
Ze zet zich bijvoorbeeld in voor de promotie van gezond eten en probeert de consumptie ervan onder de bevolking te stimuleren. Om dit te bereiken lanceren ze af en toe campagnes om de bewustwording over eten te vergroten. Op de werkvloer en op scholen vinden informatiebijeenkomsten plaats.  
Zoals eerder vermeld verstrekken veel Braziliaanse scholen dagelijks gratis maaltijden voor hun leerlingen (naar verluidt verspreiden gemeenten iedere dag 47 miljoen maaltijden over de verschillende regio’s).[[67]](#footnote-67) De overheid is ervoor verantwoordelijk dat schookinderen gezond voedsel krijgen en probeert de calorierijke lunches daarom om te zetten in gezonde en voedzamme maaltijden.   
Deskundigen stellen de recepten samen en moeten daarbij rekening houden met de wettelijke eis om minimaal 70% van het totale jaarlijkse budget (ongeveer 500 miljoen US dollar) te besteden aan verse groenten, fruit en onbewerkte levensmiddelen. Bij voorkeur koopt men de producten voor schoollunches van lokale bedrijven of kleine boeren. Toch heerst er bezorgdheid over de leefwijze van de kinderen en tieners, want juist bij deze groep mensen neemt het nuttigen van ongezonde snacks steeds meer toe.[[68]](#footnote-68)Volgens de Braziliaanse kinderarts Fernanda Paulino (zie bijlage 1) zou de overheid graag iets doen aan het aantal fastfoodadvertenties op televisie. Vooral tijdens kinderprogramma’s zijn dergelijke reclames niet wenselijk.   
Onlangs pakte een Braziliaans consumentenbureau McDonalds hier hard op aan. De fastfoodketen kreeg een boete van 3,2 miljoen reais (1,6 miljoen USD) opgelegd omdat ze speciaal gericht op kinderen adverteerden.   
Daarnaast bestaan er in Brazilië ook op regionaal niveau maatregelen die obesitas moeten bestrijden. Zo zijn restauranthouders in de stad Campinas sinds eind 2012 wettelijk verplicht om 50% korting op een maaltijd te geven als de gast een gastric bypass heeft ondergaan. De reden hiervoor is dat patiënten na een dergelijke operatie nog niet eens de helft van een eenpersoonsportie op kunnen eten. Om de korting te krijgen, moet de gast een medisch rapport meenemen om aan te tonen dat hij of zij ook daadwerkelijk is geopereerd.[[69]](#footnote-69)  
Ook op lokaal gebied treedt men in Brazilië tegen obesitas op. In sommige plaatsen is het bijvoorbeeld verboden om binnen een bepaalde straal rond een school te adverteren met junkfood. Zelfs advertenties in bushokjes worden daarbij geweerd.[[70]](#footnote-70)  
De acties ten spijt, lijkt het erop dat overgewicht onder de bevolking nog steeds toeneemt[[71]](#footnote-71).  
  
**5.3 Rol van de media**

Jaap van Ginneken stelt in zijn boek ‘Verborgen verleiders: hoe de media je sturen’ (2011), dat er wereldwijd constant nieuwe genres en vormen van amusementstelevisie worden bedacht om niet alleen bepaalde doelgroepen aan de televisie te binden, maar ook om een geschikte omgeving te bieden voor reclamespots. De programma’s moeten niet alleen publiek trekken, maar vooral veel adverteerders.[[72]](#footnote-72)   
Uit onderzoeken weten adverteerders welke doelgroepen naar welke zenders en programma’s kijken en van die kennis maken zij gretig gebruik.  
Op de Nederlandse televisie zijn op vrouwenzenders vaak spotjes voor afslankproducten, huishoudelijke middelen, cosmetica of snoep te zien. Tijdens kinderprogramma’s gaat het vaak om reclames voor speelgoed, snoep en toetjes.  
De media spelen ten aanzien van zwaarlijvigheid een merkwaardige rol: enerzijds projecteren ze een lichaamsideaal op de buitenwereld dat voor de meeste mensen onhaalbaar is (zie hoofdstuk 3.1), anderzijds dragen ze net zo hard aan de epidemie bij door adverteerders de mogelijkheid te geven om reclame te maken voor ongezonde voedingsproducten. De belangrijkste verklaring hiervoor is natuurlijk het geld dat de media voor de reclames ontvangen.   
Ook in de geschreven pers (en met name in de glossy’s en glamourbladen) is goed zichtbaar dat de media het onrealistische lichaamsideaal op handen dragen. De documentaire Beperkt Houdbaar (2007) maakt duidelijk dat dit bewust gebeurt. Vrouwen hebben namelijk eerder de neiging om producten uit de advertenties te kopen, als ze (door het bekijken van dunne modellen in de glossy’s) onzeker worden over hun eigen uiterlijk.[[73]](#footnote-73) Het is daarom niet gek dat er in dat soort bladen veel reclame voor schoonheidsproducten te vinden is.   
Volgens José Leeuwenkamp zou de belangrijkste verandering op het gebied van het lichaamsbeeld moeten zijn dat er een collectief gevoel gecreëerd wordt van hoe mensen over hun lichaam denken. „Het lichaamsbeeld van nu is gebaseerd op het uiterlijk van een 16-jarige. Kortom; heel dun, bijna jongensachtig en onrealistisch. Mensen willen er op hun 25e nog steeds zo uit zien, maar dat gaat niet. Voor journalisten ligt hier ook een verantwoordelijkheid. Er wordt al best genuanceerd over het lichaamsbeeld geschreven. Ondanks dat journalisten die verantwoordelijkheid op zich nemen, is de invloed minder groot dan je denkt.”   
Dat is niet zo gek wanneer je bedenkt dat tijdschriften op hun beurt weer inkomsten uit schoonheidsadvertenties halen. Geen enkel blad zal de adverteerders dus echt tegenspreken, want dan bestaat het risico dat de advertenties worden ingetrokken.   
Zoals uit hoofdstuk 3 bleek, is dun nog steeds hét schoonheidsideaal en er ontbreken in series en tekenfilms nog altijd obese karakters. Online mediadeskundige Sander Oord geeft aan dat het heel moeilijk is om in de media en in de reclamewereld ruimte te creëren voor obese personages. Wanneer je obesitas namelijk in reclames opneemt werkt dit negatief en dat moet je als reclamemaker altijd zien te voorkomen. Wanneer zwaarlijvige karakters wel op televisie verschijnen, kleeft er een stigma aan de personages.   
Zoals dr. Tammy Boyce in een onderzoek naar de relatie tussen media en obesitas beschrijft, zijn de karakters onaantrekkelijk, niet populair en niet succesvol. Wat haar opvalt is dat de mate van media-aandacht voor een bepaald onderwerp overeenkomt met de waarde die het publiek eraan toekent. Door problemen het ene moment massaal op te pakken en het andere moment net zo snel weer te laten vallen, hebben de media erg veel invloed op het publieke bewustzijn. Wanneer een probleem niet meer in de media verschijnt, neemt de aandacht van de massa namelijk snel af, terwijl de verminderde interesse niet inhoudt dat het probleem ook is opgelost.  
Als er in de media dus meer aandacht voor obesitas komt (zoals de laatste jaren op televisie al te zien is door de populariteit van programma’s als ‘Obese’), neemt de interesse en bewustwording onder het publiek toe. Toch bleek uit het onderzoek dat ook de media hun beperkingen hebben. Er is namelijk niet aangetoond dat de media daadwerkelijk gedragsverandering stimuleren en dat is nu juist het belangrijkste om overgewicht te bestrijden. José Leeuwenkamp bevestigt dit wanneer ze vertelt dat afvallen niet alleen inhoudt dat je betere voeding tot je neemt, maar dat gedrag eveneens een rol speelt. „Je hoeft dikke mensen niet te vertellen dat ze gezonder moeten eten, want dat weten ze zelf ook wel. We moeten dus geen informatie geven over wat je eet, maar informatie over hoe je je gedrag kunt veranderen.”  
Daar is meer voor nodig dan het uitzenden van programma’s als ‘The Biggest Loser’. Voor veel mensen zijn de media de belangrijkste bron voor kennis en medische informatie. Wanneer de deelnemende partijen de media op de juiste manier inzetten, kunnen ze onder het publiek dus misschien wel degelijk tot gedragsverandering leiden.   
Boyce noemt in haar onderzoek voorbeelden waardoor de kansen hierop toenemen. Zo kunnen de media door het voeren van voorlichtingscampagnes de bewustwording onder de massa vergroten. Eisen zijn dan wel dat de campagnes langer moeten duren dan één á 2 twee maanden en dat ze onderdeel uitmaken van een breder netwerk dat gewichtsverlies aanmoedigt.[[74]](#footnote-74) In Nederland verschijnen bijvoorbeeld wel eens spotjes op televisie waarin bepaalde sportevenementen worden gepromoot. Denk hierbij aan de recente actie van Net 5 waarin de zender mensen oproept om deel te nemen aan The Colour Run, een hardloopwedstrijd van vijf kilometer die erg populair is bij het publiek.   
Om de media dus echt succesvol in te laten spelen op de toenemende obesitasepidemie, moeten verschillende organisaties hun krachten bundelen en ook daadwerkelijk gedragsverandering stimuleren. Toch komt uit het onderzoek van Boyce naar voren dat publieke campagnes die meer beweging stimuleren, niet perse op steun kunnen rekenen van de media. Zij hebben er immers geen baat bij als mensen iets anders gaan doen dan het consumeren van hun producten.   
Toch zouden de media er goed aan doen om gedragsverandering te stimuleren. Al is het maar om er daarmee voor te zorgen dat ze eventuele toekomstige vormen van overheidsregulering voor zijn. Ingrijpen is aannemelijk als een groot deel van de bevolking in de gevarenzone komt, alleen al omdat het beslag op gezondheidszorg en kosten onacceptabel hoog wordt. Wanneer de overheid regulering via de media doorvoert, lever dit voor de media meer schade op dan wanneer ze zelf actie ondernemen (denk bijvoorbeeld aan advertentie-inkomsten).Advertenties voor tabak en alcohol zijn bijvoorbeeld in veel landen al gereguleerd of verboden. Waarom gebeurt dat niet voor ongezond voedsel?  
Een andere optie is om adverteerders van voeding verplicht het aantal calorieën van hun producten te laten tonen. Daarnaast kunnen bedrijven, media en journalisten hun steentje bijdragen door een positiever lichaamsbeeld te creëren. Schoonheidsmerk DOVE heeft deze mogelijkheid al ontdekt.De verhouding tussen de media en obesitas is ingewikkeld. Media dragen onrealistische lichaamsidealen uit, maar spreken adverteerders van ongezonde voedingsmiddelen vervolgens niet tegen. Als het obesitasprobleem wereldwijd toe blijft nemen, gaan de media in de toekomst misschien wel overstag. Vooralsnog zal gedragsverandering toch echt bij jezelf moeten beginnen.

**6. Conclusie**

Het onderzoek naar obesitas in Brazilië begon met de vraag: hoe gaan Brazilianen om met het snel groeiende fenomeen van obesitas en welke rol spelen de media hierbij wat betreft beeldvorming over het lichaam?  
  
Gedurende het onderzoek viel op dat er in Brazilië drie hoofdoorzaken voor de toename van obesitas aan te wijzen zijn. Ten eerste is de welvaart in Brazilië vanaf de tweede helft van de 20e eeuw toegenomen, waardoor mensen meer kunnen kopen en de vraag naar producten stijgt. Ten tweede gaat Brazilië over op een westers leefpatroon waardoor men bijvoorbeeld te weinig beweegt. Tenslotte groeit het aanbod van fastfood en gemaksvoedsel in Brazilië. .Vraag en aanbod buitelen over elkaar heen in een ongezonde opmars die zichtbaar wordt in de enorme toename van het aantal obesitaspatiënten.

Volgens de *Nutrition Transition* theorie van dr. Popkinverandert het voedingspatroon van mensen door de eeuwen heen onder invloed van economische ontwikkelingen. Welvarende landen bevinden zich in het vijfde en laatste stadium: gedragsverandering. Mensen zijn zich in deze fase bewust van de gevolgen van slecht eten en nemen maatregelen om gezond te blijven. Brazilië bevindt zich in stadium drie en vier: een terugloop in honger & voeding gerelateerd ziekten. Dankzij een voedingspatroon dat bestaat uit veel vet, koolhydraten, suiker en cholesterol maakt obesitas een snelle opmars. Bovendien heerst in Brazilië een echte eetcultuur. Mensen zien eten als sociale aangelegenheid en nemen uitgebreid tijd voor het nuttigen van hun maaltijden. Waarschijnlijk slaat deze cultuur eerst door voordat er een overgang plaatsvindt naar gedragsverandering.  
  
Ondanks de stijging van het aantal mensen met obesitas is in Brazilië ook sprake van een sterke bodycultus. Brazilianen zijn constant bezig met hun lichaam en uiterlijk. Traditioneel gezien is het ideale lichaam voor vrouwen gitaarvormig en mannen moeten vooral gespierd zijn. Maar omdat er nu via de media continu informatie beschikbaar is en mensen de hele dag blootstaan aan reclames met daarin vaak dunne modellen, krijgt Brazilië te maken met een opmars van westerse schoonheidsidealen.

Hier ontstaat een interessante tegenstelling: enerzijds willen mensen dun en mooi zijn en daar ook geld in steken, anderzijds wordt er steeds meer gegeten. 30 jaar geleden was het groepje uitersten waarbij het mis ging op het gebied van gewichtsbeheersing klein. Maar in de afgelopen jaren is zowel het aantal mensen met extreem overgewicht als het aantal probleemziekten dat uit het slankheidsideaal voortkomt fors gestegen, waardoor nu de helft van de Braziliaanse bevolking tot de risicogroepen behoort.

De media zijn niet de oorzaak van het probleem, maar beïnvloeden de mensen wel in hoge mate bij het maken van (vaak onbewuste) keuzes. Zij maken reclame voor ongezonde voeding en drank, maar helpen tegelijkertijd een onrealistisch schoonheidsideaal de wereld in dat de meeste vrouwen nooit zullen bereiken. Zolang vrouwen door onzekerheid geld uitgeven aan de schoonheidsproducten waar ook mee geadverteerd wordt, blijft de schoorsteen roken. Er is sprake van een situatie die zichzelf nog wel enige tijd in stand zal houden.

De overheid voert een reactief beleid, bijvoorbeeld door obesitas op te nemen in de gehandicaptenwet en extra faciliteiten in openbare gelegenheden te creeren (zoals brede zitplaatsen). Dit is symptoombestrijding, waardoor de basisoorzaken niet worden aangepakt. Met campagnes om de bewustwording over obesitas te vergroten en de verstrekking van gezonde schoollunches vestigt de overheid de aandacht weliswaar op het probleem, maar de maatregelen vormen slechts een druppel op een gloeiende plaat.  
  
In Brazilië is de televisie het medium dat verreweg de meeste mensen bereikt. Door het uitzenden van internationale formats als ‘The Biggest Loser’ en ‘Obese’ neemt de interesse voor obesitas onder de bevolking toe. Het probleem met dit soort programma’s is echter dat deze zich concentreren op de emotie maar de basisoorzaken ook niet aanpakken. Daarnaast blijven gezondheidsrisico’s zoals hart- en vaatziekten in deze programma’s zwaar onderbelicht.

De media bewegen nu met de markt mee en varen daar (onder andere door advertentie-inkomsten) wel bij. Voor hen bestaat er geen belang om zaken anders te doen. Overheidsregulering is nog vrijwel niet in beeld (de enige vorm van regulering op het gebied van de media zijn lokale initiatieven om advertenties voor junkfood bij scholen te weren), maar met een vooruitzicht waarbij meer dan de helft van de Braziliaanse bevolking te zwaar is, kan dit niet uitblijven. Advertenties voor tabak en alcohol zijn bijvoorbeeld in veel landen al gereguleerd of verboden. Waarom gebeurt dat niet voor ongezond voedsel? Een andere optie is om adverteerders van voeding verplicht het aantal calorieën van hun producten te laten tonen. Daarnaast kunnen bedrijven, media en journalisten hun steentje bijdragen door een positiever lichaamsbeeld te creëren. Schoonheidsmerk DOVE heeft deze mogelijkheid al ontdekt.

Gegeven de grote invloed die media uitoefenen op het gedrag van mensen, het grote belang van een gezonde bevolking voor de verdere ontwikkeling van Brazilië en het in de hand houden van de stijgende kosten, zou het verstandig zijn als de media een meer proactieve lijn zouden volgen bij het stimuleren van het juiste gedrag. Al is het alleen maar om daarmee te vermijden dat meer ingrijpende maatregelen worden genomen die hun belangen alleen maar zullen schaden.   
  
Maar mensen hebben ook een eigen verantwoordelijkheid. Vooralsnog zal gedragsverandering toch echt bij jezelf moeten beginnen.

**Bronvermelding**    
**Boeken**  
Branco, S., & Williams, R. (2005) *Culture smart! Brazil – a quick guide to customs and etiquette.* Portland (USA): Graphic Arts Center Publishing Company

Brewis, A. A. (2011). *Obesity - Cultural and Biocultural Perspectives.* Piscataway (USA): Rutgers University Press.  
  
Ginneken, J. van (2011) *Verborgen verleiders: hoe de media je sturen.* Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.  
  
Pearce, J. & Witten, K. (2010) *Geographies of obesity*. Surrey (UK): Ashgate Publishing Limited.  
  
Power, M. L., & Schulkin J.(2009). *The evolution of obesity.* Baltimore (USA): The John Hopkins University Press.  
  
Ruppel Shell, E (2004). *Het honger gen - de oorzaken van overgewicht.* Amsterdam: De Arbeiderspers.  
  
Taylor, E., & House, R., & Herrington E., & Ashford M., & Biderman, S., & Small, M., Cunningham, P., & Hart, D., & Buckup, R., & Branford, S. & Ladle, R. (2007) *Insight Guides Brazil*. Singapore: Apa publications GmbH & Co.  
  
Wijk, K. van. (2007) *De media-explosie*. Den Haag: Sdu Uitgevers.  
  
**Internetbronnen**   
 * Documentaire*Bergman, S. (Regie). *Beperkt houdbaar* (2007). Geraadpleegd op 21-06-2013, van <http://www.hollanddoc.nl/kijk-luister/documentaire/b/Beperkt-Houdbaar.html>   
  
Meijer, B. (Presentatie), *Overgewicht*. In Metropolis (z.d.) [TV-uitzending VPRO]. Geraadpleegd op 21-04-2013, van <http://www.metropolistv.nl/nl/themas/overgewicht/bekijk-hele-uitzending-overgewicht>   
  
Renner, E (Regie). *Way Beyond Weight* (2012)*.* Geraadpleegd op 17-04-2013,van <http://documentaryheaven.com/way-beyond-weight/v>   
  
* Google Books*

Williams, G., & Fruhbeck, G (2009). *Obesity: sience to practice,* Chichester (UK): John Wiley & Sons. Geraadpleegd op 15-04-2013,van <http://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=zFE03wY-eUAC&oi=fnd&pg=PA3&dq=history+of+obesity&ots=ZiQwGJRMdm&sig=qS85iOi6ARz-U09sjz2MGx5JryA#v=snippet&q=history%20of%20obesity&f=false>  
  
* Onderzoek*

Bahia, L., & Coutinho, E., & Barufaldi, L., & Azevedo Abreu, G. de., & Malhão, T., & Robeiro de Souza, C., & Araujo, D. (2012).   
*The costs of overweight and obesity-related diseases in the Brazilian public health system: cross-sectional study.*

Geraadpleegd op 02-05-2013, van <http://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/440#B2>  
  
Boyce, T. (2007).*The media and obesity.* Geraadpleegd op 23-06-2013, van <http://www.dti.gov.uk/assets/foresight/docs/obesity/201-205.pdf>   
  
Grabe, S., & Hyde., J. S. & Ward, M., L. (2008).*The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies.* Geraadpleegd op 14-06-2013, van <http://lilt.ilstu.edu/mjreese/psy453/Grabe%20et%20al%202008.pdf>   
  
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010) *POF 2008-2009: malnutrition decreases and weight of Brazilian children surpasses international standards*. Geraadpleegd op 24-05-2013,van <http://saladeimprensa.ibge.gov.br/en/noticias?view=noticia&id=1&idnoticia=1699&busca=1&t=pof-20082009-desnutricion-cae-y-peso-los-ninos-brasilenos-sobrepasa-padron-internacional>

Kilpatrick, K., & Beghin, N. (2010). *Fighting Hunger in Brazil.* Geraadpleegd op 14-08-2013, van <http://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/cs-fighting-hunger-brazil-090611-en.pdf>  
  
Landais, E. (2012) *Fruit and Vegetable Consumption and it’s Determinants Amongst Moroccan Women, in the Context of Nutrition Transition.* [online scriptie] Geraadpleegd op 23-05-2013,van <http://etheses.nottingham.ac.uk/2894/1/PhD_E.Landais_printed_version_2012.pdf>

Lofrano-Prado, M., & Antunes, H., & Prado, W., & Piano, A. de., &Caranti, D., & Tock, L., & Carnier, J., & Tufik, S., & Mello, M. de., & Dâmaso, A.(2009).   
*Quality of life in Brazilian obese adolescents: effects of a long-term multidisciplinary lifestyle therapy.*   
Geraadpleegd op 12-05-2013,van <http://www.hqlo.com/content/7/1/61>  
  
Popkin, B. M. (2006). *Global nutrition dynamics: the world is shifting rapidly toward a diet linked with noncommunicable diseases.* Geraadpleegd op 12-08-2013, van  
<http://ajcn.nutrition.org/content/84/2/289.long>  
  
Roehling, M. V., & Roehling, P. V., & Pichler, S. (2007). *The relationship between body weight and perceived weight-related employment discrimination: The role of sex and race.*   
Geraadpleegd op 04-06-2013, van <http://web.mit.edu/CME/Public/tmp.pdf>   
  
Santos, L. M. P., & Oliveira, I. V., & Peters, L. R., & Conde, W. L. (2008).   
*Trends in Morbid Obesity and in Bariatric Surgeries Covered by the Brazilian Public Health Sytem.* Geraadpleegd op 17-05-2013,van <http://www.saude.br/2008_obesity_.pdf>  
  
Schwartz, M. B., & Vartanian, L. R., & Nosek, B. A., & Brownell, K. D. (2006).   
*The Influence of One’s Own Body Weight on Implicit and Explicit Anti-fat Bias.* Geraadpleegd op17-05-2013, van <http://yaleruddcenter.org/resources/upload/docs/what/bias/The-Influence-of-Ones-Own-Body-Weight.pdf>

* Online (kranten)artikel*Bank of America – Newsroom (2012). *Efforts to Tackle Global Obesity Shaping a New Investment Megatrend, Says New BofA Merrill Lynch Report.* Geraadpleegd op 06-06-2013, van <http://newsroom.bankofamerica.com/press-release/economic-and-industry-outlooks/efforts-tackle-global-obesity-shaping-new-investment-me>   
  
Bowater, D. (2012). *Brazil restaurants offer half price meals for people with gastric bands.* Geraadpleegd op 06-06-2013,van <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/southamerica/brazil/9729443/Brazil-restaurants-offer-half-price-meals-for-people-with-gastric-bands.html> Collucci, C. (2013). *Idosos de São Paulo perderam anos de vida saudável na última década.* Geraadpleegd op 05-06-2013, van <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2013/06/1288217-idosos-de-sao-paulo-perderam-anos-de-vida-saudavel-na-ultima-decada.shtml>   
  
Conley, M. (2012). *Nip/Tuck Nations: 7 Countries With Most Cosmetic Surgery*. Geraadpleegd op 15-08-2013, van <http://abcnews.go.com/Health/niptuck-nations-countries-cosmetic-surgery/story?id=16205231>  
  
Contigo! Online (2011). *Amandha Lee engorda 12 quilos para papel em novella.* Geraadpleegd op 05-06-2013,van <http://contigo.abril.com.br/noticias/amandha-lee-engorda-12-quilos-para-papel-em-novela>   
  
Lallanilla, M. (z.d.). *Obesity among Kids: A Media Problem?* Geraadpleegd op 05-06-2013, van <http://abcnews.go.com/Health/Living/story?id=118227&page=1#.UcH-VbReKYW> Mercopress (2011). *Brazil has 190,7 million population and 14,6 million illiterates.* Geraadpleegd op 05-06-2013,van <http://en.mercopress.com/2011/04/30/brazilian-has-190.7-million-population-and-14.6-million-illiterates>

Palmer, B. (2013). *Why is There So Much Salt in Processed Foods?* Geraadpleegd op 06-06-2013,van <http://www.slate.com/articles/health_and_science/explainer/2013/05/salt_dietary_guidelines_why_do_food_manufacturers_use_so_much_salt.html>  
  
Press-news.org (2013). *Beauty is power:* *Dr. Luciano’s Brazilian Beauty Secrets for Staying Young.* Geraadpleegd op 14-08-2013 van <http://press-news.org/88173-beauty-is-power-dr-luciano-s-brazilian-beauty-secrets-for-staying-young.html>  
  
Rapoza, K. (2011). *Popular Brazilian TV Host Tackles His, and Nation's, Weight Gain.* Geraadpleegd op 06-06-2013,van<http://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2011/03/13/brazils-ex-survivor-host-takes-diet-to-new-level/>  
  
Reilly, J. (2013). *Supersize seats for over-sized fans: Special ‘obesity section’ at Brazil World Cup…but you’ll pay twice the price of normal ticket.* Geraadpleegd op 02-05-2013, van <http://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-2286535/Fat-seats-2014-World-Cup-youll-pay-double-price.html>   
Rother, L. (2006). *Burst of High-Profile Anorexia Deaths Unsettles Brazil.* Geraadpleegd op 10-05-2013, van <http://www.nytimes.com/2006/12/30/world/americas/30brazil.html?_r=0>   
  
Santos, L. M. P. (2013). *Obesity, poverty, and food insecurity in Brazilian males and females.* Geraadpleegd op 23-05-2013, van <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-311X2013000200010&script=sci_arttext>

The Telegraph (2009).   
*Wider seats for obese train passengers.* Geraadpleegd op 02-05-2013, van <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/6080374/Wider-seats-for-obese-train-passengers.html>  
  
Yapp, R. (2011). *Brazilian women teachers refused jobs for being obese.* Geraadpleegd op 04-06-2013, van <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/southamerica/brazil/8299017/Brazilian-women-teachers-refused-jobs-for-being-obese.html>  * Online tijdschriftartikel*  
Gomez, E. J. (2012). *Tackling Brazil’s Obesity Problem*. Geraadpleegd op 15-08-2013, van <http://www.americasquarterly.org/tackling-brazils-obesity-problem>  
  
Vandamme, S. *Dikke lijven, Schone Kunsten; over kunst en onderwijs.* Tijdschrift voor Medisch Onderwijs, vol.28 (nr. 1), p.36-37. [PDF] gedownload op 15-04-2013,van <http://link.springer.com/article/10.1007%2FBF03081749>   
  
* Overige websites*Almeida, B. (2011). *6 Basics about Brazil’s Media Market.* Geraadpleegd op 12-08-2013, van [http://latinlink.usmediaconsulting.com/2011/06/6-basics-about-brazil’s-media-market-2/](http://latinlink.usmediaconsulting.com/2011/06/6-basics-about-brazil's-media-market-2/)

Blonde\_Blythe (z.d.).*Twiggy: Super Model of the 1960s.* Geraadpleegd op 14-06-2013, van <http://www.squidoo.com/twiggy-supermodel-of-the-1960s>   
  
Brazil Pharma News (2013). *Overview of Brazil’s Unified Health System (SUS).* Geraadpleegd op 15-08-2013, van <http://www.slideshare.net/julianelewis/overview-of-brazils-unified-health-system-sus>  
  
Dove (z.d.). *The Dove Campaign for Real Beauty*. Geraadpleegd op 15-06-2013,van <http://www.dove.us/social-mission/campaign-for-real-beauty.aspx> Euromonitor International (2012). *Weight Management in Brazil.* Geraadpleegd op 05-06-2013, van <http://www.euromonitor.com/weight-management-in-brazil/report> Ethicon Endo-surgery (2005-2006). *Morbide obesitas (ernstig overgewicht).* Geraadpleegd op 15-04-2013, van <http://www.sagbmaagband.nl/minder-gewicht/morbideobesitas.html>

Ghosh, P. (2012). *Obesity Rates Soaring in Brazil as Prosperity Flourishes.* Geraadpleegd op 27-04-2013, van <http://www.ibtimes.com/obesity-rates-soaring-brazil-prosperity-flourishes-436768>   
  
Glickhouse, R. (2012). *Supersized Brazil: Obesity a growing health threat.* Geraadpleegd op 18-08-2013, van <http://www.csmonitor.com/World/Americas/Latin-America-Monitor/2012/0730/Supersized-Brazil-Obesity-a-growing-health-threat>   
Groeneveld, J. (2011). *Efficiency: een blijvend slechte werksfeer leidt tot niets goeds.* Geraadpleegd op 12-08-2013, van <http://hetefficiencyhuis.nl/een-blijvend-slechte-werksfeer-leidt-tot-niets-goeds/>

Mühlbeier, D., B.(2010). *Brazil: obesity challenging health officials.* Geraadpleegd op 04-06-2013,van <http://infosurhoy.com/cocoon/saii/xhtml/en_GB/features/saii/features/main/2010/12/08/feature-02>   
  
Parisgirl (2009). *Gezondheidssysteem van Brazilië.* Geraadpleegd op 13-05-2013, van <http://mens-en-gezondheid.infonu.nl/diversen/37879-gezondheidssysteem-van-brazilie.html>

Schepkowski, S. (2005). *The girl from Ipanema.* Geraadpleegd op 15-05-2013, van <http://stan-shepkowski.net/girlfromipanema.htm>

Thesite (2009). *Body image timeline*. Geraadpleegd op 14-06-2013, van <http://www.thesite.org/healthandwellbeing/wellbeing/bodyimageandselfesteem/bodyimagetimeline>  
  
UNC Carolina Population Center (z.d.). *What is the Nutrition Transition.* Geraadpleegd op 23-05-2013,van <http://www.cpc.unc.edu/projects/nutrans/whatis>  
  
USMediaConsulting (2012). *Report on Brazil’s 2012 Media Market*. Geraadpleegd op 04-06-2013,van <http://www.slideshare.net/USMediaConsulting/report-on-brazils-2012-media-market-2012>   
  
World Health Organization (2013). *10 facts on obesity.* Geraadpleegd op 12-05-2013, van <http://www.who.int/features/factfiles/obesity/en/>   
  
* Streaming Video*ABC News (2010). *Brazil fights spiraling obesity epidemic.* [videobestand] Geraadpleegd op 06-06-2013,van <http://www.abc.net.au/news/2012-07-24/obesity-epidemic-brazil/4125930>   
  
AFP (2012). *Brazil hit by obesity epidemic.* [videobestand]Geraadpleegd op 06-06-2013,van <http://www.youtube.com/watch?v=dNGMhzRL7n4> **Bijlage 1***Interview met Fernanda Paulino (46 jaar), uit Campinas.   
Arts voor kinderen met gewichtsproblemen.*

*Zijn er in Brazilië veel mensen met overgewicht of obesitas?*„Ja, tegenwoordig heeft bijna 30 procent van de bevolking overgewicht. 12,5 procent van de mannen en 19,5 procent van de vrouwen. Volgens onderzoeken neemt het aantal gevallen van overgewicht in Brazilië per jaar met ongeveer 0,5 procent toe. Het gaat dan om bijna 1 miljoen mensen per jaar, want het totale aantal Brazilianen ligt op ongeveer 200 miljoen.”

*Neemt het aantal dikke mensen toe?*  
„Het aantal zwaarlijvige mensen neemt heel erg toe. Overgewicht en obesitas vormen nu zelfs een publiek gezondheidsprobleem. Een paar jaar geleden waren in Brazilië nog veel mensen ondervoed, maar nu heeft obesitas de plek ingenomen van ondervoeding. Obesitas is een wereldwijd probleem geworden.”  
  
*Waar komt obesitas het meeste voor?*  
„Onderzoek wijst uit dat overgewicht en obesitas meer voorkomen op openbare scholen dan op privé-scholen. Onder armere mensen speelt het probleem een grotere rol, maar dat is wel aan het veranderen.”  
  
*Hoe kijken Brazilianen tegen overgewicht aan? Wij zien Brazilianen als mensen die veel om uiterlijk geven, klopt dat?*„ Er zijn veel vooroordelen tegenover dikkere mensen. Ze hebben het moeilijk om contacten te leggen, een baan te krijgen en ze komen niet mee tijdens gymles. Het is niet fijn om hier dik te zijn. Mensen zeggen al snel dat dikke mensen lui zijn en op school worden ze veel gepest. Het levert psychologische problemen op. In Brazilië hebben we een bepaalde lichaamscultus. Iedereen wil een mooi en afgewerkt lichaam hebben. Veel mensen zijn constant bezig om af te vallen. Brazilië is het land waarin de meeste afslankmedicijnen geconsumeerd worden om gewicht te verliezen.”  
 *Als iedereen een mooi lijf wil, waarom wordt er dan zo veel gegeten?*„Het moderne leven heeft de gewoontes van de Brazilianen veranderd. Vrouwen werken buiten de deur en er is weinig tijd om eten te maken. Mensen lopen minder, kijken televisie. Ze pakken snel de auto en denken niet meer na bij wat ze eten. Ook is het geweld op straat toegenomen, dus kinderen spelen minder vaak buiten dan ze vroeger deden. Ze blijven liever thuis om computerspelletjes te spelen en televisie te kijken en gebruiken op die manier minder energie. Eten is tegenwoordig ook goedkoper geworden, dus mensen kopen meer voedsel en eten grotere porties.”  
  
*Eten Brazilianen nog steeds traditionele maaltijden?*  
„Het traditionele eten bestaat in Brazilië uit rijst met bonen. Het probleem van nu is dat ze wel rijst en bonen eten, maar daar veel meer bijgerechten bij nemen dan voorheen. Iedereen eet dus nog steeds rijst met bonen, maar daarnaast worden er ook pasta, pizza en andere calorierijke producten bij gegeten.”   
  
*Heeft het aantal obesen te maken met het aantal warme maaltijden dat de Brazilianen per dag eten?*  
„In Brazilië is dit altijd al zo geweest. Mensen eten in de ochtend een klein ontbijt, tijdens de lunch eten ze een complete maaltijd en ’s avonds eten ze nog een maaltijd. Dit is niet veranderd. Wat er wel veranderd is, is dat de schoolkinderen vroeger op (openbare)scholen tijdens de middagpauze ook een complete maaltijd kregen. De school biedt rijst aan, bonen, vlees, pasta etc. Nu is het eigenlijk niet meer nodig, maar het wordt nog steeds aangeboden. Sommige kinderen eten tegenwoordig dus drie keer per dag een complete maaltijd.”  
  
*Worden daar maatregelen tegen getroffen?*  
„De overheid wil de schoolmaaltijden wel veranderen. Een aantal jaar geleden werd deze calorierijke maaltijd ingevoerd, omdat er veel gezinnen waren waar kinderen thuis niet konden eten. Ouders hadden daar toen te weinig geld voor en er werd dus op school voor ze gezorgd. Tegenwoordig is er op dit gebied veel veranderd, maar de scholen blijven deze maaltijden nog steeds verstrekken. Dit, terwijl de kinderen nu thuis ook gewoon te eten krijgen.”  
  
*Waar komt overgewicht het meeste voor?*

„In het zuidoosten van Brazilie vormt overgewicht een erg groot probleem. Alles is hier vooruit gegaan. De economie en werkgelegenheid hebben een grote vlucht genomen en mensen kunnen daardoor meer voedsel kopen dan vroeger. In het noorden van Brazilie vormt overgewicht nog geen probleem.”   
  
*Hoe gaan Brazilianen met obesitas om?*  
„Mensen maken zich er hier wel zorgen om. Dat komt mede door de bodycultus die hier een grote rol speelt. In Brazilië worden ook erg veel plastische ingrepen gedaan. Er worden nu campagnes opgestart om obesitas te voorkomen. Het is makkelijker om het te voorkomen dan om het naderhand te behandelen. Dokters moeten met kinderen praten en leren hoe kinderen hun voedingspatroon kunnen aanpassen. Er bestaan in Brazilië spa’s, waar mensen overzicht houden op wat je eet. Maar die hotels zijn erg duur, dus het is niet vanzelfsprekend om daarheen te gaan.”  
  
*Hoe ziet het ideale lichaam er in Brazilië uit?*  
„Een gitaarvormig lichaam is het ideale lichaam voor een vrouw. Niet echt dun en niet echt dik. De mannen trainen meer. Ze gaan naar de sportschool en kopen voedingssupplementen. Toch vormt overgewicht voor beide seksen een probleem, maar vrouwen maken zich meer zorgen over hun gewicht. Iedere vrouw die zich in de spiegel ziet, denk dat ze gewicht moet verliezen, hoe dun ze ook is. Maar voor mannen is dit net andersom. Ook al is een man dik, ze denken vaak dat ze er prima uitzien.”  
  
*Heeft de regering invloed op obesitas?*  
„De regering zou graag het aantal advertenties over fastfood en ongezond eten op televisies etc. willen beperken. Vooral tijdens kinderprogramma’s wordt er veel geadverteerd voor ongezonde voeding. Er wordt ook geopperd om de maaltijden op scholen te veranderen.”  
  
*Zal de regering in de toekomst iets tegen obesitas ondernemen?*  
„Ik durf het niet te zeggen, maar ik hoop het wel. Het begint langzamerhand een epidemie te worden en obesitas vormt een probleem voor het hele land. Toch worden er nu al aanpassingen doorgevoerd. Ze veranderen de schoollunches en de dokters moeten kinderen leren hoe ze met eten om moeten gaan. Brazilianen moeten hun eetpatroon aanpassen en beter gaan eten. Net zoal een aantal jaren geleden, toen veel eten nog thuis gemaakt werd en niet uit de winkels kwam. Er moeten in favela’s ook meer parken en velden worden aangelegd, om buiten dingen te kunnen doen.”

**Bijlage 2***Interview met Marcela (31 jr), Braziliaanse uit Rio de Janeiro.  
Onderging in 2007 een maagverkleining.*  
  
*Speelt de bodycultus een grote rol in Brazilië?*  
„Ja, ik denk het wel. Iedereen verwacht van vrouwen dat ze een perfect lichaam hebben en mooi zijn. Dit geldt ook voor Braziliaanse mannen en voor de Braziliaanse samenleving. Je moet vooral dun zijn en in perfecte vorm verkeren. Maar als je op straat loopt, zal je wel andere dingen zien. Niet iedereen heeft een perfect lijf.”  
*Hoe is het om dikker te zijn in een land als Brazilië?*„Eigenlijk heb ik me er nooit druk om gemaakt. Ik voelde me altijd goed en was tevreden met mijn lichaam. Wat me dwars zat is dat mensen niet graag een dik iemand zien en dat doet pijn. Het ging soms niet om hoe ik me voelde, maar juist om de gevoelens van anderen en of zij je accepteren zoals je bent. Ik zal nooit vergeten wat er vaak tegen mij gezegd werd: “Je hebt zo’n mooi gezicht.” Ze spraken niet over de rest van mijn lichaam, maar alleen maar over mijn gezicht. Daardoor zat ik minder lekker in mijn vel en begon ik te denken dat er iets mis met me was.”  
  
*Waarom heb je voor een maagverkleining gekozen?*„Ik was vroeger verloofd. We waren allebei dik en ik begon me zorgen te maken over mijn gezondheid. Niet over de rest van mijn lijf hoor, want ik was tevreden met mezelf. Ik was 24 jaar en begon langzamerhand na te denken over het krijgen van kinderen. Ik heb mensen in mijn familie met hartproblemen en diabetes. Ik was bang dat dat ooit ook met mij zou gaan gebeuren, dus ik heb er toen voor gekozen om een maagverkleining te ondergaan. Ik heb er uiteindelijk puur voor gekozen om mijn gezondheid en niet om mijn uiterlijk te verbeteren. Door de operatie ben ik veel gewicht verloren, maar ik ben niet dun. En dat hoeft voor mij ook niet. Ik zou me er niet fijn bij voelen als ik zo dun ben. Het ging me vooral om mijn gezondheid. Ik kwam tot het inzicht dat ik gewicht moest verliezen om beter voor mezelf te kunnen zorgen.   
  
*Hoe lang geleden onderging je de operatie?*  
„ Ik had mijn operatie ongeveer 5 á 6 jaar geleden. Er ging een heel proces aan vooraf. Mijn dokter zag voor de operatie dat ik op jaarbasis tot wel 15 kilo aankwam, ondanks dat ik op een dieet was. Hij heeft mij de operatie aangeraden en we hebben er veel over gepraat. We hebben eerst twee jaar lang allerlei diëten geprobeerd, maar die werkten niet. De dokter raadde mij therapie aan, omdat mijn lichaam en mijn lichaamsbeeld door de operatie zouden gaan veranderen. Door de therapie kon ik me daar alvast op voorbereiden. Daarna volgden de operatie en het proces erna. Het duurde ongeveer twee jaar tot ik helemaal klaar was en weer een normaal leven had.”  
  
*Ben je na de operatie gezonder gaan eten?*  
„Ik eet nu wel veel beter dan vroeger, maar ik eet niet altijd gezond. Soms word ik me er bewust van dat ik slechte dingen eet, maar ik maak me er nu niet zoveel zorgen om. Dit komt mede omdat ik al veel minder kan eten dan voor de operatie, dus ik moet oppassen met wat ik eet. Het is belangrijk dat ik genoeg vitaminen binnen krijg. De operatie maakt je bewuster van wat je eet. Ik leef nu op een normale manier.”

*Hoe heeft de operatie je veranderd?*

„Ik werd een levendiger persoon. De operatie heeft me ten goede veranderd, want ik heb veel dingen over mezelf ontdekt die ik van tevoren niet wist. Een paar maanden na mijn operatie heb ik de verloving met mijn vriend verbroken. Ik ging anders tegen de wereld aankijken en wilde nieuwe dingen zien, reizen en nieuwe mensen ontmoeten. Nu zaten ze er immers niet meer mee dat ik dik was. Vroeger wilde ik al die dingen ook, maar toen was ik er niet toe in staat. Ik kreeg na de operatie een heel ander leven. Ik was altijd op stap en zat nauwelijks thuis.”

*In de periode na de operatie heb je ook veel gereisd. Hoe heb je die tijd ervaren?*„Ik heb een aantal jaar in Europa gewoond en mensen daar geloofden niet dat ik Braziliaans was. Ten eerste had ik blond haar en groene ogen, dus dat hielp niet echt. Ten tweede was ik toentertijd stevig. Mensen geloofden het niet, want Braziliaanse mensen en vooral meisjes zijn zulke stereotypen. Buitenlanders hebben bij Brazilianen in gedachten dat ze getint zijn en altijd in bikini rondlopen. Maar wij gaan ook gewoon elke dag naar ons werk. Mensen verwachten erg veel van Brazilianen. Van vrouwen én mannen. Ze denken dat iedereen hier een mooi lijf heeft en perfect gekleurd is, en het spijt me om mensen uit die droom te halen, maar niet iedereen hier is zo. Ik vond het moeilijker om in Europa stevig te zijn dan hier. Brazilië is een ontzettend gemengd land. Er zijn zoveel mensen die hier zijn komen wonen. In Europa was het vooral in Frankrijk moeilijk voor me. Alle mensen daar zijn dun.”

*Hoe kijken Brazilianen tegen dikkere mensen aan?*  
„Ik denk dat het geen probleem is om dik te zijn, maar het wordt niet echt geaccepteerd. Je wil niet bevriend zijn met een dik persoon, of er een relatie mee beginnen. Niet omdat dikke mensen niet aardig zijn, maar je wil er niet mee gezien worden. En dat is jammer. Wij zijn namelijk ook gewoon mensen met gevoelens. Ik houd ervan om andere mensen rond me heen te hebben. Tijdens mijn schooltijd was er eens een jongen die me vertelde dat hij me leuk vond, maar niet met me uit wilde gaan omdat ik dik was. Zulk soort dingen doen pijn.”

*Is het een taboe om in Brazilië te dik te zijn?*„Tegenwoordig niet meer. Het probleem speelt over de hele wereld. Overal worden mensen dikker. Vroeger was het een taboe, maar nu praten mensen er steeds vaker over. Er wordt ook veel chirurgie aangeboden. Ik ben mijn dokter dankbaar dat hij me zo goed op de operatie heeft voorbereid, want ik heb bij vrienden gezien dat zij de operatie ondergingen en niet genoeg voorbereid waren op de gevolgen. Al het gewicht dat eraf ging, kwam er net zo hard weer bij. Ik denk dat mensen in Brazilië beginnen in te zien dat obesitas een probleem is. Soms kan een mens er niets aan doen. Natuurlijk komt het voor dat een stevig iemand gewoon lui is, maar zodra dit niet het geval is, moeten de mensen behandeld worden.”

*Hoeveel gewicht ben je door de operatie verloren?*  
„Voor de operatie woog ik 160 kg. Daarna ging de helft van mijn gewicht eraf. Ik ben een tijdje iets aangekomen, maar nu verlies ik weer gewicht. Er kwam 20kg bij en nu weeg ik 92 kg, dus ik ben de helft van mezelf verloren. Het voelt erg licht en fijn. Ik voel me nu mooi en geaccepteerd. Ik heb therapie gehad en de dokter stond aan mijn zijde, dus ik ben goed opgevangen.”  
*Hoe ziet jouw ideale lichaam eruit?*  
„Ik zou graag nog 5 kilo willen verliezen en meer niet. Dan is het goed voor mij. Vroeger ben ik dun geweest, toen ik nog op dansen zat. Maar ik vind dat niet bij me passen, want dan herken ik mezelf niet meer in de spiegel. Ik denk dat er geen ideaal gewicht of een ideaal lichaam bestaat. Als je tevreden bent met jezelf en in de spiegel kijkt en denkt “dat is mooi”, dan is het goed.”  
  
*Hoe ziet het ideale lichaam er voor Brazilianen uit?*„Mensen hebben hier wel een idee van een perfect lichaam. Als je bijv. op de ansichtkaarten kijkt bij de kiosken, dan zie je erg mooie vrouwen met een gek lichaam. Ik vind het niet realistisch en niet natuurlijk en ik denk dat ik met zo’n lichaam niet blij zou kunnen zijn. Ik denk dat ik me dan niet herken in de spiegel en ik wil niet iemand zijn die ik vanbinnen niet ben.”  
*Neemt het overgewicht toe?*„Jazeker. Je ziet al veel meer dikke mensen op straat dan een aantal jaar geleden. Ik denk dat het in elk land vaker voorkomt. Ook in onderontwikkelde landen. Mensen eten niet meer gezond. Ze nemen geen tijd meer voor een goede maaltijd. In Brazilië is het probleem dat het goedkoper is om een pak pasta te kopen, dan om een kilo groente aan te schaffen. Arme mensen waren vroeger erg dun. We hadden zelfs ondervoede mensen. Tegenwoordig zie je dit niet vaak meer. Men eet erg slecht, omdat het goedkoper is om slecht te eten.”

*Hoe gaat de regering om met de stijging van obesitas en wat voor maatregelen kunnen ertegen getroffen worden?*  
„Ik denk dat de regering de problemen onder ogen komt. Ze verbergen de kwestie niet en zorgen ervoor dat het aangepakt wordt. Je kunt nu bijvoorbeeld al gratis operaties krijgen. 10 jaar geleden was dat niet mogelijk. Nu worden er maagverkleiningen aangeboden in openbare ziekenhuizen. Qua maatregelen denk ik dat de regering de lunches in scholen aan moeten passen. In veel staten (waaronder Rio) krijgen kinderen bijvoorbeeld alleen nog maar gezonde snacks op school. Eerder werd daar veel over geklaagd, maar nu beginnen mensen er de voordelen van in te zien. Leer de kinderen daarnaast hoe ze gezond moeten eten. Het is zelfs mogelijk om met een klein budget gezond te eten. Ook is het krijgen van voldoende beweging erg belangrijk. Alles staat of valt met de Braziliaanse jeugd. Als zij gezond worden opgevoed en op een normaal gewicht blijven, hebben ze later veel minder problemen.”

**Bijlage 3***Interview met Sander Oord, deskundige op gebied van online media.   
Achtergrond in de reclamewereld.**Op welke manier beïnvloeden de media de kijk op het lichaam?*  
„We hebben tegenwoordig te maken met veel reclame in bijvoorbeeld bushokjes en op televisie. Daar worden mensen iedere keer mee geconfronteerd. Reclamemakers proberen een ideaalbeeld te creëren van de mens en met name van de vrouw. Je zet in reclames bewust geen personen neer met wallen onder de ogen, of hele dikke mensen, want dat zijn elementen die de klant meeneemt. Je moet als reclamemaker mensen enthousiasmeren en die lijn kun je heel ver doortrekken. Zo zien we in reclames graag mensen met een open gezicht. In het algemeen is de reclamewereld op zoek naar perfectie, dus daar zijn we verantwoordelijk voor. In het werk dat ik doe zijn we niet perse op zoek naar het nieuwste van het nieuwste. We beelden mensen af met een open uitstraling en zien graag dat het publiek zichzelf in die beelden herkent. Het model zou als het ware een vriend of vriendin kunnen zijn van degene die de reclame ziet. In het algemene reclamebeeld staan vaak jongere, knappe mannen en vrouwen centraal waarmee naar perfectie wordt gestreefd.   
Vaak zie je ook wel dat er bewust jongere modellen worden ingezet om een product aan te prijzen. Als de doelgroep 35 jaar is, wordt een model van 30 ingezet. De consumenten voelen zich dan jonger en daar kiest de reclamemaker voor. Wanneer je bijvoorbeeld opa’s en oma’s inzet, zal de doelgroep zich veel minder aangesproken worden.”  
  
*Waarom zijn mensen (en vooral vrouwen) zo gevoelig voor dit soort beelden?*  
„Uit ervaring kan ik vertellen dat het gaat om een psychologisch effect. De mensen willen ook zo zijn als het beeld dat door de media en de reclamewereld naar buiten wordt gebracht. Het gaat bij dit soort dingen ook om een stukje spiegeling. Het publiek denkt dan ‘dat had ik kunnen zijn’ en streeft het beeld na dat ze te zien krijgen. Perfectie is een lichamelijk aanwezig aspect dat zich ook op geestelijk vlak uit.”

*Neemt de media-invloed wat betreft het lichaamsbeeld in de toekomst toe?*  
„Er zijn veel schommelingen op dit gebied. We leven in vluchtige maatschappij waarin materiële waarde hoger in vaandel staat dan geestelijke waarde. Mensen jagen een groter huis, mooiere auto of het perfecte lichaam meer na dan geestelijke groei, kennisvergroting of behulpzaamheid. Je kunt investeren in mensen (geestelijke groei), maar ook in jezelf (materiele zaken als de kleren die je draagt). In de toekomst staat ons een economische samenleving te wachten, waarin we streven naar materiele zaken waardoor er meer geld verdiend wordt. Reclamecampagnes zullen korter en krachtiger worden, maar op gegeven moment wordt er een piek bereikt en komt er waarschijnlijk een tegenreactie. Ik zie de maatschappij door uitvindingen als mobiele telefonie op dit moment alleen maar sneller worden en daar lopen wij als reclamemakers achteraan. De roep om schoonheid is de laatste tientallen jaren sterker geworden. Alles moet steeds knapper en dunner zijn en dat zie je weer terug in reclames voor bijvoorbeeld bepaalde crèmes en dergelijke. De lichaamsvorm moet zo perfect mogelijk zijn en dat heeft negatieve gevolgen op de eigen beleving over hoe je eruit ziet. De constante confrontatie met deze beelden kan behoorlijk demotiverend zijn als je al dik bent of overgewicht hebt.”  
*Hoe zit het met de media-invloed op kinderen?*  
„ De leeftijdsgrens waarop mensen worden geconfronteerd met het perfecte lichaam, wordt steeds jonger. Kinderen krijgen bijvoorbeeld al ideaalbeelden te zien in tekenfilms en kinderseries. De HEMA kwam zelfs een keer met een aanbieding voor tangaslips voor kinderen. Dat gaat veel te ver. Kinderen worden heel erg beïnvloedt door de media en wie de jeugd heeft, heeft de toekomst. In dit geval pakt het negatief uit, want de kinderen worden geconfronteerd met iets dat ze nooit zullen zijn. Als je dat als kind al meekrijgt, is dat sneu. Ikzelf ga als reclamemaker bewust om met wat ik publiceer en zal ook niet hele dunne modellen inzetten. Ik heb collega’s meegemaakt die daar helemaal niets om geven, maar mijn grenzen zijn anders dan die van sommige andere reclamemakers. Het gaat om een stukje maatschappij en ethiek. Op het moment dat er geld verdiend wordt, gaan veel mensen anders denken.”

*Hoe kunnen de media de mensen op een positieve manier beïnvloeden?*„De media moeten mensen niet opdragen dat ze zich perfect moeten voelen, want dat heeft een negatief effect op de personen die aan de beelden worden blootgesteld. Het adviseren van mensen is een betere insteek. Je wil niet constant iemand zien die nét iets beter is en nét iets beter presteert dan jijzelf. Met het aanprijzen van een product is niets mis, maar het moet niet ten koste gaan van het zelfbeeld van de klant, want dat is misbruik maken van de situatie.”

*De scriptie gaat specifiek in op obesitas. Denkt u dat obesitas in de toekomst in de media geaccepteerd zal worden als normaal verschijnsel?*  
„Het is heel lastig om daar in de media ruimte voor te creëren. Obesitas is een negatief gevolg van de psychische gesteldheid en als je dat opneemt in reclames, zorgt het voor een negatief bijeffect. Er zal nooit een nadelig aspect worden geprojecteerd in reclames, want dat leidt af en zet jouw product in een verkeerd daglicht. Je moet altijd wegblijven bij negativiteit. De reclame van DOVE heeft wel erg veel succes. Dat bedrijf beeldt mensen af zoals ze zijn. Je ziet geen dunne dames, maar gewoon vrouwen die op straat rond lopen en die rondingen hebben. Met de campagne heeft Dove ontzettend gescoord en het gaf een flink tegengeluid. De commercials worden op een hele positieve manier gebracht. Obesitas wordt in de media niet geaccepteerd, maar dingen die in het karakter kunnen komen van de reclames van Dove, worden wel uitgezonden.”

**Bijlage 4***Interview met José Leeuwenkamp, hoofdredacteur van GezondNU.   
Maandelijks tijdschrift over gezondheid, voeding & psyche.  
  
Vindt u dat er in de media genoeg aandacht is voor obesitas?*  
„Er is meer dan genoeg aandacht voor obesitas. Het gaat in de media ontzettend vaak over te zwaar zijn en het feit dat we steeds zwaarder worden. Ook wordt er vaak gepubliceerd over kinderen die dikker worden en te weinig bewegen en er is heel veel aandacht voor afvalprogramma’s.”   
  
*Hoe belangrijk is het onderwerp obesitas voor GezondNU?*   
„Overgewicht en obesitas zijn heel belangrijk voor ons tijdschrift. We richten ons op een gezonde leefstijl en het hebben van een gezond gewicht is hiervoor eigenlijk een startpunt. Het gaat ons niet om het cosmetische onderdeel van afvallen, maar we nemen gezondheid als uitgangspunt voor onze stukken. Artikelen als ‘voel je lekkerder in een bikini’ zul je in GezondNU niet aantreffen. Er staan in het tijdschrift bijvoorbeeld veel berichten over hart- en vaatziekten en depressie, aandoeningen die veroorzaakt worden door overgewicht. Als mensen met overgewicht 10% van hun gewicht verliezen, heb je eigenlijk de gezondheidswens te pakken die past bij een gezonde levensstijl. Je hoeft er niet uit te zien als een fotomodel.”  
  
*Op welke manier beïnvloeden de media de kijk op het lichaam?*  
„De media zorgen in hele sterke mate voor beïnvloeding van het lichaamsbeeld. Er bestaat een ontzettend grote link tussen hoe wij vinden dat we eruit moeten zien en de beelden die we krijgen vanuit de media. Bij media denken we vaak aan de geschreven pers, maar ook plaatjes die we via smartphones ontvangen en reclame horen hierbij. We worden de hele dag gebombardeerd met beelden van hoe we eruit moeten zien. Ik denk dat deze beelden meer in het onderbewuste gaan zitten dan we zelf denken en ik ben ervan overtuigd dat iedereen er op een bepaalde manier mee bezig is. Er wordt zoveel over ons heen gestort aan communicatie en reclame, dat je daardoor soms gewoon niet meer weet wat goed is. Jonge moeders willen bijvoorbeeld altijd heel gezond zijn, maar zij maken door bepaalde berichten in de media soms hele rare keuzes.”

*Veel vrouwen worden door de media onzeker gemaakt over hun eigen lichaam. Op welke manier kunnen journalisten bijdragen aan een positievere kijk op het lichaamsbeeld?*  
„Bij GezondNU willen we mensen een reëel lichaamsbeeld meegeven, maar desalniettemin hebben we het wel over afvallen. Dat is eigenlijk een tegenstrijdigheid. De belangrijkste verandering zou moeten zijn dat er een collectief gevoel gecreëerd wordt van hoe mensen over hun lichaam denken. Het lichaamsbeeld van nu is gebaseerd op het uiterlijk van een 16-jarige. Kortom; heel dun, bijna jongensachtig en onrealistisch. Mensen willen er op hun 25e nog steeds zo uit zien, maar dat gaat niet. Voor journalisten ligt er ook een verantwoordelijkheid. Er wordt al best genuanceerd over het lichaamsbeeld geschreven. Ondanks dat journalisten die verantwoordelijkheid op zich nemen, is de invloed minder groot dan je denkt. De media hebben grote invloed op hoe we eruit willen zien, maar gek genoeg worden mensen steeds dikker. We zijn graag steeds slanker en streven een onrealistisch beeld na. Enerzijds dragen de media aan dit verwrongen beeld bij, maar anderzijds maken ze mensen juist alert door te vertellen hoe ze af kunnen vallen.”  
  
*Overgewicht en obesitas nemen nog steeds toe. Wat moet er gebeuren om echt een verandering teweeg te brengen?*   
„We schrijven al jaren over dit soort onderwerpen. GezondNU heeft een actieve lezersgroep die een hele bewuste levensstijl nastreeft. Desondanks is overgewicht nog steeds een van de best scorende onderwerpen. Dat is best tekenend. Als het onze lezers al niet lijkt te lukken, hoe moeten anderen dit dan kunnen?   
Ik volg al jaren allerlei wetenschappers en onderzoekers en ben van mening dat afvallen niet alleen in beter eten zit, maar het ligt ook aan je gedrag. Je hoeft dikke mensen niet te vertellen dat ze gezonder voedsel moeten nuttigen, want dat weten ze zelf ook wel. Teveel eten heeft veel meer te maken met een verslaving en gedrag dan met verkeerde voeding en niet weten wat je eet. We moeten dus geen voorlichting geven over wat je eet, maar vooral vertellen hoe je je gedrag kunt veranderen. Het geven van informatie blijft belangrijk, maar iets doen is nog veel belangrijker. Op televisie zie je veel programma’s over afvallen, maar dat is eigenlijk een soort van vergapen. Het gaat altijd om hele normale mensen met extreem overgewicht. Ik kijk dat soort series ook graag, maar denk daardoor juist ‘nou, bij mij valt het eigenlijk nog mee. Ik kan die chips nog gerust eten’. Volgens mij werken dat soort programma’s alleen maar beeldbevestigend: dikke mensen zijn dom, eten verkeerd en bewegen te weinig. De aandacht wordt niet gericht op het feit dat die mensen een serieus gezondheidsprobleem hebben en bijvoorbeeld risico lopen op hart- en vaatziekten, maar het beaamt eigenlijk de hulpeloosheid waardoor mensen thuis denken dat het hen zonder coach ook niet lukt om te veranderen.”  
  
*Vindt u dat bedrijven als Coca-Cola zelf ook verantwoordelijkheid hebben? Moeten zij in reclames een statement maken tegen de toename van obesitas of tegen het onrealistische lichaamsbeeld dat de media hanteren?*  
„De bedrijven zeggen dat ze verantwoordelijk zijn en dat ze die verantwoordelijkheid ook nemen. Ze vinden dat ze een statement maken tegen obesitas, maar dat doen ze niet. Coca-Cola verkondigt bijvoorbeeld altijd dat je van cola niet dik wordt zolang je er maar niet teveel van drinkt. Zo kun je alles recht praten wat krom is. Coca-Cola is een suikerhoudend drankje met suikers die we eigenlijk niet nodig hebben. Als je één keer per week Coca-Cola drinkt word je niet dik, maar dat past niet in de levensstijl van mensen die frisdrank drinken. Bij Coca-Cola zijn ze nu bezig met campagnes om de drank bij de familiesfeer te betrekken. Zo kun je bijvoorbeeld Cola kopen met het opschrift ‘deel een cola met familie’ op het etiket. Dat vind ik belachelijk. Eigenlijk wordt iets wat pertinent ongezond is gekoppeld aan het familiegevoel, terwijl het juist onderdeel uitmaakt van het enorme obesitasprobleem. Ik hoop dat mensen blijven nadenken over wat er nu eigenlijk in het product zit. En dan heb ik het niet alleen over cola, maar ook over chips en dergelijke.”

Obesitas in Brazilië



Productiedossier BYW

Elissa Houmes

MinorMarkt & Maatschappij

**Inhoudsopgave**

Inleiding ….………………………………………………………………. 69  
  
1. Onderwerpen in Nederland …………………………………………. 70

2. Behandelde onderwerpen in Brazilië ……………………………….. 72

3. Nieuwe ideeën …………………………………………………………. 74

4. Producties ……………………………………………………………….. 75

5. Journalistieke verantwoording …………………………………………. 83

**Inleiding**

De organisatie Lokaal Mondiaal biedt studenten journalistiek de kans om deel te nemen aan het internationale uitwisselingsprogramma Beyond Your World. Ik reisde met een groep medestudenten naar Brazilië, om daar journalistieke ervaring op te doen en artikelen te schrijven.  
  
Van tevoren werden we gekoppeld aan Braziliaanse buddy’s (studenten journalistiek), die ons op weg konden helpen met onze onderwerpen en die ons ter plekke wegwijs maakten in São Paulo en in Rio de Janeiro. Naast alle hulp die we van deze studenten hebben ontvangen, was het ook ontzettend gezellig en leerzaam om op te trekken met jonge journalisten uit een ander land.   
  
Het doel van de reizen is om, door middel van journalistieke producties, het publiek te informeren over belangrijke kwesties die in het land spelen dat je hebt bezocht. Ik heb tijdens de reis naar Brazilië ontzettend veel indrukken opgedaan en ben een unieke ervaring rijker. Het waren twee hele bijzondere weken waar ik later ongetwijfeld nog profijt van heb.  
  
In dit dossier is te lezen welke onderwerpen ik allemaal heb behandeld en waarom. In de journalistieke verantwoording licht ik de keuze voor mijn scriptie-onderwerp obesitas in Brazilië toe.

**1. Onderwerpen in Nederland**   
  
Voordat de reis begon hebben we tijdens de redactievergaderingen veel aandacht besteed aan mogelijke onderwerpen die we in Brazilië verder uit konden werken. Dit is het lijstje onderwerpen dat ik uiteindelijk met me meenam:  
 **Dikke Brazilianen**  
Brazilië telt steeds meer mensen met overgewicht. Bijna 14% van de bevolking is zelfs al obees.   
*Invalshoek:* hoe is dit mogelijk in een land waar de machocultuur een erg grote rol speelt? Het lijkt erop dat vooral veel vrouwen te dik zijn. Dit terwijl erg veel gegeven wordt om uiterlijk vertoon. Waarom zijn het juist de vrouwen die teveel eten? Komt dit ook voor in andere landen die een snelle economische ontwikkeling doormaken?  
 **Slavenarbeiders**  
Slavernij is nog steeds een schrijnend probleem in Brazilië. Arbeiders worden onder valse voorwendselen geronseld en de kans om (zelfstandig) weer vrij te komen is nihil.  
*Invalshoek:* mee met een inval (indien mogelijk, schijn je heel erg veel mazzel voor te moeten hebben). Anders: organisatie interviewen die zich tegen slavernij inzet en evt. een ex-slaaf vragen hoe zijn leven ten tijde van de arbeid was en na vrijlating geworden is.  
  
**Palestijnen in Brazilië**  
Brazilië is een land van immigranten. Alle culturen wonen er naast elkaar. Brazilië heeft ook aangeboden Palestijnse vluchtelingen op te nemen en te laten integreren.  
*Invalshoek:* hoe vergaat het deze mensen? Botsen ze tegen erg grote cultuurverschillen aan? En hoe kijkt een Braziliaan tegen een Palestijn aan?  
  
**De lipo-toerist**  
Brazilië heeft voor de lipo-toerist veel te bieden. Ziekenhuizen zijn voorzien van goede en moderne apparatuur en als de ingreep eenmaal achter de rug is, kun je tijdens de revalidatie nog genieten van het mooie weer.   
*Invalshoek:* lipo-toerisme vanuit een ander opzicht 🡪 wat voor invloed heeft lipo-toerisme op het omliggende gebied? Artsen trekken namelijk uit dorpen weg voor betere salarissen in privé-klinieken.  
  
**Heli-taxi’s**  
Omdat er in São Paulo op de grond geen doorkomen meer aan is (er staat altijd file), besluiten steeds meer mensen het hoger op te zoeken. Er vliegen ruim 400 helikopters rond in de stad.

*Invalshoek:* mee met een ritje. Indien niet mogelijk: taxibestuurders vragen waar hun beroep nou vandaan komt/zakenlui volgen die graag zelf ritjes maken.

**2. Behandelde onderwerpen in Brazilië**

Mijn buddy (Lucas) hielp me voordat ik naar Brazilië kwam al met mijn onderwerpen. Ik merkte dat je het merendeel van het werk pas echt goed kunt doen als je terplekke bent. Tijdens de reis kwamen er namelijk veel nieuwe onderwerpen op mijn pad. Ook werd duidelijk dat de thema’s die hier in Nederland van tevoren erg belangrijk leken (bijv. helikoptertaxi’s) er in Brazilië zelf eigenlijk niet echt toe deden. Van het lijstje met aanvankelijk onderwerpen heb ik er uiteindelijk veel laten schieten en ik kreeg er terplekke nieuwe voor terug.  
  
**Dikke Brazilianen**  
Het is inderdaad zo dat veel Brazilianen overgewicht hebben, maar om er ook over te praten is niet gebruikelijk. Ik was ontzettend blij toen ik hoorde dat iemand van Casper Libero me te woord wilde staan. Het ging om een man die op school werkte en net een maagverkleinende operatie had ondergaan. Omdat hij nog aan het herstellen was van de operatie, zou ik hem telefonisch spreken en we konden het interview opnemen in de radiostudio van de school. Op de dag van het interview zei de man echter af. Hij schaamde zich toch teveel voor zijn situatie en wilde er liever niet over praten.   
Ik kon sowieso een Braziliaanse arts spreken die mensen met gewichtsproblemen behandelt, maar om het artikel compleet te maken moest ik ook iemand vinden die zelf te zwaar is of ooit te zwaar is geweest. Uiteindelijk lukte dat pas in Rio de Janeiro, de laatste bestemming van onze reis. Marcela, de vrouw die bij ons hostel werkte was een aantal jaar geleden een maagverkleining ondergaan. Zij wilde met alle plezier vertellen over haar leven met overgewicht en de ingrijpende operatie. Ik heb de verhalen samen uitgewerkt tot een artikel voor op [www.verspers.nl](http://www.verspers.nl).  
  
**Slavenarbeiders**  
Samen met talentenpooler Floor en buddy Gabriela ben ik naar een organisatie gegaan die slavenarbeiders helpt om vrij te komen en die ze om leert gaan met de nasleep van wat ze hebben doorstaan. Er werd ons verteld dat de praktijken die zich veelal op het platteland afspelen. Ik hoorde dat het vrijwel onmogelijk is om een ex-slaaf te spreken. De mensen die vaak slachtoffer worden van slavernij komen meestal uit buurlanden en denken vaak dat ze illegaal zijn. Floor en ik kwamen er tijdens dit interview achter dat het een erg ingewikkeld en breed onderwerp is en dat we eigenlijk te weinig tijd in Brazilië hebben om dit tot op de bodem uit te zoeken.

**Palestijnen in Brazilië**   
Een van onze eerste dagen in São Paulo organiseerde Stijntje (een van de Nederlandse contacten van BYW in Brazilië) een excursie naar de krant (Folha de São Paulo). We kregen daar de gelegenheid om met journalisten te praten die elk een eigen specialisatie hadden (economie, politiek e.d.) Ik sprak daar met Fábio Zanini, die het buitenlandse nieuws behandelde. Hij vertelde over de Palestijnse gemeenschap in Brazilië en São Paulo. Vanuit Nederland had ik al geprobeerd om contact op te nemen met een Palestijnse organisatie, maar dat leverde helaas geen resultaat op. Fábio gaf mij het mailadres van de Palestijnse ambassadeur in Brazilië. De ambassadeur was niet aanwezig, maar ik hoorde via hem wel over een bijeenkomst van Palestijnse inwoners. Samen met Lucas ben ik hier naartoe geweest. Het was jammer genoeg niet wat ik ervan verwachtte. De lezing duurde erg lang, was in het Portugees (Lucas kon gelukkig veel vertalen) en ging over een muur die dwars door een Palestijns dorp geplaatst zou worden. De mensen die ik terplekke sprak, woonden al jaren in Brazilië en gaven daarom niet de antwoorden waarop ik hoopte. Ik ben samen met Lucas naar de Palestijnse wijk van São Paulo gegaan, in de hoop hier iemand te kunnen spreken. Na veel zoeken en vragen kwamen we erachter dat de Palestijnse wijk nu een normale woonwijk is geworden en dat er geen Palestijnen meer te bekennen zijn. Ik heb besloten om dit onderwerp te laten voor wat het is.

**Helikoptertaxi’s**  
Het lukte niet om iemand te spreken die over de helikoptertaxi’s kon vertellen. Een van de buddy’s had wel contact met een organisatie die vluchten verzorgt, maar het interview kon alleen per mail. De antwoorden waren zó kort dat ik er niet veel mee kon doen. De insteek van het verhaal zou ook moeten veranderen, want ik kon geen fotoreportage maken. Daarnaast kwam ik erachter dat de ritjes enorm duur waren, dus alleen de hele rijke zakenlui maakten gebruik van de helikopter om van de ene naar de andere plek te komen. Omdat het hele oorspronkelijke idee voor een fotoreportage verdween, heb ik het verhaal niet verder uitgewerkt.

**3. Nieuwe ideeën**

Intussen stuitte ik terplekke op nieuwe onderwerpen die mijn nieuwsgierigheid wekten.   
  
**Het aankomende WK voetbal**  
De eerste drie dagen in São Paulo volgden we een gezamenlijk programma (met de buddy’s en de Nederlanders) en werden we wegwijs gemaakt in de stad. We bezochten de wijk Itaquera en werden daar opgedeeld in groepjes. Ieder groepje ging ergens anders op bezoek en ik mocht naar het nieuwe voetbalstadion van de Corinthians, dat in aanbouw was. Het stadion was nog een grote bouwput, we kregen er een rondleiding en ik sprak met bouwvakkers die er aan het werk waren. Na de rondleiding reden we met een auto naar een sloppenwijk die vlak achter het stadion lag. Daar sprak ik Antonio, een jongen die in de sloppenwijk woont en niets liever wil dan profvoetballer worden. Hij weet niet of zijn huis tijdens het WK kan blijven staan en leeft in onzekerheid. Het verhaal over Antonio en het WK is gepubliceerd op [www.verspers.nl](http://www.verspers.nl). Daarnaast ben ik telefonisch geïnterviewd door Wakker Nederland. Ik vertelde over de sloppenwijk die misschien moet wijken voor het WK en over de rechten die de bewoners hebben opgebouwd. Ook hebben we het gehad over de infrastructuur die nog lang niet klaar is voor de mensenmassa die het WK met zich meebrengt.  
  
**De dag der doden**  
Inwoners van Zuid-Amerika zijn overwegend Katholiek en herdenken jaarlijks alle doden. Kamran Ullah, van Wakker Nederland interviewde mij telefonisch over de dag van de doden, op 2 november. Ik heb tijdens het interview verteld over het belang van de dag. In Brazilië komen familieleden bij elkaar en samen gedenken zij hun overleden familieleden en dierbaren. In heel Zuid-Amerika wordt de dag gevierd en de mensen in Brazilië zijn op deze dag vrij. Bij ons in Nederland zijn Allerzielen en Allerheiligen minder bekend, omdat wij een overwegend protestantse traditie hebben.

**4. Producties**   
**Definitieve producties**Met alle informatie die ik in Brazilië heb opgedaan ben ik uiteindelijk tot de volgendeproducties gekomen:- Verhaal voor Join over obesitas in Brazilië- Verhaal voor Join over het aankomende WK-voetbal   
- Live-radioverslag voor Waker Nederland over de dag van de doden  
- Live-radioverslag voor Wakker Nederland over het aankomende WK-voetbal **Productie 1**  
Artikel over obesitas:  
Gepubliceerd op 04-09-2012  
Terug te vinden op: <http://www.verspers.nl/?categorie=2&soort=artikel&id=708>

**Steeds meer dikke mensen in Brazilië**  
  
Afgetrainde voetballers, wereldberoemde modellen en carnaval in schaarse kleding. Daar weten ze in Brazilië wel raad mee. Het kan echter ook anders. Steeds meer Brazilianen hebben namelijk overgewicht. Een probleem dat serieuze vormen aanneemt.

 In de straten in Rio de Janeiro zijn steeds vaker te zware mensen te zien. “Tegenwoordig heeft meer dan dertig procent van de Brazilianen overgewicht. Bij vrouwen komt het vaker voor dan bij de mannen”, vertelt de 46-jarige Fernanda Paulino, een kinderarts die kinderen met obesitas helpt. “Het aantal gevallen van overgewicht in Brazilië neemt per jaar met ongeveer een half procent toe. Het gaat dan jaarlijks om bijna een miljoen mensen. Overgewicht is daarmee een groter probleem geworden dan ondervoeding.”

 Aan de hand van een formule kan berekend worden of iemand overgewicht heeft. Bij mensen wordt de Body Mass Index het meest gebruikt. Via deze index wordt de verhouding tussen iemands lengte en gewicht afgelezen. Personen met een gezond gewicht hebben een BMI tussen de 18,5 en 25 kg/m2. Wanneer een BMI boven de 25 uitkomt, is er sprake van overgewicht. Heeft iemand een BMI van 30, dan is diegene zwaarlijvig. Dit kan schadelijk tot zeer schadelijk zijn voor de gezondheid.

Bij een BMI van 40 tot 50 is sprake van morbide obesitas. Deze vorm is levensbedreigend en brengt ernstige ziekten met zich mee. Een BMI van 50 en hoger houdt in dat iemand superobesitas heeft. Iemand in deze categorie mag van geluk spreken dat hij of zij nog leeft.

 Er zijn verschillende redenen aan te wijzen voor toename in gewicht. “Het moderne leefpatroon heeft de gewoontes van Brazilianen veranderd. Vrouwen werken steeds vaker buiten de deur, dus er is weinig tijd om eten te maken. Daarnaast lopen mensen minder dan vroeger, wordt er meer televisie gekeken en er wordt niet meer bij nagedacht over wat er allemaal naar binnen gewerkt wordt”, zegt Fernanda Paulino.

Zij vervolgt: “Het traditionele Braziliaanse eten bestaat uit rijst met bonen. Het probleem van tegenwoordig is dat Brazilianen deze maaltijd nog wel gewoon eten, maar dat er veel extra gerechten (zoals pizza of pasta) bij genomen worden. Mensen krijgen op deze manier veel te veel eten binnen.”

In Brazilië is het daarnaast gebruikelijk om twee keer per dag een warme maaltijd te eten. Volgens Fernanda is het altijd al zo geweest dat er ’s ochtends een klein ontbijt gegeten wordt en dat de lunch en het avondeten uit complete maaltijden bestaan. Volgens haar wordt de noodzaak van schoolmaaltijden voor kinderen wel kleiner. “Een aantal jaar geleden werden er op scholen calorierijke middagmaaltijden aangeboden. Er waren namelijk veel gezinnen die te weinig geld hadden om de kinderen thuis eten te kunnen geven. Op school werd er dus voor ze gezorgd. Tegenwoordig krijgen de meeste kinderen thuis te eten, maar op scholen blijven ze de maaltijden ook nog steeds verstrekken. Sommige kinderen eten drie keer per dag een complete maaltijd.”

 Net zoals in veel andere landen krijgen dikkere mensen te maken met vooroordelen. “Het is niet fijn om hier dik te zijn. Mensen vinden je in zulke gevallen al snel lui en het levert problemen op”, vertelt Fernanda.

Iemand die daar alles vanaf weet, is de 31-jarige Marcela. Ongeveer zes jaar geleden onderging ze een maagverkleinende operatie. Om in aanmerking te komen voor een maagverkleining, moet er sprake zijn van een Body Mass Index van 40 of hoger. Marcela woog voor de operatie 160 kilo en had een BMI van ongeveer 54. Zonder operatie had ze een grote kans op gezondheidsproblemen en ernstige ziekten.

 “Overgewicht wordt nog niet echt geaccepteerd in Brazilië. Ik heb gemerkt dat mensen niet graag bevriend zijn met een dik persoon, of er een relatie mee willen. Dat vind ik heel jammer. Wij hebben natuurlijk dezelfde gevoelens als ieder ander. Ik houd er juist van om mensen om me heen te hebben.” Marcela kan zich goed herinneren dat er op school een keer een jongen naar haar toe kwam. “Hij vertelde me dat hij mij leuk vond, maar niet met me uit wilde gaan omdat ik dik was. Zulk soort dingen doen pijn.”

Ondanks dit voorval heeft Marcela zichzelf nooit druk gemaakt over haar gewicht. “Ik voelde me goed en was tevreden met mijn lichaam. Het zat me wel dwars dat sommige mensen niet graag een dikkerd zien. Ik kan me ook nog goed herinneren dat er vaak tegen me gezegd werd dat ik zo’n mooi gezicht heb. Ze spraken niet over de rest van mij, maar deden net alsof ik alleen maar uit een gezicht bestond.”

 In Brazilië is het uiterlijk belangrijk. “We hebben hier een bepaalde lichaamscultus. Iedereen wil een mooi en afgetraind lijf hebben. Veel mensen zijn constant bezig met hun gewicht. Brazilië is dan ook het land waar de meeste afslankmedicijnen worden geconsumeerd”, zegt Fernanda. Marcela bevestigt dit beeld. “Iedereen verwacht van Braziliaanse vrouwen dat ze een perfect lichaam hebben en mooi zijn. Gewicht en uiterlijk vertoon spelen een grote rol in de gemeenschap. Je hoort dun en fit te zijn. Terwijl als je over straat loopt, zul je wel andere dingen zien. Niet iedereen heeft een perfect lijf.”

Meer dan zes jaar geleden vond Marcela het tijd om iets aan haar overgewicht te doen. “Ik was op mijn 24e verloofd. We waren allebei veel te dik en ik maakte me zorgen over mijn gezondheid. Soms dacht ik na over de toekomst en aan het krijgen van kinderen. Hoe zou dat zijn als je als ouder met obesitas kampt? Ook heb ik familieleden met diabetes en hartproblemen. Ik was bang dat mij in de toekomst hetzelfde te wachten stond.”

  De maagverkleining werd haar door haar dokter aangeraden. “We hebben er veel over gepraat. Er ging nog een hele periode van gesprekken en verschillende diëten aan de operatie vooraf, om te kijken of er écht niets was dat hielp. Maar de diëten zorgden bij mij juist voor het tegenovergestelde effect. Ik kwam aan!”

 Na de operatie ging er een nieuwe wereld voor Marcela open. “Ik werd een levendiger persoon en heb tijdens deze periode veel dingen over mezelf ontdekt die ik van tevoren niet wist. Een paar maanden na de operatie heb ik de verloving met mijn toenmalige vriend verbroken. Ik keek met andere ogen tegen de wereld aan en wilde reizen, nieuwe dingen zien en nieuwe mensen ontmoeten.”

 Marcela is door de operatie veel gewicht verloren. “De helft van mijn gewicht ging eraf. Een tijdje geleden ben ik iets aangekomen, maar nu verlies ik weer gewicht. Het voelt erg licht en fijn. Ik voel me nu mooi en geaccepteerd, maar ik ben nog steeds niet dun. Dat hoeft voor mij ook niet.” Zij zet zich af tegen het ideaalbeeld van het perfecte lichaam. “Kijk maar op de ansichtkaarten en tijdschriften die ze bij kiosken verkopen. Er staan erg mooie vrouwen op, maar hun lichamen kloppen niet. Ik vind het niet natuurlijk en ik denk ook niet dat ik blij zou kunnen zijn met zo’n lichaam. Ik wil van buiten niet iemand zijn die ik van binnen niet ben.”

Net als Fernanda denkt ook Marcela dat het overgewicht onder Brazilianen toeneemt. “Je ziet tegenwoordig veel meer dikke mensen op straat dan een aantal jaar geleden. Er wordt minder gezond gegeten en geen tijd meer genomen voor een goede maaltijd. De arme bevolking was vroeger erg dun en we hadden in ons land zelfs mensen die ondervoed waren. Nu komt dit steeds minder voor. Veel mensen eten erg ongezond, omdat het goedkoper is om slechte dingen te eten.”

 Brazilië treft maatregelen tegen de toename van het aantal mensen met overgewicht en obesitas. “Er zijn campagnes om obesitas te voorkomen. Het is immers makkelijker om het te voorkomen, dan naderhand te behandelen. Daarnaast zou de regering graag het aantal reclames over fastfood en ongezond eten willen beperken. Vooral tijdens kinderprogramma’s”, zegt Fernanda. Zij is van mening dat mensen in Brazilië zich zorgen maken. “Mede door de bodycultus die hier een grote rol speelt. In Brazilië worden erg veel plastische ingrepen gedaan. Mensen hebben er alles voor over om er goed uit te zien. Ik durf niet te voorspellen of de regering in de toekomst meer tegen overgewicht zal ondernemen, maar ik hoop het natuurlijk wel. Het begint langzamerhand een epidemie te worden, een probleem voor het hele land.”

 Over één ding zijn Fernanda en Marcela het roerend eens: De schoollunches voor de kinderen zullen aangepast moeten worden. Volgens Marcela is het belangrijk dat kinderen gezond leren eten. ”Zelfs met een klein budget moet gezonde voeding mogelijk zijn. Alles draait om de kinderen. Als zij gezond opgevoed worden en op een normaal gewicht blijven, hebben ze later minder problemen.”

**Productie 2**  
  
Artikel over het aankomende WK-voetbal  
Gepubliceerd op 12-06-2012  
Terug te vinden op: <http://www.verspers.nl/?categorie=2&soort=artikel&id=658>

**Alles voor voetbal maar niet mijn huis**  
Zoals alle voetbalfans ongetwijfeld weten, vindt het WK voetbal in 2014 plaats in Brazilië. Ook al lijkt het nu nog ver weg en is het EK 2012 op dit moment in volle gang, in Brazilië worden de nodige voorbereidingen al getroffen.

 In Itaquera, de oostzone van São Paulo, zijn bouwvakkers sinds augustus 2011 druk aan het werk om een nieuw stadion (Itaquerão) uit de grond te stampen. Vooralsnog is er veel verbeeldingsvermogen voor nodig om een voorstelling te kunnen maken van het gigantische stadion, want de plek waarop gebouwd wordt ziet eruit als één grote, diepe zandbak. Hier en daar steken palen uit de grond en overal zijn boorgeluiden te horen.

 Wél is er al een stukje van de belijning van het veld getekend. “Daar worden wel eens potjes voetbal op gespeeld als er belangrijke gasten langs komen. Voormalig president Lula en voetballers Ronaldo, Marcelinho en Vampeta hebben hier bijvoorbeeld al een balletje mogen trappen”, vertelt bouwvakker Luis, die aan het stadion werkt.

 Over twee jaar zal op deze plek de openingswedstrijd van het WK gespeeld gaan worden. Er moet dan plaats zijn voor zo’n 68.000 supporters. Het stadion zal ook de nieuwe thuishaven van de Braziliaanse Corinthians worden, de op één na grootste voetbalclub van het land. Voorheen speelden de Corinthians hun thuiswedstrijden altijd in het historische stadion Pacaembu. De club heeft een groot aantal supporters. Tussen de vierentwintig en negenentwintig miljoen Brazilianen hangen de club aan, dit is ongeveer veertien procent van de gehele bevolking. Het eigen stadion van de Corinthians werd met zijn 15.000 plekken dus echt te klein.

Luis is ervan overtuigd dat het stadion goed zal zijn voor de omgeving. “Alle supporters zullen hierheen komen. Ik denk zeker dat dit in de toekomst een betere plek wordt.” Maar of de bouw van dit stadion en het aankomende wereldkampioenschap voor iedereen goed uit zal pakken, moet nog blijken. Even verderop woont de achttienjarige Antonio. De zone Itaquera, waar de jongen leeft,  is een stuk armer dan het centrum van São Paulo. Er is bijna geen vergelijking mogelijk tussen de woonplek van Antonio en het centrum van de stad, met alle kantoren en wolkenkrabbers. Wie niet beter weet, zou denken dat Antonio in een totaal andere plaats woont. Naast de doorgaande weg loopt een smal kringelend zandpad Antonio’s kleine favela in. Rondom het nieuwe stadion liggen vijf van deze illegaal gebouwde krottenwijken en de vraag is of ze in de aanloop naar het WK kunnen blijven bestaan.

In die van Antonio zijn hier en daar planken over greppels gelegd, om de weg te kunnen vervolgen. De ‘huisjes’ aan de zijkant van het pad zijn gebouwd van planken en golfplaten. Tussen de kieren door zijn kleine kinderen te zien die televisie kijken. In de meeste favela’s is een groot deel van de woningen gebouwd van steen, maar deze bestaat alleen maar uit houten krotjes.

Antonio woont samen met zijn moeder en neefje. Het huisje is primitief ingericht. Er staan een versleten bank, een oude stoel en aan het plafond hangt een kooi met duiven, die een doordringende vogelgeur verspreidt. Ook is er een televisie. “Het allereerste wat ik ’s ochtends doe, is een potje voetbal kijken op tv”, vertelt Antonio. Hij is altijd met voetbal bezig. “Ik zou ontzettend graag profvoetballer willen worden en train daarom twee uur per dag met mijn sportgroep. Bijna al het geld van mijn moeder gaat op aan voetbalschoenen en kleding.” Antonio begon al op jonge leeftijd met spelen en denkt later iets voor zijn moeder terug te kunnen doen. Zijn moeder heeft geen spijt van alle uitgaven. “Het is een investering voor de toekomst en ik vind het heel belangrijk om mijn zoon een goede basis te geven.” Antonio gaat niet meer naar school. “Voor mij is het dus dubbel zo fijn om te trainen, want als ik train hoef ik niet thuis te zitten zonder iets te doen.”

Een voetballiefhebber als Antonio zou in de regel dolblij zijn met de bouw van het nieuwe stadion, maar de jongen reageert wat terughoudend. Misschien, omdat hij supporter is van de Palmeiras, de rivaal van de Corinthians. Maar ook, omdat de bouw van het stadion problemen voor de jongen oplevert. “Ik vind het leuk dat er een nieuw stadion wordt gebouwd, maar ik weet niet hoe het straks met ons verdergaat. Er bestaat een kans dat we ons huis moeten verlaten. We hebben geen idee wat er gebeurt als we gedwongen worden om te vertrekken. Mijn moeder is bang dat we alles zullen verliezen.”

Of het echt zover zal komen is vooralsnog onduidelijk. Er zijn al jarenlang gesprekken tussen de gemeente en favelabewoners gaande. Oorspronkelijk is de grond waarop de huizen staan namelijk bezet gebied, maar naarmate je er als favelabewoner langer op woont, bouw je rechten op. De huizen kunnen dus waarschijnlijk niet zomaar afgebroken worden. De Braziliaanse pers houdt zich erg bezig met het lot van mensen die in een favela wonen.

Inmiddels is Antonio toe aan een potje voetbal. Bovenop de heuvel is er een lokaal veldje waar hij graag speelt. Fran staat aan de zijkant toe te kijken. Hij leidt een lokaal project om kinderen uit zijn wijk van de straat te houden. Fran heeft zelf ook in de schoenen van Antonio gestaan. “Ik ben dol op voetbal. Ik hielp zelfs met het opbouwen van dit lokale veldje. In mijn tijd waren hier nog niet eens muren. Ik speelde vanaf mijn dertiende op deze plek. Een paar jaar later zag iemand mij een keer voetballen op straat. We raakten aan de praat en via hem kwam ik in aanraking met een kleine club, waarbij ik op professioneel niveau kon spelen. Op mijn zestiende verdiende ik mijn eerste salaris. Ik wist niet wat ik met het geld aan moest, want ik was bang om ontslagen te worden als ik het uit zou geven.”

Tegenwoordig zet Fran zich in voor de buurt. “Ik wil het leven van de mensen hier veranderen en de kinderen hier dezelfde kansen geven als ik heb gehad. Ik woon nog steeds in deze wijk.”Over het aankomende WK maakt Fran zich zorgen. “Ik denk dat het een zooitje wordt tijdens het WK. Er moet namelijk nog ontzettend veel gebeuren en veranderen. De stad kan het niet aan om zoveel mensen op te vangen.”

Fran denkt dat het stadion wel voor de deadline af komt, maar de buurt zal er volgens hem op dat moment nog niet klaar voor zijn. “Ik vrees erg voor deze omgeving. Als supporter van de Corinthians is het nieuwe stadion voor mij een droom die uitkomt, maar als leider van het project ben ik erg bang voor de mensen uit deze buurt.”

Vooralsnog kan iedereen gewoon blijven wonen waar hij woont en gaat de bouw van het stadion gestaag verder. Bouwvakker Luis ziet het zonnig in. “Het gaat wel goedkomen met alle toeristen. De stad wordt aangepast om iedereen te kunnen ontvangen. Ik ben een echte supporter van de Corinthians en ben trots om hier te mogen werken. Deze baan geeft mij eindelijk de mogelijkheid om aan de toekomst te denken.”

**Productie 3 & 4**  
  
**Live-verslag voor Wakker Nederland**Zoals eerder genoemd heb ik tijdens mijn verblijf in Brazilië twee keer live verslag gedaan voor Wakker Nederland. De fragmenten waren tijdens het programma ‘Nu al Wakker Nederland’ te beluisteren op radio 1. Het eerste fragment is uitgezonden op woensdag 2 november 2011 en ging over de Dag van de doden. De week erop was ik te horen over het aankomende WK voetbal (zie ook het verhaal dat ik hierover heb geschreven).

**5. Journalistieke verantwoording**  
Tijdens de voorbereiding van de reis naar Brazilië stuitte ik op veel mogelijke onderwerpen die ik terplekke verder uit kon werken. Vooral de snelle stijging van obesitas in Brazilië trok mijn aandacht. In eerste instantie had ik het land zelf nooit geassocieerd met obesitas (eerder met kleine bikini’s en afgetrainde lijven) en omdat er nauwelijks tot geen Nederlandse berichtgeving over bestond, vond ik het erg interessant om er meer over te weten te komen.   
  
Zoals eerder beschreven, viel een deel van mijn oorspronkelijke onderwerpen tijdens de reis weg. Veel dingen bleken uiteindelijk toch heel anders in elkaar te steken dan ik in van tevoren verwachtte en onderwerpen waarvan ik dacht dat ze een erg grote rol speelden, bleken in Brazilië zelf veel minder belangrijk te zijn. Het viel mij terplekke op dat er inderdaad wel erg veel Brazilianen rondliepen met overgewicht en naarmate de tijd vorderde, kreeg ik meer informatie die bevestigde dat obesitas in Brazilië aan een snelle opmars bezig is. Obesitas bleef dus bovenaan staan op mijn onderwerpenlijst.   
  
Ik sprak een Braziliaanse arts die kinderen met gewichtsproblemen behandelt. Het was erg moeilijk om iemand te vinden die zelf obees was en erover wilde vertellen. Aanvankelijk hadden de Braziliaanse buddy’s een afspraak voor me gemaakt met een werknemer van Casper Libero (School van de Journalistiek). Deze meneer was aan het herstellen van een maagoperatie en schaamde zich teveel voor zijn situatie om er met mij over te praten. Het wilde maar niet lukken om daarna iemand te vinden die wél over zijn of haar ervaringen wilde vertellen en ik stond uiteindelijk bijna op het punt om de handdoek in de ring te gooien. Gelukkig ontmoette ik in Rio de Janeiro Marcela, die bereid was om over haar gewichtsproblemen te vertellen. Ze was vroeger obees en onderging een aantal jaar geleden een maagverkleining. Thuis heb ik het artikel uitgewerkt en omdat het onderwerp mij intrigeerde, besloot ik het aan te houden voor mijn afstudeerscriptie.  
  
De ervaringen die ik terplekke heb opgedaan en het artikel dat ik over het onderwerp obesitas schreef waren voor mij de trigger voor meer informatie. Ik heb tijdens mijn onderzoek vooral een groot beroep gedaan op Engelse onderzoeken en berichten, omdat er in het Nederlands nog bijna geen informatie over obesitas in Brazilië te vinden is. Dit geeft ook gelijk het journalistieke belang aan van mijn onderzoek en het verhaal over obesitas.   
  
De meeste mensen associëren Brazilië namelijk, net als ik eerst deed, met afgetrainde lijven, supermodellen en weinig verhullende bikini’s. Zeker met het oog op de gigantische sportevenementen die de komende jaren in Brazilië georganiseerd worden, speelt het onderwerp goed in op de stijgende interesse naar Brazilië en zijn achtergronden. De kans is groot dat er de komende tijd steeds meer achtergrondinformatie over het Zuid-Amerikaanse land naar buiten komt en mijn Braziliaanse producties en het afstudeeronderzoek sluiten hier mooi op aan.

1. Power, M., & Schulkin, J. *The Evolution of Obesity* (2009) p.1 [↑](#footnote-ref-1)
2. Williams, G., &Frühbeck, G. *Obesity: sience to practice* (2009) p.3 [↑](#footnote-ref-2)
3. Vandamme, S. *Dikke lijven, schone kunsten* (2009) p. 36-37 [↑](#footnote-ref-3)
4. Ruppel Shell, E. *Het honger gen* (2004) p. 12-13 [↑](#footnote-ref-4)
5. *Jamie Oliver’s American Food Revolution*(2010). Uitgezonden op tv-zender ABC (USA). [↑](#footnote-ref-5)
6. Renner, E., (documentaire). *Way Beyond Weight* (2012) [↑](#footnote-ref-6)
7. Ethicon Endo-surgery (website). Definitie morbide obesitas (2005-2006) [↑](#footnote-ref-7)
8. Santos, L. M. P., e.a., (onderzoek). (2008) [↑](#footnote-ref-8)
9. Ghosh, P., (online artikel). *Obesity Rates Soaring in Brazil as Prosperity Flourishes* (2012) [↑](#footnote-ref-9)
10. Press-news.org (online artikel). *Beauty is power*: *Dr. Luciano’s Brazilian Beauty Secrets for Staying Young* (2013). [↑](#footnote-ref-10)
11. The Telegraph (online artikel). *Wider seats for obese train passengers* (2009) [↑](#footnote-ref-11)
12. The Daily Mail (online artikel). *Supersize seats for over-sized fans: Special ‘obesity section’ at Brazil World Cup…but you’ll pay twice the price of normal ticket.* (2013) [↑](#footnote-ref-12)
13. Brewis, A. A. *Obesity - Cultural and Biocultural Perspectives. (2011) p. XI & p. 84* [↑](#footnote-ref-13)
14. Schwartz, M., e.a., (onderzoek). (2006) [↑](#footnote-ref-14)
15. Conley, M. (online art.). *Nip/Tuck Nations: 7 Countries With Most Cosmetic Surgery* (2012). [↑](#footnote-ref-15)
16. Press-news.org (online artikel). *Beauty is power*: *Dr. Luciano’s Brazilian Beauty Secrets for Staying Young* (2013). [↑](#footnote-ref-16)
17. Lofrano-Prado, M., e.a., (onderzoek). (2009) [↑](#footnote-ref-17)
18. World Health Organisation (website). (2008) [↑](#footnote-ref-18)
19. Brazil Pharma News (overige websites). *Overview of Brazil’s Unified Health System (SUS) (2013).* [↑](#footnote-ref-19)
20. Parisgirl (website). Mens en Gezondheid (2009) [↑](#footnote-ref-20)
21. Bahia, L., e.a., (onderzoek). (2012) [↑](#footnote-ref-21)
22. Santos, L. M. P., e.a., (onderzoek). (2008) [↑](#footnote-ref-22)
23. Branco, S., & Williams, R. *Culture smart! Brazil* (2005) p. 65 [↑](#footnote-ref-23)
24. The Telegraph (online art.) *Brazilian women teachers refused jobs for being obese* (2011) [↑](#footnote-ref-24)
25. AFP (streaming video). *Brazil hit by obesity epidemic (2012)* [↑](#footnote-ref-25)
26. Roehling, M. V., e.a., (onderzoek). (2007) [↑](#footnote-ref-26)
27. Groeneveld, J. (overige websites). *Efficiency: een blijvend slechte werksfeer leidt tot niets goeds.* (2011)*.* [↑](#footnote-ref-27)
28. Metropolis (documentaire). *Overgewicht* (z.d.) [↑](#footnote-ref-28)
29. Branco, S., & Williams, R. *Culture Smart! Brazil* (2005) p. 64 & p. 124 [↑](#footnote-ref-29)
30. Schepkowski, S., (website). *The girl from Ipanema* (2005) [↑](#footnote-ref-30)
31. New York Times (online art.). *Burst of high-profile anorexia deaths unsettles Brazil* (2006) [↑](#footnote-ref-31)
32. Santos, L. M. P., e.a., (onderzoek). (2008) [↑](#footnote-ref-32)
33. Thesite (website). *Body image timeline* (2009) [↑](#footnote-ref-33)
34. Blonde\_Blythe (website). *Twiggy: Super Model of the 1960s.* (z.d.) [↑](#footnote-ref-34)
35. Thesite (website). *Body image timeline* (2009) [↑](#footnote-ref-35)
36. Grabe, S., e.a., (onderzoek). (2008) [↑](#footnote-ref-36)
37. Wijk, K.van. *De media-explosie* (2007) p. 83 [↑](#footnote-ref-37)
38. Wijk, K.van. *De media-explosie* (2007) p. 23 [↑](#footnote-ref-38)
39. Dove (website). *The Dove Campaign for Real Beauty*. (z.d.) [↑](#footnote-ref-39)
40. USMediaConsulting (website). *Report on Brazil’s 2012 Media Market*. (2012) [↑](#footnote-ref-40)
41. Mercopress (online art.) *Brazil has 190,7 million population & 14,6 million illiterates.* (2011) [↑](#footnote-ref-41)
42. Folha de São Paulo (online artikel) *Idosos de São Paulo perderam anos de vida saudável na última década.* (2013) [↑](#footnote-ref-42)
43. Almeida, B. (overige websites). *6 Basics about Brazil’s Media Market* (2011). [↑](#footnote-ref-43)
44. Contigo! Online (online art.) *Amandha Lee engorda 12 quilos para papel em novella.*(2011) [↑](#footnote-ref-44)
45. Forbes (online art.) *Popular Brazilian TV Host Tackles His, & Nation's, Weight Gain* (2011) [↑](#footnote-ref-45)
46. Lallanilla, M. (online artikel). *Obesity among Kids: A Media Problem?* (z.d.) [↑](#footnote-ref-46)
47. Santos, L. M. P., e.a, (onderzoek) (2008). \*Percentages over periode 2002-2003 [↑](#footnote-ref-47)
48. Pearce, J. & Witten, K. *Geographies of obesity* (2010), p. 21 [↑](#footnote-ref-48)
49. Santos, L. M. P. (online art.) *Obesity, poverty, and food insecurity in Brazilian males and females.*(2013) [↑](#footnote-ref-49)
50. ,, [↑](#footnote-ref-50)
51. Gomez, E. J. (online tijdschriftartikel). *Tackling Brazil’s Obesity Problem.* (2012).  
     [↑](#footnote-ref-51)
52. Metropolis (documentaire). *Overgewicht* (z.d.) [↑](#footnote-ref-52)
53. Landais, E. (onderzoek/scriptie) *Fruit and Vegetable consumption* (2012), p. 1 [↑](#footnote-ref-53)
54. UNC Carolina Population Center (website). *What is the Nutrition Transition* (z.d.) [↑](#footnote-ref-54)
55. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (onderzoek), *POF 2008-2009* (2010) [↑](#footnote-ref-55)
56. Mühlbeier, D., B., (online artikel). *Brazil: obesity challenging health officials* (2010) [↑](#footnote-ref-56)
57. Santos, L. M. P., e.a., (onderzoek). (2008) [↑](#footnote-ref-57)
58. Branco, S., & Williams, R. *Culture Smart! Brazil* (2005), p. 108 & p. 109 [↑](#footnote-ref-58)
59. Taylor, E., e.a. *Insight Guides Brazil* (2007), p. 94 [↑](#footnote-ref-59)
60. Taylor, E., e.a. *Insight Guides Brazil* (2007), p. 95 [↑](#footnote-ref-60)
61. Taylor, E., e.a. *Insight Guides Brazil* (2007), p. 96 [↑](#footnote-ref-61)
62. Pearce, J. & Witten, K. *Geographies of obesity* (2010), p. 28 [↑](#footnote-ref-62)
63. Popkin, B. M. (onderzoek). *Global nutrition dynamics: the world is shifting rapidly toward a diet linked with noncommunicable diseases* (2006). [↑](#footnote-ref-63)
64. Euromonitor International (website). *Weight Management in Brazil.* (2012) [↑](#footnote-ref-64)
65. Bank of America – Newsroom (online artikel). *Efforts to Tackle Global Obesity Shaping a New Investment Megatrend, Says New BofA Merrill Lynch Report*. (2012) [↑](#footnote-ref-65)
66. Palmer, B. (online artikel). *Why is There So Much Salt in Processed Foods?* (2013) [↑](#footnote-ref-66)
67. Kilpatrick, K. & Beghin, N. (onderzoek). *Fighting hunger in Brazil.* (2010). p. 3 [↑](#footnote-ref-67)
68. ABC News (streaming video). *Brazil fights spiraling obesity epidemic.* (2010) [↑](#footnote-ref-68)
69. The Telegraph. *Brazil restaurants offer half price meals for people with gastric bands. (2012)* [↑](#footnote-ref-69)
70. Pearce, J. & Witten, K. *Geographies of obesity* (2010), p. 217 [↑](#footnote-ref-70)
71. Glickhouse, R. (overig). *Supersized Brazil: Obesity a growing health threat.* (2012) [↑](#footnote-ref-71)
72. Ginneken, J. van. *Verborgen verleiders: hoe de media je sturen.* (2011),p.40 [↑](#footnote-ref-72)
73. Bergman, S. (documentaire). *Beperkt houdbaar* (2007) [↑](#footnote-ref-73)
74. Boyce, T. (onderzoek) *Obesity and the media (2007)* [↑](#footnote-ref-74)