



15^a
21^a
OUT
www.siac.ufrj.br

9^A SEMANA DE
INTEGRAÇÃO
ACADÊMICA
DA UFRJ

40ª JORNADA GIULIO MASSARANI DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
TECNOLÓGICA, ARTÍSTICA E CULTURAL
15º CONGRESSO DE EXTENSÃO DA UFRJ
10ª JORNADA DE PESQUISA E EXTENSÃO DO CAMPUS UFRJ - MACAÉ
5ª JORNADA DE FORMAÇÃO DOCENTE • PIBID/UFRJ
SEMANA NACIONAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA • SNCT/UFRJ 2018

Alimentação, comunicação e consumo: as subjetividades do saudável em narrativas midiáticas

Rafael de Oliveira Barbosa (Doutorado – UFRJ)
Daniela Menezes Neiva Barcellos (Doutorado – UFRJ)
Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho (Pós-doutorado – UFRJ)

INTRODUÇÃO: A alimentação é um fenômeno complexo no cotidiano da vida e o seu entrelaçamento entre a Comunicação, a Nutrição e as práticas de consumo realça a presença transversal da subjetividade nas questões sobre o aspecto do saudável. As questões construídas à luz das interfaces entre estas áreas do conhecimento lançam um convite para pensarmos o alargamento das fronteiras do biológico de modo a compreender os múltiplos sentidos e significados da alimentação, revestida da cultura e de ressignificações simbólicas (Contreras e Gracia, 2011), especialmente no ambiente midiático. Ao considerar a força pervasiva das narrativas midiáticas em diversas práticas culturais contemporâneas, entendemos que, enquanto prática culturalmente situada, a construção de escolhas alimentares saudáveis tem como alguns de seus elementos motivadores as mídias e seus produtos. Junto a elas, embora não apenas por elas, subjetividades e sensorialidades são continuamente (re)configuradas, (re)articuladas.

OBJETIVO: O objetivo deste trabalho foi analisar criticamente, narrativas múltiplas de revista, programas de rádio e TV, e seus ambientes virtuais, acerca da alimentação saudável na cultura contemporânea. Para isso, consideramos essencial deslocar o olhar do racionalismo para a exploração de sentidos e significados na prática alimentar, amplamente disseminados pelas mídias. **METODOLOGIA:** A estratégia metodológica, portanto, considerou a construção do seguinte panorama midiático: revista Vida Simples (Ed. Abril) e os programas Bem-estar & Movimento (rádio CBN) e Mais Você (TV Globo), ampliando para seus ambientes virtuais. Sustentado pela análise de conteúdo (Bardin, 2010), a pluralidade das narrativas dos veículos elencados nos permitiu vislumbrar os conflitos e caminhos que se constroem com base no olhar da cultura, do simbólico, dos contextos sociais e dos afetos. **RESULTADOS:** Nesse estudo, envolvendo práticas de comunicação e consumo em torno da alimentação, somos apresentados a uma rede de consumos de alimentação saudável. Na antropologia, alguns autores buscam pensar as razões de consumos tão diversos, sem encontrarem sentidos definitivos (Douglas; Isherwood, 2013). Com efeito, a



15ª
21
OUT

www.siac.ufrj.br

9ª SEMANA DE
INTEGRAÇÃO
ACADÊMICA
DA UFRJ

40ª JORNADA GIULIO MASSARANI DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
TECNOLÓGICA, ARTÍSTICA E CULTURAL
15º CONGRESSO DE EXTENSÃO DA UFRJ
10ª JORNADA DE PESQUISA E EXTENSÃO DO CAMPUS UFRJ - MACAÉ
5ª JORNADA DE FORMAÇÃO DOCENTE • PIBID/UFRJ
SEMANA NACIONAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA • SNCT/UFRJ 2018

compreensão das apropriações do comer dos indivíduos, dos saberes, estilos de vida e tendências circulantes nas narrativas midiáticas em torno dos alimentos na cidade, sob o discurso do saudável, nos possibilita problematizar os sentidos e significados que inspiram nossas escolhas alimentares e, sobretudo, nos permite ter a oportunidade de reflexão sobre qual liberdade temos e que constrangimentos a afetam.

REFERÊNCIAS

Bardin, L. (2010). **Análise de conteúdo**. (L. Reto, Trad.) Lisboa: Edições 70.

Contreras, J. & Gracia, M. (2011). **Alimentação, sociedade e cultura**. (M. Fonseca, & B. AtieGuidalli, Trans.) Rio de Janeiro: Editora Fiocruz.

Douglas, M., & Isherwood, B. (2013). **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. (P. Dentzien, Trad.) Rio de Janeiro: Editora UFRJ.