

FREIRE, Gesseldo de Brito. *Medicalização da comida e transformação de pessoas em mercadoria: reflexões a partir de revistas dirigidas ao público feminino*. 2012. 132 p. Dissertação (Mestrado em Alimentação, Nutrição e Saúde) – Instituto de Nutrição, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012. *Orientadores*: Shirley Donizete Prado e Marcelo Ernandez Macedo.

Resumo

Dedicamo-nos, num primeiro momento, a situar o campo científico a *Alimentação* e seu foco de investigação: a *comida*. Entendemo-la inserida no mundo do consumo nas sociedades modernas e em articulação com a publicidade, esta que é por nós considerada como forte partícipe do processo de construção de símbolos e de reprodução e transformações no modelo econômico-social-cultural marcado pela acumulação de capital. Nos dias atuais, a publicidade, suas práticas e seus saberes têm sido estudados, não somente como simples agentes de vendas, mas como mecanismos capazes de estabelecer influências e reconstrução de práticas de consumo. Processo em que o corpo tem função relevante na construção de sentidos, visto que a *comida* participa da construção do corpo não apenas pela sua materialidade, mas também nos aspectos culturais e simbólicos. Analisamos as capas das revistas *Sou Mais Eu!* e *VIVA! Mais*, publicadas em 2011. A partir desses veículos, propomo-nos a refletir a respeito de discursos sobre *comida* e suas relações com processos de medicalização e de transformação das pessoas em mercadoria na sociedade contemporânea. Discutimos, primeiramente, sua configuração como um gênero textual. Depois, com base na Análise de Discurso e nos estudos semióticos, recorreremos a autores como Foucault, Guimarães, Farina, Simmel e Elias para um mergulho nos enunciados em tela. Em seguida, com base em autores como Conrad, Foucault e Maingueneau, apresentamos nossas reflexões sobre o processo de medicalização que vemos presente nesses discursos. Por fim, argumentamos que a sociedade de consumo requer que sejamos também vendáveis. Consideramos, conforme Hall, Bauman, Giddens, Marx e Lukács, que esse arranjo que reúne *capas de revistas femininas, comida e medicalização* é também marcado por um processo de *reificação* que transforma pessoas em *mercadoria*.

