Mídia e estilo de vida: a busca do prazer e o cuidado de si na sociedade contemporânea[1]

Viviane Dutra da Silva[2]
Universidade de Tecnologia SENAC, Porto Alegre, RS

RESUMO

O objetivo deste trabalho será investigar como se articulam as questões mídia e estilo de vida. Para isso, optou-se por dividir o estudo de acordo com a forma do tempo: irreversível e controlável, considerando que o tipo de escolha sugerida aos indivíduos pela mídia é representada, em geral, por duas correntes dominantes. A primeira, relativa à forma do tempo irreversível, tem como foco a obtenção imediata do prazer, a dimensão das oportunidades únicas e dos momentos extraordinários. Cenário, no qual não há espaço para a preocupação com os riscos e com as conseqüências que irão advir no futuro em razão de determinado comportamento, assim como também não há lugar para o sacrifício e para as práticas de ascese. Já a segunda corrente, relacionada à forma do tempo calculável, traduz a atitude do homem moderado, prudente, controlado, daquele que faz sacrifícios, calcula os riscos e age no sentido de evitar a dor e o sofrimento no futuro, afastando, assim, a proximidade da morte. Portanto, essa investigação será conduzida com intuito de compreender os estilos de vida sugeridos pela mídia, as implicações para o sujeito ao optar por um dado comportamento, a responsabilidade do indivíduo pelo cuidado de si e a dimensão temporal do agir humano, na busca pela obtenção do prazer e pelo afastamento do sofrimento.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia. Estilo de Vida. Prazer. Sedução. Consumo. Cuidado de Si. Subjetividade.

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestre em Comunicação e Cultura (Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ); Jornalista e Relações Públicas (Universidade Católica de Pelotas – UCPel) e Bacharel em Direito (Universidade Federal de Pelotas – UFPel).

A BUSCA DO PRAZER NO CONSUMO E A CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE CONTEMPORÂNEA

Segundo Bauman (1998), a sedução do mercado se dá pelo lançamento indiscriminado de impulsos sedutores direcionados para todos os públicos. Alguns sujeitos recebem tais estímulos conforme o desejado e se entregam ao encantamento do consumo, já os que não conseguem corresponder às expectativas sentem-se à margem e apenas contemplam o espetáculo alheio.

> O consumo abundante, é-lhes dito e mostrado, é a marca do sucesso e a estrada que conduz diretamente ao aplauso público e à fama. Eles também apreendem que possuir e consumir determinados objetos, e adotar certos estilos de vida, é a condição necessária para a felicidade, talvez até para a dignidade humana. (Bauman, 1998, p. 55).

O consumo como caminho para a felicidade também é discutido pelo psicanalista Jurandir Freire Costa (2004). Para ele, na atual sociedade hedonista, a maioria dos indivíduos urbanos escolheu o bem-estar e os prazeres físicos como bússola moral da vida. Sendo assim, os indivíduos consomem, pois associam consumo à felicidade. Esta atitude acaba se tornando o complemento cultural necessário ao consumismo. Neste cenário, emerge a ideologia do bem-estar como uma forma do sujeito não sentir as inquietações morais que lhe afligem.

> Na ideologia do bem-estar, o que conta é a virtude, é o sucesso. (...). O sucesso só é sucesso se é notícia, e a notícia só é notícia se é um artigo, um produto vendável. O sucesso tornou-se um meio de construção da identidade pessoal. A diluição do sujeito na moral do consumo e do mercado faz do sucesso uma das poucas condições de posse da admiração do outro. A angústia do anonimato causa inveja do sucesso e avidez pela publicidade porque o sucesso é praticamente o único modelo de individualização deixado aos indivíduos. Modelo que reafirma a importância da posse dos objetos de consumo como espelho identificatório. Eu sou aquilo que possuo, e quanto mais possuo, em qualidade e quantidade, mais sou bem-sucedido. (Costa, 1994, p. 47).

Ana Enne (2006) pensa na mesma direção, afirmando que o consumo além de ser uma estratégia de emulação social, é um meio de construção de referências públicas acerca do lugar social que se almeja ocupar, do estilo de vida que se pretende partilhar, e, sobretudo, da construção de si que se quer projetar. Para a autora a associação entre consumo e estilo de vida é uma forte marca da lógica do capitalismo, principalmente na sua versão pós-decada de 1950. O consumo neste cenário seria:

> estimulado pelos conceitos de velocidade, transformação e obsolescência, ambiguamente construídos em concomitância com uma

> convocação permanente a uma vida no presente, eternamente jovem e permeada por um hedonismo tipicamente contemporâneo, em que o desejo armadilhoso estimula o consumo, mas, sempre, insatisfeito, é fonte inesgotável de ilusão, frustração e eterno recomeço. (Enne, 2006, p.22-23).

Baudrillard (1995) diz que o consumo é apresentado ao sujeito como um mitológico conto: onde um homem dotado de necessidade é impelido a consumir objetos, os quais são as fontes da sua satisfação, mas nunca se sente satisfeito e, assim, a história recomeça novamente.

Bauman (1998) também pensa a lógica do consumo como uma renovação da insatisfação. Segundo ele, a relação entre necessidade e satisfação é alterada. A promessa e a expectativa de satisfação tornam-se mais importantes do que a necessidade. “Para os bons consumidores, não é a satisfação das necessidades que atormenta a pessoa, mas os tormentos dos desejos ainda não percebidos nem suspeitados que fazem a promessa ser tão tentadora.” (Bauman, 1998, p. 90).

O autor concebe os consumidores como acumuladores de sensações, os quais nunca devem descansar, pois precisam ser mantidos em permanente alerta, expostos às novas tentações e à excitação constante para se encontrarem sempre num estado de permanente insatisfação.

Paulo Vaz (2006) faz a ressalva que embora o consumo tenha como proposta o bem-estar, é necessário que o sujeito aprenda a ser sábio no consumo, pois o excesso leva ao endividamento e estamos o tempo inteiro ameaçados de sermos expulsos do mundo mágico e ilusório proporcionado pelo consumo.

A FORMA DO TEMPO IRREVERSÍVEL: O GOZO DAS OPORTUNIDADES ÚNICAS

Embora a insatisfação seja o motor do consumismo, é na satisfação imediata do desejo que as campanhas de marketing e publicidades se ancoram para estimular o consumo.

> O consumo hoje enfatiza as dimensões temporais do efêmero, do irreversível e das oportunidades únicas: não haverá outra ocasião para aproveitar uma chance de experimentar um prazer singular, portanto cabe aos indivíduos gozarem agora e deixarem para depois a preocupação com as conseqüências. (Vaz, 2006, p. 41).

Esta forma do tempo é muito usada pelas mensagens publicitárias que utilizam a arma da sedução para despertar o desejo e induzir o consumo. É muito comum encontrar essa fórmula nas publicidades de cartão de crédito e de produtos *fast-food*, o apelo ao desejo e aos instintos é muito forte para evitar a defesa racional, pois, em ambos os casos, existe um contraponto nas mensagens de cunho jornalístico, um alerta sobre os riscos que o descontrole pode levar.

Neste cenário de satisfação imediata do desejo e não preocupação com os riscos a máxima é sempre: sinta prazer agora; viva cada segundo com intensidade; o futuro não importa. O alerta reside em não deixar de aproveitar a vida enquanto é possível, pois os momentos são efêmeros e irreptíveis.

A RESPONSABILIDADE DO INDIVÍDUO PELO CUIDADO DE SI

A ideia de que o indivíduo tem poder sobre seu futuro se souber cuidar de si e mudar de vida está ligada ao conceito de fator de risco. A dimensão moral do fator de risco tem uma ligação com o nexo religioso entre sofrimento e castigo, no qual para toda a falta moral há uma punição.

De acordo com Vaz, Pombo, Pecly & Fantinato (2006), na sociedade de hoje, o saber médico indica que levar uma vida descuidada é contrair uma dívida que poderá ser cobrada na forma de adoecimento ou morte prematura. Ao passo que adotar um estilo de vida saudável tem o caráter de crédito, ou seja, uma possibilidade de viver por mais tempo uma vida prazerosa.

Dessa forma, o conceito de fator de risco é uma forma de dar sentido ao sofrimento, ao explicar por que algumas pessoas sofrem e outras não, além de abrir para o sujeito o poder de determinar o seu futuro, bastando ao indivíduo saber cuidar de si de forma adequada e realizar as mudanças necessárias para ter uma vida mais saudável.

Para Vaz, Pombo, Pecly & Fantinato (2006), o conceito de risco se aplica a situações nas quais o indivíduo está diante de uma oportunidade de ter prazer, mas é levado a considerar o que pensará no futuro de sua escolha presente, se por acaso a sua ação tiver uma conseqüência negativa.

> Trata-se de uma mudança na direção temporal do arrependimento: quer-se que a pessoa se arrependa, não depois, mas antes de tomar uma decisão, pela mera possibilidade de vir a sofrer. Desse modo, o indivíduo fica em dúvida acerca da efetividade e do valor do controle do corpo. O sacrifício é tão mais atraente quanto mais potente for aquele que nos concede o crédito; não há razão para duvidar que o bom comportamento nos abre as portas do paraíso se Deus é onipotente. A vacância do divino, que tem hoje a forma de um nexo probabilístico entre ação e sofrimento, nos deixa incertos sobre a recompensa a que teremos direito se nos sacrificarmos: poderemos mesmo assim contrair a doença e, pior, vamos morrer de qualquer jeito e talvez nos arrependamos no futuro, não de ter adoecido por não termos nos controlado, mas de não ter aproveitado a vida por nos contermos em excesso. (2006, p. 30).

Os autores apontam algumas das dificuldades vivenciadas pelos sujeitos ao adotar as recomendações médicas que aparecem na mídia. Em razão de o nexo ser probabilístico, o indivíduo sabe que a doença evitada cotidianamente pode nunca advir – talvez não seja preciso cuidar de si – ou a morte pode chegar antes do planejado em algum acontecimento inesperado – talvez não adiante cuidar de si.

Pode ser que o sujeito também perceba que é impossível saber qual será o seu sistema de crenças no futuro, então ele poderá avaliar este presente de decisão de forma diferente e, assim, se arrepender por não ter agido quando teve oportunidade. Ou ainda, esse indivíduo pode ser um consumidor ávido de notícias sobre saúde e perceber contradições nas pesquisas; duvidará, assim, mesmo que momentaneamente, da cientificidade das informações acerca dos riscos que recebe cotidianamente.

E, para agravar a dificuldade de aderir às incitações de mudar de estilo de vida, à diferença da intervenção médica a partir da manifestação do sintoma, o indivíduo é impelido a se controlar não quando está sofrendo, mas quando está diante de uma oportunidade de prazer: “Propõe-se ao indivíduo que ele sofra (se abstenha de prazeres e se exercite) quando não está sofrendo e pela mera probabilidade de vir a sofrer no futuro.” (Vaz, Pombo, Pecly & Fantinato, 2006, p. 31).

Fernanda Bruno (2006), também, reflete sobre o peso que as virtualidades da doença exercem sobre o indivíduo. Para a autora o que demanda cuidados é o que o corpo pode vir a ser, pois torna a constituição de si dependente de ações e escolhas.

> A questão que nos aflige hoje é, portanto, o que podemos vir a ser, e não mais o que condicionou a nossa forma atual. Cabe-nos agora gerir os efeitos do que fazemos no presente. È isso que requer cuidado, atenção, controle. Trata-se, sim, de programar e calcular indefinidamente o que podemos vir a ser – gestão permanente dos possíveis. (Bruno, 2006, p.71).

Vaz, Pombo, Pecly & Fantinato (2006) questionam: diante de tanta incerteza sobre o valor do sacrifício e colocado numa situação existencial desfavorável à essa imposição voluntária da dor, por que o indivíduo, ainda assim, orienta suas práticas cotidianas de acordo com as recomendações médicas?

Os autores acreditam que, para muitos, é melhor pensar que se pode fazer alguma coisa do que estar desorientado; os indivíduos que mais aderem às recomendações médicas são os da meia-idade, pois a proximidade da morte aguça a necessidade de crer. E também porque os estilos de vida saudáveis são apresentados como pouco custosos, moderados. Um exemplo da moderação no sacrifício é a valorização do prazer sexual: o controle do corpo não pode incidir sobre esses prazeres tão intensos.

Vaz, Pombo, Pecly & Fantinato (2006) concluem que o sacrifício implicado em ser um "paciente antes do tempo" – alterar o estilo de vida e se cuidar apesar de não estar sofrendo no presente – só é aceitável se não for em excesso: "se a recompensa for prolongamento da vida e da juventude, e renovação do prazer e do consumo. Toda pessoa, se moderada, tem direito a muitos prazeres por muito tempo."(2006, p. 33).

O segredo está em encontrar o caminho do meio, em aprender conduzir a vida de uma forma que as doses de prazer e de sacrifício sejam equilibradas. Por esta razão, a moderação se apresenta como a forma ideal de agir, a questão passa a ser como atingir a desejada e complexa moderação.

A FORMA DO TEMPO CALCULÁVEL: A LUTA DO SUJEITO PARA EVITAR O SOFRIMENTO E OBTER PRAZER

A forma do tempo calculável pode ser concebida a partir de dois contextos distintos. No primeiro, o indivíduo calcula o tempo e controla-se no presente para evitar o sofrimento no futuro. Já no segundo, o objetivo da ascese é obter prazer, age-se no presente para conquistar um futuro prazeroso.

O primeiro modelo pode ser exemplificado pelas inúmeras reportagens sobre saúde e medicina publicadas comumente na mídia. Onde o sujeito deve restringir alguns prazeres no presente; mudar comportamentos como: aderir a uma dieta saudável e a prática regular de exercícios físicos para garantir um futuro sem afecções, uma vida mais longa e maior disposição para enfrentar a jornada diária. Dessa forma, o indivíduo se torna um paciente antes do tempo, pode ser que ele

jamais venha a ter as doenças às quais se sacrificou para evitar, mas prefere não correr o risco de sofrer mais adiante.

Neste contexto, a mídia exerce um grande papel, a medicalização da vida cotidiana, pois as reportagens não têm tom de sugestão, mas de recomendação médica. Uma espécie de receita para viver mais e melhor. E como, geralmente, as informações publicadas são endossadas pela posição de médicos brasileiros e estrangeiros, resultados de pesquisas científicas e novas descobertas da medicina discutidas em congressos, as reportagens tentam se autoproclamar como "verdade" para a opinião pública. As matérias se tornam referências, guias de como viver mais e melhor, conquistar o equilíbrio físico e mental.

As notícias indicam, claramente, que o sujeito é o responsável por cuidar de si e a felicidade está ao seu alcance, bastando que ele saiba se preservar, seguindo as recomendações sugeridas nas matérias que, comumente, apresentam como forma ideal de viver um estilo de vida saudável e ativo.

Como o cuidado de si, hoje, é responsabilidade do próprio indivíduo, quem não consegue se cuidar é apontado como diferente. O baixo autocontrole é censurado, na sociedade de consumo e da aparência na qual vivemos. Quem não sabe cuidar de si é visto de forma negativa. Um exemplo desta realidade é a forma como são tratados os obesos e os alcoolistas.

Mesmo considerando as questões morais e afetivas implicadas no acometimento de tais doenças, o alcoolista e o obeso são vistos como incapazes de cuidar de si. A incapacidade advém, muitas vezes, da perda do controle na relação com o que gera prazer e o gozo em excesso pode levar a comportamentos compulsivos. A compulsão, segundo Cabral e Nick (2002), significa automatismos sobre os quais o sujeito exerce escasso controle. A pessoa tem consciência do que está fazendo, reconhece como um ato irracional, absurdo ou perigoso, mas não consegue parar ou livrar-se do impulso para executá-lo.

A compulsão e seu antídoto, o autocontrole, são questões intimamente ligadas à vontade. De acordo com as autoras Mariana Valverde (1997) e Jane Odgen (1995) a vontade é uma questão central no tratamento de pacientes que sofrem de compulsão. Nesses casos a franqueza da vontade é substituída pelo desejo de recuperação, a qual é obtida por intermédio do autocontrole.

O autodomínio aparece, também, na outra forma do tempo calculável – voltada para a obtenção do prazer no futuro e não apenas focada na fuga do sofrimento – mas, neste caso, o custo da ascese costuma ser maior. Pois, para garantir um futuro cheio de prazeres sensuais, não basta controlar os instintos e domar a vontade, a conquista do objetivo costuma exigir grandes sacrifícios, sessões infindáveis de ginásticas, dietas rigorosas e cirurgias plásticas.

Nesse cenário, todas as práticas são válidas para conquistar uma melhor aparência e uma beleza admirável. Contexto no qual o descontrole também aparece, mas na forma do excesso e da obsessão. O desejo de ser mais belo é tanto que o sujeito perde, muitas vezes, a noção do que é realmente saudável e a partir daí surgem doenças típicas da sociedade contemporânea, como a anorexia, bulimia e vigorexia.[3]

De acordo com Paula Sibilia (2005), na sociedade atual, é cada vez mais comum a prática de novas formas de ascetismo relacionadas com as atitudes hedonistas do consumo e do império das sensações, como dietas, ginástica, cirurgias, onde são exigidas uma série de esforços, dores e privações, além de tempo e dinheiro.

> A nova moralização das práticas corporais tem metas bem mais prosaicas: vencer no mercado das aparências, ter sucesso ou eficiência; enfim, todos valores mercadológicos. O termo *fitness* delata, assim, sua origem etimológica, como uma palavra de ordem que incita a se *adequar* ao modelo hegemônico. Embora pareçam tão modestas e até pífias, essas metas não devem conduzir a engano, pois os novos imperativos são levados muito a sério por seus devotos praticantes. Entende-se que em seu nome — e somente em seu nome — qualquer sacrifício seja legítimo. Não é raro que tais práticas levem seus adeptos até à morte, como informam as notícias já cotidianas sobre complicações em cirurgias plásticas ou falecimentos por ingerir anabolizantes de uso veterinário, por exemplo, além do incremento de doenças fatais como a anorexia e a bulimia. Cada época inventa seus próprios masoquismos e a nossa não podia fazer diferente. (Sibilia, 2005, p. 2).

O discurso da saúde e do bem-estar passa pela beleza, pelo reconhecimento social. Dessa forma, quem não se adequa a este perfil se sente insatisfeito, fora do padrão e corre para as lojas a procura dos produtos e serviços que os ajudarão a encontrar a forma ideal. Todo esse mecanismo, aparentemente voltado para o bem-estar e a saúde, é maculado pelo império do consumo. “A cultura midiática se tornou o ponto

[3] Nova doença contemporânea configurada pelo vício no exercício físico. Infindáveis e sacrificantes práticas desportivas, realizadas de forma obsessiva que desgastam e esgotam o organismo.

de confluência entre as práticas de saúde, estética e consumo." (Lucas e Hoff, 2005, p. 3).

As mercadorias servem como uma forma de estabelecer vínculos e distinções sociais, o que resultaria na demarcação de grupos e estilos de vida. Para ser reconhecido socialmente, o consumidor acredita na promessa maníaca do consumo como forma de participação social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como fio condutor a investigação a respeito das sugestões de estilos de vida pela mídia. A partir da idéia de que dois estímulos contrastantes – apelo ao desejo e sugestão de controle – influenciam a construção da subjetividade contemporânea por estarem associados a formas do tempo diferentes. O estudo foi conduzido no intuito de demonstrar o funcionamento de cada um desses estímulos, suas implicações e representações.

Para sistematizar a análise proposta, o trabalho foi dividido de acordo com a respectiva forma do tempo: irreversível e controlável. A forma do tempo irreversível é caracterizada pelo gozo das oportunidades únicas, pela vivência de momentos extraordinários, pela ausência de preocupação com o futuro e pelo receio de não ter aproveitado a vida enquanto era possível. Já a forma do tempo calculável, como o próprio termo indica, implica num controle do agir humano, é representada pela gestão de si do indivíduo. Neste cenário, o objetivo do sujeito é evitar os sofrimentos futuros e afastar a proximidade da morte. O que acarreta uma mudança de seu estilo de vida no presente.

A forma do tempo irreversível conta com um grande aliado, o consumo. A busca do prazer via consumo é representativa deste universo. O sujeito narcisista e hedonista contemporâneo vê no consumo de bens e serviços uma oportunidade de satisfação dos desejos, pois o consumo é posto como o caminho para felicidade.

Dessa forma, constata-se que a mídia, em geral, sugere dois estilos de vida distintos e contrastantes, que traduzem formas diferentes de lidar com o presente e o futuro. Estímulos de satisfação imediata do desejo, de moderação e de controle no cuidado de si que costumam chegar ao indivíduo, simultaneamente, influenciando a produção de sua subjetividade. A questão passa a ser: como o homem contemporâneo

vai lidar com seus desejos e respectivas contenções? Já que dizem respeito a foros tão íntimos e influenciam a gestão da vida.

Num cenário no qual o exterior é imperativo, o reconhecimento social e a identificação se processam pela aparência, qual o valor da alma? Será que a crise da interiorização, efetivamente, instalou-se na contemporaneidade como afirma Paula Sibilia (2006)? São perguntas sem respostas, questionamentos que não podem desfalecer, pois, embora o corpo traduza um pouco o que o sujeito é, existem dores internas que não cessam, nem podem ser abafadas, ao persistirem, ajudam a aflorar o adoecimo.

Tratou-se neste trabalho, sobre como encontrar o prazer e fugir da dor. Portanto, neste percurso não há como se esquivar das inquietudes que residem no interior. Ao serem exteriorizadas, muitas vezes, ganham maquiagem e novas roupagens, mas não passam de proteção, em alguns momentos. A gestão de si vai muito além dos cuidados com a aparência, é a admistração dos possíveis, de quem somos e de quem podemos nos tornar, aonde o estilo de vida escolhido indica um caminho de como gerenciar a vida.

Portanto, talvez a direção que conduza o indivíduo para uma vida prazerosa e com um quinhão administrável de sofrimento seja a do equilíbrio. Objetivo que pode ser alcançado com a prudência na gestão dos comportamentos cotidianos - para que não conduzam a situações dolorosas no futuro - e moderação nos sacrifícios realizados para atingir as metas traçadas, de modo que as práticas ascéticas não sejam rígidas demais e acabem impedindo o sujeito de aproveitar a vida.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

_____. **Globalização**. As conseqüências Humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

_____. **Amor Líquido**. Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BELL, Daniel. **The cultural contradictions of capitalism**. New York: Basic Books,1996.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser**: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação . *IN* ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. 2004, São Bernardo do Campo: **Anais**...São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

_____. **O biopoder nos meios de comunicação**: o anúncio de corpos virtuais. Comunicação Mídia e Consumo, São Paulo, v. 3, n. 6, p. 63-79, 2006.

CABRAL, Álvaro e NICK, Eva. **Dicionário Técnico de Psicologia**. São Paulo: Editora Cultrix, 2002.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCLINI, Néstor de Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

COSTA, Jurandir Freire. **A ética e o espelho da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

_____. **O vestígio e a aura**. Corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

ENNE, A. L. S. **À perplexidade, a complexidade**: caminhos para pensar a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas. Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo), v. 3, p. 11-29, 2006.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar da civilização**. Trad. José Octávio de Aguiar Abreu. Rio de Janeiro: Imago Ed., 1997.

GIDDENS, Antony. **As Conseqüências da Modernidade**. São Paulo: Editora UNESP,1991.

_____, Antony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Era do Vazio**. Ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri/São Paulo: Manole, 2005.

LUCAS, Luciane e HOFF, Tânia. **Da ortopedia ao controle do corpo: o discurso da saúde na publicidade**. Paper apresentado no VIII COMSAÚDE 2005, Mídia, Saúde e Trabalho, São Leopoldo, 5 a 7 de out.

ODGEN, Jane. **The psychology of eating: from healthy to disordered behavior**. United Kingdom: Backwell Publising, 2003.

_____, Jane. **Psychosocial theory and the creation of the risk self**. *In*: Social Science Medicine, v.40, n.3, p.409-415, 1995.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Mídia e o lugar da História**. *In*: HERSCHMANN, Micael e PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (orgs). Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contexto de alta visibilidade. RJ, E-Papers, 2003, pg.109.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público**. As tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SIBILIA, Paula. O bisturi de software (Ou como fazer um "corpo belo" virtualizando a carne impura?). *In* ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. 2005, Niterói. **Anais**... Niterói: UFF, 2005.

_____. **A desmaterialização do corpo**: da alma (analógica) à informação (digital). Comunicação Mídia e Consumo, São Paulo, v. 3, n. 6, p. 105-119, 2006.

SFEZ, Lucien. **A saúde perfeita: crítica de uma nova utopia**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

SOARES, Breno Teixeira Lima**. Identidades encarnadas, midiolatria da beleza e publicações adolescentes.** Dissertação de mestrado em Comunicação e Cultura. Rio de Janeiro. PPGCOM/UFRJ, 2005.

STENGEL, Márcia. **As emoções e os processos de subjetivação**. *In*: Interseções-Revista de Estudos Interdisciplinares. Rio de Janeiro: UERJ, ano 4, n.2, jul/dez.2002.

VALVERDE, Mariana. **Slavery from within**: the invention of alcoholism and the question of free will. *In*: *Social History*, v.22, n.3, October 1997.

VAZ, **O Corpo-Propriedade**. *In: Mídia e Cultura*. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Diadorim, Compós, 1997.

_____. Paulo. **Corpo e risco**. *In*: Fórum Media: Viseu, v.1.n.1, p.101-111,1999.

_____. **Pobreza e risco**: a imagem da favela no noticiário do crime. *In* ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. 2005, Niterói. **Anais**... Niterói: UFF, 2005.

_____, Mariana Cavalcanti e Carolina Sá-Carvalho. **Vítima Virtual e Medo do Crime**. *Trajectos - Revista de Comunicação, Cultura e Educação* 7: 95-106, 2005.

_____. **Risco e sofrimento evitável**: a imagem da polícia no noticiário do crime. E-compós - Revista da Associação Nacional dos PPG em Comunicação 4: 1-22, 2005.

_____, POMBO, Mariana; PECLY, Guilherme; FANTINATO, Maria. **O poder do indivíduo diante do sofrimento**: representações das doenças cardiovasculares na mídia. *In*: João Freire Filho; Paulo Vaz. (Org.). Construções do tempo e do outro: representações e discursos midiáticos sobre a alteridade. Rio de Janeiro: Mauad X, p. 13-35, 2006.

_____. **Consumo e risco**: mídia e experiência do corpo na atualidade. Comunicação Mídia e Consumo, São Paulo, v.3, n.6, p. 37-62, 2006.

____. POMBO, Mariana; PECLY, Guilherme; FANTINATO, Maria. **O fator de risco na mídia.** Interface.Comunicação, Saúde e Educação, v. 11, p. 587-595, 2007.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza**. O corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Tradução Léo Schalfman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.