

Culto do Corpo & Cultura da Televisão

Um estudo sobre a influência da televisão e a valorização do corpo pelos jovens

Janete Gonçalves da Silva Melo

Índice

1	Introdução	1
2	Descrição da pesquisa	2
3	Metodologia	4
4	Análise Dos resultados	6
5	Conclusão	6
6	Referências bibliográficas	8

Resumo: Neste trabalho intitulado “Culto do Corpo & Cultura da Televisão”, analisamos três programas de auditório da televisão, “Caldeirão do Huck” (exibido pela Rede Globo), “Superpositivo” e “Descontrole” (Rede Bandeirantes), examinando as influências da mídia eletrônica sobre a audiência composta pelos jovens. Apoiando-nos nas bases interpretativas da Sociologia, Antropologia e Ciências da Comunicação, através dos textos de autores como Muniz Sodré, Arlindo Machado, Maffesoli, Baudrillard, discutimos o problema do culto do corpo considerando os seus aspectos positivos e negativos. Por um lado, percebemos que os programas de auditório reforçam o narcisismo contemporâneo, gerando um modelo de comportamento mais individualista; por outro lado, possuem uma dimensão afirmativa, estimulando as atividades esportivas,

o equilíbrio de uma vida saudável e a coesão entre os jovens.

1 Introdução

Nos últimos anos, o “culto ao corpo” se tornou uma preocupação geral que atinge as mais diferentes classes sociais, faixas etárias e setores da sociedade em geral. Revistas e jornais dedicam cada vez mais espaço para as novidades no setor de cosmético, alimentação e cirurgia plástica. Na televisão, modelos perfeitos surgem durante toda programação e nos intervalos comerciais, “vendendo” fórmulas de sucesso.

O que se observa são jovens, adultos, homens e mulheres cujos corpos seguem um mesmo padrão: corpos esguios, músculos à mostra e abdômens moldados nas clínicas de cirurgias plásticas e academias de ginásticas espalhadas por todo o país.

Diante dessa realidade, propomos neste trabalho uma discussão acerca do culto do corpo junto ao público jovem, procurando identificar tanto os aspectos positivos quanto os aspectos negativos que caracterizam tal fenômeno na atualidade. Buscamos destacar os fatores que contribuíram para a valorização do corpo nas últimas décadas e de que

forma a televisão irradia a imaginação dos adolescentes na busca pelo corpo perfeito.

Neste sentido, elegemos como corpus de análise as imagens projetadas nos programas “Caldeirão do Huck”, da Rede Globo e “Superpositivo”, da Rede Bandeirantes, pressupomos que estes difundem um padrão estético em que há uma valorização excessiva do corpo. Incluímos nesse contexto o programa “Descontrole” (Rede Bandeirantes), que embora se enquadre em um formato “diferente”, se constituiu numa terceira margem de apreciação dos programas de televisão.

Observamos a maneira como os corpos se mostram na televisão e buscando ampliar a significação da palavra “corpo”, adotamos a noção de “corporeidade” para tratar da sua dimensão individual e coletiva; ou seja, colocamos em discussão o “corpo individual” e o “corpo social”. Procuramos perceber como a exibição dos corpos na tevê, repercutem junto aos adolescentes, e particularmente, nos dedicamos a examinar como esses programas levam os jovens a formarem uma imagem sobre si próprios e como a superexposição de corpos musculosos, “sarados”, na programação, interferem no seu comportamento.

Este estudo mostrou-se relevante na medida em que a televisão está no centro das discussões, ditando padrões de comportamento, modismos e definindo estilos de vida através dos diversos programas, em seus diferentes formatos; entretanto, privilegiamos em nossa análise, os programas de auditório por vários motivos. Primeiramente, por se tratar de um “gênero televisivo” cuja exibição coloca os corpos dos adolescentes em cena criando elos de identificação com setores jovens da recepção televisiva. Em segundo lugar, porque consiste num estilo de

programação cujos formatos e conteúdos irradiam as experiências lúdicas, esportivas, de lazer e entretenimento que capturam o interesse das novas gerações. Em terceiro lugar, porque na história da televisão no Brasil os programas de auditório, em sua diversidade, caracterizaram um estilo de representação específico que nos permitiram identificar aspectos importantes da sociedade brasileira; isto é, revelaram as formas do sublime e do grotesco, do trágico e do cômico, do factual e do espetacular. E, finalmente, escolhemos os programas de auditório porque consistem numa modalidade de programação audiovisual que nos remete às avaliações positivas e negativas do culto do corpo, na cultura da televisão.

2 Descrição da pesquisa

Para a realização deste projeto fizemos em princípio um levantamento bibliográfico, isto é, garimpamos documentos, artigos de revistas especializadas, jornais, livros, sites da Internet visando uma compreensão mais próxima da problemática proposta, “Culto do Corpo & Cultura da televisão: um estudo sobre a influência da televisão na valorização do corpo” para a partir daí, atingir os objetivos propostos.

Em nosso trabalho procuramos nos manter fiel a um eixo temático específico, ou seja, “o jovem e a representação do corpo na televisão”; o tema nos conduziu às questões discutidas no campo interdisciplinar que reúne os domínios da comunicação, cultura e sociedade. Assim, ao mesmo tempo em que fizemos uma revisão bibliográfica sobre o tema, nos dedicamos às investigações de textos concernentes às interfaces entre comunicação, sociedade e estudos culturais, ou seja,

recorremos às *bases interpretativas* propostas por diferentes autores que, embora partindo de orientações metodológicas distintas contribuíram efetivamente para a nossa argumentação. Dentre outros, revisitamos os estudos de Martín Barbero, Jean Baudrillard, Muniz Sodré, Arlindo Machado e Renato Ortiz.

Estrategicamente selecionamos um conjunto de séries de imagens dos programas de televisão, particularmente a dos programas de auditório. Registramos em videocassete alguns trechos do “Caldeirão do Huck”, da Rede Globo, “Superpositivo” e “Descontrole”, da Rede Bandeirantes, à guisa de interpretação. Como critérios de avaliação das falas e discursos veiculados nesses programas televisivos, nos apoiamos nas sugestões dos autores preocupados com os assuntos referentes à comunicação, comportamento, indivíduo e sociedade.

As manifestações de vaidade, amor próprio, narcisismo, investimento afetivo explícitas nos programas de auditório da televisão brasileira, surgiram em nossa pesquisa indicando os modos de individualismo e de sociabilidade em nosso contexto cultural. As imagens selecionadas e registradas em vídeo nos estimularam a verificar as formas como os indivíduos se vêem e como são vistos, na televisão.

Empiricamente, recorremos às entrevistas com os adolescentes das escolas secundárias de João Pessoa, cuja faixa etária variou entre 16 e 18 anos, considerando a fase em que estes começam a formar uma consciência de si e do mundo social. Utilizamos o recurso dos questionários procurando observar como a questão do corpo é representada, sua projeção na mídia eletrônica e a maneira como os jovens assimilam tais projeções. Den-

tre os critérios eleitos para a formulação dos questionários buscamos explorar os modos de atração, distração e aversão dos adolescentes com relação às imagens do corpo exibidas na televisão.

Considerando a popularidade dos personagens e figuras dos programas de auditório, celebrados exaustivamente nas revistas dedicadas à “cultura midiática”, como o Huck, a Tiazinha, a Feiticeira e os Gêmeos, questionamos o modo como os jovens constroem as suas fantasias a partir da “corporeidade” das estrelas da televisão.

Em nossa sondagem por meio dos questionários, procuramos entender as maneiras como os jovens telespectadores equilibravam as suas percepções entre o culto do corpo de forma saudável e o culto do corpo de maneira exagerada.

Formulamos basicamente cinco questões genéricas com o intuito de verificar os estilos de suas preferências, os mecanismos de identificação com os personagens da televisão, as formas de narcisismo e individualismo cultivadas pelas novas gerações, a percepção crítica dos jovens face às mensagens veiculadas nos audiovisuais e como os jovens televidentes distinguem as representações individuais e coletivas dos simulacros exibidos na televisão.

Complementando o corpus empírico, investigamos as páginas dos periódicos da grande imprensa (Veja, Isto É, Época, etc.) que procuram imprimir um tratamento mais qualitativo à “cultura do espetáculo”. Consultamos ainda, as revistas do “coração” (Caras, Contigo, Tititi, etc), cujo tratamento, de cunho mais sensacionalista nos permitiu decifrar as formas dos clichês e estereótipos que excitam a imaginação dos telespectadores.

Pesquisamos, igualmente, alguns sites na

internet, observando como a “mídia digital” focaliza os produtos culturais fabricados pela televisão. Na comunicação em rede verificamos alguns formatos empenhados numa compreensão mais crítica dos programas de auditório, dentre os quais destacamos os sites do “Observatório da Imprensa”, “Caderno de Cultura” do Estado de São Paulo, revista “Bravo” e “TV Gazeta de São Paulo”. Mas, na internet, encontramos também vários sites que reproduzem e reforçam o culto do corpo em sua forma mercadológica e espetacularizada.

No que diz respeito ao nosso trabalho de conclusão de curso, sob a forma de monografia construímos a nossa argumentação em oito capítulos, os quais distribuímos da seguinte maneira: 1. Introdução (a qual apresentamos aqui sinteticamente). 2. Metodologia: neste capítulo apresentamos os procedimentos teórico-instrumentais e a fundamentação teórica. 3. No capítulo denominado por “Televisão, Estética e Sociedade”, traçamos um breve histórico da televisão brasileira, assinalando os principais aspectos estéticos e sociais que marcaram cada período do desenvolvimento da TV brasileira. 4. No capítulo seguinte, intitulado como “Programas de Auditório e Sociedade de Consumo”, identificamos a fase de maior sucesso dos programas de auditório, os precursores e a consolidação destes como um dos principais gêneros televisivos. 5. Em “Mídia e Corporidades” destacamos os fatores que contribuíram para a valorização do corpo nas últimas décadas e o papel da mídia neste processo, em especial da televisão. 6. Finalmente, no sexto capítulo, dedicado à análise propriamente dita, nomeado como “Análise dos Programas de Auditório” estudamos os programas de auditório, “Caldeirão

do Huck”, “Superpositivo” e “Descontrole”. Nos capítulos 7 e 8 trazemos a conclusão da nossa pesquisa e as referências bibliográficas.

3 Metodologia

Partimos de uma perspectiva epistemológica de cunho hermenêutico; ou seja, buscamos interpretar a experiência da televisão brasileira em seus aspectos técnicos e ideológicos, no contexto da história da cultura. Ou seja, durante o trabalho de leitura e interpretação, sentimos necessidade de uma contextualização história para melhor compreender o nosso objeto de conhecimento.

Para uma periodização da história da tevê no Brasil, delimitamos o espaço temporal que remonta desde a segunda metade do século XX até os primeiros anos do novo milênio. Neste sentido os estudos de Maria Rita Kehl (1986), Renato Ortiz (1988), Ricardo Xavier (2000), entre outros, nos prestaram colaborações valiosas. Estes autores nos permitiram compreender os modos como a televisão ocupa um lugar de destaque na “*História das Idéias e das Estratégicas*”, particularmente no que diz respeito aos temas da sociedade e política, arte e técnica, ética, estética e ideologia.

Em nossa revisão bibliográfica encontramos algumas posições antagônicas; de um lado, há autores com uma visão mais pessimista como os teóricos da Escola de Frankfurt (Adorno, Horkheimer), Edgard Morin (quando publicou *Neurose, Necrose*), considerados por Umberto Eco como “apocalípticos”; do outro lado, encontramos autores mais otimistas com relação à televisão e a cultura de massa dentre os quais destacamos os teóricos funcionalistas norte-americanos

e McLuhan, vistos por Umberto Eco como “integrados”. Mais recentemente a avaliação dos processos midiáticos refaz os termos das gerações precedentes. Atualmente, autores como Jean Baudrillard (*A Sociedade de Consumo*) e Pierre Bourdieu (*Sobre a Televisão*) consideraram a mídia eletrônica como um vetor de manipulação, controle e alienação; por outro lado, Michel Maffesoli (*O Tempo das Tribos*) nos estimulou a compreender as imagens televisivas enquanto vetores de comunicabilidade e sociabilidade.

No contexto latino americano percebemos que a situação não é muito diferente: de um lado, Muniz Sodré (*A Comunicação do Grotesco*) nos apresentou trabalhos instigantes sobre a televisão e os processos midiáticos, enfatizando uma crítica rigorosa acerca “*O Brasil real e o simulado na TV*”. Por outro lado, Arlindo Machado (*Televisão Levada a Sério*), apreciando a televisão enquanto uma nova modalidade de arte tecnológica defendeu a idéia de que a televisão é e sempre será aquilo que nós fizemos dela.

Recentemente, os estudos de Martín-Barbero (*Os Exercícios do Ver*) nos abriram novas perspectivas para estudar a televisão. Considerando o estilo das “mediações culturais” e, principalmente, as conexões entre as experiências da tecnologia e da oralidade resgatada pela televisão. Deste modo, nos defrontamos com um conjunto de autores e textos sobre televisão, comunicação e áreas afins que, apesar das diferenças epistemológicas nos forneceram as “bases interpretativas” para sustentação de nossos argumentos.

Como estratégias metodológicas adotamos a noção de corporeidade, abrangendo a dimensão individual e coletiva. Nesta direção, a exploração dos textos de Muniz Sodré (*A Máquina de Narciso*), Lasch (*A Cultura*

do Narcisismo) e Jurandir Freire (*Narcisismo em Tempos Sombrios*) nos ajudaram a interpretar o tema do corpo com relação ao narcisismo e o individualismo, assim como as formas de alteridade e sociabilidade que formam o corpo coletivo.

No que concerne especificamente aos programas de auditório, consultamos o trabalho de Sergio Miceli (*A Noite da Madrinha*), que malgrado a sua visão pessimista com relação à televisão e aos processos midiáticos constituem num trabalho pioneiro que mereceria ser revisitado. Entretanto, a consulta às páginas do jornalismo cultural, na mídia impressa e digital nos conduziram a uma abordagem mais atualizada e a um “conhecimento aproximado” da realidade simulada no espaço da televisão.

As observações sobre os programas de auditório nos levaram a um pré-entendimento das significações do corpo projetado na televisão. O diálogo, as conversações, os seminários, assim como as entrevistas e questionários, por sua vez, nos trouxeram novas reflexões estimulando o nosso trabalho de interpretação.

Os textos de fundamentação científica nos permitiram elucidar algumas questões com as quais nos deparamos e que apenas a partir das leituras pudemos formulá-las com mais rigor metodológico. Considerando as diversas leituras e interpretações possíveis de um produto cultural como os programas dirigidos aos jovens, procuramos nos apoiar em diferentes autores e textos que nos permitissem um tratamento pluralista deste estilo de programação.

4 Análise Dos resultados

A contextualização histórica da “cultura da televisão” resultou na produção de um argumento sobre a mídia e a sociedade, especificamente sobre os programas de auditório, que de certo modo, amplia o acervo das pesquisas em “*Comunicação, Cultura e Sociedade*” além de servirem como instrumento de pesquisa para os programas de pós-graduação em Comunicação, uma vez estes se encontram disponibilizados em sites e páginas da Internet. Particularmente, o nosso trabalho monográfico servirá também para expandir o repertório dos textos de apoio à pesquisa desenvolvida pelo Grupo de Trabalho “Ficção Seriada Televisiva”, cadastrado no Programa de Pesquisas em Comunicação realizado em nossa universidade.

A periodização da história da televisão contribuiu para a demarcação dos diferentes estágios da produção cultural revelando as conexões entre cultura e política, ética e estética, artes da criação e as leis do mercado. O enfoque do culto do corpo na cultura de massa da televisão resultou num questionamento acerca do sentido mais amplo da corporeidade (e suas alteridades), ou seja, as dimensões psicológicas, espirituais e mentais dos jovens. Por outro lado, a investigação sobre o culto do corpo na televisão e os seus condicionamentos sob a forma do narcisismo e do individualismo nos instigou a repensar uma outra corporeidade, ou seja, a dimensão da sociedade enquanto corpo social e as suas expressões de integração e exclusão. Enfim, um dos resultados mais importantes do nosso trabalho.

Concluimos a elaboração do trabalho monográfico intitulado “Culto do corpo e cultura da televisão”; como fruto de um vigo-

roso trabalho de pesquisa; após ter sido submetido a uma banca examinadora, o nosso trabalho obteve a nota máxima dos membros do júri. O resultado desta experiência se mostrou fecundo, também, enquanto exercício teórico-metodológico para elaboração de um “Plano de Trabalho”, para ingressar no curso de mestrado em comunicação.

5 Conclusão

A partir da análise das respostas fornecidas pelos jovens, observamos que as imagens televisivas geram efeitos consideráveis sobre o imaginário juvenil. Nesse sentido, nos certificamos, através da pesquisa que os programas de auditório constituem vetores importantes de produção de imagens narcisistas. A pesquisa constatou que dentre 100 entrevistados, um percentual de 50% se identifica com algum personagem ou estrela da televisão. Geralmente são atores, cantores ou grupos musicais formados por jovens bem sucedidos e realizados profissionalmente. Através dos processos de identificação e projeção, os adolescentes almejam ser como os personagens da televisão. Descobrimos também o que mais os atraem nos programas dirigidos ao público jovem: além das estrelas e atrações musicais, são as matérias sobre comportamento e os debates sobre assuntos que lhes dizem respeito.

Constatamos primeiramente, que as meninas se mostram incomodadas com a exposição exagerada da figura feminina nos programas de auditório. Consideram que o corpo aparece de forma banalizada em programas como o extinto “Superpositivo”, exibido pela Rede Bandeirantes. O público feminino critica os personagens como a Feiticeira e a Tiazinha, entretanto, há uma identificação com

celebridades angelicais, bonitas e aparentemente felizes, como a cantora Sandy, a apresentadora Sabrina Parlatore, cujo padrão estético segue o estilo dos modelos e personagens da série “*Malhação*”, em especial, Nanda, Júlia, que encarnam o tipo das “boas meninas” e Drica, na pele da “menina rebelde”.

Num segundo momento, discutimos em nosso trabalho os aspectos afirmativos e negativos que envolvem a questão do “culto do corpo”. O grande volume de informações, nas quais o corpo aparece como principal objeto de investimento narcisista, são consideradas positivas na visão de especialistas, quando relacionadas às atividades físicas, à boa alimentação e a uma vida mais saudável. Em contrapartida, concluímos que pode ser prejudicial na medida em que os adolescentes, na busca incessante pelo corpo perfeito, se submetem cada vez mais cedo aos implantes de silicone, lipoaspiração e dietas milagrosas desnecessárias. Os questionários nos indicam que o resultado de todo esse processo de valorização é o aparecimento de jovens com sérios problemas de saúde. Doenças como bulimia e anorexia são cada vez mais comuns entre os adolescentes. O “culto do corpo” passa a ser o culto da superficialidade. O bem estar físico constitui apenas uma parte do que deveria ser um projeto mais amplo de busca da saúde integral. As demandas espirituais, sociais, e psicológicas também devem contempladas; isto significa que o corpo, a mente e o espírito devem se manter equilibrados, esta é a condição essencial para a saúde total.

Na verdade, vive-se uma ditadura da beleza em que o corpo é alvo de sacrifícios. O primeiro passo começou a ser esboçado ainda na década de 20. As mulheres, sob o

impacto combinado das indústrias dos cosméticos, da moda, da publicidade, incorporaram o uso da maquiagem, do batom em seu cotidiano. O público feminino passou neste momento, a valorizar o corpo esbelto, esguio. Após a Segunda Guerra Mundial, mais um momento importante foi acentuado nesse processo. A explosão publicitária “surgiu” vendendo fórmulas de sucesso que serão ratificadas através dos veículos audiovisuais, principalmente, através da televisão. Esta passa a disseminar com sua rede de olímpicos modelos, padrões estéticos através dos mais diferentes formatos televisivos.

Após termos explorado os modos como o cuidado com o corpo se projetam nos programas de auditório “Caldeirão do Huck”, “Superpositivo” e “Descontrole”, chegamos à conclusão de que o “Caldeirão do Huck” da Rede Globo dissemina um estilo de vida, um padrão estético em que o “culto do corpo” aparece ligado às práticas esportivas, e isto, evidentemente, tem a sua dimensão positiva. O prestígio das práticas esportivas, aliás, fica evidente nas matérias sobre esportes radicais veiculadas no programa e na escolha do cenário do “Caldeirão de Verão” - fase em que incidiu a nossa análise. Já no “Superpositivo”, observamos que o corpo aparece em meio a muita sensualidade e erotismo. Personagens como a “Feiticeira”, a “Internética” e os “Gêmeos” são modelos de um padrão estético em que a corporeidade é alvo de sacrifícios. Joana Prado, por exemplo, que encarna a personagem da Feiticeira se dedica a esculpir o corpo à base de muita malhação e silicone. Enquanto, Gustavo e Flávio ficam horas em frente ao espelho, medindo o bíceps e comparando o tórax um do outro. São indivíduos movidos por uma necessidade desesperada, precisam ser admiradas

para gostar de si mesmo. Disseminam um tipo de narcisismo baseado em um modelo estético em que o corpo é esculpido, trabalhado e construído às custas de um esforço sobre-humano para parecer bonito.

Ao contrário do “Superpositivo” e “Caldeirão do Huck”, em que o corpo é alvo de cuidados e adoração, no programa “Descontrole” apresentado por Marcos Mion percebemos uma predisposição do programa e do apresentador para inverter a apologia ao culto do corpo, para a sua desvalorização. Enquanto Luciano Huck e Sabrina Parlatore exaltam a beleza, o corpo perfeito, através de assistentes de palco malhadas e esculpidas nas academias e clínicas de cirurgias plásticas espalhadas pelo país, Marcos Mion vira do avesso o conceito de beleza, como podemos perceber, quando o apresentador expõe a figura propositadamente grotesca do personagem Cidão, a quem Mion chama de Feiticeira ou anuncia como a “gostosa”.

Vale destacar, no entanto, que ao tentar criticar o padrão estético em vigor na televisão e nos programas para os jovens, em que o corpo aparece como principal atração, ele não escapa desse modelo. Antes de estrear o programa, o apresentador passou por um período de intensa malhação para ganhar massa muscular. O que revela mais uma vez, que Marcos Mion não consegue fugir da ditadura do corpo malhado, esculpido e sarado que procura criticar em seu programa na Rede Bandeirantes. Todavia, o que mais se critica no programa “Descontrole” é a maneira como o apresentador derrapa em seus objetivos: pretendendo fazer uma crítica do modo como “o culto do corpo e a cultura da televisão” desvalorizam a vida e as representações das pessoas simples, mostrando-as como caricatas, o ator-apresentador Marcos Mion co-

mete as mesmas falhas e equívocos. Assim, querendo ser “styler” (com estilo), inovador e sofisticado, no tratamento da comunicação, Mion expressa uma nova modalidade do “mundo cão” na televisão, algo que reafirma uma estética do “neogrotesco” no contexto da mídia eletrônica.

6 Referências bibliográficas

- ADAO, Kleber do Sacramento. Influência dos meios de comunicação na valorização do corpo. *Revista do Centro de Ciências Sociais e Humanas da UFSM*. v.8, n.1, p.75-93 jan./abr.1993.
- ALVES Filho, Francisco; Propato, Valéria. Tudo por um holofote. *Revista Isto É*, nov.2001. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>
- AMORIM, Edgard Ribeiro de. TV Brasil ano 50. Disponível em: <<http://sampa3.prodam.sp.gov.br/ccsp/tvano50>> Acesso em: 10 mar. 2002.
- A ARTE barroca. Disponível em: <<http://www.moderna.com.br/moderna/arte/barroco>> Acesso em: 16 abr. 2002.
- A VITÓRIA sobre o espelho. *Revista Veja*, ano 28, n.34, p.70, ago.1995.
- BARBÉRO, Martín Jesus. “Introdução”. In: _____. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac, 2001, p.15-19.
- BAUDRILLARD, Jean. “O mais belo objecto de consumo: o corpo”. In: ____.

- A sociedade de consumo*, 1975. p.212-254.
- BAUDRILLARD, Jean. “Transestético”. In: _____. *A transparência do mal: ensaio sobre os fenômenos extremos*. Campinas: Papirus, 1990. p.21-26
- BAUDRILLARD, Jean. “O inferno do mesmo”. In: _____. *A transparência do mal: ensaio sobre os fenômenos extremos*. Campinas: Papirus, 1990. p.121-130.
- BOSSA Nova. NOVA ENCICLOPÉDIA BARSA. Rio de Janeiro: Encyclopaedia Britannica do Brasil, 1997. vol.3, p.67-68.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BUCCI, Eugenio. A programação de mal a pior. 2002. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>> Acesso em: 20 abr. 2002.
- BUCHALLA, Anna Paula; Pastore, Karina. Corpos à venda. *Revista Veja*, ano 35, n.9, p.84, mar. 2002.
- CALDEIRÃO do Huck. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2002. Disponível em: <www.globo.com> Acesso em: 20 fev. 2002.
- CASTILHO, Paulo; Maciel, Luiz Antonio. Quem ganha com a baixaria. *Revista Imprensa*, ano 11, n.129, p.34-43, jun.1998.
- CASTRO, Ana Lúcia de. Culto ao corpo, modernidade e mídia. Campinas: Unicamp/FAPESP, 2002.
- Disponível em: <<http://www.meuoraculo.com.br/corpo/corporais2.htm>> Acesso em: 12 abr. 2002.
- COM O abrandamento da censura o jornalismo volta a conscientizar. São Paulo, 2002. Disponível em: <<http://www.tvgazeta.com.br/historia.htm>> Acesso em: 12 fev. 2002.
- DESCONTOLE. São Paulo: Rede Bandeirantes de Televisão, 2002. Disponível em: <www.band.com.br> Acesso em: 15 mar. 2002.
- DIONÍSIO, Rodrigo. Mion leva o estilo MTV para a Band. *Folha de São Paulo*, 3 fev. 2002. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>> Acesso em: 10 mar. 2002.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- EM MEIO à expansão, até a igreja ganha canais. São Paulo, 2002. Disponível em: <<http://www.tvgazeta.com.br/historia.htm>> Acesso em: 12 fev. 2002.
- FERRÉS, Joan. “A televisão como gratificação sensorial, mental e psíquica”. In: _____. *Televisão e educação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996. p.35-44.
- FERRÉS, Joan. “A televisão como vitória do mito da objetividade”. In: _____. *Televisão e educação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996. p.45-56.
- FREIRE, Jurandir. “Narcisismo em tempos sombrios”. In: FERNANDES, H. Eloísa (Org.) *Tempo do desejo*. São Paulo: Brasiliense, 1988. p.109-136.

- GLÓRIA e o caso de uma pioneira. Disponível em: <<http://www.supercanal.hpg.com.br>> Acesso em: 22 abr. 2002.
- HISTÓRIA da tv. Disponível em: <<http://www.tvgazeta.com.br/historia.htm>> Acesso em: 12 fev. 2002.
- KEHL, Maria Rita et al. *Um país no ar: história da tv brasileira em 3 canais*. Brasileira/FUNARTE, 1986.
- LASCH, Christopher. “O narcisismo como metáfora da condição humana”. In: _____. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago, 1983. p.55-58.
- LASCH, Christopher. “Narcisismo e velhice”. In: _____. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago, 1983. p.253-256.
- LEITE, Paulo Moreira. O império da vaidade. *Revista Veja*, ano 28, n.34, p.79, ago.1995.
- LIMA, Fernando Barbosa. “Novos formatos de programação”. In: Almeida, C.J.M. de; Araújo, M.E. de. *As perspectivas da televisão brasileira ao vivo*. Rio de Janeiro: Imago, 1995. p.207-210.
- LOPES, Paulo Fernando de Carvalho. “Corpos (en) cena (a construção do discurso midiático sobre a noção de saúde a dois anos do século XXI)”. In: FAUSTO NETO, A. et al. (Org). *Comunicação e corporeidades*. João Pessoa: Editora Universitária, 2000. p.183-199.
- MACHADO, Arlindo. “Pode-se amar a televisão?”. In: _____. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000. p. 9-13.
- MAFFESOLI, Michel. “Da proxemia”. In: _____. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987. p.169-208.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Contriz, 1979.
- MCLUHAN, Marshall. *A Galáxia de Gutenberg*. São Paulo: Editora Nacional Eduspe, 1972.
- MICELI, Sergio. “Conclusões”. In: _____. *A noite da madrinha*. São Paulo: Perspectiva, 1982. p.209-251.
- MOHERDAUI, Bel. Músculos precoce. *Revista Veja*, ano 35, n.19, p.66, maio 2002.
- MORIN, E. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo – I neurose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.
- MULLER, Aridelson. *Fetichismo*, 1999. Disponível em: <<http://www.spacnet.com.br/sex/magfetb.htm>> Acesso em: 18 abr. 2002.
- OLIVA NETO, João Angelo. O conservadorismo da ignorância. *Revista Bravo*, ano 5, p.111, abr. 2002. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/bravo>> Acesso em: 10 abr. 2002.
- ORTIZ, Renato. “Cultura e sociedade”. In: _____. *A moderna tradição brasileira*:

- cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988. p.38-76.
- ORTIZ, Renato. "O mercado dos bens simbólicos". In: _____. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988. p.113-149.
- PAIVA, Cláudio Cardoso de. Êxtase da juventude & Estesia da Televisão: um estudo de mídia e comportamento. *Revista Conceitos*. João Pessoa: Associação dos docentes da Paraíba, v.1, n.6, p.104-113, mês, 1996.
- PAIVA, Marcelo Rubens. O melhor de Mion da Band é o Mion da MTV. *Folha de São Paulo*, 27 fev. 2002. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>> Acesso em: 25 abr. 2002.
- PATERNOSTRO, Vera Íris. "PRF-3: A tv no Brasil". In: _____. *O texto na tv: manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p.29-34.
- PESQUISA analisa a atenção com o corpo. *Correio do Povo*, 2001. Disponível em: <<http://www.saudenainternet.com.br/noticias>> Acesso em: 16 nov.2001.
- PESSANHA, Antonio Luiz. As muitas faces do narcisismo. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br>> Acesso em: 13 ago. 2000.
- PRIORI, Mary Del. Abaixo as barbies!. Disponível em: <www.andi.org.br> Acesso em:10 mar. 2002.
- SILVA, Fernando de Barros. Os gigolôs da miséria e o lumpen-narcisismo. *Revista Imprensa*, ano 11, n.129, p.42-43, jun.1998.
- SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil*. Rio de Janeiro: Petrópolis: Vozes, 1972.
- SODRÉ, Muniz. *A máquina de narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.
- SODRÉ, Muniz. *O Brasil real e o simulado*. Rio de Janeiro: Editora Rio Fundo, 1990.
- SODRÉ, Muniz. *O social irradiado: violência urbana, neogrotesco e mídia*. São Paulo: Cortez, 1992.
- TELEVISÃO. Disponível em: <<http://www.tudosobretv.com.br>> Acesso em: 10 mar. 2002.
- VALLADARES, Ricardo. O desmionlado. *Revista Veja*, ano 35, n.15, p.114, abr.2002.
- VIVA Chacrinha!. Disponível em: <<http://www.bacalhau.com.br>> Acesso em: 9 fev. 2002.
- XAVIER, Ricardo. *Almanaque da TV, 50 anos de memória e informação*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.